



**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE
FACULTAD**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL E
INDUMENTARIA

**DISEÑO DE INDUMENTARIA PARA LA
INNOVACIÓN SOCIAL**

Fundación HOPE

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN DISEÑO TEXTIL
E INDUMENTARIA**

AUTORAS:

**Natalia Patricia Córdova Hernández
María Daniela Rodas Vintimilla**

DIRECTORA:

Dis. María del Carmen Trelles, Mgst.

**CUENCA-ECUADOR
2022**

Dedicatoria

El presente trabajo, va dedicado con respeto y cariño a aquellas personas que mediante sus capacidades diferentes muestran la fortaleza y el amor más puro.

Daniela

Este proyecto de graduación está dedicado con mucho amor a cada profesional, para demostrar que desde cualquier campo se puede contribuir con grupos vulnerables y a la sociedad en general. En especial va dedicado a los niños de la Fundación HOPE que me han llenado el corazón con cada sonrisa.

Natalia

Agradecimiento

Agradezco a mis padres, Geovanni y Consuelo por ser mi ejemplo a seguir, por enseñarme que con esfuerzo y dedicación podré alcanzar mis metas, sin ellos no estaría en donde estoy hoy en día.

A mis abuelos Rosario y Marcelo, por su amor y apoyo incondicional que me han brindado en todos estos años.

A mis hermanos y a Agustín, quienes me han acompañado en todo este proceso.

A mis amigos/amigas y futuros colegas, por hacer de esta vida universitaria la mejor experiencia.

A la Fundación Hope por abrirnos las puertas y permitirnos formar parte de sus vidas.

A la Universidad del Azuay, mi segundo hogar, el lugar que me permitió realizar mi crecimiento profesional y personal.

A Natalia Córdova, mi compañera y amiga que juntas iniciamos este camino y juntas terminamos con un proyecto que esperamos que sirva de inspiración para el resto de personas.

A mi tutora María del Carmen Trelles, por ser un pilar fundamental en el desarrollo de este proyecto y a todos los docentes que me acompañaron en estos 4 años de vida estudiantil.

Daniela

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a mi mamá Diana que es mi roca y fortaleza en cada momento, por ser mi pilar fundamental y apoyarme en todo momento, sin ella nada de esto sería posible.

A mis hermanos Juan Pablo y Felipe, por estar siempre que los necesito y apoyarme incondicionalmente.

A mi papá Pablo que ha sido mi ángel, mi guía y mi luz en cada instante.

Agradezco a la Fundación HOPE, por permitirnos conocer a seres humanos tan puros.

Agradezco a mi compañera de tesis y sobre todo amiga Daniela, juntas logramos un proyecto muy enriquecedor.

A José por el amor y el apoyo incondicional.

Agradezco a las personas que hicieron posible una sesión de fotos mágica, Bilma Benenaula (Premium peluquería), Jasmín Peña (Xperta make up) y Bryam Buestan (CIO).

Finalmente agradezco a mis profesores por enseñarme el hermoso mundo del diseño de Indumentaria, en especial a mi tutora María del Carmen por guiarnos en cada paso de este proyecto.

Natalia

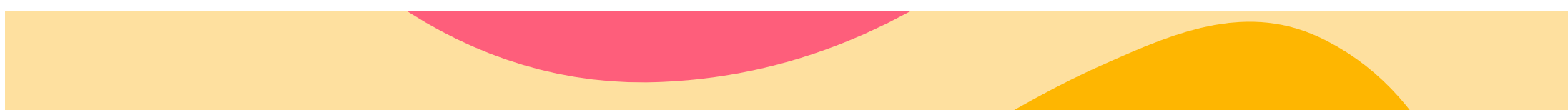
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Índice de contenidos	6
Índice de figuras	9
Índice de tablas	11
Índice de anexos	11
Resumen	12
Abstract	13

CAPÍTULO 1	15
Contextualización	
1.1 Innovación social	17
1.1.1 Soluciones innovadoras a problemas sociales	20
1.1.2 Los problemas sociales	23
1.2 El diseño	27
1.2.1 El diseño de indumentaria	29
1.2.2 El diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca	33
1.3 Innovación social mediante el diseño de indumentaria	35
1.3.1 El desaprovechamiento del diseño de indumentaria como factor de innovación social	38
1.3.2 Casos de innovación social a través del diseño	39
1.4 Las personas con discapacidad	42
1.4.1 La Fundación HOPE	44
1.5 El emprendimiento social	46
1.5.1 El plan de negocios y de reinversión para un emprendimiento social	47



CAPÍTULO 2 Planificación

2.1 Definición del usuario/cliente:	53	2.5 Plan de negocios	60
2.2 Definición del beneficiario: Fundación Hope	54	2.5.1 Nombre de la Idea de Negocio:	60
2.3 Brief de Diseño	55	2.5.2 Razón Social:	60
2.3.1 Antecedentes:	55	2.5.3 Nombre Comercial:	60
2.3.2 Objetivos:	56	2.5.4 Visión del negocio:	60
2.3.3 Caso:	56	2.5.5 Misión del negocio:	60
2.3.4 Tipo de empresa/institución:	56	2.5.6 Objetivos del negocio:	60
2.3.5 Ubicación geográfica:	56	2.5.7 Breve descripción del negocio:	61
2.3.6 Perfil del usuario:	56	2.5.8 Análisis del mercado	61
2.3.7 Mensaje:	57	2.5.9 Segmento del mercado: Público Objetivo	61
2.3.8 Cromática:	57	2.5.10 Ventaja competitiva	62
2.3.9 Constantes y Variables:	57	2.5.11 Análisis de la competencia	62
2.3.10 Etapas:	57	2.5.12 Estrategias de mercadeo	63
2.3.11 Cronograma:	58	2.5.13 Estudio técnico de la producción	63
2.3.12 Presupuesto:	59	2.5.14 Listado de las máquinas, equipos y herramientas	63
2.4 Conceptualización y estrategias creativas	60	2.5.15 Organización de las personas en el proceso productivo	64
		2.5.16 Estudio económico	65
		2.6 Plan de reinversión	66



CAPÍTULO 3

Anteproyecto

3.1 Ideación	71
3.2 Análisis de tendencias	71
3.3 Lluvia de ideas	73
3.4 Proceso Creativo	74
3.4.1 Storyboard	74
3.4.2 Homólogos	75
3.4.3 Moodboard	76
3.4.4 Bocetación	77

CAPÍTULO 4

Resultado

4.1 Diseño final	89
4.2 Concreción	92
4.3 Documentación técnica	93
4.4 Fotografías finales	111

CONCLUSIONES	122
RECOMENDACIONES	123
REFERENCIAS	124
Bibliografía	124
Bibliografía de figuras	129
Bibliografía de tablas	131
ANEXOS	132

69

87



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Innovación social 1 (Freepik, 2022).	17	Figura 20. Personas con discapacidad (freepik, 2022).	43
Figura 2. Innovación social 2 (Pipedrive, s.f.).	19	Figura 21. HOPE (Facebook, 2022).	44
Figura 3. Problemas sociales 1 (Freepik, 2022).	21	Figura 22. Fundadores de HOPE (Facebook, 2021).	45
Figura 4. Problemas sociales 2 (Dreamstime, s.f.).	23	Figura 23. Madre e hijo de HOPE (Facebook, 2021).	45
Figura 5. Problemas sociales 3 (Medicoplus., s.f.).	24	Figura 24. Emprendimiento social (revistafusionempresarial, 2019).	46
Figura 6. Problemas sociales 4 (Medicoplus., s.f.).	26	Figura 25. Plan de negocios (freepik, 2022).	49
Figura 7. El diseño 1 (Asana, 2021).	27	Figura 26. Definición de usuario.	53
Figura 8. El diseño 2 (Criafama, s.f.).	29	Figura 27. Padre e hijo de HOPE (Facebook, 2021).	54
Figura 9. Diseño de indumentaria 1 (Freepik, 2022).	30	Figura 28. Niña de HOPE (Facebook, 2021).	55
Figura 10. Diseño de indumentaria 2 (Piazza, 2022).	30	Figura 29. Maniquí (freepik, 2022).	55
Figura 11. Diseño de indumentaria 3 (Noticiasdel6, 2022).	31	Figura 30. Usuario (freepik, 2022).	57
Figura 12. Museo Remigio Crespo Toral (Clave, 2018).	33	Figura 31. Cromática elegida para la colección de indumentaria.	57
Figura 13. Centro histórico de Cuenca (thefashionpixel, 2019).	35	Figura 32. Sketchbook	71
Figura 14. Innovación social en Europa (lavozdebolivia, 2020).	36	Figura 33. Collage de tendencias (Vogue, Telva 2022).	72
Figura 15. Moda sostenible (micolet, 2021).	37	Figura 34. Cuadro de ideas.	73
Figura 16. Slow Fashion (qiarg, 2021).	39	Figura 35. Collage de Storyboard.	74
Figura 17. Diseño universal (tec.ac.cr, 2020).	39	Figura 36. Collage de Homólogos.	75
Figura 18. Diseñador textil (freepik, 2022).	40	Figura 37. Moodboard 1.	76
Figura 19. Discapacidades (freepik, 2022).	42	Figura 38. Moodboard Emily.	77
		Figura 39. Primeros bocetos Emily.	77
		Figura 40. Moodboard Jay.	78
		Figura 41. Primeros bocetos Jay	78

Figura 42. Primeros bocetos Edgar.	78	Figura 64. Documentación técnica top.	94
Figura 43. Moodboard Juan Pablo.	79	Figura 65. Documentación técnica pantalón.	95
Figura 44. Primeros bocetos Juan Pablo.	79	Figura 66. Documentación técnica blusa.	96
Figura 45. Moodboard Jorge.	80	Figura 67. Documentación técnica falda.	97
Figura 46. Primeros bocetos Jorge.	80	Figura 68. Documentación técnica buso.	98
Figura 47. Moodboard Daniela.	81	Figura 69. Documentación técnica buso 2.	99
Figura 48. Primeros bocetos Daniela.	81	Figura 70. Documentación técnica pantalón.	100
Figura 49. Moodboard Cristian.	82	Figura 71. Documentación técnica blusa reversible morada y amarilla.	101
Figura 50. Primeros bocetos Cristian.	82	Figura 72. Documentación técnica falda maxi morada.	102
Figura 51. Moodboard Steven.	83	Figura 73. Documentación técnica falda mediana morada.	103
Figura 52. Primeros bocetos Steven.	83	Figura 74. Documentación técnica falda pequeña morada.	104
Figura 53. Moodboard Emilia.	84	Figura 75. Documentación técnica blusa blanca.	105
Figura 54. Primeros bocetos Emilia.	84	Figura 76. Documentación técnica falda amarilla.	106
Figura 55. Encuesta para definir prendas, mediante Instagram.	85	Figura 77. Documentación técnica falda fucsia plisada.	107
Figura 56. Bocetos finales de Emily.	89	Figura 78. Documentación técnica vestido plomo inspirado en Jay.	108
Figura 57. Bocetos finales de Juan Pablo.	89	Figura 79. Documentación técnica capa inspirada en Jay.	109
Figura 58. Bocetos finales de Emilia.	90	Figura 80. Documentación técnica cinturón inspirado en Jay.	110
Figura 59. Bocetos finales de Jay.	90	Figura 81. Conjunto 1: Pantalón, top y body inspirado en Daniela.	111
Figura 60. Bocetos finales de Daniela.	91		
Figura 61. Bocetos finales de Cristian.	91		
Figura 62. Registro de la etapa de concreción.	92		
Figura 63. Documentación técnica body.	93		

Figura 82. Conjunto 1: Pantalón, top y body inspirado en Daniela.	111
Figura 83. Conjunto 2: Falda y blusa inspiradas en Cristian.	112
Figura 84. Conjunto 2: Falda y blusa inspiradas en Cristian.	112
Figura 85. Conjunto 3: Pantalón y 2 busos inspirados en Juan Pablo.	113
Figura 86. Conjunto 3: Pantalón y 2 busos inspirados en Juan Pablo.	113
Figura 87. Conjunto 4: Blusa y 2 faldas inspiradas en Emilia.	114
Figura 88. Conjunto 4: Blusa y 2 faldas inspiradas en Emilia.	114
Figura 89. Conjunto 5: Blusa reversible y 3 faldas inspiradas en Emily 1.	115
Figura 90. Conjunto 5: Blusa reversible y 3 faldas inspiradas en Emily 1.	115
Figura 91. Conjunto 5: Blusa reversible y 3 faldas inspiradas en Emily 1.	115
Figura 92. Conjunto 6: Vestido gris inspirado en Jay.	116
Figura 93. Conjunto 6: Vestido gris inspirado en Jay.	116
Figura 94. Carmen costurera.	117
Figura 95. Foto grupal con los integrantes de la Fundación HOPE.	118
Figura 96. Indumentaria N&D Contando historias.	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma.	58
Tabla 2. Presupuesto.	59
Tabla 3. Análisis del mercado potencial (INEC, 2001).	61
Tabla 4. Análisis de la competencia	62
Tabla 5. Estrategia de promoción.	63
Tabla 6. Lista de materiales para confección.	63
Tabla 7. Cálculo de materiales a utilizar.	64
Tabla 8. Posibles proveedores.	64
Tabla 9. Organización de las personas en el proceso productivo.	64
Tabla 10. Tareas a realizar según cada campo.	64
Tabla 11. Proyección de ventas en unidades.	65
Tabla 12. Plan de inversión.	66
Tabla 13. Plan de reinversión.	67

Resumen

El presente proyecto de investigación propone un emprendimiento social de diseño de indumentaria que busca principalmente, la innovación social a través del trabajo con y para sectores vulnerables de la sociedad. Se toma como principal beneficiaria a la Fundación HOPE, la cual es una organización sin fines de lucro, en la que la estabilidad económica es un desafío, que pone en riesgo su razón de ser y propósito en la ciudad de Cuenca; el cual es asistir a personas con discapacidad y sus familias. El emprendimiento social "N&D Contando Historias", pretende reducir la vulnerabilidad de este grupo humano, creando valor para la sociedad a través del diseño. Palabras clave: emprendimiento social, grupos vulnerables, discapacidad, Cuenca, responsabilidad social, moda, Fundación HOPE.

Palabras clave: Emprendimiento social, grupos vulnerables, discapacidad, Cuenca, responsabilidad social, moda, Fundación HOPE.

Abstract

This research project proposes a social venture of clothing design that mainly seeks social innovation through work with and for vulnerable sectors of society. The Hope Foundation is taken as the main beneficiary, which is a non-profit organization, in which economic stability is a challenge, which puts at risk its reason for being and purpose in the city of Cuenca; which is to attend to people with disabilities and their families. The social entrepreneurship “N&D telling stories”, aims to reduce the vulnerability of this human group, creating value for society through design.

Keywords: Social entrepreneurship, vulnerable groups, disability, basin, social responsibility, fashion, Hope Foundation.



Capítulo

CONTEXTUALIZACIÓN

1



1.1 Innovación social

La historia del significado de innovación social, data de hace 4000 años. La innovación es el resultado de un proceso histórico, de una acumulación de intentos que han fracasado y pequeñas mejoras que en un momento crítico cambian el signo de la tendencia, la dirección de un proceso, la calidad de un producto o la técnica de un procedimiento, puesto que aparecen de manera impetuosa y hasta transgresiva. Con frecuencia se pasa por alto que cada innovación depende del cambio que se ha venido gestando en el marco de un determinado campo: tecnológico, artístico, científico, filosófico y organizativo (Abreu, 2011).



Figura 1. Innovación social 1 (Freepik, 2022).

La originalidad de la innovación empieza en el proceso que permite hacer realidad un cambio en específico. Se encontró que ningún proceso puede prescindir de sujetos que lo impulsen y sostengan; más aún, de sujetos organizados en empresas e instituciones, en comunidades o en algún otro tipo de organismo (Ib.).

La innovación es un proceso que principalmente se genera con una necesidad no satisfecha, junto con el objetivo de querer satisfacerla. La definición de innovación social es que todas las ideas, metas u objetivos elaborados para un producto o servicio puedan ayudar a resolver un problema social. Para la innovación social, es importante poder tener una visión hacia el futuro, para así crear una empresa, producto o servicio que cumpla con lo que se necesita junto a la creación de un valor para la sociedad. Para decir que una innovación es social se debe tomar en cuenta que tanto sus medios, como sus fines se relacionan con los criterios éticos y pensando en el bienestar de una comunidad; teniendo como objetivo un efecto positivo para cualquier sector vulnerable. El valor de la innovación se presenta en que ayuda o permite a las empresas u organizaciones a llegar a nuevos sectores o nuevos mercados y así aumentar la productividad y la mejora. Para poder “crear” la innovación, se debe partir de la idea junto con la construcción de distintas fases para llegar al producto final como un nuevo ser-



vicio o nuevo proceso que signifique un nuevo rédito (Hernández-Ascanio, J. et.al, 2017).

Entre lo que se va a crear y el intento de poder generar un impacto social se debe tener una armonía, pues estos generan un gran desafío frente a la sociedad y a la misma innovación social, se debe tomar en cuenta tanto el poder adquisitivo para que funcione la actividad como también la importancia del modelo de negocio para generar un retorno económico a largo plazo (Murillo, 2014).

De acuerdo a Murray, Mulgan y Caulier (2011), algo de lo que está sucediendo en el mercado implica la adopción de las ideas del sector social; la colaboración, la cooperación, las redes basadas en la confianza, la participación del usuario en el diseño de servicios; también, la innovación social no se refiere a un sector determinado de la economía, sino a la innovación en la creación de productos y resultados sociales, independientemente de dónde nacen.

Para Murray, Caulier y Mulgan existen varias etapas para llevar a cabo una innovación exitosa, como:

1.- Prontitud, inspiraciones y diagnósticos: esta etapa consiste en identificar el problema principal, una vez identificado, se presentan soluciones por las cuales abordar.

2.- Propuestas e ideas: La generación de ideas puede ser desde un método creativo o un método de diseño para que se tenga una extensa lista de opciones disponibles.

3.- Creación de prototipos y pilotos: en esta fase, las ideas establecidas se prueban en la práctica, se puede corregir errores y mejorar.

4.- Sostenibilidad: Una vez que la idea o el diseño está establecido, se garantiza un equilibrio entre el medio ambiente y el bienestar social, convirtiéndose en una práctica diaria.

5.- La ampliación y difusión: en esta etapa, se toma en cuenta una serie de estrategias para garantizar el crecimiento del emprendimiento junto a la difusión de la innovación.

6.- El cambio sistémico: esta es la última fase dentro de la innovación social, ya que involucra la interacción de varios participantes u objetos en el mismo, como: movimientos sociales, publicidad, modelos de negocios, leyes, reglas, etc., (Murray et.al, 2010, p. 137-138).

Las etapas para llevar a cabo la innovación social, en mayor o menor medida estarán presentes en un proceso creativo que provocará un antes y un después, un cambio de paradigma, nuevas visiones y formas de hacer.

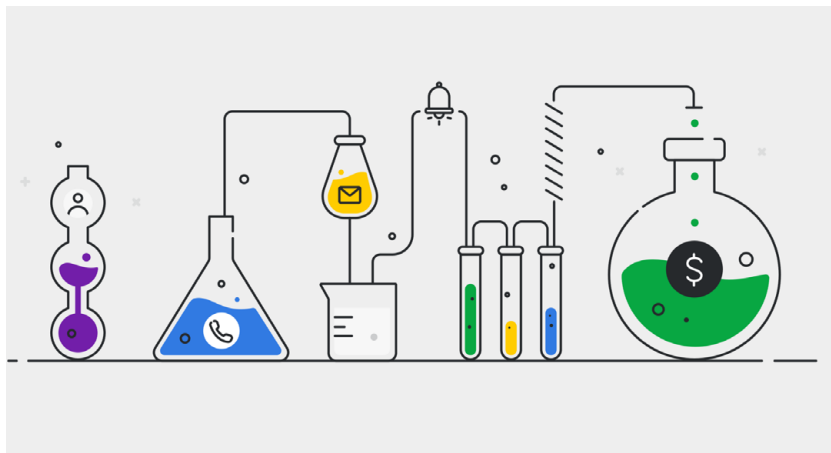


Figura 2. Innovación social 2 (Pipedrive, s.f.).

Además de la búsqueda de soluciones superadoras, la innovación social se plantea otras metas, entre las más importantes, se destacan: generar la participación de los distintos actores de la sociedad de forma activa, superar los retos que pueden impedir el desarrollo de una comunidad, fomentar el compromiso y el sentido de pertenencia de los ciudadanos, establecer nuevas relaciones personales y profesionales, mejorar la calidad de vida de la mayor cantidad de individuos (Luján, 2021).

Los diferentes tipos de innovaciones sociales no solo son útiles para generar una mejora en la sociedad; sino, para ayudar de igual manera en el cambio de la capacidad de actuación de los individuos o de un grupo. Se produce en la creatividad de los ciudadanos, las comunidades o las empresas.

La innovación contribuye a moldear piezas de cambio que serán relevantes en el futuro. Cualquier innovación ofrece un fundamento básico para formar nuevas ramas para los pequeños o fuertes cambios futuros, en cualquier momento con estatus sociales, económicos o tecnológicos muy particulares. Las innovaciones son intervenciones deliberadas diseñadas para iniciar y establecer futuros desarrollos de la tecnología, la economía y las prácticas sociales (Schwarz, 2010, p. 146).

La innovación social es de gran importancia y tiene mucho valor frente a diferentes grupos, ya que estas se ven beneficiadas por las nuevas creaciones y tendencias; tiene una base estable debido al gran desarrollo investigativo y tecnológico, así facilitan la producción de nuevas ideas para mejorar la calidad y vida de las personas que lo necesitan. Es esencial saber y entender sobre innovación social si se desea aplicar dentro de un campo en específico.

A continuación se expondrán algunos casos en donde se evidencia este hecho, por ejemplo: Haus App es una aplicación la cual da la posibilidad de conectarse entre el grupo de vecinos y poder ayudarse entre sí en la vida cotidiana, sobretodo en lo que refiere a la seguridad y actividades sociales, Haus App permite enviar mensajes de emergencia



SOS en cuestión de segundos. Calmo es un modelo de producción textil, este tiene como prioridad el uso de la materia prima y recursos naturales bajo el enfoque del slow fashion, lo que quiere decir es que son prendas con mayor durabilidad, el uso de recursos naturales como la lana, lino, etc., y el uso también de procesos sustentables como el teñido con plantas, forman parte importante de este proceso, la moldería y patronaje geométrico ayudan al menor desperdicio textil. Open Green Map, es una app perfecta para turistas y para quienes son amantes de la naturaleza, su propósito es proveer o enseñar un mapa con todos los parques naturales, reservas y zonas recreativas para que los turistas o las personas del sector puedan aprovechar su tiempo en un ambiente natural. Casitas Calientes en Perú es un proyecto creado para la protección de personas y familias que viven en zonas donde hay mucho frío, este proyecto consiste en el acondicionamiento térmico de las viviendas gracias a una estructura o muro llamado "trompe", diseñada para capturar la radiación solar, permitiendo así elevar las temperaturas de las casas y conservando el calor. Blitab en Bulgaria, es la primera tableta creada para invidentes y ya se encuentra en el mercado, esta tableta tiene dos pantallas, una igual a cualquier dispositivo y otra en braille que transcribe textos, esta tableta funciona con la aplicación de un líquido inteligente que crea pequeñas burbujas en la pantalla braille permitiendo así la lectura a las personas invidentes.

Finalmente se puede decir que la innovación social tiene como objetivo llegar a un cambio en la sociedad, a través de esta se puede generar un beneficio continuo en diferentes sectores de la vida diaria, ya sea tanto en servicios como productos.

1.1.1 Soluciones innovadoras a problemas sociales

La innovación social es una acción emergente muy poco explorada en diferentes ámbitos, es una alternativa a los problemas sociales actuales muy efectiva y distinta a lo que algunas entidades gubernamentales ofrecen. El resultado puede ser, un producto, servicio, práctica o modelo de gestión. El propósito es diagnosticar, identificar y resolver problemáticas de una comunidad, que al momento de implementarse sea más eficiente que las soluciones existentes. Cabe destacar que la innovación social posibilita un funcionamiento a largo plazo, se encuentra bajo el criterio de la sostenibilidad generando así un impacto positivo y un alcance mayor (Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema, 2015).

Además, ANSPE (2015) menciona que todos los proyectos de innovación social son distintos, por lo tanto tienen diferentes enfoques y esto define su alcance; puede ser en un ámbito local, nacional o global. Los proyectos cuyo alcance demográfico puede ampliarse, tienen más posibilidades de que



tenga un mayor impacto y por lo tanto tendrán un cambio social más amplio. Por lo general, la inversión de estos proyectos son de costes reducidos, el objetivo principal es la generación de valor social más que el beneficio económico, ya que por lo general esto va enfocado a la población de bajos ingresos y pocos recursos.

La innovación social enfrenta algunos retos como la falta de promoción e interés en los proyectos desarrollados, este es uno de los impedimentos para lograr que estos puedan adaptarse y aumentar su escala. Esta además es una alternativa para los problemas sociales, se crean proyectos como parte de las soluciones existentes para poder resolver de una manera eficaz y efectiva estos problemas sociales. Desde un principio, la innovación social es el poder cambiar y mejorar a una sociedad de la mejor manera, se ha convertido en un área activa en la práctica y en la investigación durante las últimas tres décadas (Lisetchi, et al., 2009).

Con esto podemos destacar que la innovación social no es algo creado recientemente, sin embargo es algo que no está estudiado ni explorado a profundidad desde varios ámbitos, para poder ayudar a solucionar algunos de los problemas sociales se crean emprendimientos, los cuales ayudan a abastecer y mejorar ámbitos de la población que se encuentran afectados y que probablemente existan

proyectos que no resuelvan por completo o de la mejor manera.

Varias empresas prestigiosas y reconocidas tanto en el ámbito local como global han puesto en marcha nuevos proyectos de índole social. El Gobierno establece limitaciones u oportunidades con el fin de promover la formación de nuevas iniciativas empresariales y sociales, muchas de estas empresas tienen el potencial para producir mejoras notorias en la percepción o la aplicación de los cambios sociales (Waddock & Post, 1991).



Figura 3. Problemas sociales 1 (Freepik, 2022).



La innovación social resuelve los problemas de la sociedad en general, por otro lado el emprendimiento se encarga de resolver problemas de la sociedad desde el ámbito de los negocios. La innovación social es una visión a largo plazo que debe ser sostenible, el objetivo es resolver problemas que han estado presentes durante algunos años en la sociedad, la solución además tiene que ser escalable y replicable, cualquier solución que se proponga tiene que ser imitada por los demás en cualquier otra parte del mundo, y esto se puede conseguir gracias a la globalización y la comunicación inmediata. En este orden de ideas, debe considerarse los resultados a largo plazo, la minimización del impacto de las operaciones y los productos de la empresa, incluso, la compensación de los daños ocasionados en el pasado y el fomento del bienestar de los grupos de interés, como mínimo, afectados en el ámbito en el que actúa.

Algunos problemas son más sencillos y rápidos de resolver, sin embargo los problemas sociales son complejos y deben ser resueltos de una forma muy acertada y concreta, si es enfocado en un grupo social determinado, se debe actuar de manera efectiva.

Para crear un proyecto eficiente se necesita tener un valor social, anteriormente se han puesto

en manifiesto las diferencias teóricas entre emprendimiento social e innovación social, desde un punto de vista de la practicidad de los argumentos teóricos se considera que habría que referirse a innovaciones híbridas que no solamente se enfoquen o en lo social o en lo comercial, sino que se complementan para crear un nuevo tipo de organización híbrida tal y como lo indican (Pache & Santos, 2013).

Este tipo de organizaciones genera tanto innovaciones sociales como técnicas, y persigue objetivos similares a organizaciones sociales, pero sin descuidar lo comercial. Estas organizaciones van más allá de las empresas que invierten recursos en Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Las organizaciones híbridas incluyen estos tipos de innovaciones y de objetivos como parte de sus estrategias de negocios. También es importante revisar la innovación tecnológica, en su sentido más amplio, incluye cambios e innovaciones sociales, e incluso, según Alburquerque (2019), en muchas ocasiones, la competitividad no se logra por la adquisición de nuevas máquinas o tecnologías, sino por los cambios sociales y culturales que se producen en la organización. La idea de empresa debe entenderse como esencialmente ligada a la emergencia de lo nuevo. La innovación más característica de las corporaciones empresariales no se refiere tanto a la técnica, sino al comportamiento humano.

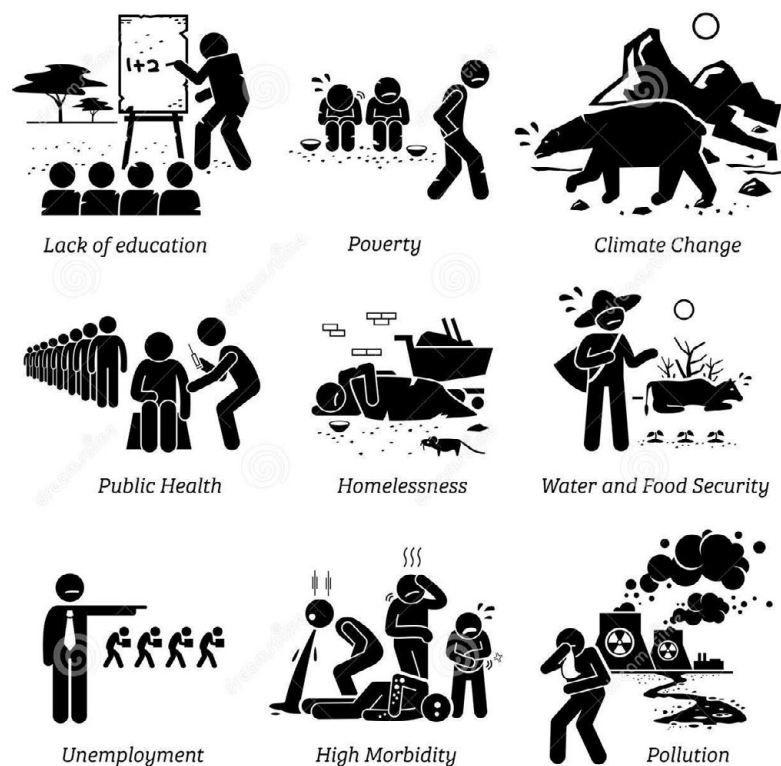


Figura 4. Problemas sociales 2 (Dreamstime, s.f.).

En esencia, la innovación no puede considerarse exclusivamente un mecanismo económico o un proceso técnico, pues antes es un fenómeno social a través del cual se expresan las necesidades, la creatividad, la historia, la cultura, la educación, la organización política institucional y económica de una sociedad. En otras palabras, las deficiencias de su entorno en relación a aspectos como pobreza, infraestructura, salud, educación, vialidad y seguridad, entre otros, puede a la larga

ver afectada su sostenibilidad y rentabilidad en el tiempo.

En los últimos años, tanto el emprendimiento como la innovación social han aumentado notablemente, como lo prueban algunos trabajos en el ámbito académico (Dacin, et al., 2011). Se ha vuelto muy importante para el desarrollo económico y social, ya que es un campo muy amplio para explorar, actualmente se considera que el desarrollo económico y el bienestar de la sociedad pasan por la consolidación de organizaciones híbridas que combinan indistintamente prácticas sociales y comerciales (Paché & Santos 2013).

1.1.2 Los problemas sociales

Los problemas sociales son aquellos que aquejan a determinados sectores de la población, son condiciones objetivas y subjetivas en la sociedad, las causas de estos problemas pueden ser tanto en el ámbito económico, político, medioambiental, etc.

Los problemas sociales suelen tener algunas consecuencias tanto en lo local, como en lo global; para saber desde dónde vienen estos problemas debemos trasladarnos al principio de la humanidad, sin embargo, en la contemporaneidad han pasado a ser una preocupación recurrente de gobiernos, ONG internacionales, o de organizaciones multilaterales como la ONU o UNICEF, etc.



Figura 5. Problemas sociales 3 (Medicoplus., s.f.).

Con frecuencia, el razonamiento explícito o implícito que se despliega frente a los problemas sociales por parte de sectores influyentes gira alrededor de la necesidad de una cierta “paciencia histórica”. Se trata de etapas que deben sucederse las unas de las otras. Lo social debe esperar y se necesita entender el proceso y guardar paciencia mientras las etapas se suceden.

Analícemos, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), una buena parte del peso de la pobreza recae en América con el 58% de los niños menores de 5 años de la región son pobres, lo mismo sucedía con el 57% de los niños

de 6 a 12 años, y con el 47% de los adolescentes de 13 a 19 años. Siendo en su conjunto los menores de 20 años, el 44% de la población de la región, representaban en cambio el 54% de todos los pobres. En América Latina, la mayoría de los niños son pobres, sobre estos datos operan varios factores que son generadores, entre otros aspectos, de lo que se denomina “un alto riesgo alimentario”, insuficiencias en lo más elemental y la imposibilidad de que puedan alimentarse normalmente.

Además, transmite la visión de que se estaría avanzando si el producto bruto per cápita sube, y que las miradas deben estar puestas en el mismo.

No sólo el crecimiento basta, es necesario; pero no alcanza, sino que corresponde iniciar una discusión mayor. La sugerencia es que los parámetros definitivos debemos encontrarlos en lo que sucede con la gente. Existen personas que no simplemente piensan en crecer económicamente, sino que ayudan a los demás y la mayoría de las veces, lo hacen anónimamente. Todas estas organizaciones tienen un gran peso y una fuerte participación en la acción social en el mundo desarrollado. Movilizan miles y miles de personas que dedican anónimamente considerables horas a llevar adelante sus programas.

Causas de los problemas sociales

Pueden existir varias causas de los problemas sociales, depende de la naturaleza del problema; por ejemplo: la desigualdad económica y de oportunidades, esto suele ser la consecuencia de la construcción histórica de una sociedad de gente muy rica o muy pobre. Las desigualdades económicas también son el resultado de dinámicas políticas que tienen efectos muy graves sobre la economía de una población, en los cuales sólo las personas que tienen más dinero pueden sobrevivir. Esto ha llevado a muchas personas a la depresión, a realizar cosas extremas como el suicidio, actividades ilícitas, incluso hasta el asesinato por un poco de dinero y poder salir adelante.

Existen problemas sociales muy comunes como:

- **Hambre.** Grandes sectores de la población mundial viven en situaciones de marginalidad y abandono tan extremos, que no tienen alimentación.
- **Inseguridad.** Las poblaciones con grandes márgenes de actividad delictiva suelen ser las mismas que están sometidas a la pobreza

y a una vida sin perspectivas futuras, presa fácil para actividades ilegales: robo, narcotráfico, prostitución, etc.

- **Discriminación.** Ya sea por raza, sexo, religión, nacionalidad u orientación sexual, se basa en la segregación de una población no deseada; o sea, en no dar a todas las personas las mismas oportunidades, por razones de prejuicio.
- **Pobreza.** Es el más grande de los problemas económicos y sociales; y el que más problemas sociales engendra a su vez. No tiene que ver simplemente con la falta de dinero, sino con la total exclusión del sistema productivo. Se estima que casi la mitad de la población mundial vive en algún margen de pobreza y que 400 millones de niños viven en pobreza extrema.
- **Desigualdad.** La convivencia en una sociedad de clases sociales enormemente separadas, es decir, de pobres muy pobres y ricos muy ricos, con pocas oportunidades de movilidad de clase (Etecé, 2021).

La vulnerabilidad está en todos y cada uno de nosotros, como también lo están otras características propias del ser humano, como la consciencia y la capacidad de amar, la empatía y la voluntad de supervivencia. Así pues todo ser humano es vulnerable, porque tal característica es intrínseca a la natu-





Figura 6. Problemas sociales 4 (Medicoplus., s.f.).

raleza mortal, si bien la vulnerabilidad no tiene por qué abordarse en negativo, puesto que la misma nos habla de nuestra capacidad para reaccionar, resistir y recuperarse de una herida, de una lesión física o moral. Esa disminución de capacidades, esa vulnerabilidad va asociada a una condición determinada que permite identificar al individuo como integrante de un determinado colectivo que, como regla general, está en condiciones de clara desigualdad material con respecto al colectivo mayoritario. Hemos identificado, por tanto, cinco grupos vulnerables cuyo estudio nos ha parecido particularmente relevante (Rodríguez, 2001).

Por problemas de vulnerabilidad estamos haciendo referencia a aquellas situaciones de riesgo potencial al que pueden verse expuestos diversos incumbentes de roles críticos, que, por razones de cambios en el -ciclo vital o de cambios tecnológicos de la naturaleza del proceso de trabajo, o de cambios recurrentes en los ciclos de la naturaleza, pueden cambiar sus condiciones de vida, convirtiéndolas en más desfavorables. Los cambios tecnológicos pueden ser generadores de problemas típicos del desempleo tecnológico, ciertos roles ocupacionales están más asociados a serios accidentes de trabajo o de precariedad en materia de higiene laboral (Suárez, s.f.).

Los problemas sociales se presentan tanto en un grupo de personas como en personas individuales, en este caso los grupos vulnerables de personas con capacidades diferentes que tienen pocos recursos y como es de saber común los individuos con esas enfermedades necesitan bastantes recursos; por lo tanto, dinero diariamente para poder solventar los gastos necesarios. La innovación y los sistemas que la enmarcan han sido fuente generadora de progreso para los países y no son pocas las iniciativas que propicien su desarrollo. No obstante, aun cuando se han logrado innegables avances producto de la innovación, siguen existiendo necesidades sociales y medioambientales pendientes de satisfacer. Así emerge el interés social a través de la innovación, el cual deja entrever la consideración de elementos adicionales a los considerados tradicionalmente. En sintonía con esta idea, los organismos internacionales prevén lineamientos que contribuyan al fomento de la innovación.

Los programas sociales, requieren pasar de un estado de determinado grado de vulnerabilidad, carencialidad, marginalidad, o discapacidad a otro más satisfactorio en determinado tiempo y lugar (León, Baptista, Contreras, 2012).

Para concluir, la innovación social según Deiglmeier y Miller (2008), la definen como una solución novedosa a un problema social que es más eficaz, eficiente, sostenible, o que simplemente supera las soluciones existentes y para la cual el valor creado beneficia principalmente a la sociedad en su conjunto en lugar de los particulares (Murrey, et.al, 2010). En definitiva, son nuevos caminos para una sociedad que necesita tener la fuerza para seguir adelante. Es por esto que la innovación social debería vincularse con el diseño, creando así valor para la sociedad.

1.2 El diseño

El diseño es un campo del que se puede tratar y hablar ampliamente, pues se aplica en muchas áreas del conocimiento; por este se entiende a la planeación previa a la ejecución de un proyecto, a la preparación creativa que tiene como objetivo la solución de un problema, principalmente en áreas específicas como: la moda, la arquitectura, la ingeniería, entre otros.

Para ampliar el concepto de diseño, se puede decir que este es la imaginación creativa de un "algo", en el cual se plantea un aspecto, una función, una forma y aquí entra la labor del diseñador; la cual es crear el objeto o producto que puede ser a nivel gráfico, en el área de los textiles o en cualquier otro campo. El diseño como disciplina juega un rol importante en todos los contextos, pues todo el mundo material de la contemporaneidad parece estar diseñado.



Figura 7. El diseño 1 (Asana, 2021).



Un diseñador es una persona que estudia y practica su creatividad y habilidades para poder realizar creaciones de manera que ofrezcan soluciones, pero también consta de distintas etapas que son: Observación y análisis, ya que la necesidad del diseño surge del día a día del ser humano; principalmente está la planificación y proyección, el cual propone un modo de solucionar la necesidad detectada y la construcción y ejecución que tiene como resultado llevar a la realidad lo proyectado y sometiendo a la prueba de su funcionamiento.

Wucius Wong (1977) en su libro "Fundamentos del diseño bi y tridimensional" menciona que existen cuatro elementos del diseño para una mejor comprensión, en estos se encuentran: elementos conceptuales, elementos visuales, elementos de relación y elementos prácticos. Un elemento conceptual es: un punto, este indica posición y que no tiene largo, ni ancho y tampoco ocupa una zona en el espacio, otro elemento conceptual es la línea, cuando un punto se mueve y tiene recorrido, se transforma en una línea; también existe el elemento plano, el recorrido de una línea se convierte en un plano y por último se encuentra el volumen, pues este es el recorrido de un plano en movimiento; dentro de los elementos visuales existen cuatro: textura, forma, color y medida; en los elementos de relación se encuentra: gravedad, posición, espacio y dirección; y por último están los elementos prácticos, en este

consta la representación, esta es cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza o del mundo hecho por el ser humano, la representación puede ser realista, también se encuentra el significado, en esta se hace presente cuando el diseño emite un mensaje a los que ven; por otro lado está la función, que se evidencia cuando un diseño transporta un mensaje y por último está la función, esta es cuando un diseño debe cumplir cierto propósito.

Wucius Wong (1988), en su libro "Principios de diseño en color", menciona que: el diseño se toma como la expresión visual de una idea y esta es transmitida en forma de composición. Las formas engloban la composición en la que se traduce un esquema de color.

Muchas veces, los elementos que se incluyen dentro del diseño pueden ser tanto visibles como imaginarios, ya que estos son importantes para el proceso creativo que se utilizará dentro de su planificación (Flores, 2018).

Dentro del proceso de diseño, se deben seguir ciertos parámetros para un mejor resultado. Principalmente es importante definir cuál es el problema, ya que este ayudará a establecer hacia dónde debe apuntar el diseñador. Posterior a la identificación, se plantean soluciones que puedan ser válidas al momento de abordar. La recopilación de datos es esencial para empezar a construir las soluciones, ya que la información investigada ayudará a facilitar el proceso. Las experimentaciones servirán para unir datos útiles que podrán crear y diseñar el modelo de demostración, pues después pasará por un proceso de verificación para asegurar su validez.



Frias (s.f), señala que el diseño es un proceso que comienza con una idea descrita en un listado de requerimientos y termina con un producto o material visual. Explica que todas las actividades de diseño incluyen la visualización creativa de conceptos, planes e ideas así como la producción de bocetos, modelos o representaciones de esas ideas, dirigidas a la creación de algo que no existía antes ó, que no existía en esa forma.



Figura 8. El diseño 2 (Cria fama, s.f.).

Existen varias áreas del diseño que se pueden mencionar, como: el diseño gráfico, pues la palabra “gráfico” relaciona a diseño con la producción de objetos visuales que tienen como objetivo transmitir un mensaje. En pocas palabras, el diseño gráfico es toda acción de programar, crear, proyectar y generar comunicaciones visuales, elaborada por medios

industriales (Bustos, 2012). En diseño de interiores, el profesional se dedica específicamente al diseño, planeación básica y funcional de los espacios, haciendo énfasis en las escalas, proporción, iluminación, entre otros.

El diseño textil e indumentaria es una área que se dedica a la confección y elaboración de productos textiles como hilos y tejidos, como también a la producción de prendas que satisfacen a las necesidades humanas. En diseño de productos u objetos, se aplican principios científicos, tecnológicos, estéticos con el fin de cumplir con las necesidades pedidas del mercado para así generar nuevos productos; aquí es importante la creatividad, el ingenio y el diseño, ya que es un constante proceso de innovación.

Wong (1991) menciona que para el diseño, la creación visual es de los elementos fundamentales dentro del campo, ya que este debe cumplir con un propósito, como lo es las exigencias que demanda el público objetivo.

1.2.1 El diseño de indumentaria

Para comprender mejor el diseño de indumentaria es necesario conocer un poco de su historia, ya que la moda es un reflejo cambiante de nuestra forma de ser y de los tiempos en que vivimos. En un sentido más restringido, engloba el arte e industria



de la vestimenta, de la confección de prendas de vestir y sus diversos accesorios y complementos. En el neolítico, el hombre ya sabía hilar y tejer, pero la ropa que usaba aún no se adaptaba al cuerpo, aunque algunas ya tenían dibujos ornamentales.



Figura 9. Diseño de indumentaria 1 (Freepik, 2022).

El concepto de moda tal y como se entiende actualmente, surgió desde el renacimiento. Según la historia de la vestimenta, las primeras civilizaciones que se desarrollaron anteriormente al surgimiento de la moda occidental tales como Persia, Egipto, Grecia y/o Caldea tuvieron modos de vestir relativamen-

te estables (Lipovetsky, 1994). Si bien existieron cambios, éstos no fueron significativos para el desarrollo de una moda propiamente dicha porque no existían cambios estéticos periódicos y regulares.

El diseño de indumentaria tiene como objetivo la creación y confección de vestimenta y accesorios textiles. La producción de indumentaria es un ciclo que nunca para, ya que la demanda de este mercado es diaria. Las creaciones de los diseñadores siempre deben estar sujetas a encontrar el equilibrio entre lo estético y lo funcional.



Figura 10. Diseño de indumentaria 2 (Piazza, 2022).

Existe una serie de normas o etapas por las que debe pasar un diseñador de indumentaria para poder definir o mejorar el producto final; primero, para crear se debe encontrar la respuesta a un problema evidente; para así, obtener el producto deseado usando el conocimiento y los métodos de

investigación. Una vez analizado el problema y cómo se solucionará, se diseña y por último se confecciona el producto final. La creatividad y la innovación son importantes al momento de crear indumentaria para garantizar buenos resultados al momento de lanzarla al mercado.

Un gran diseñador se define como el fruto de un largo camino de estudios, investigación, prácticas y pasión. Para la producción de indumentaria y nuevas colecciones, el diseñador pone en juego todos sus conocimientos para elegir correctamente lo que se necesita. El diseño de indumentaria muchas veces es el producto de una inspiración generada a partir de la recopilación de imágenes, materiales, insumos que ayudan a crear nuevas ideas; como también,

una colección o prenda puede estar inspirada en el estilo del autor.

Lando (2009) describe a la moda como “un concepto aplicable a diferentes fenómenos de la actividad humana, que reflejan cambios constantes en cuanto a criterio”. Y también como “el arte de manejar la imagen de la persona” (p. 62).

El diseño de indumentaria es un arte que se guía por varias etapas, como sus elementos, principios y fundamentos, para así poder crear prendas y accesorios. La cultura, la economía y la sociedad son un factor importante, ya que la indumentaria se ve influenciada gracias a estos, y pueden ser eternos o temporales. Seguir las tendencias es una realidad



Figura 11. Diseño de indumentaria 3 (Noticiasdel6, 2022).



que deben seguir los diseñadores, ya que el mercado, los consumidores se han acostumbrado a los cambios por temporadas; pues ahí es cuando entra el diseño de indumentaria para mantenerse al día y para tener la habilidad de pronosticar lo que estará de moda en un próximo tiempo.

Saltzman (2009) menciona que lo cierto es que el diseño empieza y termina en el cuerpo. El cuerpo es su punto de partida y es su punto culminante, ya que es precisamente en el cuerpo del usuario donde el diseño existe como tal y cobra vida. Desde este punto de vista, si bien la forma que se proyecta en el diseño de indumentaria es la del vestido, a través de ella lo que se rediseña o modela es el cuerpo mismo. Así, mediante el vestido se crea o recrea un cuerpo apto para desempeñar distintas acciones que exigen un cierto tipo de movilidad, requieren una mayor protección o exposición, implican una gestualidad para agradar o desagradar; seducir o imponer atención y para adaptarse u oponerse a las convenciones que lo definen culturalmente (p. 23).

Dentro del diseño de indumentaria existe la Alta costura, Pret a porter y Fast Fashion, pues cada uno tiene su público y características particulares que las diferencian. La alta costura son prendas confeccionadas a la medida, empleando materiales y tejidos de buena calidad; la producción de la pre-

da debe ser perfecta y gran parte de esta lleva detalles hechos a mano. El pret a porter es indumentaria lista para llevar, lo que quiere decir que son prendas en serie. El Fast fashion es ropa que se basa en las tendencias de lujo pero a precios que pueda acceder la sociedad; sin embargo, estas prendas poseen menor calidad.

El diseño de indumentaria se refiere a la creación y confección de prendas de vestir, pues esta también tiene una serie de clasificaciones como universos del vestir que las distinguen unas de otras, como: diseño de ropa femenina, diseño de ropa masculina, diseño de ropa infantil, diseño de lencería, diseño de vestidos de novia, sastrería, entre otros.

La indumentaria y su diseño, es el arte que ayuda a las personas a mostrar su imagen. La ropa crea cierta magia en cada persona y escenario, pues la apariencia cambia y varía el aspecto dependiendo de las actividades (Lando, 2009).

Para Sandra Henao (2007), la indumentaria, que en sus remotos inicios buscó cubrir el cuerpo de las inclemencias del entorno, en la actualidad no cumple solamente esa función primaria, sino que se ha convertido con el paso de las diferentes épocas históricas en un signo diferenciador y comunicador social porque se ha codificado y convencionalizado dentro de un entorno. De esta manera, se puede decir del sujeto que éste porta en dicho signo lo que es y lo que no es: clase social, cultural, perfil profesional, preferencias musicales, etc.



1.2.2 El diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca

No se puede decir que la indumentaria se incorporó últimamente en ninguna parte del mundo, pues ha existido desde los homínidos; cuando crearon los "taparrabos" ya era indumentaria. En Cuenca, se ubica la Casa Museo Remigio Crespo Toral en donde se encuentra la indumentaria que los ciudadanos ocupaban durante el siglo XX, en este museo se hace una investigación sobre las prendas de vestir de 1900: sus diseños, accesorios, técnicas de confección y demás.

Alrededor de 200 prendas fueron analizadas por expertos, una de las más interesantes fue un vestido de novia de 1957, su dueña fue la señora Aida Vintimilla. Se conoce que su costurera fue Tula Cordero de Cueva, ambas eran cuencanas. Lo que revela entre otras cosas, es que en esta ciudad se confeccionaba ropa de alta costura ya en esos años (El Mercurio, 2018).



Figura 12. Museo Remigio Crespo Toral (Clave, 2018).



En la ciudad de Cuenca, la indumentaria ha existido durante algunos siglos como en todo el mundo; sin embargo podemos destacar que el estudio profesional universitario del diseño, moda e indumentaria en la ciudad de Cuenca inició en el año 2001 con la idea de la diseñadora Genoveva Malo y la arquitecta Julia Tamayo, creando la carrera de “Diseño de Textil y Moda” en la Universidad del Azuay.

Actualmente en esta se conoce a la carrera como “Diseño Textil e Indumentaria”. Al terminar los estudios universitarios, los estudiantes se gradúan con el título profesional de *Licenciado/a en Diseño Textil e Indumentaria*. En su malla curricular se ofrecen varias materias, las más destacadas son: Taller de creación y proyectos, Moldería, Prácticas Pre profesionales, Expresión y representación gráfica, Historia del textil y la indumentaria, entre otras. En la actualidad, algunas personas que provienen de otras ciudades también prefieren la Universidad del Azuay para completar sus estudios, ya que se percataron de algunos diseñadores/ras que sobresalen no sólo a nivel local, sino también global.

La Escuela de Diseño Textil e Indumentaria, desde la primera promoción de graduados en el año 2005 hasta el año 2018, cuenta con 278 graduados, quienes trabajan en empresas familiares, en fábricas de la industria textil, en maquiladoras, en empre-

sas medianas del sector de la confección y en emprendimientos propios sobre las diferentes líneas que integran el universo del vestuario, tales como: la línea de gala y fiesta, línea casual y deportiva, prendas en la línea urbana, líneas de ropa masculina, línea infantil, lencería femenina y lencería de hogar (Zeas, S, 2019, p. 14).

Cuenca se reconoce como cuna de grandes artistas: poetas, cantantes, dibujantes, entre otros; ahora también por diseñadores textiles muy destacados a nivel nacional y global, como la diseñadora Alexandra Polo, diseñadora de modas que apenas con dos años en el mercado demostró su talento en la creciente industria textil ecuatoriana. Presentando su indumentaria en el New York Fashion Week, propuso prendas en las que conceptualiza la pintura corporal que utilizan los Shuar (El Comercio, 2021).

En la ciudad de Cuenca, en el año 2015, se desarrolló el primer Cuenca Moda, con el apoyo y financiamiento del Ministerio de Industrias y productividad (MIPRO), bajo la gestión de la Asociación de Diseñadores de Textil y Moda (ADTM). La Asociación fue creada en el año 2015 y está conformada por 21 profesionales de la rama del diseño textil e indumentaria. El evento Cuenca Moda fue una plataforma que reunió a diseñadores locales y nacionales, en una pasarela y una rueda de negocios con cadenas comerciales. Cuenca Moda tuvo tres ediciones consecutivas, gracias a ello, los profesionales de la rama empezaron a ganar legitimidad, sus creaciones fueron reconocidas y el valor del diseño se incrementó (Zeas, S, 2019, p. 17).



Figura 13. Centro histórico de Cuenca (thefashionpixel, 2019).

En la ciudad existen cientos de lugares en donde se puede confeccionar indumentaria que cuentan con: costureras, patronistas o diseñadores. Si bien no todas las empresas que se encuentran en Cuenca son de moda rápida, la mayoría vende localmente. Además como punto importante existe la Feria Libre que importa ropa de imitación y lo venden a precios muy bajos, lo que muchas personas prefieren y crean una competencia, si bien no a la moda como tal, pero sí a la indumentaria en Cuenca.

1.3 Innovación social mediante el diseño de indumentaria

Diseñar para la innovación social requiere habilidades específicas, como identificar problemas relevantes en la comunidad o implementar intervenciones etnográficas para comprender mejor las realidades de aquellos con quienes se trabaja.

Un punto importante y esencial para realizar investigación en el campo de la innovación social es que los procesos de innovación comercial han sido objeto de una considerable investigación; y el campo de innovación social ha recibido muy poca atención (Mulgan, 2010). Además, se puede decir que existen varias estrategias para apoyar la innovación en los negocios y la tecnología, sin embargo, estrategias similares para entender y apoyar la innovación social son escasas (Ib.).

Lo anterior no es ajeno a la disciplina que nos compete, en donde hay un panorama similar, pues la investigación sobre el diseño de indumentaria orientado al mercado está muy bien desarrollada e implementada (Margolin, 2002).

Mientras que los recursos destinados e inversiones monetarias en temas de innovación social no reciben la misma atención. Este escenario indica que hay una desigualdad en relación a cómo se desarrolla la investigación y también respecto a las personas que reciben los beneficios potenciales del trabajo realizado por diseñadores/as (Smith, et.al,



2007). Es importante puntualizar que una alternativa para disminuir esta desigualdad es realizar investigación orientada al diseño de indumentaria para la innovación social y atraer las miradas de inversionistas, gobierno, academia y diseñadores.

Se pueden pensar y plantear varias soluciones que engloban la “innovación social”, se plantean situaciones sobre crear alternativas que están basadas en el crecimiento humano; también, presentar una nueva ayuda para los diseñadores/as de indumentaria para que mediante su disciplina, puedan aportar a generar soluciones a conflictos de carácter social.



Figura 14. Innovación social en Europa (lévozdebovia, 2020).

En proyectos de innovación social es decisivo conocer mejor a la población que se beneficiará de la solución potencial, no sólo en cuestión de sus características, sino también como fuente de innovación; y en particular de innovación social, precisamente porque inspiran el proceso de diseño y también son los primeros en utilizar las soluciones en su vida cotidiana (Echeverría, 2008).

Las necesidades de las personas han sido frecuentemente desatendidas por los diseñadores/as y una alternativa para que dicha satisfacción no quede solo en el discurso, es el diseño para la innovación social.

El diseño de indumentaria se conoce como uno de los sectores o industrias más amplias del mundo, lo cual le hace un generador de trabajos e ingresos potenciales, ya que la indumentaria o cualquier objeto que contenga textil, viene ya de esta gran industria. Una vez conocido este gran sector, este se puede aplicar a favor de la innovación social, crear nuevas ideas para los consumidores y poder satisfacerlos de las necesidades que tiene cada uno de ellos. El mundo del diseño no tiene límites, pues el único límite es la imaginación.

Para los diseñadores de indumentaria, hay casos en los que el acto de diseñar debe estar integrado a cierta “responsabilidad social”, esta es

una perspectiva del diseño basado en las personas, diseñar para el cambio social, el que pone en exhibición el trabajo con y para las personas. Se trata de una visión alternativa a la del diseño, cuyos intereses se dirigen puramente al negocio y los mercados. Ante los nuevos desafíos a los que se enfrenta la sociedad se requieren nuevos y profundos cambios sociales. Y es aquí donde entran en juego las innovaciones sociales y en este caso, junto al diseño de indumentaria (Mulgan, 2010).

Kreutzfeld (2016), menciona que se puede tomar en cuenta varios puntos de consideración para la partida de la construcción de la innovación social mediante el diseño de indumentaria, se iniciaría entonces con la reducción de costos, ya que existen máquinas nuevas y actualizadas que permiten utilizar la cantidad exacta de materia prima y que evitan errores en la producción; como segundo punto, la ganancia productiva, con el uso de nuevas máquinas y nuevos sistemas, se garantiza la productividad de la confección de indumentaria y de igual manera, la calidad de las mismas. Finalmente como último punto se encuentra la adaptación a los cambios de los hábitos de consumo, el cual se trata de que hoy en día es perceptible la demanda constante de vestuarios, lo principal es atender la demanda y exigencias de los consumidores muy aparte de que siempre se debe actualizar con las nuevas tendencias para así no perder el mercado, una vez evaluado todo



Figura 15. Moda sostenible (micolet, 2021).

esto, se procede a nuevas creaciones innovadora del sector de la indumentaria para así poder aportar a la innovación social.

El ejemplo más notorio dentro de la innovación social mediante la indumentaria es la “moda sostenible”, un mercado en donde los diseñadores independientes pueden sobresalir con prendas hechas a medida, ésto cambió la perspectiva de la industria de la moda. Esto pretende contribuir al comercio justo en donde la paga sea razonable, para así poder contribuir a un mundo más equitativo, que promueve el desarrollo personal de trabajadores en lugar de alentar a grandes industrias. Se conoce y se evidencia la gran cantidad de contaminación que genera el sector textil y de indumentaria. Esta industria produce miles de textiles y prendas diariamente, con la gran cantidad de demanda que existe, se ha llegado a lo que se conoce hoy en día como el “fast-fashion”; es decir, prendas de vestir que se



producen de forma acelerada y a bajo costo, lo que provoca la baja calidad de las prendas, lo que da como resultado que se desechen con mayor frecuencia y se siga contaminando el planeta; tomando en consideración lo anterior algunos diseñadores crean la moda ecológica, la moda sostenible como arranque para una innovación social dentro del diseño de indumentaria, con la creación de prendas o textiles que faciliten el reciclado y a su vez generar un impacto social, para que se pueda poner en consideración el valor que tiene una prenda frente a la contaminación que se evidencia hoy en día.

1.3.1 El desaprovechamiento del diseño de indumentaria como factor de innovación social

Cuando se piensa en diseño, usualmente se puede crear una imagen mental sobre los productos de industrias para ser vendidos, fabricados y dirigidos a un mercado desmesurado. Sin embargo muchos diseñadores han aprendido y valorado que es necesario tomar en cuenta el cómo ser responsables socialmente dentro de la práctica del diseño; es decir, un diseño consciente orientado hacia un público objetivo.

El campo del diseño de indumentaria es una de las industrias más grandes del mundo, el cual aporta mucho en la generación de empleo. Hoy en día es evidente como el diseño textil y de indumentaria ha afectado velozmente al planeta, ya que es la segun-

da industria más contaminante gracias a sus residuos y químicos que están presentes en los procesos de cada textil, pero este puede ser un punto importante a tomar en cuenta para generar una innovación social, partiendo de esto se pueden plantear varias ideas o estrategias que ayuden y concienticen a la población consumidora de estos productos.

Desde el ámbito del diseño de indumentaria se puede innovar socialmente desde muchos puntos de vista, lo que en esta ocasión queremos lograr es crear valor para la sociedad, mediante un emprendimiento de indumentaria, que se basa en diseñar inspirado en la identidad de personas con capacidades diferentes, en esta ocasión los integrantes de la Fundación HOPE, demostrar que el diseño de indumentaria no es solamente el hecho de vestir con lo último en la moda, sino que cada prenda pueda tener una historia, un significado y una inspiración, apoyando al diseño de prendas confeccionadas a la medida e innovar desde el lado humano de cada persona.

El diseño de indumentaria no se está aprovechando en un 100%, ya que se puede aportar a la sociedad, pero por lo general no se escucha que la indumentaria pueda estar dirigida a un sector con necesidades o que aporte como labor social; la creación de un emprendimiento de indumentaria, no se debe ver sólo como un generador de ingresos; si no, como un generador de nuevas oportunidades, nuevos trabajos a personas y familias que lo necesitan; un emprendimiento de indumentaria involucra convertir varias ideas y opiniones en una innovación triunfante utilizando visión, la creatividad, riesgos, firmeza, perseverancia y haciendo frente a posibles fracasos en un entorno social que no tiene suficiente apoyo.



Figura 16. Slow Fashion (qjarg, 2021).

1.3.2 Casos de innovación social a través del diseño

Previamente se habló de lo que se trata la innovación social, ahora la veremos implicada en el diseño, para esto primero se debe entender al diseño como tal. El diseño es un proceso de creación con un propósito, por lo tanto el diseñador es una persona que solventa necesidades, este debe encontrar soluciones apropiadas como lo necesitan los usuarios.

Diseño social es un término vivo, en evolución. Existe un artículo especialmente enfocado en el diseño para todos, se trata de un proyecto en conjunto con personas con discapacidad, el poder diseñar para todas las personas sin importar la capacidad motriz, mental o aspectos físicos. Como es de saber común, las personas con discapacidad son discriminadas muy a menudo, sin embargo, en la última década se viene desarrollando una visión y aceptación más amplia y universalista de las exigencias de accesibilidad, con el objetivo de suprimir los obstáculos y barreras del tipo que sean. La aspiración hacia una mayor accesibilidad ha llevado a consolidar la idea de *diseño para todos* o *diseño universal*.



Figura 17. Diseño universal (tec.ac.cr, 2020).

El diseño para todos aspira a tener en cuenta, en la propia fase de diseño, los requisitos de accesibilidad derivados de los distintos tipos y grados de capacidad funcional de las personas. Por ejemplo, para una persona con discapacidad intelectual debería incorporar pictogramas de fácil comprensión; para alguien con deficiencia auditiva sería necesaria la presencia de señalización luminosa, información en lengua de signos, etc. Si todos estos elementos de diseño se hallaren presentes, se podría decir que este ascensor sería accesible para el conjunto de usuarios considerados. Con mucha frecuencia, al diseñar metodologías, técnicas e instrumentos para la investigación social se concibe como su destinataria final a una persona promedio portadora de unas capacidades funcionales estándar. Sin embargo, esta persona promedio no existe, sino que es una ficción estadística surgida del cálculo sobre muchas personas no estándar (Toboso, s.f.).



Dentro de la innovación se puede hablar sobre cómo aprovechar la fusión del diseño de indumentaria con la tecnología; por ejemplo, en Argentina se ha desarrollado un dispositivo en la indumentaria que permite detectar caídas en personas mayores a larga distancia, implemento que busca ayudar tecnológicamente en términos de cuidado de la salud corporal. De este modo, el cuerpo se vuelve no sólo soporte de la vestimenta, sino de los dispositivos móviles de una manera más mimética. También es posible afirmar que este tipo de prendas anticipan un cambio en la gestualidad del usuario, una innovación en los movimientos del mismo y por ende en la comunicación no verbal.

En otro caso emblemático, los zapatos de Nike que se ajustan solas sin intervención del usuario, ya fueron presentados durante 2017 por la marca. Es decir, la búsqueda de objetos que actúan sin el usuario, actúa por su cuenta, de modo independiente. Este concepto es una idea de profundo impacto que demuestra el lazo indisoluble entre los discursos del diseño y la cultura. Los modos en que se esbozan los imaginarios del futuro están en diálogo permanente con las imágenes que construyen los discursos actuales del diseño (Fiorini, 2020).

Los diseñadores de moda son profesionales claves que podrían desarrollar nuevas maneras de crear prendas de vestir cómodas y útiles con materiales que impacten positivamente en la conservación del medio ambiente. Es por esto que la carrera de diseño de moda se ha convertido en una opción de profesión para los jóvenes de hoy: su trabajo es esencial en muchos aspectos y tiene un impacto real en la sociedad actual (Mérida, sf).



Figura 18. Diseñador textil (freepik, 2022).



En años recientes, la disciplina del diseño se ha diversificado, dejando atrás la visión limitada a aspectos físicos, en cambio, se han explorado otras posibilidades como la estimulación de comportamientos que promueven la sostenibilidad, emociones y experiencias, así como afrontar desafíos complejos como los sociales (Murrey et al, 2010). Mostrar los diferentes enfoques ayudaría a construir una cultura más amplia del diseño y sería una oportunidad para presentar un panorama general de las diferentes opciones que los estudiantes tienen en la práctica profesional, ampliar los horizontes de profesionistas recién egresados, además podría tener un efecto positivo para consolidar la disciplina. Lo anterior implica grandes desafíos como establecer una definición actual de lo que entendemos por diseño, considerando sus especializaciones, desde el campo arquitectónico, industrial, gráfico, y textil, por mencionar algunas, así como, las habilidades que cada una requiere (Ortiz, 2016).

Es en la implementación de la innovación social en donde los diseñadores actualmente contribuyen, tienen la capacidad de crear soluciones balanceadas entre lo tecnológicamente posible y lo socialmente deseable. Es un activista, al desarrollar con sus propios medios proyectos de innovación social. Además, es un promotor cultural, al alimentar la conversación social con su cultura específica, pasando de criticar el estado de las cosas hacia la

presentación de nuevas ideas y valores, con el fin de hacer que todo el proceso de co-diseño sea más significativo (Manzini, 2015).

Diseñar es una habilidad del ser humano, y solo algunas personas deciden dedicarse profesionalmente a ello. El punto central que se quiere comunicar es que idealmente, las soluciones para afrontar retos sociales no se generan de manera aislada, recurriendo a los dones de especialistas, sino de forma colaborativa, a través del co-diseño o de la democratización de las soluciones (Ortiz, 2016).

Uno de los puntos de mayor coincidencia en relación al diseño para la innovación social es el siguiente: para que una innovación social funcione es fundamental considerar el contexto en el que se insertará. Un gran desafío para la práctica del diseño para la innovación social es comprender el contexto, considerando su complejidad y dinamismo. Como Hutchins lo menciona, el contexto no es un conjunto fijo de las condiciones del entorno, sino un proceso dinámico más amplio del que el conocimiento de un individuo sólo es una parte. En un campo más cercano al diseño Forlizzi indica que contexto se entiende como una serie compleja y dinámica de factores, por ejemplo, sociales, históricos, culturales, e institucionales. En investigación previa hemos abordado el contexto desde dos perspectivas diferentes, una relacionada a la experiencia de usuario y otra ligada



a la innovación social a través del modelo ecológico (Ortíz Nicolás, 2016; Manzini, 2015; Thackara, 2013; Morelli, 2007; Smith 2007; Margolin & Margolin, 2002).

Para poder crear diseños es necesario pasar por un proceso correcto como planear e implementar investigación de campo para entender mejor el contexto y la realidad de las personas que están involucradas en un reto social que es fundamental en este tipo de proyectos. Tradicionalmente los diseñadores/as no han sido entrenados para llevar a cabo proyectos de investigación rigurosa en comparación con otras disciplinas como la sociología, psicología, antropología, por mencionar algunas. Por ejemplo, se ha cuestionado si los especialistas en diseño realmente hacen investigación etnográfica, considerando que un estudio de este tipo requiere meses o años para completarse. Así, los diseñadores interesados en la innovación social tendrían que desarrollar habilidades básicas de investigación para el diseño, lo que implica pensarla, analizarla e implementarla (Taylor et al, 2002).

1.4 Las personas con discapacidad

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la discapacidad se define como: "Toda reducción total o parcial de la capacidad para realizar una actividad compleja o integrada, representada

en tareas, aptitudes y conductas". Esta reducción de la capacidad puede ser considerada como una deficiencia cognitiva, auditiva, visual, de habla y lenguaje, motora y de destreza, o asociada a la edad.

La discapacidad se considera un problema individual o personal, causado por una enfermedad, deficiencia o condición de salud. La realidad biológica es el punto de partida de la deficiencia y la discapacidad, y las limitaciones que éstas provocan en el funcionamiento del individuo se subsanan eliminándolas a través de tratamiento médico curativo, mediante políticas de atención a la salud orientadas a la compensación y adaptación de la persona con discapacidad (Seoane, 2010).



Figura 19. Discapacidades (freepik, 2022).

Los rasgos del modelo médico se reflejan en la Clasificación Internacional de deficiencias, disca-

pacidades y minusvalías. La Organización Mundial de la Salud distingue y relaciona causalmente tres niveles: la deficiencia, caracterizada como toda pérdida o anomalía, permanente o transitoria de una estructura o función psicológica, fisiológica o anatómica; la discapacidad, entendida como toda restricción o ausencia, debida a una deficiencia de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para un ser humano; y la minusvalía, definida como una situación desventajosa para un individuo determinado, consecuencia de una deficiencia o de una discapacidad, que limita o impide el desempeño de un rol que es normal en su caso, en función de la edad, sexo y factores sociales y culturales.

Las personas que presentan capacidades diferentes, sin importar clase social, raza, cultura, edad, género, etc., demandan el derecho a la vida digna y en igualdad de condiciones. En pocas palabras, esto se entendería como, el ser equitativo dentro de los servicios de salud, servicios de educación, servicios recreativos, entre otros.

Para que las personas con discapacidad puedan disfrutar de una vida de calidad, es fundamental ciertas acciones como la promoción de la salud, prevención de la discapacidad, recuperación funcional e inclusión social. La rehabilitación es indispensable en la salud pública y es esencial para lograr equidad, pero también es un derecho fundamental; y por lo tanto, una responsabilidad social (Amate, 2006).

El término discapacidad no se considera como sinónimo de minusvalía o minusválido; este término tiene una connotación sociocultural, en la cual se considera que las personas, por su limitación, son incapaces de valerse por sí mismas.

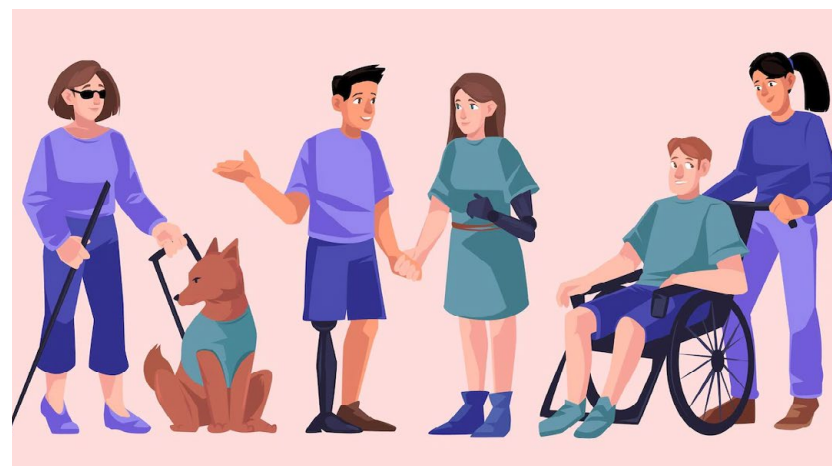


Figura 20. Personas con discapacidad (freepik, 2022).

Hoy en día, las personas con capacidades diferentes aún se ven perjudicadas frente a la falta de atención; ya que este sector desea ser una parte dinámica de la sociedad. La discapacidad sigue siendo un factor determinante de pobreza y exclusión social. Cuando se habla de estos grupos de personas; y más específicamente, personas con discapacidad que viven en el ámbito rural, los índices de pobreza incrementan. Dentro de las situaciones económicas que se vive actualmente, este sector de personas vulnerables, va disminuyendo considerablemente su poder adquisitivo. La falta de accesibilidad puede suponer uno de los principales factores de discriminación social y de frustración para las personas (Sardón, 2015).

En Ecuador existe el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades, al cual pueden acudir las personas que lo necesiten. En la ciudad de Cuenca, existen varios de estos grupos y fundaciones de



personas con capacidades diferentes, en las cuales sus beneficiarios son personas con capacidades diferentes. Podemos encontrar fundaciones como:

- Fundación ALADIS.
- Asociación para el desarrollo integral del niño.
- Instituto psicopedagógico Agustín Cueva Tamariz.
- Instituto Fiscal de Invidentes y Sordos del Azuay.
- Centro de Artes Especiales Fundación Mundo Nuevo.
- Fundación Donum.
- Instituto San Juan de Jerusalén.
- Fundación de Ayuda y Apoyo Integral al Ciego Ecuatoriano.
- Fundación Mensajeros de la Paz.
- Fundación Andres Salcedo.
- Fundación HOPE, entre otros.

1.4.1 La Fundación HOPE

Esta Fundación se creó en el año 2014, nace por los padres de un niño con discapacidad física e intelectual, que hoy en día tiene 8 años, desde ese entonces pensaron en crear una fundación para acoger a personas con múltiples discapacidades, sin distinción de edad, sexo o diagnósticos. *HOPE* pasa de ser un sueño familiar a convertirse en un ideal de algunas madres de familia de niños y jóvenes con capacidades diferentes, quienes después de haber

pasado por varias instituciones tolerando actitudes, inequidades, negligencias, negativas en la atención de sus hijos por el simple hecho de ser niños diferentes, decidieron unirse a este noble propósito, un propósito que se plasmó de manera inherente a los acontecimientos y disposición gubernamentales de la época.

Este proyecto necesitaba un nombre que refleje la pasión, paciencia, alegría, fortaleza, esperanza y amor; entrelazar a los padres e hijos en el sendero de la vida distinto, diferente, desafiante. *HOPE* es el nombre ideal que tiene dos significados; la palabra como tal que significa esperanza, y las siglas significan: hijos originales, padres especiales.



Figura 21. HOPE (Facebook, 2022).

HOPE se crea entonces gracias a la intervención voluntaria de personas con grandes virtudes y valores; así, lo que empezó como un sueño familiar se convirtió en una misión común, constante, honesta, solidaria, fraterna, llena de afectos, sentimientos y emociones; volviéndose realidad en Cuenca el 11 de marzo de 2014, fecha en la cual el Ministerio de Inclusión Económica y Social otorgó la persona jurídica mediante el acuerdo número doce, están ubicados en Monay Baguanchi.



Figura 22. Fundadores de HOPE (Facebook, 2021).

Las personas a cargo de esta Fundación son Marcela Gutiérrez y su esposo Oswaldo Zhimnay quienes fundaron HOPE, ellos tienen un hijo con Parálisis Cerebral Infantil (PCI), esta enfermedad es la más común en los beneficiarios de la Fundación ya que es una dolencia muy difícil de tratar. Actualmente HOPE brinda acogida a 25 personas con discapacidad y a sus familiares, a lo largo de los 8 años de la Fundación han apoyado a más de 100 beneficiarios. Los servicios que se brindan en HOPE son: Fisioterapia, Psicomotricidad, Estimulación Sensoperceptiva, Terapia Ocupacional, Logopedia, Educación Lúdica, Hipoterapia y Terapia de Lenguaje.

La estabilidad económica es un desafío, ya que es una fundación sin fines de lucro y auto sustentable, por lo tanto pone en riesgo su razón de ser y propósito en la ciudad de Cuenca, el cual es asistir a personas con discapacidad y sus familias. Las necesidades básicas para cada una de las personas que se benefician de este lugar, son principalmente medicamentos y pañales tanto para adultos, como para niños.



Figura 23. Madre e hijo de HOPE (Facebook, 2021).



Básicamente esta es una fundación de ayuda social, dedicada a la intervención, y tratamiento de personas con múltiples discapacidades y sus familias, sin fines políticos o personales, se desarrolla en un ambiente cálido y armónico, la atención es personalizada actuando positivamente entre profesionales, madres de familia y pacientes, contribuyendo al bienestar de una sociedad más justa, equitativa, solidaria y proactiva.

1.5 El emprendimiento social

De acuerdo a Drayton (2002), un emprendedor social tiene la misma esencia que un emprendedor del mundo de los negocios, ya que ambos

reconocen cuando una parte de la sociedad está estancada y aportan con nuevas formas de activarla. Ambos visualizan un cambio sistémico identificando los puntos clave que les permitirá empujar a la sociedad en esta nueva tendencia y persistir hasta que logran su objetivo. Drayton afirma que un emprendedor social aparte de tener una poderosa visión, posee cuatro características: creatividad que se manifiesta tanto al establecer los objetivos, como en la solución de los problemas; calidad emprendedora, que según Drayton es la cualidad más importante y la más difícil de definir y se refiere a que un emprendedor no descansará hasta ver que se ha producido el cambio en la sociedad; las otras dos características son la capacidad de extender el impacto de sus acciones y la fibra ética del emprendedor social.



Figura 24. Emprendimiento social (revistafusionempresarial, 2019).



Los casos de emprendimiento social son pocos en relación a lo que la sociedad requiere en verdad, entre estos tenemos a la Clínica Mae Tao, la cual es una organización humanitaria con sede en la ciudad tailandesa de Mae Sot, a pocos kilómetros de la frontera entre Tailandia y Birmania. En esta se diseñó una nueva instalación de bajo presupuesto con 2 aulas para 40 alumnos cada una, incluyendo un nuevo sistema de drenaje de aguas pluviales. Las ventanas y puertas, también se construyeron de madera reutilizada, pintadas después de verde y azul para el aula y ocre para el edificio de oficinas (Zatarain, 2017).

El concepto de emprendimiento social también se centra en empresas con un claro objetivo social. La actividad emprendedora se refiere a la creación de un tipo de entidad que se ocupa primero de la misión social y después de las ganancias; como nos dice Vélez (2019) es una compañía de responsabilidad limitada de bajas ganancias y se conoce por las siglas L3C (en inglés, *low-profit limited liability company*). Como empresas, las entidades L3C pagan impuestos sobre sus ganancias y no reciben aportaciones tradicionales de fundaciones o donaciones deducibles de los impuestos de particulares como las organizaciones benéficas públicas (Candid, s.f).

Según De la Rosa (2015) globalmente se puede hablar de emprendimiento social a los negocios sin ánimo de lucro, este surge de diversas iniciativas en todo el mundo como respuesta a las necesidades del bienestar social. Hoy en día sigue siendo un sector poco conocido, pero su importancia ha ido aumentando, gracias a los emprendedores que han visto una oportunidad de un negocio autosuficiente. A nivel global existe un cambio brusco en el que las organizaciones dirigen las estrategias de negocio, por lo que algunos clientes exigen un comportamiento ético por parte de las empresas, mediante políticas de responsabilidad social operando así, las famosas "fundaciones" (p. 23).

1.5.1 El plan de negocios y de reinversión para un emprendimiento social

Para empezar el proceso de plantear un plan de negocios, se necesita identificar el tipo de empresa o emprendimiento que se va a realizar. Dentro de un emprendimiento con fin social, se crean objetivos sin fines lucrativos y con procesos innovadores para captar la atención del público objetivo.

Dentro del sector sin ánimo de lucro, se catalogan emprendimientos o empresas cuyo beneficio es hacia ciertas poblaciones y estos reciben su financiación mediante donaciones de personas que desean ayudar o mediante la venta de productos o servicios que generen ganancia y se logre hacer una



reinversión para seguir generando ingresos para la ayuda.

Un emprendimiento que tiene como fin una ayuda social por medio de la venta de productos debe plantear como una estrategia, la elaboración de un plan de negocios que le permita tener la certeza de que funcionará dicho trabajo.

En la búsqueda del concepto sobre "negocio social", se encuentra el autor Yunus (2010), quien menciona que en las empresas no deben existir pérdidas, y dividendos, para así determinar que el principal objetivo de este es el impacto social, y que todos los beneficios deberían ser reinvertidos en la organización.

El motivo de un plan de negocios cambia de acuerdo a las necesidades, pero generalmente se puede decir que este plan sirve para ordenar los objetivos a cumplirse dentro del emprendimiento, crear una línea de procesos que se irán ejecutando acerca de las responsabilidades y servirá como herramienta de control para los logros y resultados del plan de negocios.

Según Maldonado (2004), "El plan de negocios se puede diferenciar en 3 distintos capítulos; primero, en la idea general que se quiere establecer;

segundo, en el análisis e investigación del mercado; y por último en el análisis administrativo y operativo" (p.15).

Según Moyano (2015) es un documento que describe actividades para generar ganancia a través de la satisfacción de necesidades, mediante el ofrecimiento de bienes o servicios. Es un documento que ayuda a planificar las actividades de negocios, a definir objetivos, cómo lograrlos y en qué tiempo culminarlos. Permite hacer correcciones de las actividades escritas para generar ganancias. Describe a detalle las actividades comerciales, productivas, logísticas de recursos humanos, organizativas y financieras, con las cuales se logrará el objetivo. Además, ayuda a obtener financiamiento, pues es un documento que se presentará a inversionistas.

Involucra una serie de objetivos internos de cada actividad de una organización; es decir, debe contemplar un plan de *marketing*, un plan de producción, un plan logístico, un plan económico financiero y un plan de recursos humanos, por mencionar los principales, no necesariamente todos tienen detallado cada plan interno.

También es importante conocer sobre el plan de reinversión de una empresa, lo cual es primordial a la hora de hablar del emprendimiento social, ya que



sin este plan no sería posible crear un emprendimiento social, se quedaría sin soporte y sin una guía para poder mantener de pie cada uno de estos proyectos. La mayoría tiene accionistas inversores, muchas sociedades ofrecen a estos, planes de reinversión del dividendo; estos planes han alcanzado un alto grado de desarrollo en Estados Unidos, por ejemplo. Existen ventajas que presentan tanto para la empresa promotora como para los accionistas participantes. Los planes de reinversión presentan la siguiente estructura: 1. Condiciones de adhesión, 2. Reinversión del dividendo, 3. Aplicación de un descuento sobre el precio del mercado de las acciones, 4. Posibilidades de realizar aportaciones adicionales para la compra de acciones, 5. Estructura de comisiones, 6. Venta de acciones a través del plan, 7. Terminación del plan (Menéndez, s.f).

El plan de reinversión es fundamental dentro de una empresa, negocio o emprendimiento, ya que permite buscar la manera correcta de reinvertir y que el negocio siga creciendo. Para plantear exitosamente un plan de reinversión, es crucial evaluar rigurosamente el potencial que tienen los productos o servicios a ofrecer.



Figura 25. Plan de negocios (freepik, 2022).



Capítulo

PLANIFICACIÓN

2

2.1 Definición del usuario/cliente:

Este emprendimiento de diseño de indumentaria va dirigido a un público de sexo femenino que reside en la ciudad de Cuenca, que están dispuestas a consumir un producto que tiene como objetivo la ayuda social. Este público se encuentra en un rango de edad de 20 a 30 años, quienes en su mayoría son profesionales y pueden auto sustentarse. Creen en el empoderamiento femenino, son trabajadoras y les gusta ayudar. La mayor parte de su tiempo navegan en redes sociales como instagram, facebook y escu-

chan podcasts. Les gusta salir con amigas a disfrutar y a actualizarse de noticias y tendencias viendo publicaciones en pinterest.

Estas personas compran su ropa semestralmente y sus preferencias de indumentaria van de lo informal a lo casual. Un criterio importante para este público objetivo es que al momento de elegir una prenda, es la calidad. Prefieren el estilo minimalista con colores neutros y de cortes simples.



Figura 26. Definición de usuario.

2.2 Definición del beneficiario: Fundación Hope

HOPE es una organización sin fines de lucro, que tiene como objetivo ayudar a las personas con capacidades diferentes, brindándoles comida, atención terapéutica, medicinas, etc. La estabilidad económica es un desafío, que pone en riesgo su razón de ser y propósito en la ciudad de Cuenca, el cual es asistir a personas con discapacidad y sus familias. HOPE pasa de ser un sueño familiar a convertirse en un ideal de algunas madres de familia de niños y jóvenes con capacidades diferentes, quienes después de haber pasado por varias instituciones tolerando actitudes, inequidades, negligencias, negativas en la atención de sus hijos por el simple hecho de ser niños diferentes, decidieron unirse a este noble propósito, un propósito que se plasmó de manera inherente a los acontecimientos y disposición gubernamentales de la época.

Este proyecto necesitaba un nombre que refleje la pasión, paciencia, alegría, fortaleza, esperanza y amor; entrelazar a los padres e hijos en el sendero de la vida distinto, diferente, desafiante. HOPE es el nombre ideal que tiene dos significados; la palabra como tal que significa esperanza, y las siglas significan: **Hijos Originales, Padres Especiales**.



Figura 27. Padre e hijo de HOPE (Facebook, 2021).

HOPE se crea entonces gracias a la intervención voluntaria de personas con grandes virtudes y valores; así, lo que empezó como un sueño familiar se convirtió en una misión común, constante, honesta, solidaria, fraterna, llena de afectos, sentimientos y emociones; volviéndose realidad en Cuenca el 11 de marzo de 2014, fecha en la cual el Ministerio de Inclusión Económica y Social otorgó la persona jurídica mediante el acuerdo número doce, están ubicados en Monay Baguanchi.

Las personas a cargo de esta Fundación son Marcela Gutiérrez y su esposo Oswaldo Zhimnay quienes fundaron *HOPE* ellos tienen un hijo con Parálisis Cerebral Infantil (PCI), esta enfermedad es la más común dentro de la Fundación ya que es una dolencia muy difícil de tratar. Actualmente *HOPE* brinda acogida a 25 personas con discapacidad y a sus familiares, a lo largo de los 8 años de la Fundación se han apoyado a más de 100 beneficiarios. Los servicios que se brindan en *HOPE* son: Fisioterapia, Psicomotricidad, Estimulación Sensoperceptiva, Terapia Ocupacional, Logopedia, Educación Lúdica, Hipoterapia y Terapia de Lenguaje.



Figura 28. Niña de HOPE (Facebook, 2021).

2.3 Brief de Diseño

Emprendimiento de diseño social

Diseño de indumentaria para la innovación social

El presente proyecto de investigación pretende crear un emprendimiento de diseño de indumentaria que tiene como fin, contribuir a la solución de un problema social y establecer nuevas relaciones sociales y sinergias desde las necesidades de un grupo vulnerable, tomando como caso de aplicación a la Fundación HOPE. Para HOPE, una organización sin fines de lucro, la estabilidad económica es un desafío, que pone en riesgo su razón de ser y propósito en la ciudad de Cuenca, el cual es asistir a personas con discapacidad y sus familias. Las necesidades básicas para cada una de las personas que se benefician de este lugar, son principalmente medicamentos y pañales tanto para adultos como para niños. El emprendimiento social "N&D Contando Historias",

pretende reducir la vulnerabilidad del grupo humano que pertenece a la Fundación HOPE, así como crear valor para la sociedad, a partir de la problemática abordada.

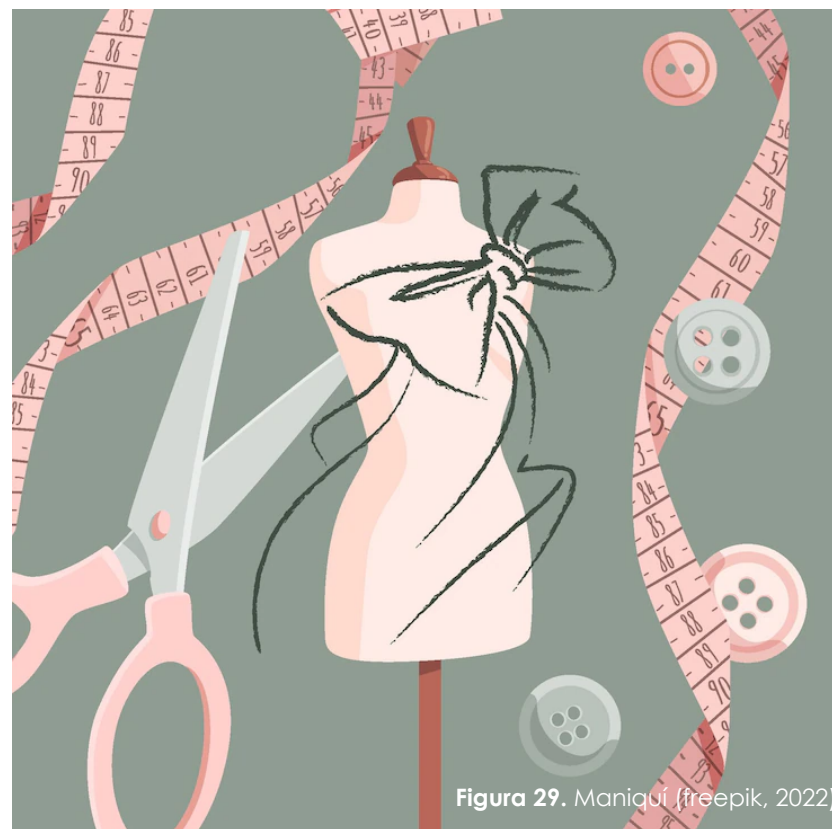



Figura 29. Maniquí (freepik, 2022).

2.3.1 Antecedentes:

La elaboración de los antecedentes presentados está vinculada con la previa investigación tanto del diseño de indumentaria como lo que respecta sobre innovación social. A partir de estos dos puntos, se ha realizado una amplia recopilación bibliográfica, en sitios web y en bases de datos confiables, tales como: Redalyc, Scielo, Google Académico, entre otros.



Para dar inicio, es importante saber que la innovación social se refiere a todas aquellas ideas nuevas sobre productos, servicios y modelos que solucionan un problema social o cubren una necesidad de forma más eficaz y eficiente que las alternativas actuales, al mismo tiempo que establecen nuevas relaciones sociales y sinergias. La innovación social emerge desde la creatividad y el impulso de distintos movimientos y grupos sociales, para intentar solucionar problemas sociales que muchas veces se agudizan y hacen más vulnerable a las personas. En este caso se considera importante afrontarlo debido a que existen personas con múltiples discapacidades y sus familias, quienes son beneficiarios de la Fundación HOPE y que no cuentan con la ayuda suficiente para poder solventar sus gastos.

Ahora bien, el diseño de indumentaria suele desarrollarse en el campo de la moda, proponiendo bienes de consumo, con un enfoque mercantil y de lucro, su asociación a esta forma de ejercicio profesional ha hecho que no se afronte desde la innovación social, lo que hace al presente proyecto que se está planteando. La innovación social es aún algo muy novedoso en la ciudad de Cuenca, por lo que muy pocas áreas del conocimiento, principalmente del diseño, la han tomado como una posibilidad para la investigación.

2.3.2 Objetivos:

- Satisfacer las demandas del mercado, como: estilo de indumentaria, calidad y exclusividad.
- Cumplir con las expectativas en cada prenda, a través del diseño con criterios de innovación.
- Crear un rédito dirigido a la Fundación HOPE.
- Realizar encuestas para conocer al público objetivo.
- Promocionar el emprendimiento para dar a conocer la marca y tener una mayor acogida.
- Cumplir con lo acordado con la Fundación HOPE.

2.3.3 Caso:

Fundación HOPE

2.3.4 Tipo de empresa/institución:

Emprendimiento social

2.3.5 Ubicación geográfica:

Cuenca

2.3.6 Perfil del usuario:

Una mujer de 23 años, estudiante de la carrera de Estudios Internacionales y Comercio Exterior en la Universidad del Azuay. Le gusta ver series de Netflix, pertenece a un círculo social medio-alto. Le gusta el estilo de indumentaria de Zara para vestir, se inspira mediante Pinterest, le gusta escuchar el podcast de "Business Wars". Habla con sus amigos de nuevas tendencias en redes sociales. Cree en el empoderamiento femenino y se preocupa por ser autosuficiente, le motiva poder mejorar cada día en el ámbito académico, social, personal y familiar. Su propósito

es poder ayudar a personas que lo necesitan. Le gusta tener una apariencia y quedar bien frente a otras personas, Es responsable y educada, se esfuerza por llegar a tener éxito en la vida, tiene miedo a fracasar en cualquier ámbito, su frustración es no poder independizarse. Considera que los obstáculos para no poder alcanzar su objetivo es la competencia en el ámbito profesional, su necesidad es no poder adquirir sus cosas por sí misma y depender de sus papás. La necesidad de diseño es la falta de indumentaria que se ajuste a su estilo y que sea de buena calidad; a consecuencia de esto, opta por comprar su indumentaria en el exterior, lo cual es perjudicial para el consumo local.



Figura 30. Usuario (freepik, 2022).

2.3.7 Mensaje:

N&D Contando Historias está dirigido a una mujer segura de sí misma, con ganas de superarse día a día, que luche por sus sueños y anhelos hasta conseguirlos, proyectando confianza en cada prenda.

2.3.8 Cromática:



Figura 31. Cromática elegida para la colección de indumentaria.

2.3.9 Constantes y Variables:

2.3.9.1 Constantes:

- Cortes
- Proceso de ideación de la prenda
- Telas lisas

2.3.9.2 Variables:

- Tipología de prendas (pantalón, blusa, falda, entre otros).
- Materiales, insumos.
- Tallas.
- Cromática.

2.3.10 Etapas:

Etapas 1: Investigación del usuario/beneficiario.

Etapas 2: Brief de Diseño.

Etapas 3: Proceso creativo.

Etapas 4: Detalles técnicos.

Etapas 5: Construcción y Concreción.

Etapas 6: Venta.



2.3.11 Cronograma:

CRONOGRAMA	
Actividades	Fecha
Investigación de caso: fotografías, encuestas, perfil de instagram.	14 de marzo de 2022.
Conceptualización, tendencias, cromática, tecnologías, silueta. Brief de Diseño.	21 de marzo de 2022.
Proceso creativo: Sketchbook con lluvia de ideas, bocetación, etc.	27 de marzo - 5 de abril de 2022.
Fichas técnicas de cada una de las piezas prototipo a concretar.	10, 11 de abril de 2022.
Producto concretado: Detalles constructivos, resolución tecnológica, VENTA.	1 de junio de 2022.
Presentación de la totalidad del proyecto: Escrita física y digital y presentación de ganancias.	13 de junio de 2022.

Tabla 1. Cronograma.

2.3.12 Presupuesto:

COSTOS N&D CONTANDO HISTORIAS						
Costo fijo	\$	Costo variable	\$	Ganancia	\$	Precio final
Horas gestión	8	Falda fucsia/amarilla	31,00	350		55,00
Horas creativas	24	Blusa blanca	12,00	80%	300,10	35,00
Horas operativas	0	Pantalón fucsia	22,00			40,00
Horas de seguimiento	8	Blusa amarilla/fucsia	15,00			35,00
Horas de estructura	10	Pantalón café	22,50			45,00
TOTAL	50	Buso café	15,50			30,00
		Buso plomo	14,00			35,00
		Faldas moradas	57,00			80,00
		Blusa reversible morada	21,00			45,00
		Vestido plomo	29,00			60,00
		Blusa morada	30,55			55,00
		Falda morada	30,55			55,00
		TOTAL	300,10			570,00

COSTOS DE PRENDA POR UNIDAD							
Descripción	Costurera (\$)	Telas (\$)					
Falda fucsia/amarilla	15,00	16,00	31,00	55,00	24,00		24,00
Blusa blanca	8,00	4,00	12,00	35,00	23,00		23,00
Pantalón fucsia	15,00	7,00	22,00	40,00	18,00		18,00
Blusa amarilla/fucsia	10,00	5,00	15,00	35,00	20,00		20,00
Pantalón café	15,00	7,50	22,50	45,00	22,50		22,50
Buso café	8,00	7,50	15,50	30,00	14,50		14,50
Buso plomo	8,00	6,00	14,00	35,00	21,00		21,00
Faldas moradas	40,00	17,00	57,00	80,00	23,00		23,00
Blusa reversible morada	10,00	11,00	21,00	45,00	24,00		24,00
Vestido plomo	20,00	9,00	29,00	60,00	31,00		31,00
Blusa morada	20,00	10,55	30,55	55,00	24,45		24,45
Falda morada	20,00	10,55	30,55	55,00	24,45		24,45
TOTAL	189,00	111,10	300,10	570,00	269,90		269,90

Tabla 2. Presupuesto.



2.4 Conceptualización y estrategias creativas

“N&D Contando Historias” es una colección de diseño de indumentaria casual para mujeres de 20 a 30 años que proyectan elegancia, autenticidad y sencillez. Las prendas que se proponen tienen altos estándares de calidad tanto en los materiales utilizados, como en sus acabados. La simplicidad se expresa a partir de cortes rectos, simetrías, bases textiles lisas y colores llanos. Para brindar exclusividad, se presentarán diseños simples, pero a su vez con un toque diferente. Las siluetas serán en su mayoría holgadas como en hombros, brazos y piernas, con un ligero ajuste en ciertas partes que delinea la figura. “N&D” está pensada para mujeres que creen en el poder femenino, les gusta dar una buena impresión y lucir elegantes.

2.5 Plan de negocios

2.5.1 Nombre de la Idea de Negocio:

N&D Contando Historias

2.5.2 Razón Social:

Diseño y comercialización de indumentaria casual para mujeres de 20 a 30 años de la ciudad de Cuenca, fundamentada en la responsabilidad social.

2.5.3 Nombre Comercial:

N&D contando historias.

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

2.5.4 Visión del negocio:

N&D contando historias busca ser el primer emprendimiento social de diseño y venta de indumentaria que promueva el apoyo y la ayuda social a grupos vulnerables del Ecuador.

2.5.5 Misión del negocio:

La misión del emprendimiento es brindar prendas de calidad y con precios accesibles para poder solventar la ayuda social.

2.5.6 Objetivos del negocio:

- Satisfacer las demandas del mercado, como: estilo de indumentaria, calidad y exclusividad.
- Cumplir con las expectativas en cada prenda, a través del diseño con criterios de innovación.
- Crear un rédito dirigido a la Fundación HOPE.
- Realizar encuestas para conocer al público objetivo.
- Promocionar el emprendimiento para dar a conocer la marca y tener una mayor acogida.
- Cumplir con lo acordado con la fundación HOPE.

2.5.7 Breve descripción del negocio:

N&D Contando Historias, es un emprendimiento social, que tiene como finalidad contribuir, en esta ocasión a la Fundación HOPE, mediante el diseño y la comercialización de indumentaria. Los valores principales de este emprendimiento son: El **compromiso** que tenemos con la fundación HOPE, para cumplir con algo previamente pactado; La **transparencia** que implica la confianza y las relaciones humanas; la **excelencia** en la calidad de las prendas realizadas; la **responsabilidad** con el emprendimiento; y por último, la **pasión** con la que se realizan las prendas y el objetivo por el cual se trabaja como lo es la ayuda social. La indumentaria que se realiza en N&D es casual es decir; pantalones de vestir, blusas, vestidos, entre otros.

2.5.8 Análisis del mercado

2.5.8.1 Análisis del entorno empresarial:

- Casa Farah: telas y print textil
- Gogo: insumos
- Bazar Zalamea: insumos
- Lira: Telas
- Modatex: Telas
- Botolandia: Insumos

2.5.8.2 Alianzas:

- Casa Farah: Telas
- Bazar Zalamea: Insumos
- Lira: Telas

2.5.8.3 Análisis del mercado potencial:

MERCADO POTENCIAL	
Concepto	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio.	24.501
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales).	12.250
Establecer la cantidad que compran por período.	3.125
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer.	5

Tabla 3. Análisis del mercado potencial (INEC, 2001).

2.5.9 Segmento del mercado: Público Objetivo

Mujeres de 20 a 30 años de la ciudad de Cuenca, en su mayoría estudiantes y solteras, disfrutan leyendo, haciendo deporte, viendo películas y series, saliendo con sus amigas o pareja. Son cuidadosas con su salud tanto física como mental, les gusta mucho la ropa con autenticidad y calidad. Compran su ropa semestralmente; la mayoría consume ropa de estilo casual. Además, al momento de elegir la prenda, buscan buen precio y calidad.

2.5.10 Ventaja competitiva

La ventaja que tendrá este proyecto, es que no solo se enfocará como un emprendimiento de indumentaria más, si no que, tendrá un enfoque en las ganancias, pues estas serán para ayuda social. Además de esto, se brindará autenticidad, creatividad y exclusividad.

2.5.11 Análisis de la competencia

Las siguientes marcas de indumentaria son la competencia porque diseñan y confeccionan prendas similares al estilo de N&D. Los resultados expuestos para el nivel de aceptación en la siguiente tabla, se dan gracias a una investigación previa mediante redes sociales, donde se puede evidenciar los seguidores que tiene cada uno de estos; además, la confección y producción de su indumentaria coinciden con la marca N&D.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA							
Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la eligen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	Alta Muy aceptado	Regular Medio aceptado	Poca No aceptado				
TG Tatiana Guillen -Cuenca-				Mujeres	Exclusividad	Cuenca (envíos nacionales)	Caro
Clodette -Cuenca-				Mujeres	Precios	Cuenca (envíos nacionales)	Accesible
Lec Coat -Cuenca-				Mujeres y Hombres	Precios	Cuenca (envíos nacionales)	Caro
EL_LA Clothing -Cuenca-				Mujeres y Hombres	Exclusividad	Cuenca (envíos nacionales)	Accesible
Soella -Cuenca-				Mujeres	Exclusividad	Cuenca (envíos nacionales)	Accesible
Atelier Avanzar -Ecuador-				Mujeres	Apoyo social y Exclusividad	Redes Sociales (internacional)	Caro

2.5.12 Estrategias de mercadeo

2.5.12.1 Estrategia de producto o servicio

1. Precios accesibles.
2. Prendas de buena calidad y exclusivas.
3. Diseños enfocados en el público objetivo.
4. Garantía de cada prenda.
5. Brindar servicio de ajustes de prenda.
6. Repuestos de botones, broches y cierres.
7. Se brindará el servicio de ajuste a las prendas adquiridas que lo necesiten.

2.5.12.2 Estrategia de distribución

1. Si el pedido supera los \$50, el envío es completamente gratis.
2. Prendas en puntos de venta como Espacio Vintage.

2.5.12.3 Estrategia de promoción

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	<ul style="list-style-type: none">• Pagar publicidad en Instagram.• Contratar influencers para que promocionen N&D.• Por la compra superior a \$100 en las prendas N&D, tendrán un cupón de 25% de descuento en su próximo pedido.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	\$ 100

Tabla 5. Estrategia de promoción.

2.5.13 Estudio técnico de la producción

Características de la localización del negocio:

- La indumentaria se comercializará mediante Instagram - Facebook.
- Las prendas serán diseñadas y confecciona-

das en los talleres de las costureras que trabajarán para N&D.

Productos:

- Las prendas que se realizarán son faldas, pantalones, vestidos y blusas.
- Cada prenda está inspirada en las personalidades de los integrantes que forman la Fundación Hope.

2.5.14 Listado de las máquinas, equipos y herramientas

MÁQUINAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS			
Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)	Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
		Computadoras	2
Máquina de coser recta	3		
Máquina de coser overlock	2		
Máquina de coser recubridora	1		
Plancha	2		
Máquina de coser casera	1		
		Mesa de corte	2
		Tijeras profesionales	4

Tabla 6. Lista de materiales para confección.

Cálculo de Materiales y/o Materias Primas que usarán en el proceso productivo

MATERIALES Y/O MATERIAS PRIMAS		
Materia prima insumos	Cantidad (Unidades Requeridas)	Unidades a producir
Telas	25 m	17 piezas
Botones	6 u	5 prendas
Cierres	8 u	8 prendas
Hilos	10 u	10 colores
Agujas	1	1 paquete
Tijeras	4 u	4 tijeras de corte

Tabla 7. Cálculo de materiales a utilizar.

Listado de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

POSIBLES PROVEEDORES	
Denominación	Producto
Casa Farah	Telas
Gogo	Insumos
Lira	Telas
Bazar Zalamea	Insumos

Tabla 8. Posibles proveedores.

2.5.15 Organización de las personas en el proceso productivo

Hacer un listado de las personas que se necesitan para producir la cantidad de bienes o servicios detallados en este Plan de negocio.

RECURSO HUMANO	
Puesto de trabajo	Nº
Diseñadoras	2
Costureras	2

Tabla 9. Organización de las personas en el proceso productivo.

Tareas según las responsabilidades de cada uno.

TAREAS		
Puesto de trabajo	Tareas del puesto	Experiencia mencionada en la Idea de Negocio u Otra
2 Costureras	Confección	Costurera 25 años
2 Diseñadoras	Diseño	Universidad del Azuay
1 Fotógrafo	Fotos - producción	Fotógrafo profesional
3 Influencers	Publicidad	Publicaciones en redes sociales

Tabla 10. Tareas a realizar según cada campo.

2.5.16 Estudio económico

Proyección de ventas en unidades

PROYECCIÓN DE VENTAS								
N°	Producto	Precio del producto o servicio	Periodos de venta					Total
			1 mes	2 meses	3 meses	4 meses	5 meses	
1	Faldas moradas	\$ 80,00						
2	Falda amarilla con fucsia	\$ 55,00						\$ 190,00
3	Falda morada con celeste	\$ 55,00						
4	Pantalón fucsia	\$ 40,00						\$ 85,00
5	Pantalón café	\$ 45,00						
6	Blusa blanca	\$ 35,00						
7	Blusa amarilla con fucsia	\$ 35,00						
8	Buso café	\$ 30,00						\$ 235,00
9	Buso plomo	\$ 35,00						
10	Blusa morada con celeste	\$ 55,00						
11	Blusa reversible	\$ 45,00						
12	1 Vestido	\$ 60,00						\$ 60,00
TOTAL	12 prendas	\$ 570,00						

Tabla 11. Proyección de ventas en unidades.

Plan de inversión en dólares

PLAN DE INVERSIÓN			
Rubro	Valor Unitario	Unidades Requeridas	Inversión total
1. Activo Fijo			
Máquina recta	\$ 371,50	4	\$ 1.486,00
Máquina overlock	\$ 400,00	2	\$ 800,00
Plancha	\$ 150,00	2	\$ 300,00
Tijeras profesionales	\$ 12,00	3	\$ 36,00
Tijera eléctrica	\$ 45,00	1	\$ 45,00
Muebles y Enseres	\$ 100,00	2	\$ 200,00
Total activos fijos		15	\$ 2867,00
2. Gastos Pre Operativos			
Telas	\$ 4,44 el metro	25 metros	\$ 111,10
Insumos			\$ 10,00
Total de Gastos Pre Operativos			\$ 121,10
TOTAL			\$ 2.988,10

Tabla 12. Plan de inversión.

2.6 Plan de reinversión

El plan de reinversión para N&D no solamente es con la fundación HOPE, se espera en un futuro trabajar con otras organizaciones o fundaciones. Para entender mejor todo el plan vamos a enumerar la estructura escogida.

1. Condiciones de adhesión: No se han tenido inversionistas externos, solamente las autoras del proyecto.

2. Reinversión del dividendo: Dentro de la reinversión se encuentra el 70% de ganancia neta, el otro 30% es dirigido a la fundación con la que se trabaja.

3. Aplicación de un descuento sobre el precio de mercado de las acciones: Para los accionistas en un futuro proyecto se puede brindar un descuento del 5% de las acciones.

- 4. Posibilidad de realizar aportaciones adicionales para la compra de acciones:** Los accionistas pueden realizar aportaciones voluntarias y así poder adquirir más acciones de la sociedad.
- 5. Estructura de comisiones:** Las comisiones varían según las prendas, y el monto de cada una, sin embargo la comisión fija dentro de cada línea para cada accionista es del 10%.

- 6. Venta de acciones a través del plan:** Cada accionista puede vender sus acciones debe ser transferido a un broker designado.
- 7. Terminación del plan:** Se puede terminar o cancelar las acciones en cualquier momento que lo deseen, con el único requisito de que notifiquen su declinación previamente.

PLAN DE REINVERSIÓN			
Producto	Total de ganancias	Fundación HOPE	Reinversión próxima línea
Falda fucsia/amarilla	\$ 24,00		
Blusa blanca	\$ 23,00		
Pantalón fucsia	\$ 18,00		
Blusa amarilla/fucsia	\$ 20,00		
Pantalón café	\$ 22,50		
Buso café	\$ 14,50	30% de las ganancias va dirigido a la fundación HOPE	70% de las ganancias para la proxima línea, contando costureras, diseño, telas, insumos, publicidad, fotografías.
Buso plomo	\$ 21,00		
Faldas moradas	\$ 23,00		
Blusa reversible morada	\$ 24,00		
Vestido plomo	\$ 31,00		
Blusa morada	\$ 24,45		
Falda morada	\$ 24,45		
TOTAL GANANCIA	\$ 269,90	\$ 81,00	\$ 189,00
TOTAL DE VENTAS CON INVERSIÓN	\$ 570,00		\$ 2.988,10

Tabla 13. Plan de reinversión.



Capítulo

ANTEPROYECTO

3

3.1 Ideación

Para la elaboración y confección de cada prenda, se ideó la manera de poder plasmar en ellas las personalidades de los integrantes que forman parte de la Fundación HOPE, pues ellos son el pilar fundamental en quienes nos inspiramos para poder mostrar su fuerza y valentía a través de las prendas diseñadas. La idea surge; una vez que se toma en cuenta, como el diseño de indumentaria puede crear nuevos caminos con un significado importante, tratando de crear algo diferente que de alguna manera logre llamar la atención del público; siendo así una nueva manera de ayuda social mediante el diseño consciente, dentro de la ideación principalmente se tiene; análisis de tendencias donde se observó que los colores fuertes son los más predominantes dentro de la colección de primavera-verano 2022, los cortes rectos y las faldas con volos; dentro de la lluvia de ideas se colocaron los aspectos más importantes que fueron considerados para la elaboración del proyecto, dando como resultado 3 ejes primordiales que serán los pilares del emprendimiento.

3.2 Análisis de tendencias

Estas imágenes fueron escogidas por sus cortes rectos, colores llanos y llamativos, ropa casual y semi formal, siluetas holgadas y ciertas partes ajustadas. Principalmente fueron tomadas de la temporada primavera-verano 2022, donde se puede observar que los colores fuertes destacan.

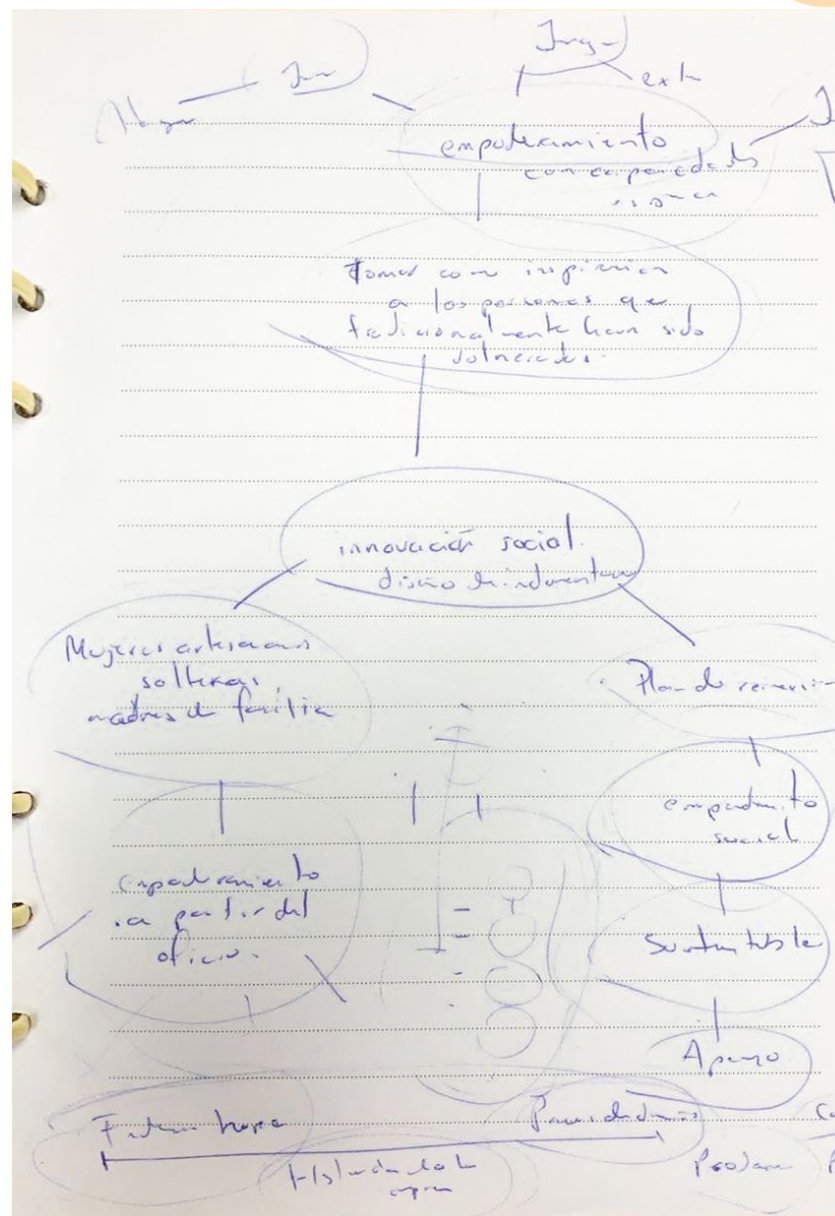


Figura 32. Sketchbook



Molly Goddard
Primavera-Verano 2022
Vestido midi con pliegues.



Proenza Schouler
Primavera-Verano 2022
Vestido amarillo con cut-outs.



Primavera-Verano 2022
Huishan Zhang
Vestido bitono.



Primavera-Verano 2022
Gabriela Hearst
Conjunto blanco con capa.



Primavera-Verano 2022
Leonie Hanne.



Primavera-Verano 2022
Emili Sindlev.

Figura 33. Collage de tendencias (Vogue, Telva 2022).

3.3 Lluvia de ideas

Se realizó una lluvia de ideas con los aspectos más importantes que pueda englobar el proyecto propuesto, teniendo como resultado que el pilar principal y fundamental, es la Innovación Social y el Diseño de Indumentaria, de este eje salen 3 puntos distintos pero no menos importantes, el uno es el apoyo a las mujeres artesanas que mediante este proyecto, se podrá mostrar el empoderamiento a

partir del oficio, el segundo son los integrantes de la Fundación HOPE, pues se toma como inspiración a las personas que tradicionalmente han sido vulnerables y así también se podrá evidenciar el empoderamiento con capacidades diferentes, y por último demostrando como un emprendimiento puede tener fines de ayuda social y sustentable.

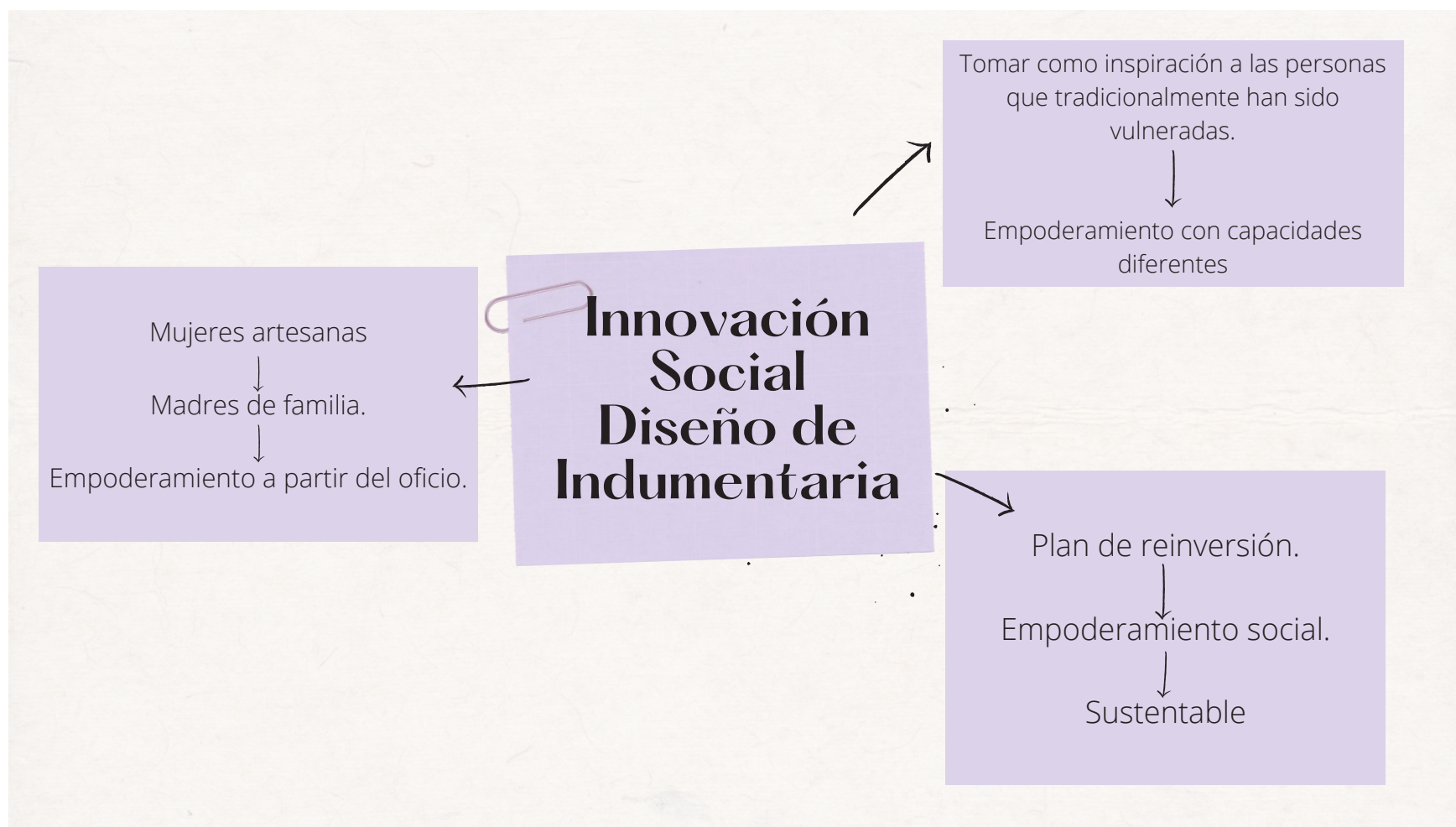


Figura 34. Cuadro de ideas.

3.4 Proceso Creativo

Dentro del proceso creativo se aplicaron varias herramientas, como moodboards, storyboard, homólogos, y lo más importante, la bocetación inspirada en los niños con capacidades diferentes, con cada boceto se quiso demostrar la valentía, la fuerza y el poder que tienen cada uno de ellos.

3.4.1 Storyboard

Dentro del Storyboard, se contará el paso a paso de cómo comenzó esta idea y como se fue construyendo para llegar a un emprendimiento para la innovación social. Con la idea y el fin de poder crear un proyecto novedoso, primero se identificó el lugar al que se quería brindar apoyo, en este caso la Fundación HOPE, una vez evaluado el lugar, surgió la idea de un emprendimiento de indumentaria que incluya a los integrantes de la Fundación, y ya tenien-



Figura 35. Collage de Storyboard.

do las ideas claras, se procedió a realizar un plan de reinversión para el proyecto planificado, después se realizaron los diseños y la confección de cada una de estas prendas inspiradas en los integrantes que forman la Fundación HOPE; una vez teniendo todo lo necesario, partimos con la comercialización de las prendas mediante las redes sociales y gracias al plan de reinversión y las ventas de los diseños de indumentaria, se podrá generar un rédito para la Fundación.

3.4.2 Homólogos

Los casos homólogos encontrados, fueron específicamente de otras áreas del diseño, como en el sector de diseño de productos: un reloj inteligente que brinda ayuda a personas con discapacidad visual, este reloj alerta de obstáculos que se aproximan. En el área de diseño gráfico se ofrecen capacitaciones en línea sobre la accesibilidad de páginas web para personas que tienen dificultad visual, para no excluir a personas con esta discapacidad de un sitio web.

HOMÓLOGOS



Detecta obstáculos y reduce accidentes en la parte superior del cuerpo



Según los usuarios, les ayudó a evitar 9 de cada 10 accidentes



Gana más confianza caminando en cualquier lugar



¿Qué es la accesibilidad?

Un sitio, plataforma o aplicación accesible es aquella que TODOS y TODAS podemos utilizar. Sin importar la edad, el nivel educativo, o si la persona que navega vive con alguna condición de discapacidad, el sitio, al cumplir con los estándares de accesibilidad, permitirá que todas las personas obtengan información, adquieran productos y servicios o realicen cualquier otra funcionalidad. Lo anterior, asegurando una experiencia incluyente y en igualdad de oportunidades para todas las personas usuarias.

Capacitaciones en línea

HearColors cuenta ahora con una escuela en línea en la que podrás capacitarte en materia de accesibilidad. Entra a nuestra plataforma para conocer más:

[HearColors Educación](#)

Figura 36. Collage de Homólogos.



3.4.3 Moodboard

Dentro del moodboard se quiso transmitir la energía de las personas de la Fundación HOPE, quienes son muy alegres y sobre todo tienen un corazón lleno de pureza.



Figura 37. Moodboard 1.

3.4.4 Bocetación

Para la bocetación, primeramente realizamos moodboards sobre cada integrante de la Fundación HOPE, ya que los outfits están inspirados en ellos y sus personalidades, teniendo como objetivo plasmar su belleza y fuerza para que así, cada prenda pueda tener su esencia y su historia.

3.4.4.1 Primeros Bocetos

Una vez que hemos conocido a cada integrante de la Fundación HOPE, se sacaron palabras clave y así se logró elaborar un moodboard para cada uno de ellos.



Figura 38. Moodboard Emily.



DULZURA

EMILY

9 años

PCI

Color favorito: Lila



Figura 39. Primeros bocetos Emily.

SOFISTICADO

JAY
5 años
Transtorno del habla
Color favorito: Tonos neutros



Figura 41



Figura 42



Figura 40

EDGAR
PCI
Le gusta pintar y la música.

SOFISTICADO

Figura 40. Moodboard Jay.

Figura 41. Primeros bocetos Jay

Figura 42. Primeros bocetos Edgar.



Figura 43



Figura 44

FRIOLENTO

JUAN PABLO

5 años
Retraso en el desarrollo

Figura 43. Moodboard Juan Pablo.

Figura 44. Primeros bocetos Juan Pablo.



Figura 45. Moodboard Jorge.

Figura 46. Primeros bocetos Jorge.

ELEGANTE

JORGE
43 años
PCI
Elegante
Colo favorito: Rojo



Figura 46

Figura 45



Figura 48

FABULOSA

DANIELA

19 años
PCI

Sociable

Le gusta la música, fiestas
y viajar

Miss sonrisa

Alegre

Figura 47. Moodboard Daniela.

Figura 48. Primeros bocetos Daniela.

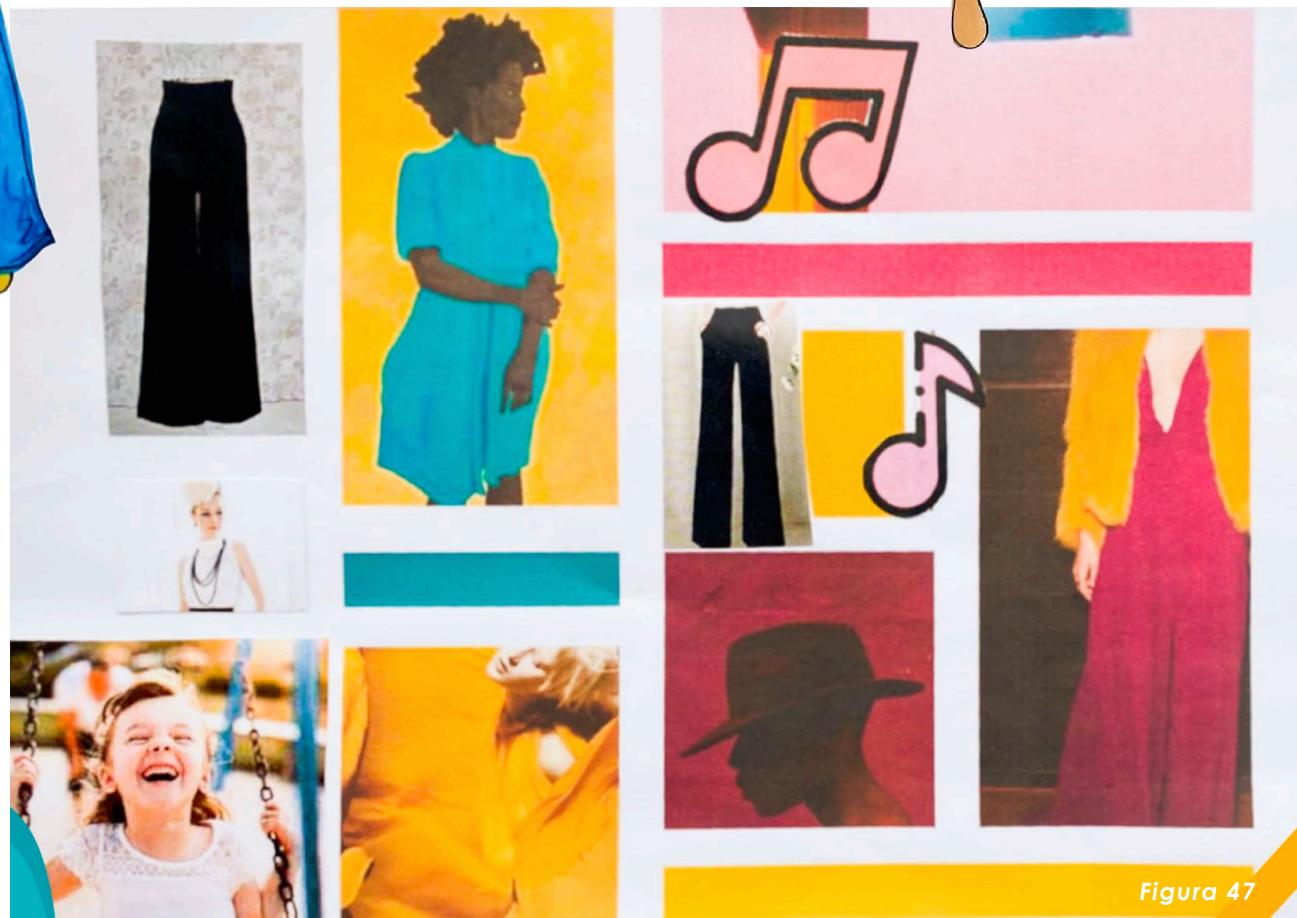
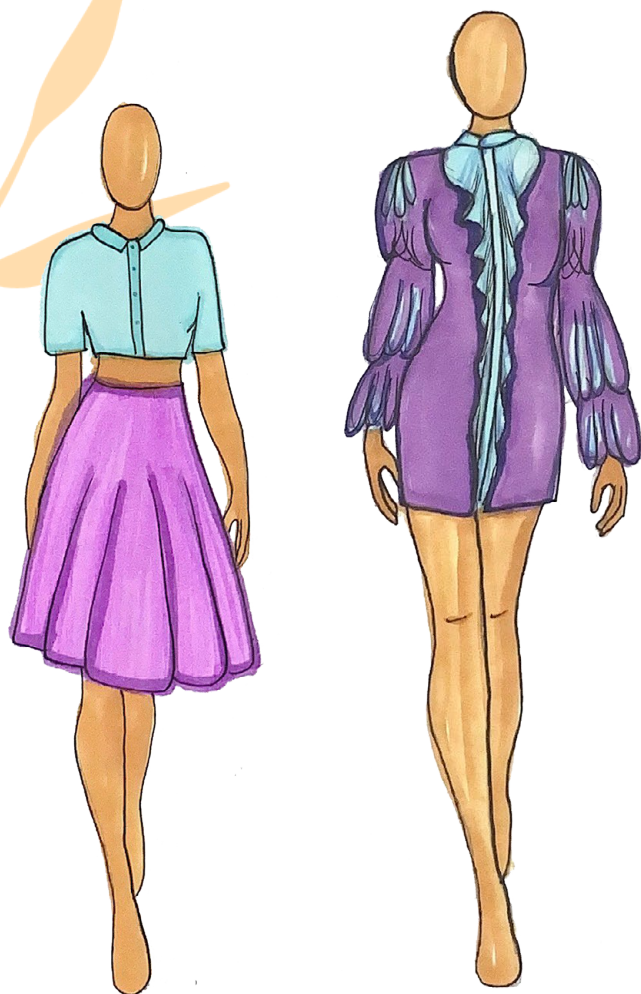


Figura 47



DULZURA

CRISTIAN

23 años

PCI

Le gusta la música y el baile

Es tierno y alegre

Figura 50



Figura 49

Figura 49. Moodboard Cristian.

Figura 50. Primeros bocetos Cristian.



Figura 51



Figura 51. Moodboard Steven.

Figura 52. Primeros bocetos Steven.

ALEGRE

STEVEN

3 años

Trastorno del habla

Color favorito: Amarillo

Figura 52



DIVERTIDA

EMILIA

4 años

PCI y Síndrome de West

Le gusta la música

Le gusta los colores fuertes

Figura 54

Figura 53. Moodboard Emilia.

Figura 54. Primeros bocetos Emilia.

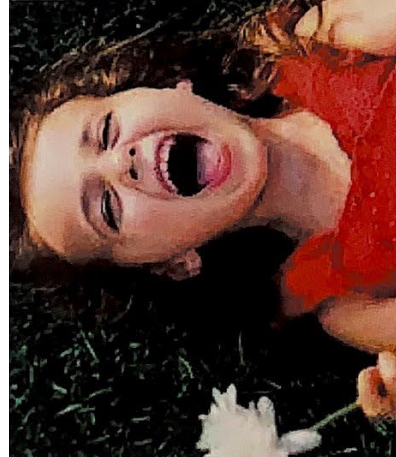
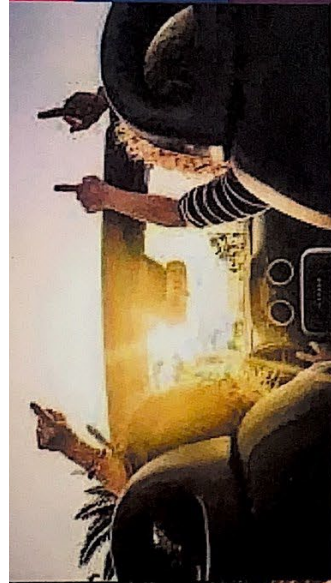
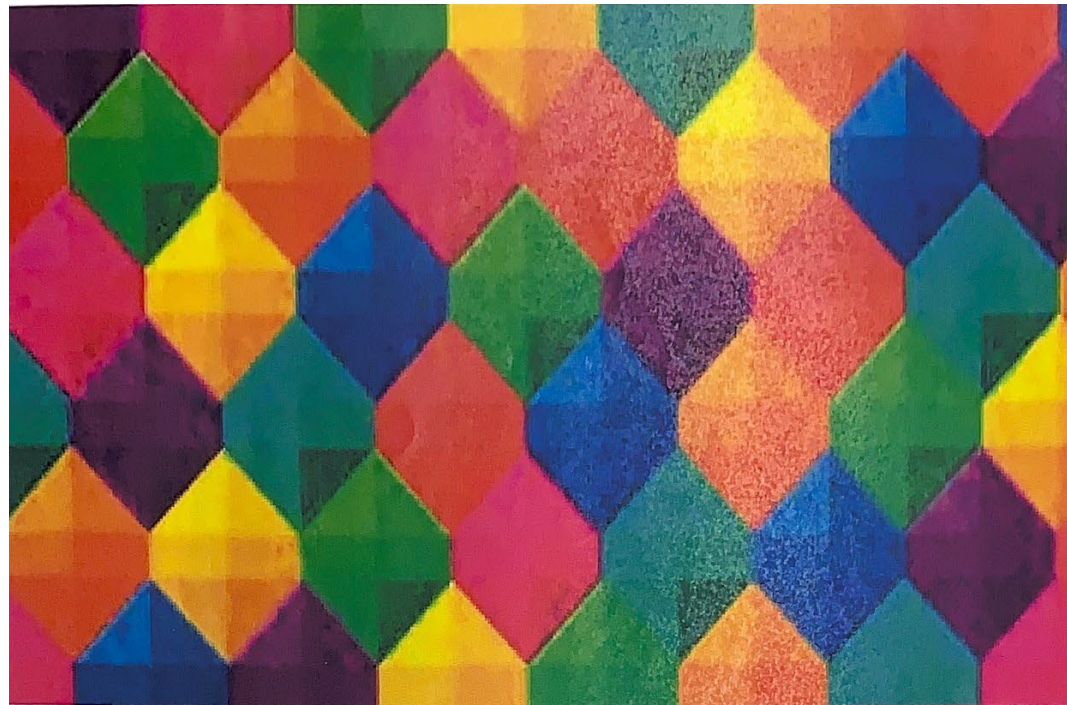


Figura 53

3.4.4.2 Valoración de ideas, para concreción

La plataforma que se utilizó para las encuestas son las redes sociales, ya que en este medio se encuentra el público objetivo. Los resultados obtenidos fueron a favor del conjunto de prendas la cual se llegó a concretar.

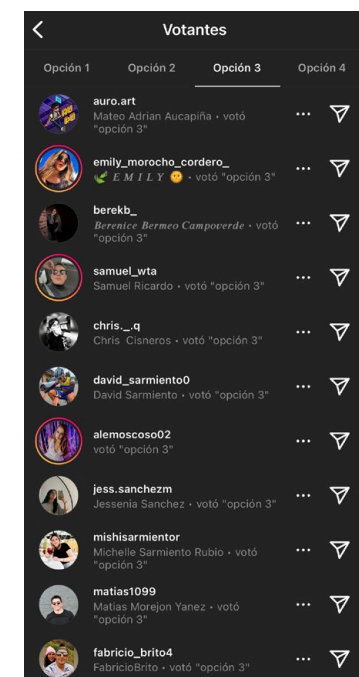
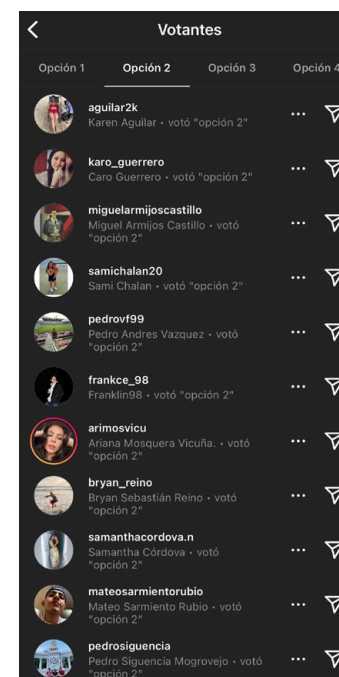
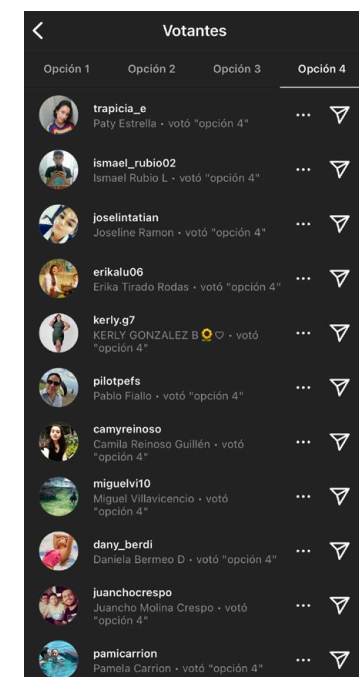
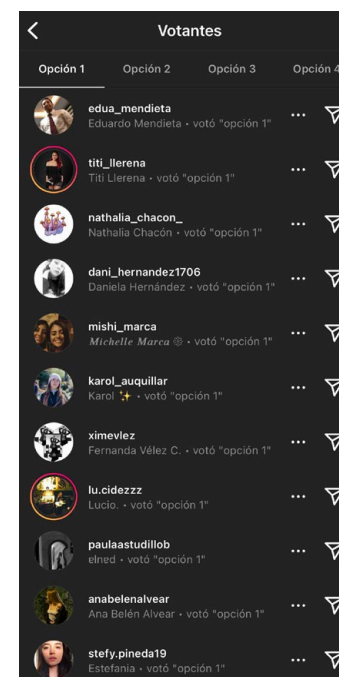
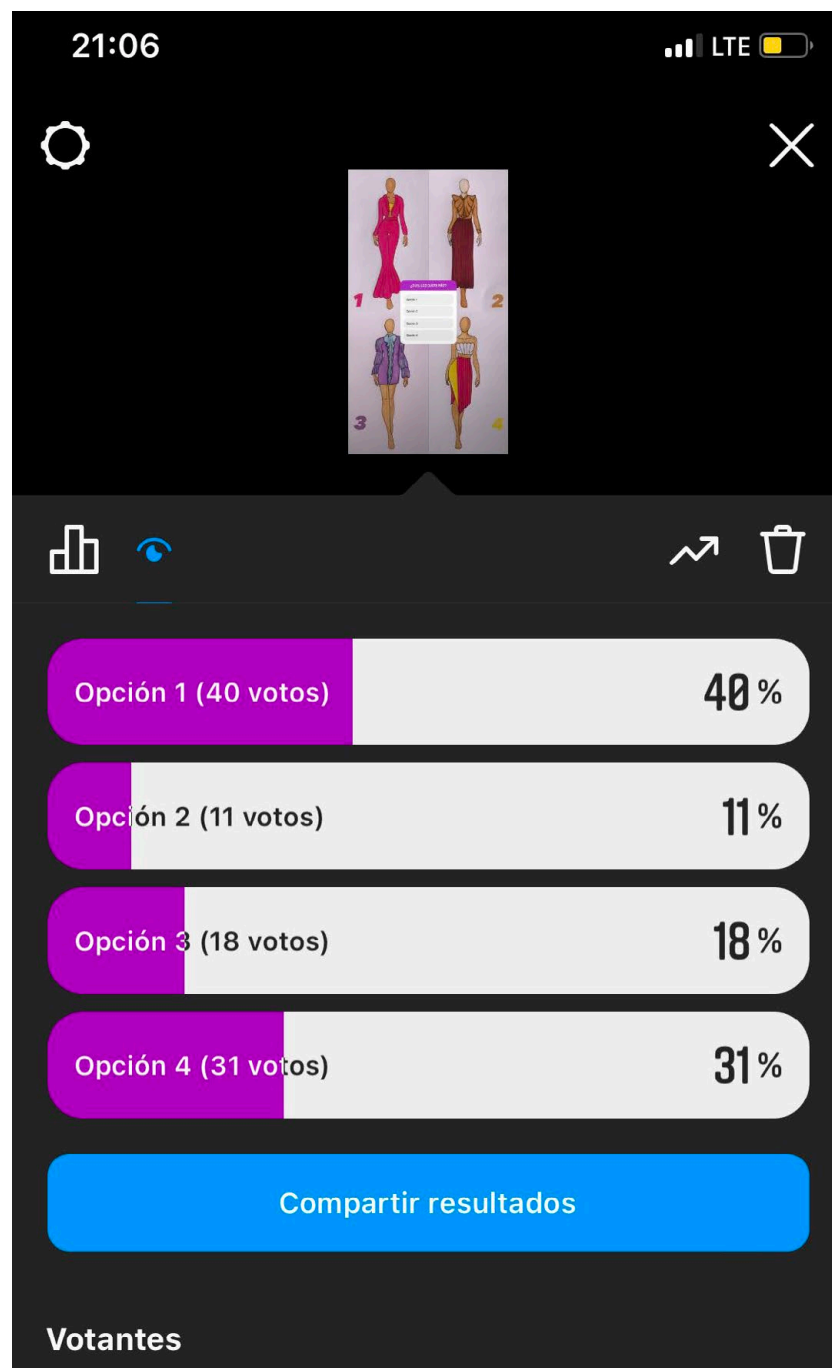


Figura 55. Encuesta para definir prendas, mediante Instagram.





Capítulo

RESULTADO

4

4.1 Diseño final

En el diseño final se escogieron los bocetos que más representan a cada niño, y fueron escogidos mediante encuestas, mejorando algunos aspectos de los primeros bocetos.

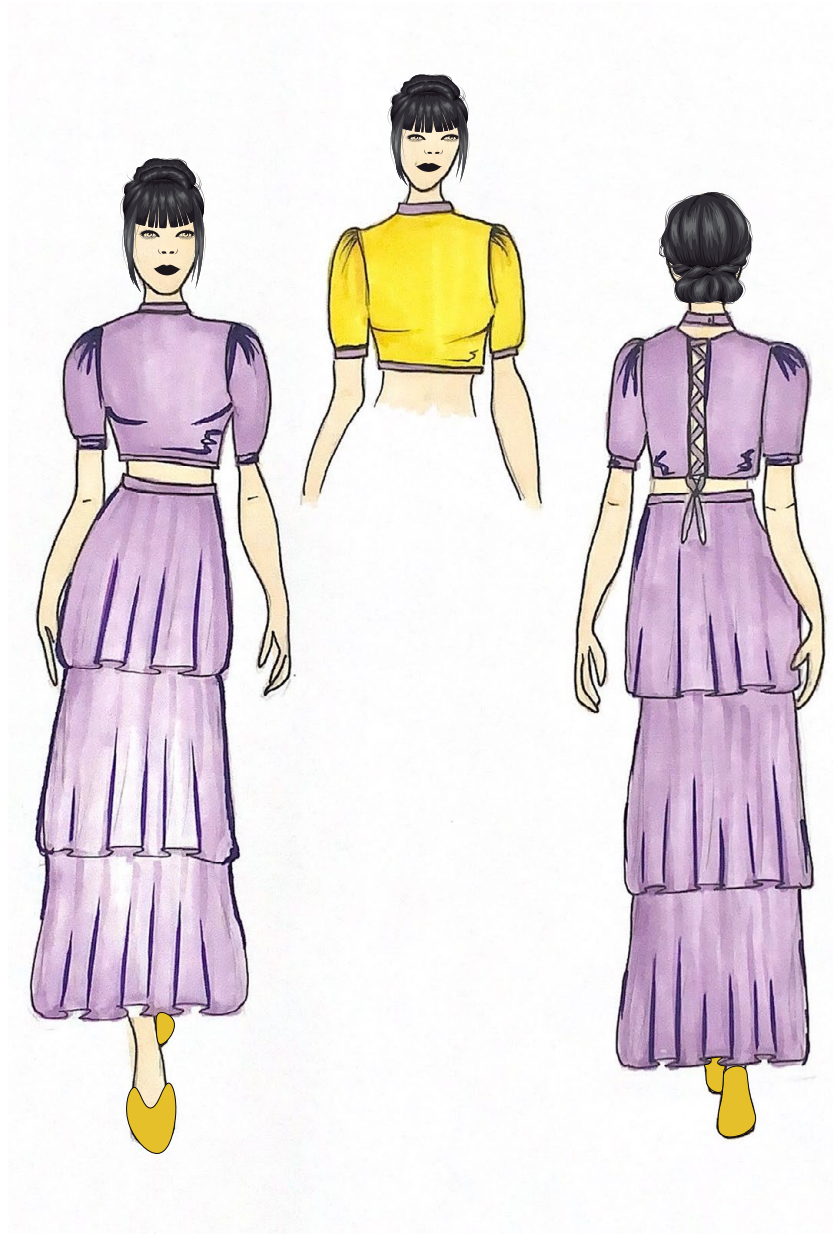


Figura 56. Bocetos finales de Emily.



Figura 57. Bocetos finales de Juan Pablo.

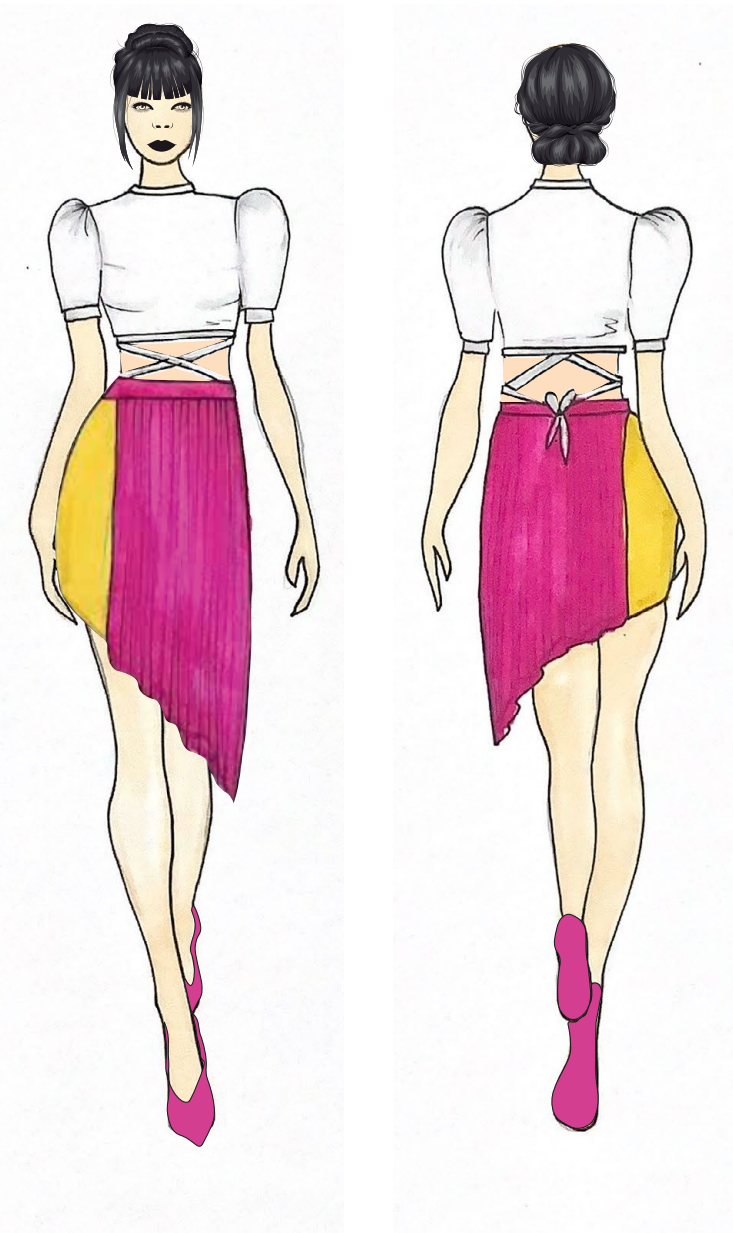


Figura 58. Bocetos finales de Emilia.

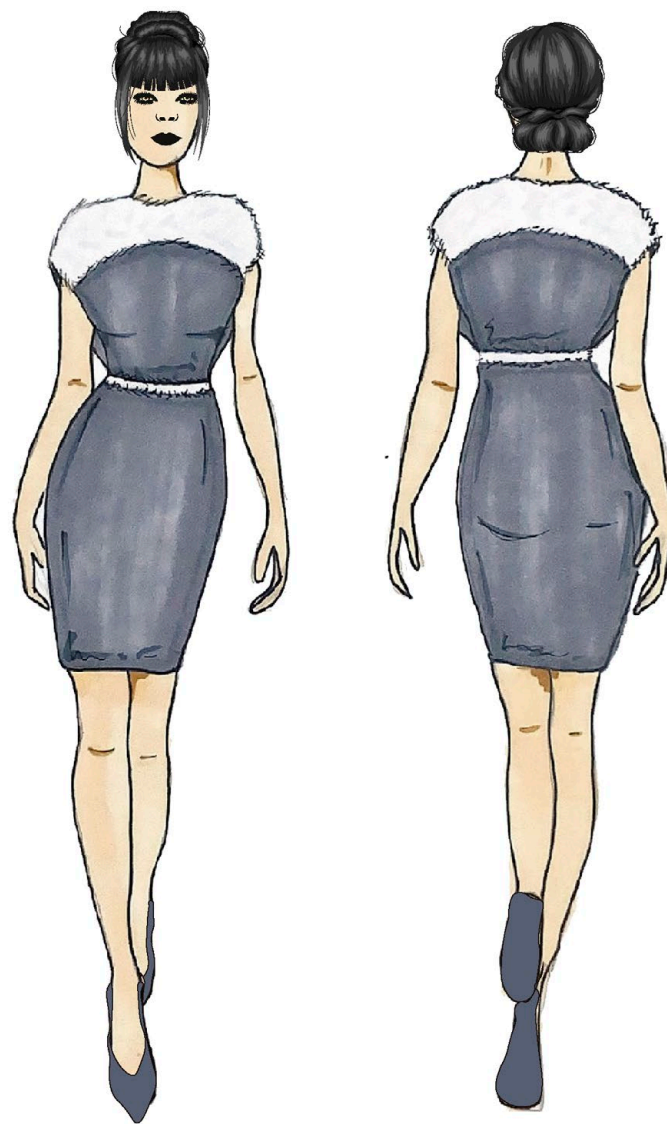


Figura 59. Bocetos finales de Jay.



Figura 60. Bocetos finales de Daniela.



Figura 61. Bocetos finales de Cristian.

4.2 Concreción

Una vez teniendo los bocetos finales, pasamos a la etapa en la cual se muestra el proceso de confección para poder elaborar cada prenda según lo propuesto.



Figura 62. Registro de la etapa de concreción.

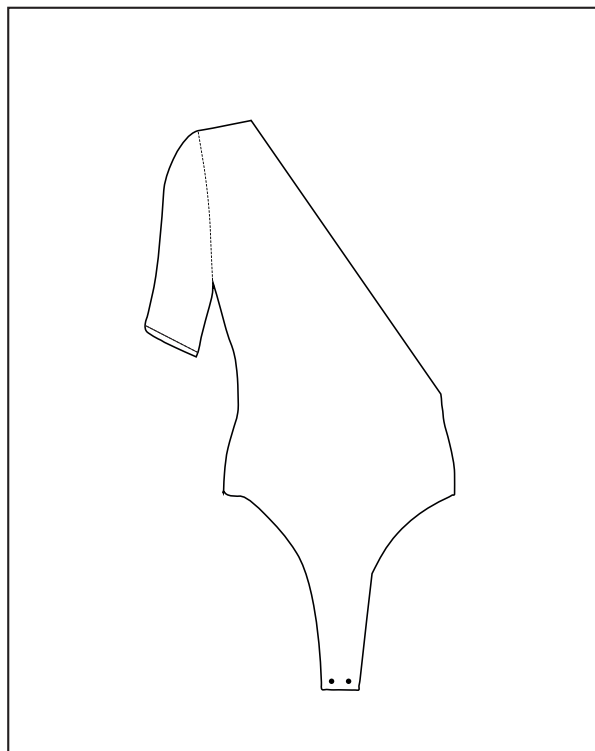
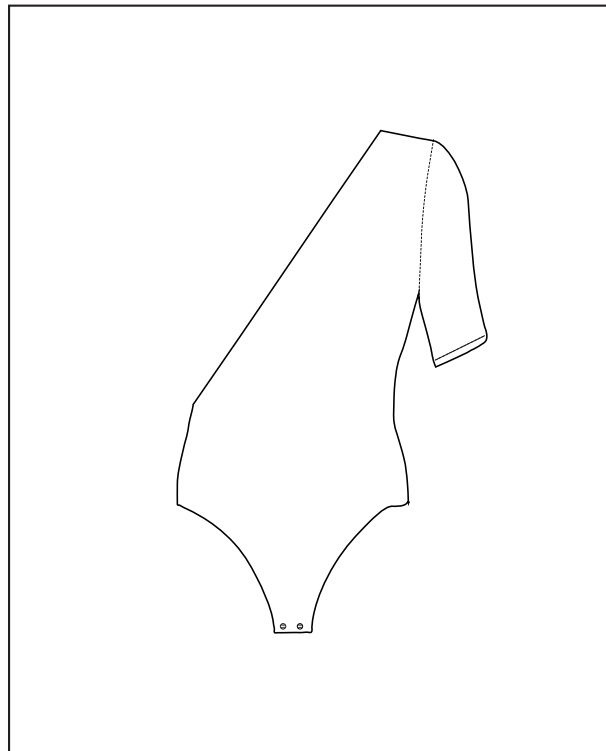
4.3 Documentación técnica

N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer de 20 a 30 años
Fecha:	HOPE
Temporada:	02
Artículo:	Body
Referencia:	XS
Talle:	

MEDIDAS	
Hombro	14cm
Largo Manga	30cm
Alt Pecho	27cm
Talle Delantero	44cm
Ancho Pecho	84cm
Cintura	63cm
Talle espalda	38cm
Tiro	24cm



BOCETO



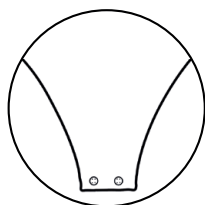
Delantero



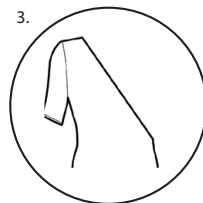
Posterior

CROMÁTICA

1.



3.



Corte en diagonal



MATERIA PRIMA

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Silky Strech	Lira	1m	Borrero 10-68
Botones	Gogo	1 Unidades	General Torres 7-73
Hilo	Gogo	1 hilo	General Tores 7-73

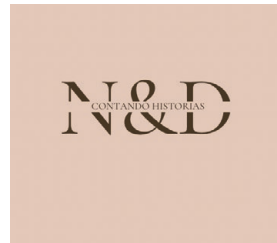
PROCESO DE ARMADO:

TECNOLOGÍAS APLICADAS:

a.- Sacar patrones	Manual
b.- Cortar Patrones	Máquina de tijera
c.- Colocar patrón sobre la tela	Manual
d.- Cortar la tela	Máquina de tijera
e.- Coser delantero con posterior	Máquina de coser
f.- Coser la manga al cuerpo	Máquina de coser
g.- Cocolar botones	Manual

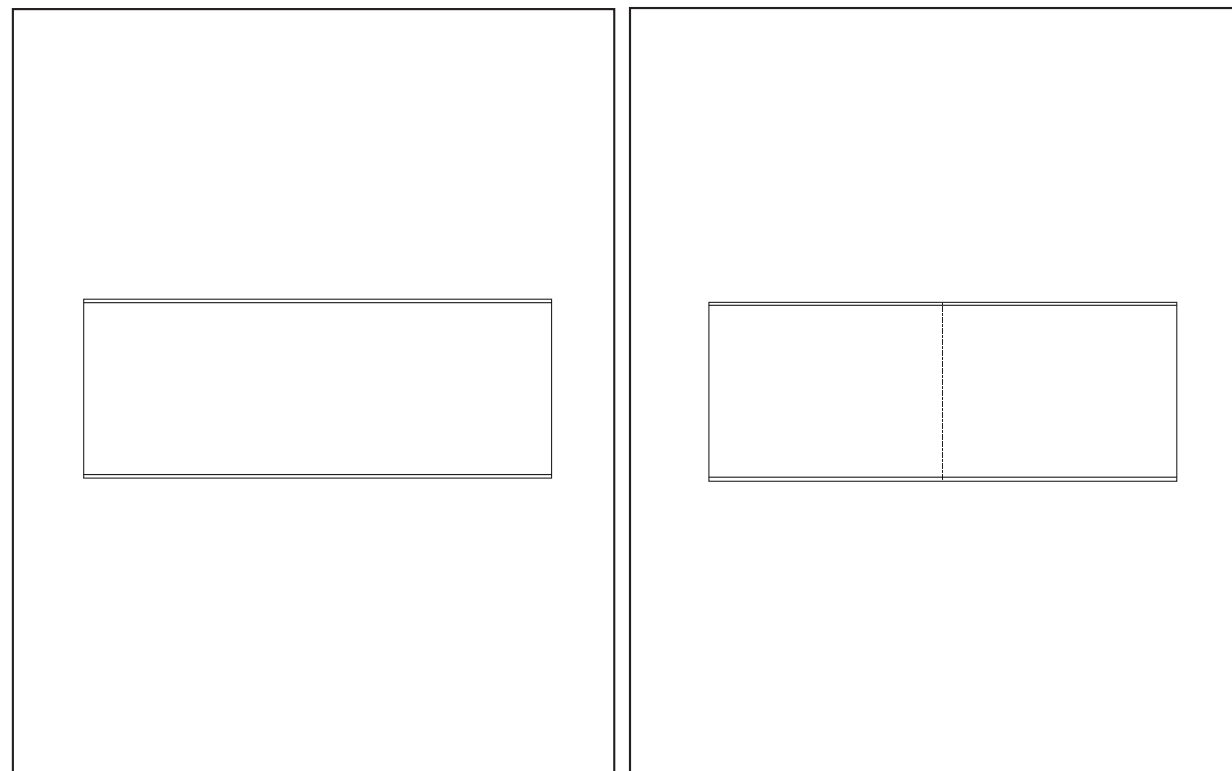
Figura 63. Documentación técnica body.

N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer de 20 a 30 años
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	03
Referencia:	Top
Talle:	XS

MEDIDAS	
Alto	25cm
Ancho de Pecho	85cm



CROMÁTICA

BOCETO

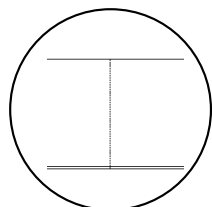


Delantero



Posterior

1.



Unión



MATERIA PRIMA			
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Pacificplu	Importadora	11.71 kgm	Luis Cordero 10-63
Hilo	Gogo	1m	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Sacar patrones	Manual
b.- Cortar Patrones	Máquina de tijera
c.- Colocar patrón sobre la tela	Manual
d.- Cortar la tela	Máquina de tijera
e.- Embolsar	Máquina de coser
f.- Coser los extremos	Máquina de coser

Figura 64. Documentación técnica top.

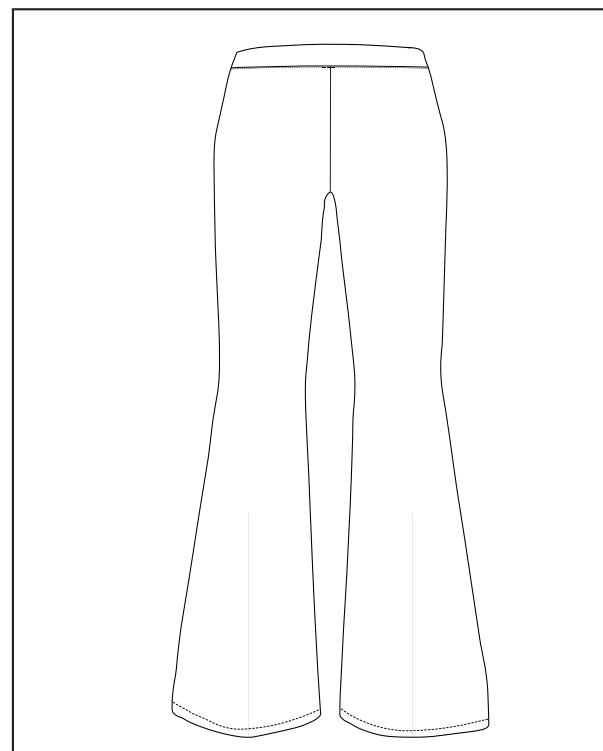
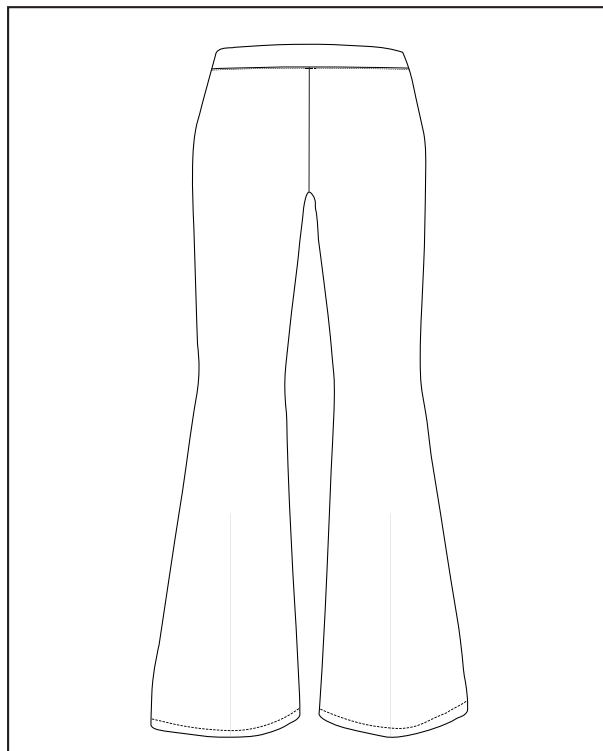
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer de 20 a 30 años
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	01
Referencia:	Pantalón
Talle:	S

MEDIDAS

Contorno Cintura	63cm
Contorno Cadera	90cm
Largo Total	110cm
Cont Rodilla	33cm
Contorno Basta	72cm



BOCETO

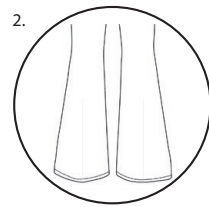
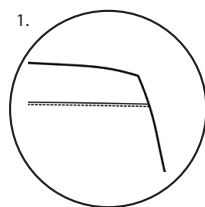


Delantero



Posterior

CROMÁTICA



Basta ancha



MATERIA PRIMA

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Pacificplu	Importadora	11.71 kgm	Luis Cordero 10-63
Elastico	Gogo	1m	General Torres 7-73
Hilo	Gogo	1 hilo	General Tores 7-73

PROCESO DE ARMADO:

TECNOLOGÍAS APLICADAS:

a.- Sacar patrones	Manual
b.- Cortar Patrones	Máquina de tijera
c.- Colocar patrón sobre la tela	Manual
d.- Cortar la tela	Máquina de tijera
e.- Coser delantero con posterior	Máquina de coser
f.- Colocar elástico en el cinturón	Máquina de coser
g.- Coser filo de las bastas	Manual

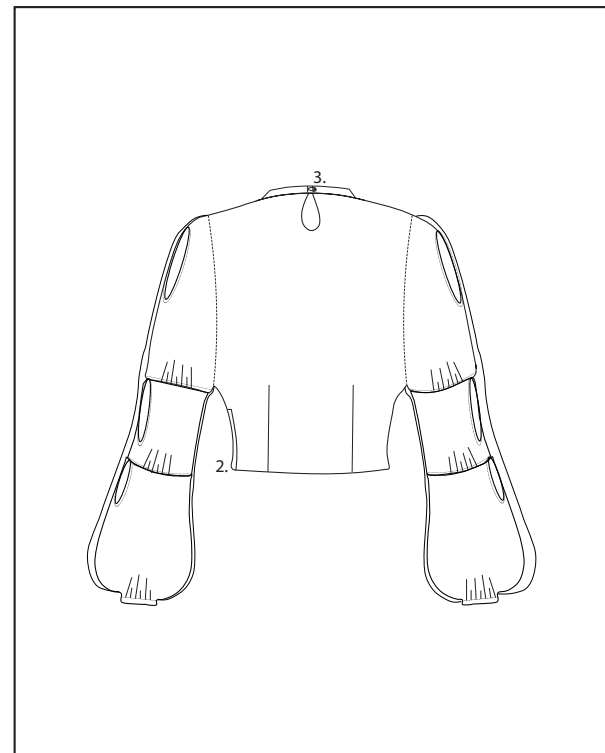
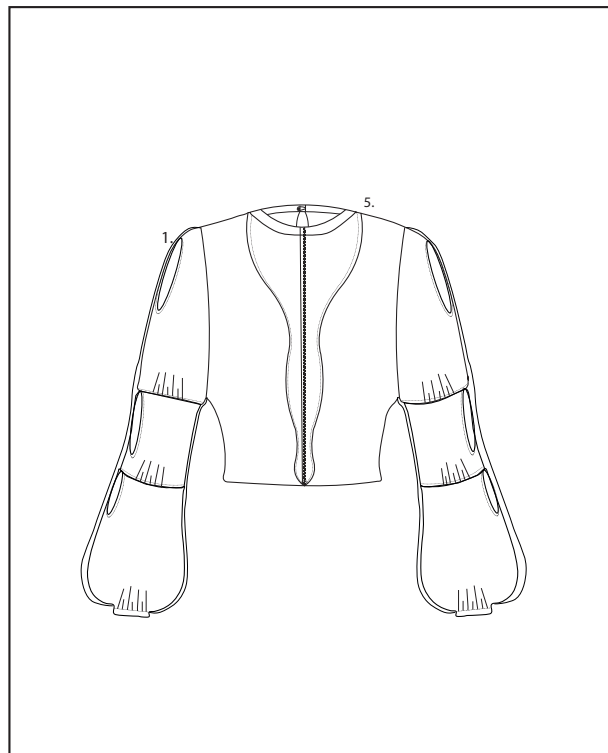
Figura 65. Documentación técnica pantalón.

N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer de 20 a 30 años
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	04
Referencia:	Blusa ternura
Talle:	S

MEDIDAS	
Contorno de cuello	35cm
Hombro	14cm
Talle Delantero	44cm
Altura Pecho	27cm
Ancho Pecho	84cm
Cintura	63cm
Talle Espalda	38cm



BOCETO

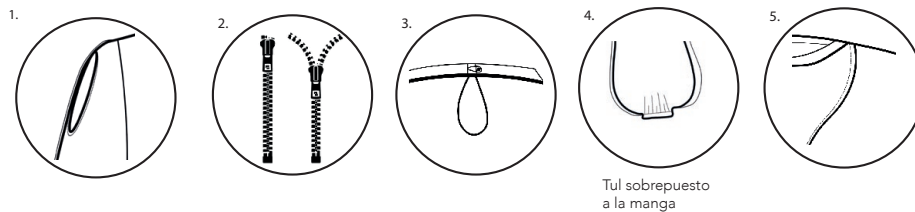


Delantero



Posterior

CROMÁTICA



Tul sobrepuesto a la manga



MATERIA PRIMA

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Seda Strech Nauve	Casa Frah	1m	Humberto Fierro
Seda Strech Celeste	Casa Farah	1m	Humberto Fierro
Elastico	Gogo	1yarda	General Torres
Cierre	Gogo	1	General Torres
Boton	Gogo	1	General Torres
Hilo	Gogo	1	General Torres

PROCESO DE ARMADO:

TECNOLOGÍAS APLICADAS:

a.- Sacar patrón de la blusa y de los vuelos	Manual
b.- Cortar Patrones	Máquina de tijera
c.- Colocar patrón sobre la tela	Manual
d.- Cortar la tela	Máquina de tijera
e.- Cortar los detalles de las mangas	Manual y tijera
f.- Coser delantero con posterior	Máquina de coser
g.- Coser las partes de las mangas	Máquina de coser
h.- Colocar elástico en el puño de las mangas	Manual y máquina
i.- Colocar una manga de tul sobre la manga de tela	Máquina
j.- Coser las mangas al cuerpo	Máquina
k.- Colocar cierre	Máquina

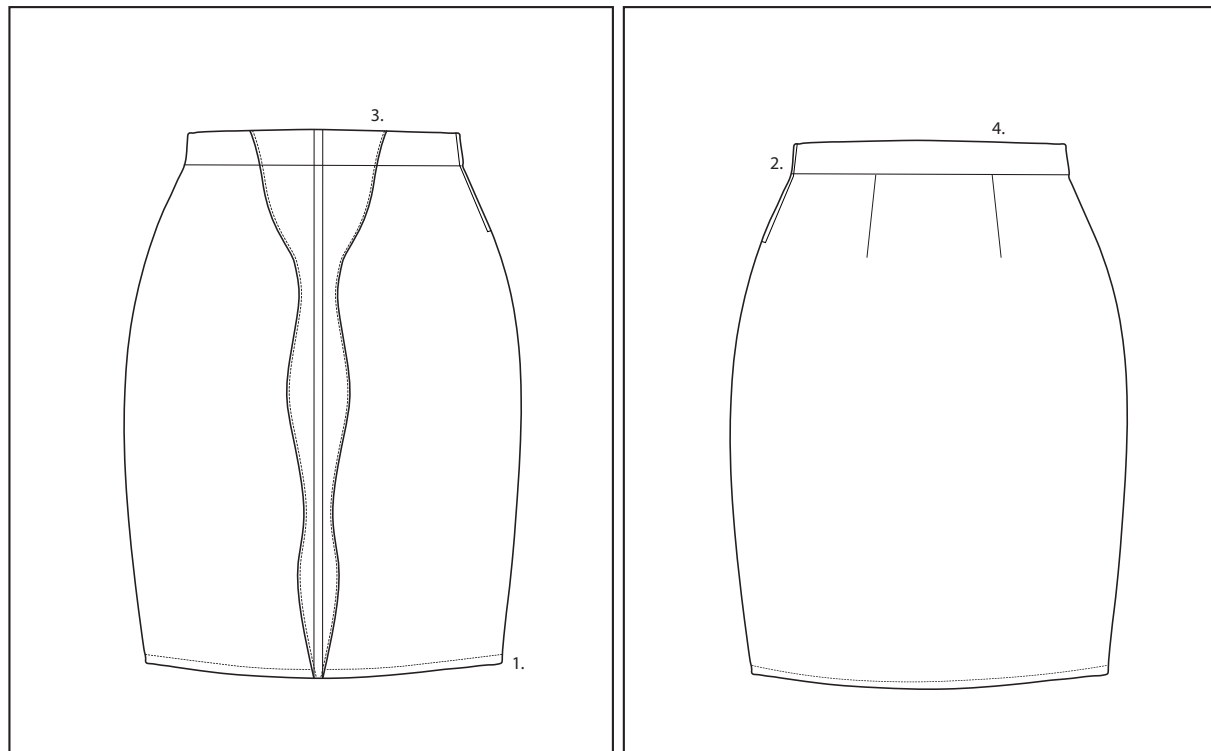
Figura 66. Documentación técnica blusa.

N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer de 20 a 30 años
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	05
Referencia:	Falda
Talle:	S

MEDIDAS	
Contorno de Cintura	63cm
Alt Cadera	18cm
Contorno de Cadera	90cm
Largo Falda	52cm



BOCETO

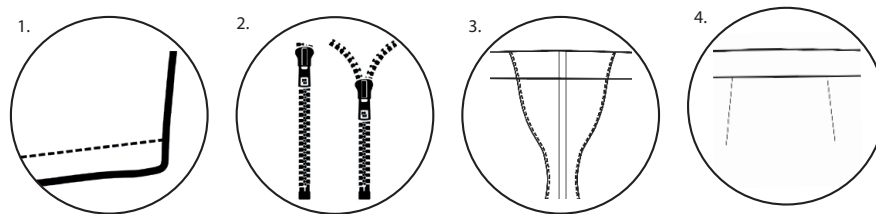


Delantero



Posterior

CROMÁTICA



Pinzas

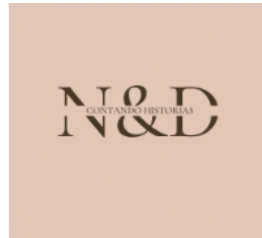


MATERIA PRIMA			
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Seda Strech Naue	Casa Frah	1m	Humberto Fierro
Seda Strech Celeste	Casa Farah	1m	Humberto Fierro
Cierre	Gogo	1	General Torres
Hilo	Gogo	1	General Torres

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Sacar patrón de la falda y de los vuelos	Manual
b.- Cortar Patrones	Maquina de tijera
c.- Colocar patron sobre la tela	Manual
d.- Cortar la tela	Maquina de tijera
e.- Coser delantero con posterior	Maquina de coser
f.- Colocar cierre	Maquina de coser
g.- Coser el dobladillo	Maquina de coser

Figura 67. Documentación técnica falda.

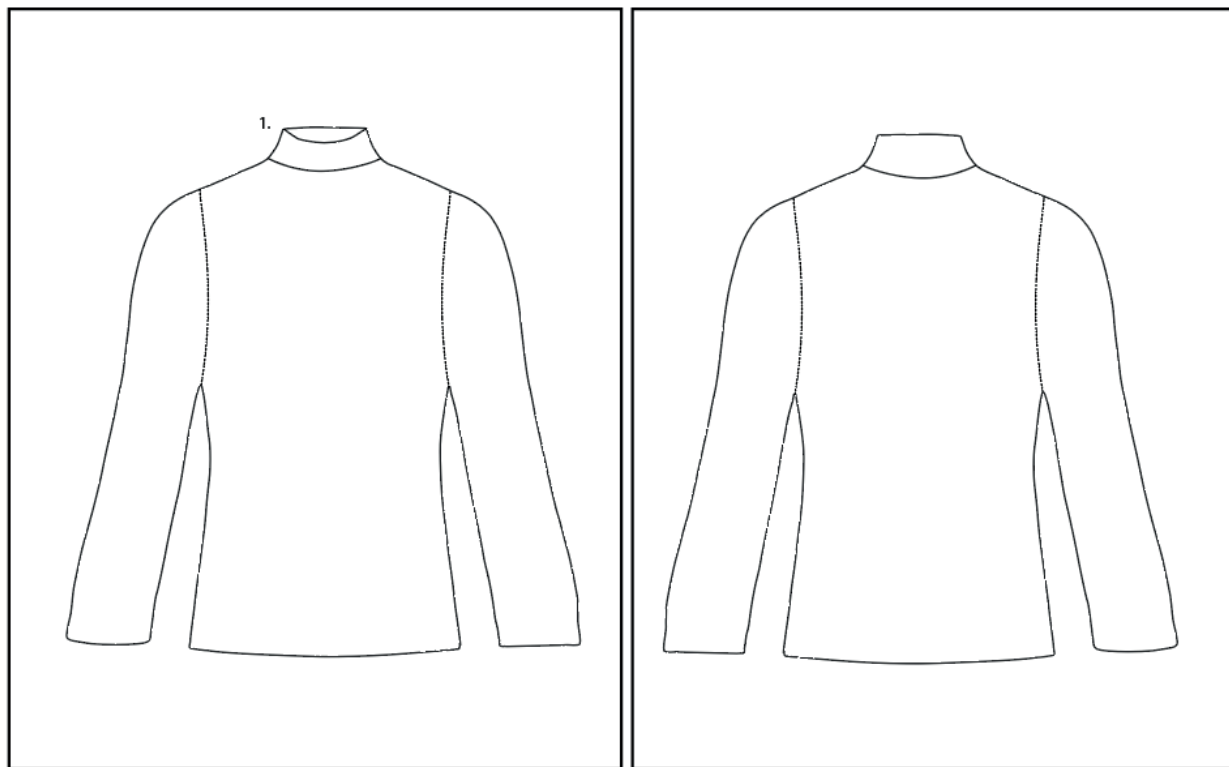
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujeres de 20 a 30 años
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	06
Referencia:	Buso
Talle:	S

MEDIDAS

Cuello	35cm
Hombro	14cm
Talle Delantero	44cm
Alt Pecho	27cm
Ancho Pecho	84cm
Talle Posterior	38cm
Largo Manga	50cm



CROMÁTICA

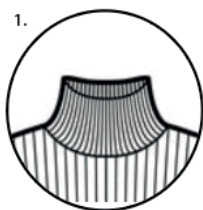
BOCETO



Delantero



Posterior



MATERIA PRIMA

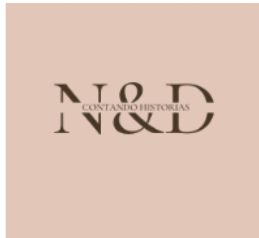
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Lino	Lira	1m	Borrero 10-68
Hilo	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Sacar patrones	Manual
b.- Cortar Patrones	Máquina de tijera
c.- Colocar patron sobre la tela	Manual
d.- Cortar la tela	Máquina de tijera
e.- Coser delantero con posterior	Máquina de coser
f.- Coser las mangas al cuerpo	Máquina de coser
g.- Planchat	Mánual

Figura 68. Documentación técnica buso.

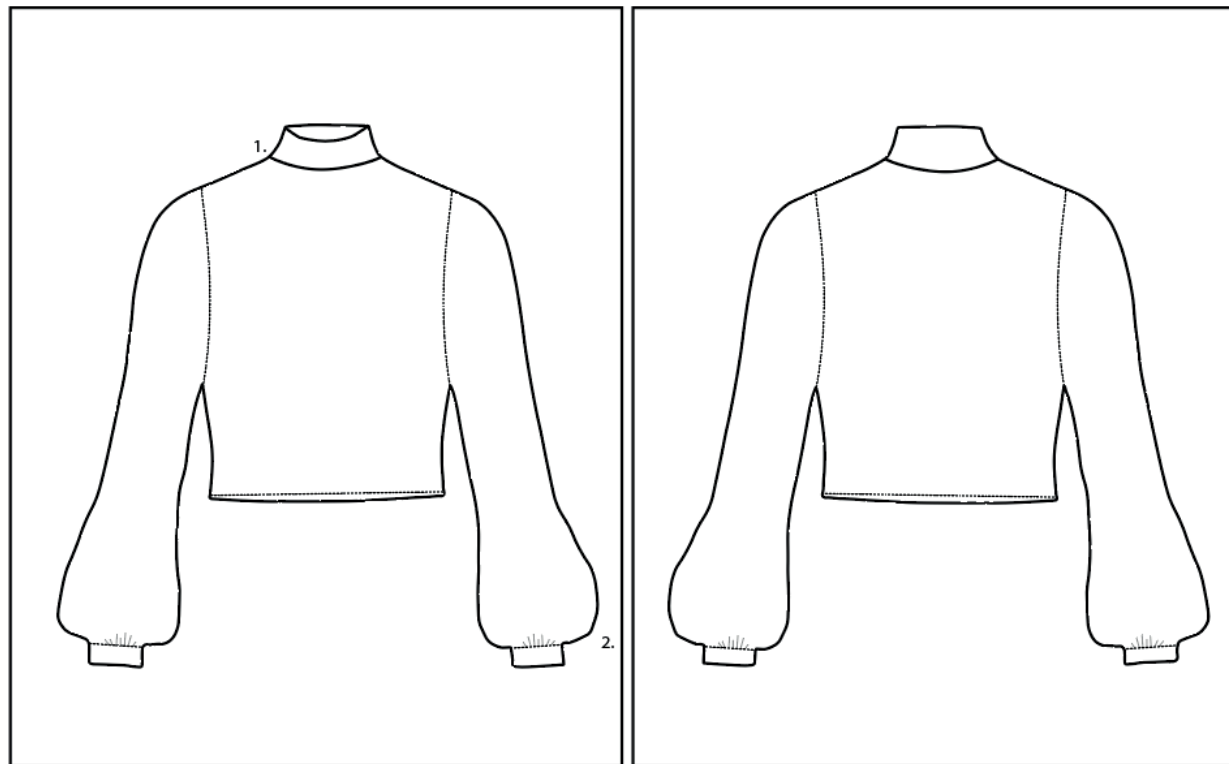
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujeres de 20 a 30 años
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	07
Referencia:	Buso top
Talle:	S

MEDIDAS

Cuello	35cm
Hombro	14cm
Talle Delantero	35cm
Alt Pecho	27cm
Ancho Pecho	84cm
Talle Posterior	38cm
Largo Manga	46cm
Ancho Puño	3cm



CROMÁTICA

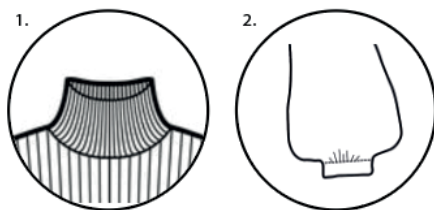
BOCETO



Delantero



Posterior



Bombacho



MATERIA PRIMA

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Lino	Lira	1m	Borrero 10-68
Hilo	Gogo	1	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

TECNOLOGÍAS APLICADAS:

a.- Sacar patrones	Manual
b.- Cortar Patrones	Máquina de tijera
c.- Colocar patrón sobre la tela	Manual
d.- Cortar la tela	Máquina de tijera
e.- Coser delantero con posterior	Máquina de coser
f.- Coser las mangas al cuerpo	Máquina de coser
g.- Hacer los puños	Máquina de coser
h.- Planchar	Manual

Figura 69. Documentación técnica buso 2.

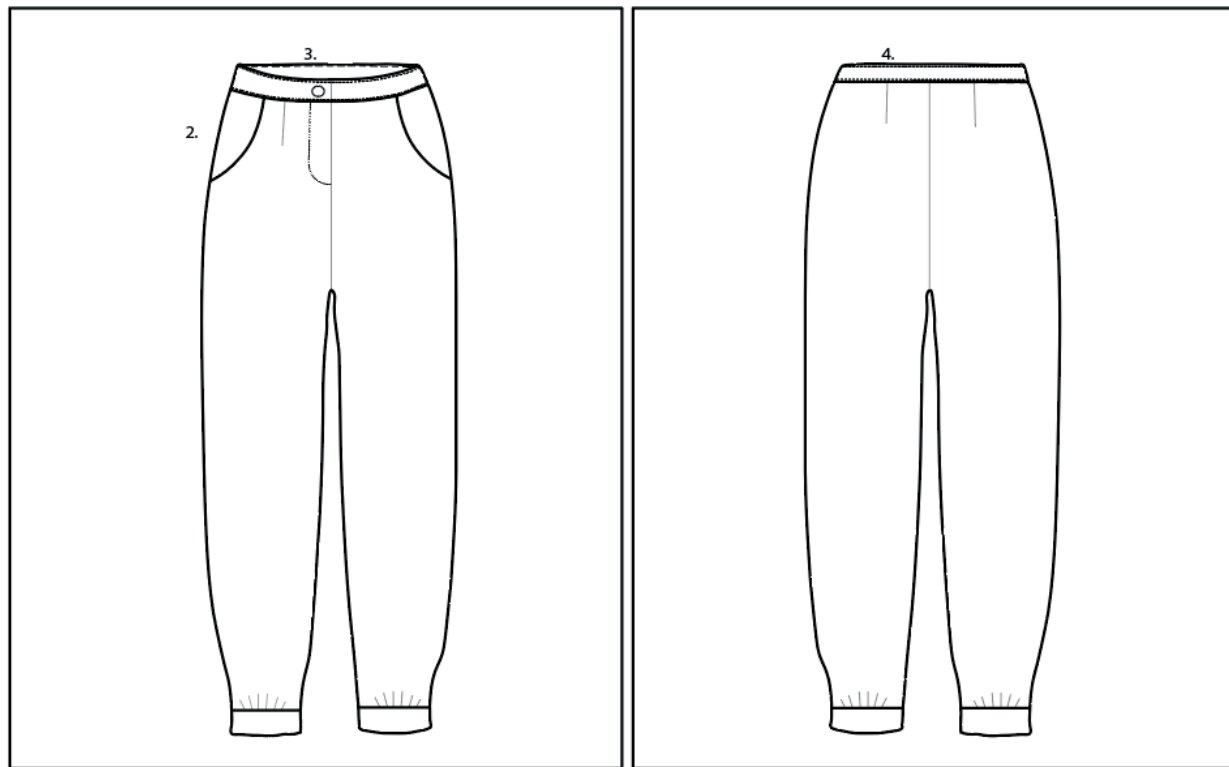
N&D Contando Historias

N&D
CONTANDO HISTORIAS

Cliente:	Mujeres de 20 a 30 años
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	08
Referencia:	Pantalón
Talle:	S

MEDIDAS

Contorno Cintura	63cm
Contorno Cadera	90cm
Largo Total	88cm
Contorno Basta	22cm
Ancho de basta	3cm



BOCETO

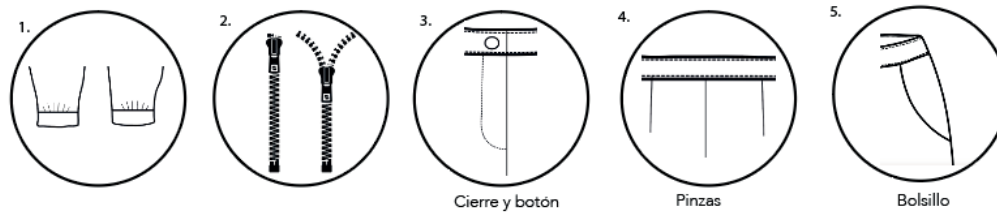


Delantero



Posterior

CROMÁTICA



Cierre y botón

Pinzas

Bolsillo



MATERIA PRIMA

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil1	Lira	1m	Borrero 10-68
Cierre	1	1	General Torres 7-73
Boton	1	Gogo	General Torres 7-73
Hilo	1	Gogo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

TECNOLOGÍAS APLICADAS:

a.- Sacar patrones	Dibujo
b.- Cortar Patrones	Tijera
c.- Colocar patron sobre la tela	Manual
d.- Cortar la tela	Máquina de corte
e.- Coser delantero con posterior	Máquina de coser
f.- Cortar y coser bolsillos	Máquina de coser
g.- Coser y colocar filo de las bastas	Maquina de coser

Figura 70. Documentación técnica pantalón.

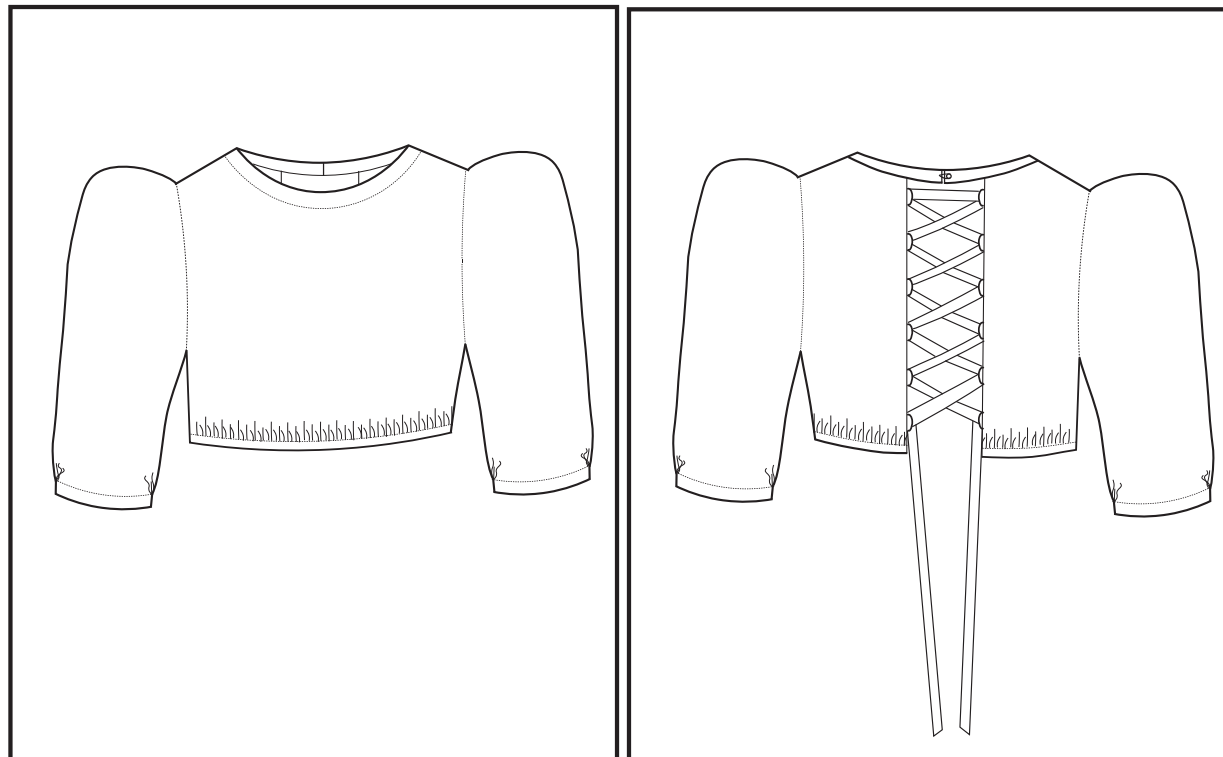
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	14
Referencia:	Blusa
Talle:	M

MEDIDAS

Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 brazo:	40cm
Medida 3 cuello:	36 cm



BOCETO

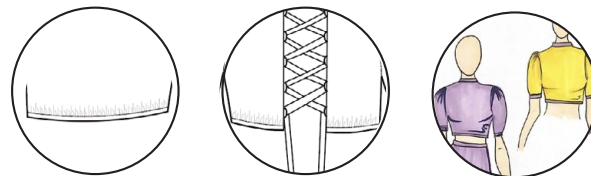


Delantero



Posterior

1. Doblado pequeño 2. Unión por bichungas 3. Reversible



CROMÁTICA



MATERIA PRIMA

	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m y medio	Borrero 10-68
	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Patronaje	Papel
b.- Corte de la tela	Tijera
c.- Unir la preña al cuerpo	Máquina recta
d.- Realizar dobladillos	Máquina recta
e.- Colocar el botón	

Figura 71. Documentación técnica blusa reversible morada y amarilla.

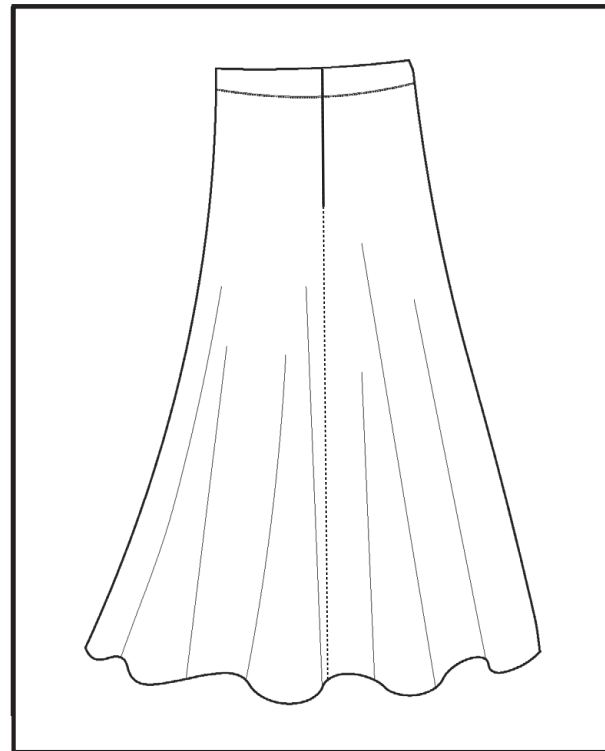
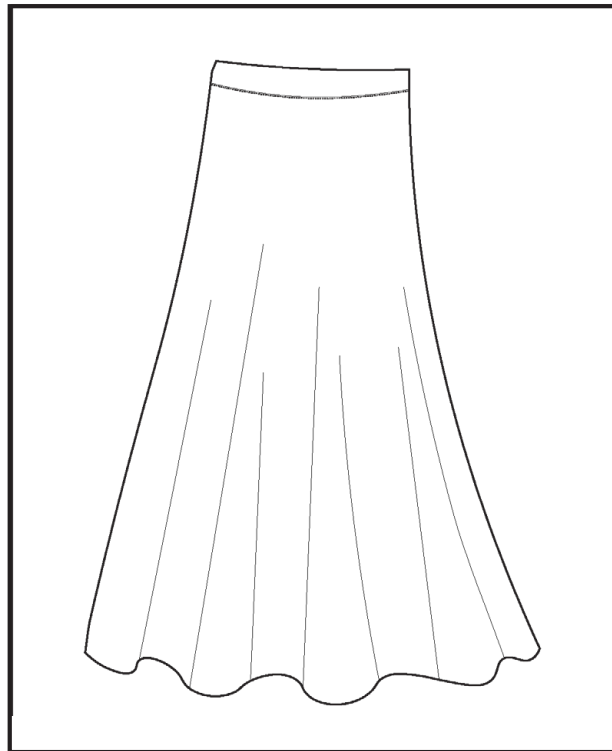
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	12
Referencia:	Falda
Talle:	M

MEDIDAS

Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 cadera:	100cm
Medida 3 largo rodilla:	70cm
Medida 4 largo total:	110cm



BOCETO

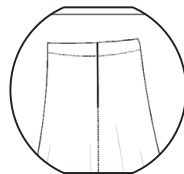


Delantero

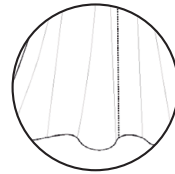


Posterior

1. Unión por cierre invisible



2. Vuelos, corte campana



CROMÁTICA



MATERIA PRIMA			
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m y medio	Borrero 10-68
Hilo	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Patronaje	Papel
b.- Plisado de la tela	Plisadora
c.- Corte de la tela	Tijera
d.- Unir la pretina al cuerpo	Máquina recta
e.- Realizar dobladillos	Máquina recta
f.- Colocar el cierre	Máquina recta

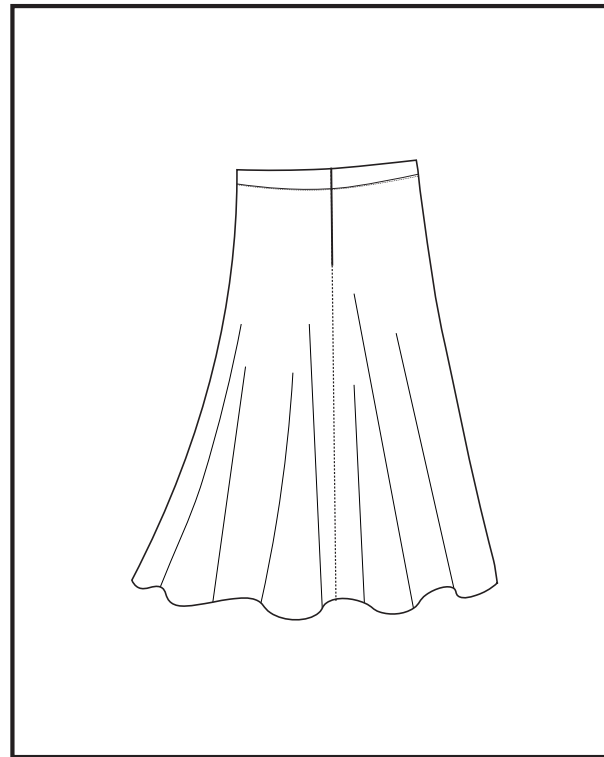
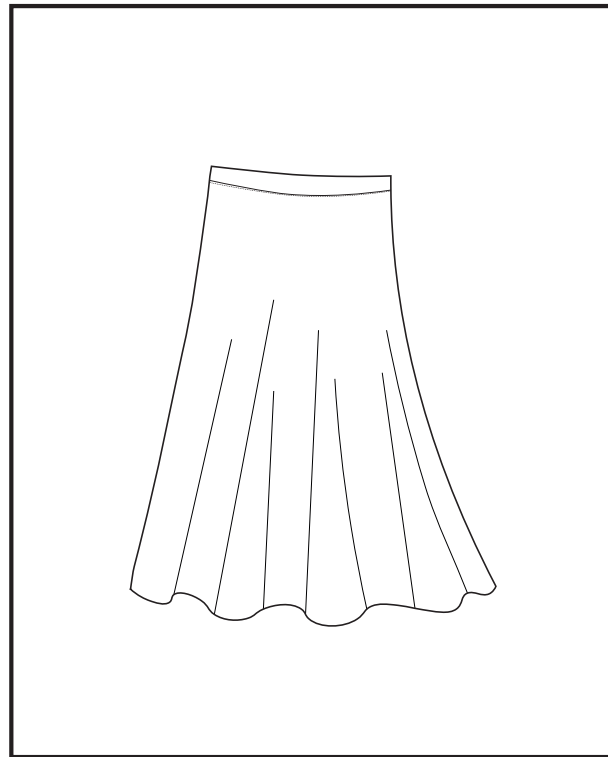
Figura 72. Documentación técnica falda maxi morada.

N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	13
Referencia:	Falda
Talle:	M

MEDIDAS	
Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 cadera:	100cm
Medida 3 largo rodilla:	70cm
Medida 4 largo total:	110cm



BOCETO



Delantero

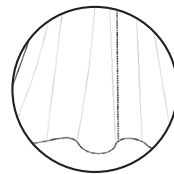


Posterior

1. Unión por cierre invisible

2. Vuelos, corte campana

CROMÁTICA



MATERIA PRIMA			
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m y medio	Borrero 10-68
Hilo	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Patronaje	Papel
b.- Plisado de la tela	Plisadora
c.- Corte de la tela	Tijera
d.- Unir la pretina al cuerpo	Máquina recta
e.- Realizar dobladillos	Máquina recta
f.- Colocar el cierre	Máquina recta

Figura 73. Documentación técnica falda mediana morada.

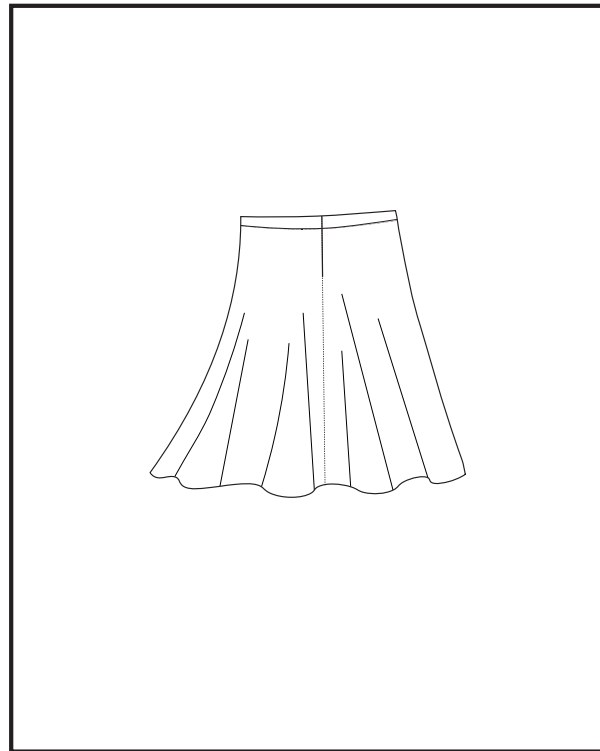
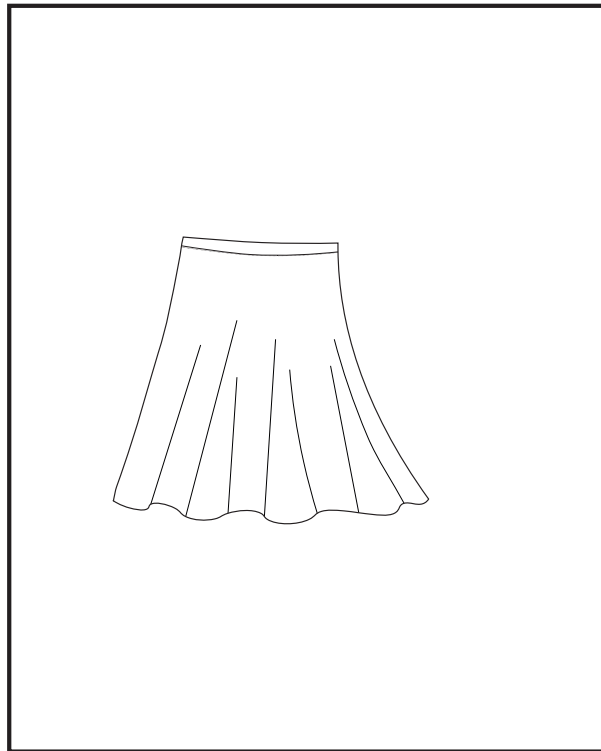
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	14
Referencia:	Falda
Talle:	M

MEDIDAS

Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 cadera:	100cm
Medida 3 largo rodilla:	70cm
Medida 4 largo total:	110cm



BOCETO



Delantero

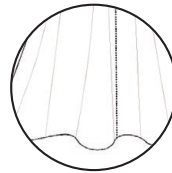
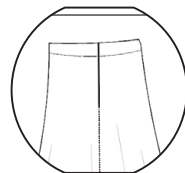


Posterior

1. Unión por cierre invisible

2. Vuelos, corte campana

CROMÁTICA



MATERIA PRIMA

	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m y medio	Borrero 10-68
	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

TECNOLOGÍAS APLICADAS:

a.- Patronaje	Papel
b.- Plisado de la tela	Plisadora
c.- Corte de la tela	Tijera
d.- Unir la pretina al cuerpo	Máquina recta
e.- Realizar dobladillos	Máquina recta
f.- Colocar el cierre	Máquina recta

Figura 74. Documentación técnica falda pequeña morada.

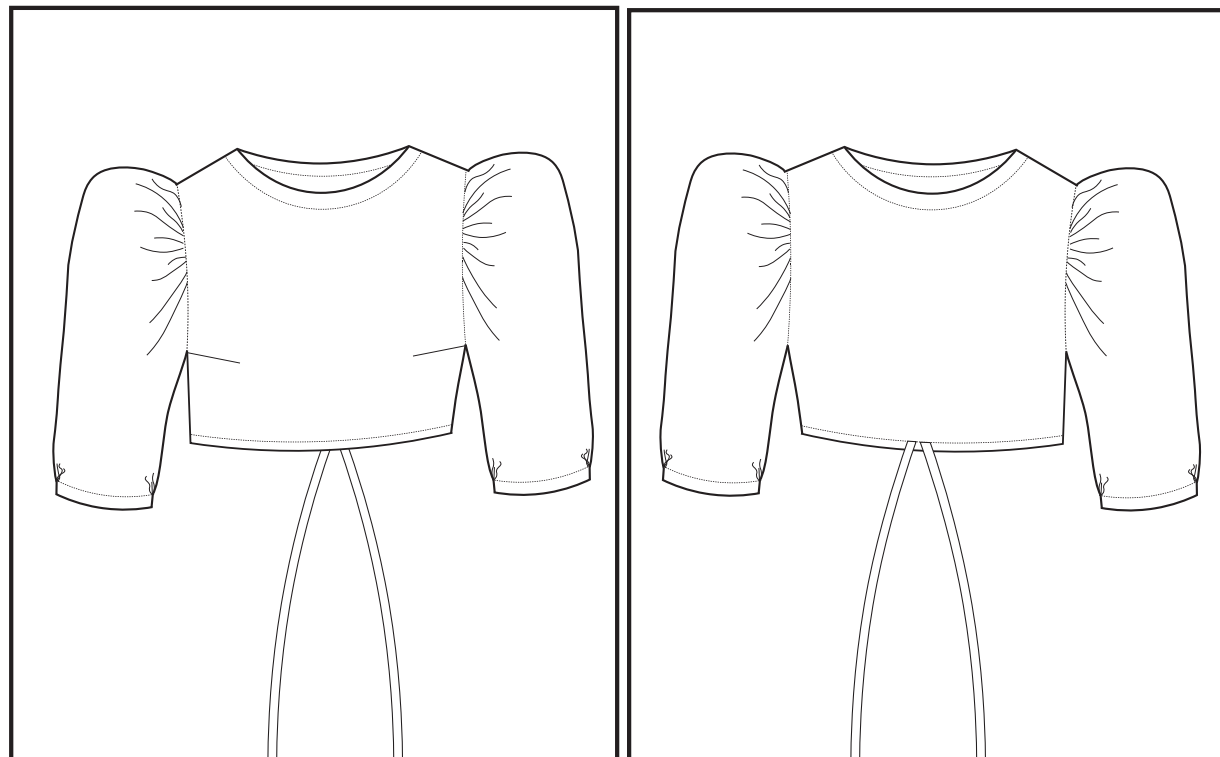
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	11
Referencia:	Blusa
Talle:	M

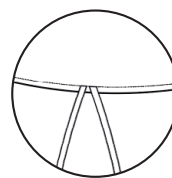
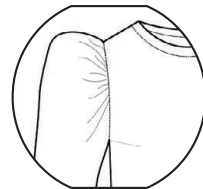
MEDIDAS

Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 brazo:	40cm
Medida 3 cuello:	36 cm



1. Mangas bombachas

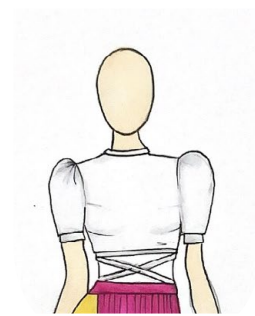
2. Tiras de cruce



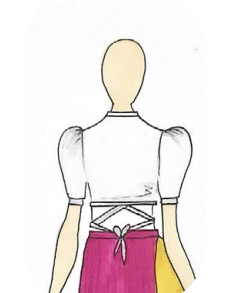
CROMÁTICA



BOCETO



Delantero



Posterior

MATERIA PRIMA

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m	Borrero 10-68
Hilo	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Patronaje	Papel
c.- Corte de la tela	Tijera
d.- Unir el cuello al cuerpo	Máquina recta
e.- Realizar pinzas	Máquina recta
f.- Colocar tiras	Máquina recta

Figura 75. Documentación técnica blusa blanca.

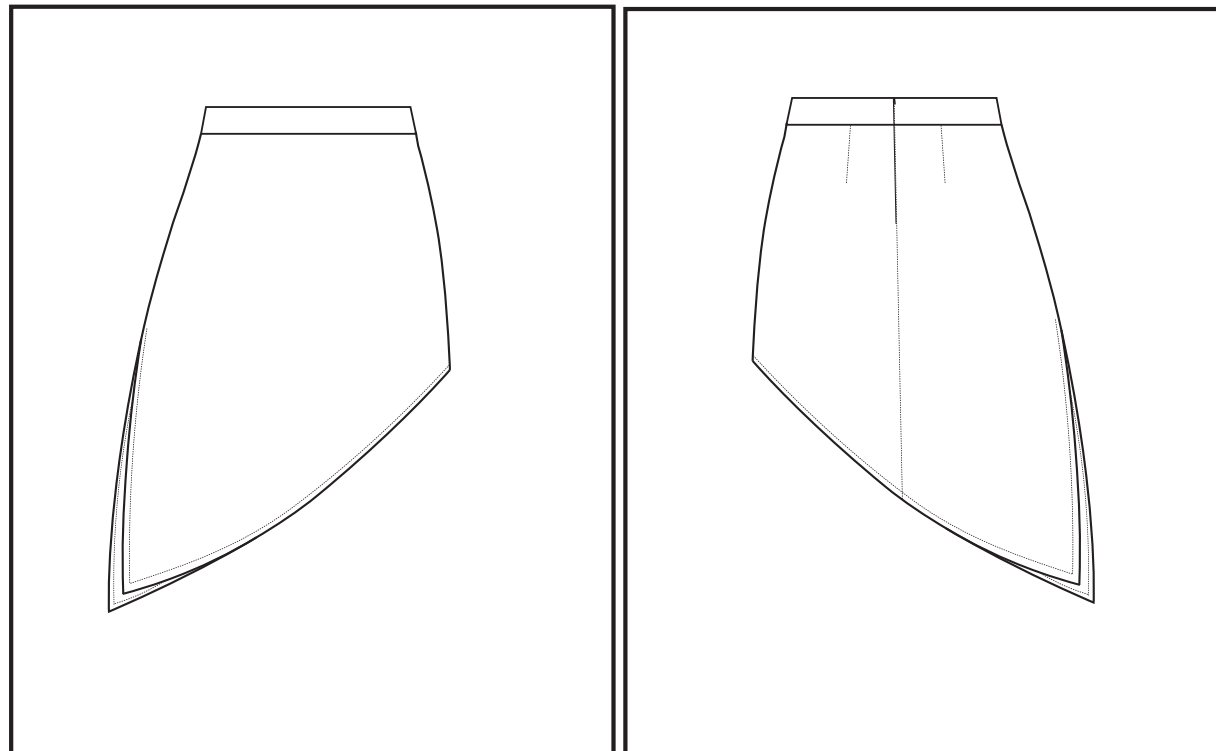
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	10
Referencia:	Falda
Talle:	M

MEDIDAS

Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 cadera:	100cm
Medida 3 largo rodilla:	70cm



BOCETO

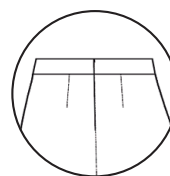
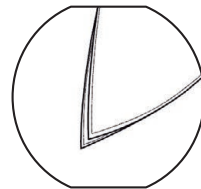


Delantero



Posterior

1. Apertura en la pierna 2. Cierre invisible



CROMÁTICA



MATERIA PRIMA			
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m	Borrero 10-68
Hilo	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Patronaje	Papel
c.- Corte de la tela	Tijera
d.- Unir la pretina al cuerpo	Máquina recta
e.- Realizar pinzas	Máquina recta
f.- Colocar el cierre	Máquina recta

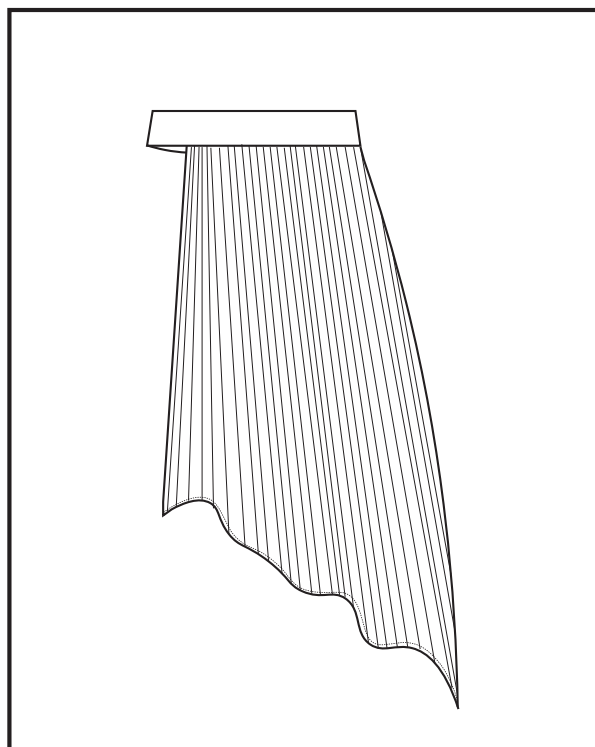
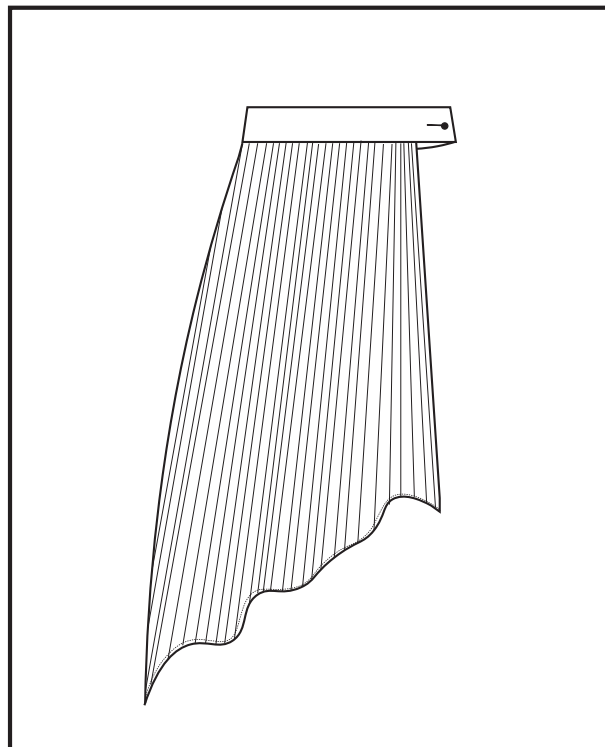
Figura 76. Documentación técnica falda amarilla.

N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	09
Referencia:	Falda
Talle:	M

MEDIDAS	
Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 cadera:	100cm
Medida 3 largo rodilla:	70cm



BOCETO

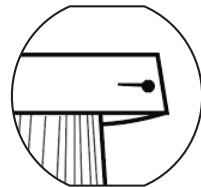


Delantero

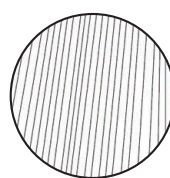


Posterior

1. Unión por botón



2. Plisado



CROMÁTICA



MATERIA PRIMA			
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil 1	Lira	1m y medio	Borrero 10-68
Hilo	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

TECNOLOGÍAS APLICADAS:

a.- Patronaje	Papel
b.- Plisado de la tela	Plisadora
c.- Corte de la tela	Tijera
d.- Unir la pretina al cuerpo	Máquina recta
e.- Realizar ojal	Ojaladora
f.- Colocar el botón	Costura a mano

Figura 77. Documentación técnica falda fucsia plisada.

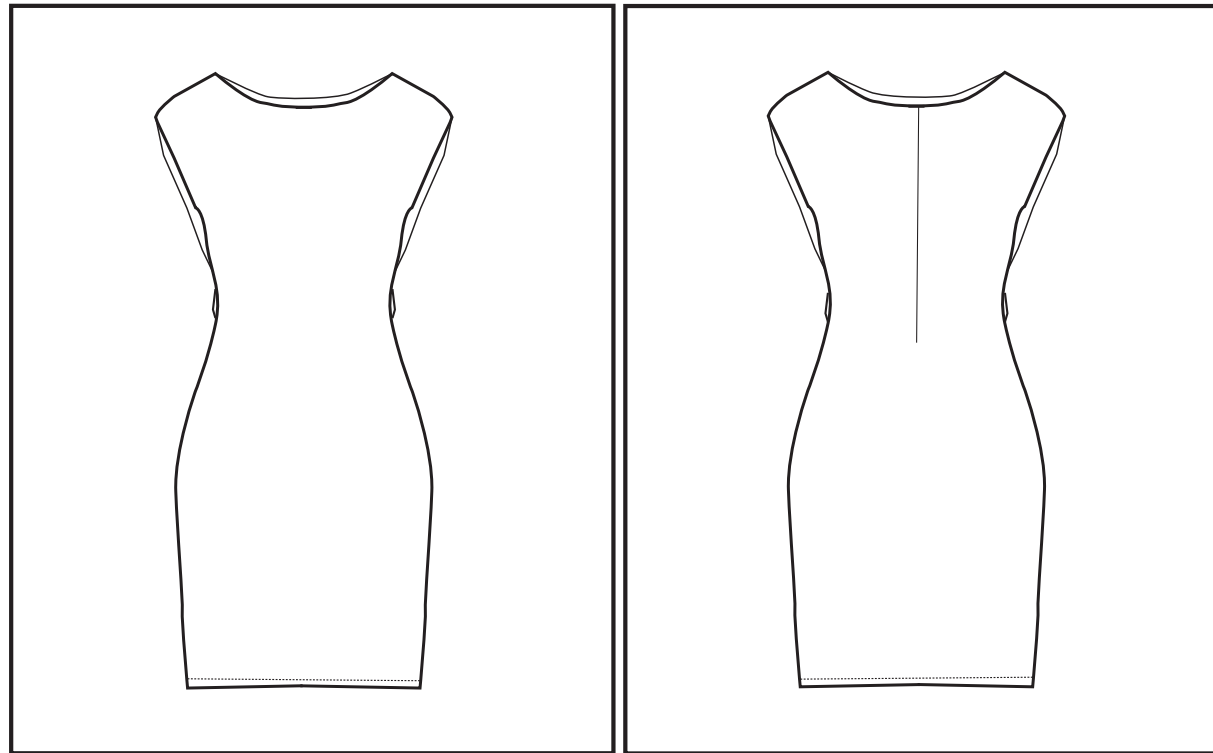
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	15
Referencia:	Vestido
Talle:	M

MEDIDAS

Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 cadera:	100cm
Medida 3 largo rodilla:	70cm
Medida 2 brazo:	40cm
Medida 3 cuello:	36 cm



BOCETO



Delantero



Posterior

1. Unión por cierre



2. Manga murciélago



CROMÁTICA



MATERIA PRIMA			
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m y medio	Borrero 10-68
Hilo	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Patronaje	Papel
b.- Corte de la tela	Tijera
c.- Unir el cuerpo	Máquina recta
d.- Unir mangas	Máquina recta
e.- Colocar el cierre	Máquina recta

Figura 78. Documentación técnica vestido plomo inspirado en Jay.

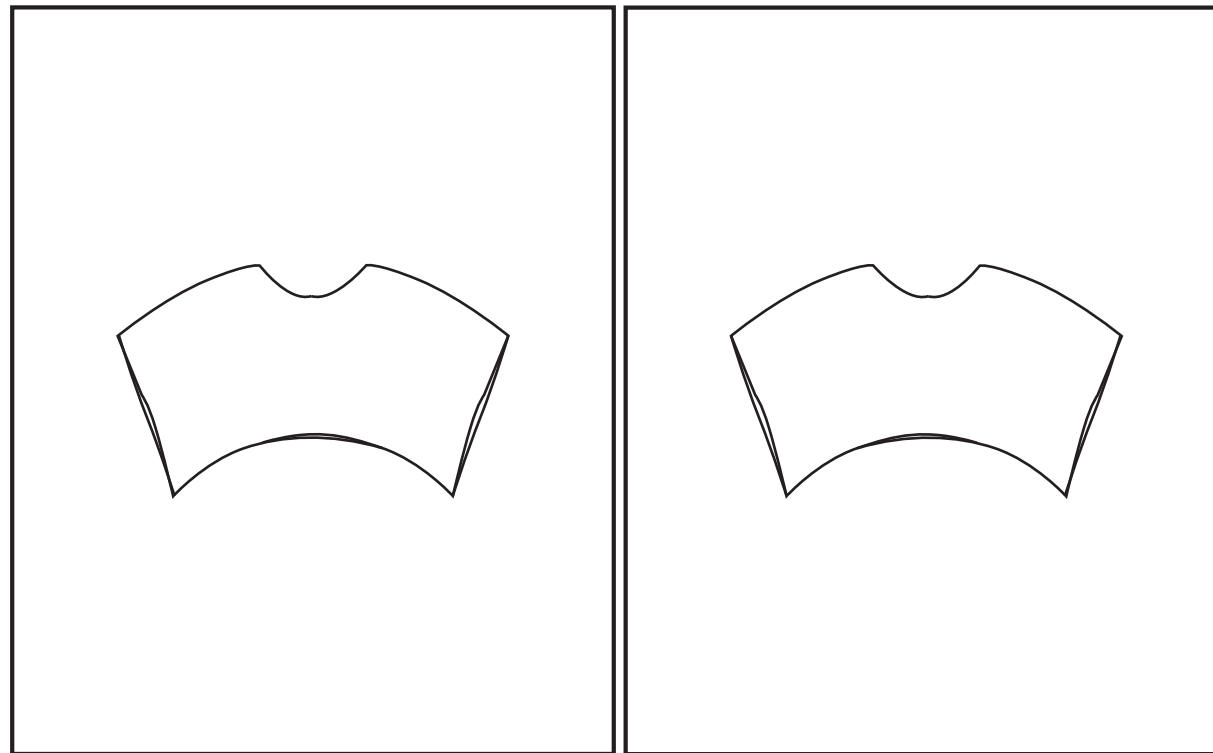
N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	16
Referencia:	Capa
Talle:	M

MEDIDAS

Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 cadera:	100cm
Medida 3 largo rodilla:	70cm
Medida 2 brazo:	40cm
Medida 3 cuello:	36 cm



1. Manga murciélago

CROMÁTICA



BOCETO



MATERIA PRIMA			
	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m y medio	Borrero 10-68
	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Patronaje	Papel
b.- Corte de la tela	Tijera
c.- Coser los dobladillos	Máquina recta

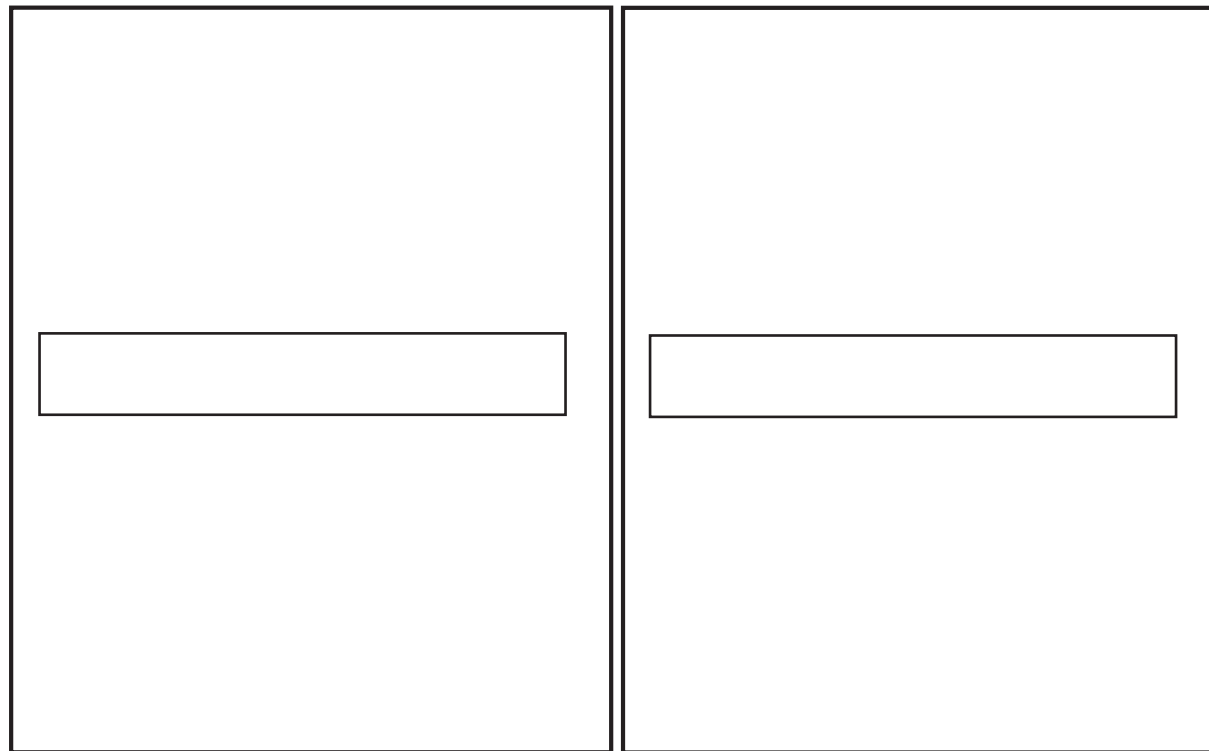
Figura 79. Documentación técnica capa inspirada en Jay.

N&D Contando Historias



Cliente:	Mujer
Fecha:	24 / 05 / 2022
Temporada:	HOPE
Artículo:	17
Referencia:	Cinturón
Talle:	M

MEDIDAS	
Medida 1 cintura:	67cm
Medida 2 cadera:	100cm
Medida 3 largo rodilla:	70cm
Medida 2 brazo:	40cm
Medida 3 cuello:	36 cm



BOCETO



Delantero



Posterior

1. Cinturon

2. Unión mediante gafetes

CROMÁTICA



MATERIA PRIMA			
	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Base textil	Lira	1m y medio	Borrero 10-68
	Gogo	1 hilo	General Torres 7-73

PROCESO DE ARMADO:	TECNOLOGÍAS APLICADAS:
a.- Patronaje	Papel
b.- Corte de la tela	Tijera
c.- Coser los dobladillos	Máquina recta

Figura 80. Documentación técnica cinturón inspirado en Jay.

4.4 Fotografías finales

Dentro de esta producción estuvo a cargo del maquillaje: Jasmín Peña (Xperta), Peinado: Bilma Benenaula (Premium Peluquería), y como fotógrafo: Bryam Buestán (CIO).

Figura 81. Conjunto 1: Pantalón, top y body inspirado en Daniela.

Figura 82. Conjunto 1: Pantalón, top y body inspirado en Daniela.



Figura 82



Figura 81



Figura 83. Conjunto 2: Falda y blusa inspiradas en Cristian.

Figura 84. Conjunto 2: Falda y blusa inspiradas en Cristian.





Figura 85

Figura 85. Conjunto 3: Pantalón y 2 busos inspirados en Juan Pablo.

Figura 86. Conjunto 3: Pantalón y 2 busos inspirados en Juan Pablo.



Figura 86



Figura 87. Conjunto 4: Blusa y 2 faldas inspiradas en Emilia.

Figura 88. Conjunto 4: Blusa y 2 faldas inspiradas en Emilia.



Figura 89. Conjunto 5: Blusa reversible y 3 faldas inspiradas en Emily 1.

Figura 90. Conjunto 5: Blusa reversible y 3 faldas inspiradas en Emily 1.

Figura 91. Conjunto 5: Blusa reversible y 3 faldas inspiradas en Emily 1.





Figura 92. Conjunto 6: Vestido gris inspirado en Jay.

Figura 93. Conjunto 6: Vestido gris inspirado en Jay.



Figura 93



Figura 92



Figura 94. Carmen costurera.



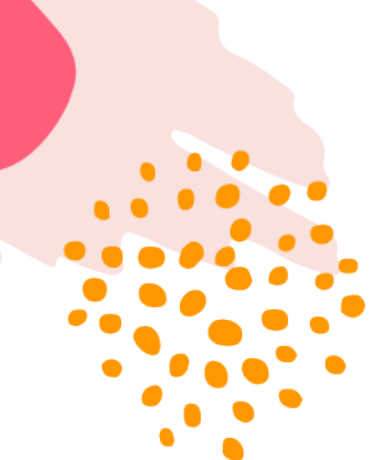
Figura 95. Foto grupal con los integrantes de la Fundación HOPE.



Figura 96. Indumentaria N&D
Contando historias.

Conclusiones

Y RECOMENDACIONES



CONCLUSIONES

En base a toda la investigación realizada, empezando desde una profunda recopilación de datos tanto del campo del diseño de indumentaria como todo lo que engloba la innovación social, se obtuvo información importante para realizar el diseño y la concreción del emprendimiento de indumentaria. En este proyecto se crea valor para la sociedad mediante la enseñanza a futuras y existentes generaciones de diseñadores tanto de textiles como de indumentaria, la instrucción previamente dicha se pone en evidencia, ya que la indumentaria puede dar un giro social y posicionarla no como una fuente de consumo masivo, sino como una profesión dedicada a cada uno de los clientes, con ropa a medida sin caer en la producción en serie como en grandes industrias.

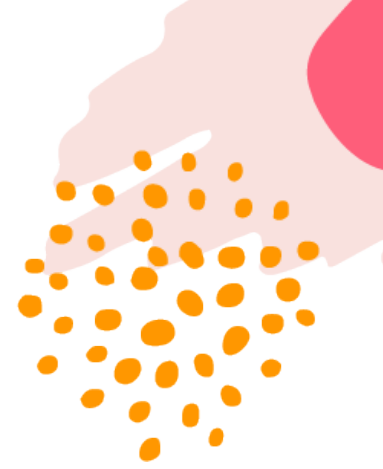
Las nociones de innovación identificadas, fueron aplicadas dentro del proceso de ideación, en cada prenda diseñada mediante el acercamiento hacía las personas con capacidades diferentes de la Fundación HOPE, se pudo lograr extraer la esencia de cada individuo; el saber que gustos tienen, que música les llamaba más la atención, sus hobbies, en pocas palabras su **personalidad**.

Las relaciones identificadas fueron en primera instancia; la innovación social, cómo esta se genera a partir de necesidades que no han sido satisfechas y cómo un producto o servicio puede ayudar

a resolver un problema social. Luego se identificó al diseño, cómo mediante este campo se puede satisfacer las necesidades humanas y ofrecer soluciones innovadoras, por medio de la creatividad, las habilidades, y lo más importante la práctica de cada diseñador. Finalmente y lo más destacado, la innovación social dentro del diseño de indumentaria sin duda alguna, es una herramienta la cual puede servir como inspiración para nuevas creaciones que aporten en algo positivo para el mundo y su sociedad, con un diseñador que más que años de experiencia, sobre todo tenga pasión por lo que hace, resolviendo o aportando a la resolución de problemas sociales, no solamente a nivel local sino también a nivel internacional.

Para concluir con el proyecto de graduación, a la fecha 23 de junio de 2022, se realizó la venta de 2 prendas de la línea de N&D Contando Historias, con códigos; 11 y 08. El plan de reinversión que empieza con estas prendas iría de la siguiente manera;

- Blusa Blanca y pantalón café que dan un total de \$80 en ventas.
- La ganancia neta es de \$26,50, el 50% de éste es el rédito dirigido a la Fundación HOPE.
- Para el plan de reinversión quedaría \$53,50 que va dirigido a la compra de nuevas telas.



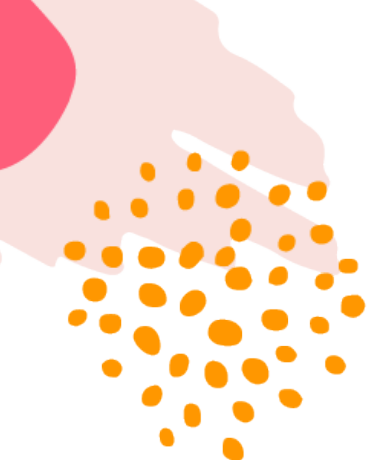
RECOMENDACIONES

Una vez culminado el proyecto y después de atravesar algunas dificultades se pudo observar que es posible generar innovación social a partir del diseño de indumentaria. Existen muchas formas dentro de esta disciplina en las que se puede aportar para satisfacer algunas de las necesidades de grupos vulnerables; lo que se recomienda en primer lugar es: identificar el problema, luego diseñar para la solución y lo más importante no esperar nada a cambio.

También se pudo observar que existe falta de información y de conciencia en la sociedad, sobre la poca ayuda social que reciben los centros y fundaciones, se debería dar más importancia a estos grupos sociales, ya que las personas necesitan de una ayuda constante para poder sobrevivir.

Hoy en día, la tecnología ha avanzado y las redes sociales son indispensables, este es el medio esencial para poder llegar rápidamente a todas las personas; por lo tanto al público objetivo, se recomienda fomentar los emprendimientos sin fines de lucro por este medio, al mismo tiempo incentivar a la gente para aportar con los grupos vulnerables. Lo que las fundaciones necesitan actualmente, es poder concientizar a la mayor cantidad de personas posibles mostrando la realidad que viven.

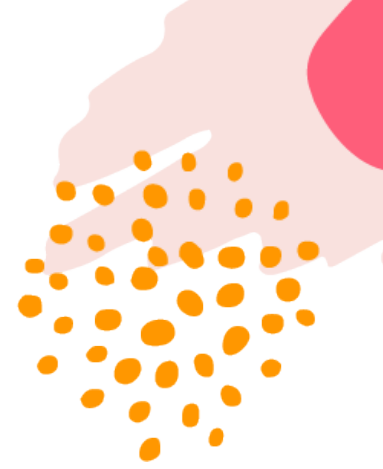
En base a todo lo mencionado anteriormente, se recomienda hacer más difusión sobre el objetivo y los productos que se tiene, incentivando a la gente, no solo a consumir local, sino a comprar indumentaria que tiene una historia detrás, trabajando de la mano con costureras y en este caso también con fundaciones.



REFERENCIAS

Bibliografía

- Abreu Quintero, J. (2011). *Innovación Social: Conceptos y Etapas*. Eprints.uanl.mx. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/8019/1/6%282%29134-148.pdf>.
- Alicia Amate, E., & Vásquez, AJ (2006). *Discapacidad: lo que todos debemos saber*. OP. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=bnf6zhhwfdQC&oi=fnd&pg=PT11&dq=la+discapacidad&ots=t_Xw4MqdnC&sig=L6X-12V5VD5VxdgY4hrFfKkewrfQ#v=onepage&q=la%20discapacidad&f=false
- Alonso-Martínez, D., Nieto, M., & Alonso Martínez, D. (s/f). *Emprendimiento social vs Innovación social 12*. Unileon.es. Recuperado el 7 de junio de 2022, de http://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/emprendimiento_social_vs_innovaci%C3%B3n_social.pdf
- Beltrão, JF, & Humanos y Educación Superior., RD (2014). *Derechos humanos de los grupos vulnerables*. Universidad Pompeu Fabra.
- Buckland, H. y Murillo, D. (2014). *La Innovación Social en América Latina*. Recuperado de <http://www.transitsocialinnovation.eu/content/original/Book%20covers/Local%20PDFs/177%20ESADE-FOMIN-La-innovacion-social-en-America-Latina-Marco-conceptual-y-agentes.pdf>
- Bustos Rojo, G. (2022). *Teorías del diseño gráfico* (1a. ed.). Up-rid2.up.ac.pa. Recuperado de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1978>.
- Candid. (s/f). *Aprendizaje sincero*. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://learning.candid.org/resources/knowledge-base/emprendimiento-social-social-enterprise/>
- Castillejo, LEM (2015). *PLAN DE NEGOCIOS*. Editorial Macro. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=j7wtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=info:Y0J4o9E38HQJ:scholar.google.com/&ots=_awVoDsBEI&sig=cEgQ-FW52hXLc2anXsgagpfCx5ew#v=onepage&q&f=false
- Córdoba-Cely, C., Villamarín Martínez, FJ, & Bonilla, H. (2014). *Innovación social: Aproximación a un marco teórico desde las disciplinas creativas del diseño y las ciencias sociales*. *Tendencias*, 15 (2), 30. <https://doi.org/10.22267/rtend.141502.41>



Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 21 de junio de 2022, de https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/registro_nacional_discapacidades_instituciones.pdf

De la Rosa Ruíz, C.I. (2015). *Emprendimiento Social: un equilibrio entre lo social y lo económico (Social Entrepreneurship: a balance between social and economic)*. Ull.es. Recuperado el 21 de junio de 2022, de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1591/Emprendimiento+social+un+equilibrio+entre+lo+social+y+lo+economico+.pdf;jsessionid=47AB7C135974937CEC1F349CE09B7B52?sequence=1>

Drayton, W. (2002). The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120-132.

Esteban, D., Sarmiento, L., Antonio, J., Torres, P., & Mecánico, I. (s/f). Edu.ec. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20015/1/UPS-CT009004.pdf>

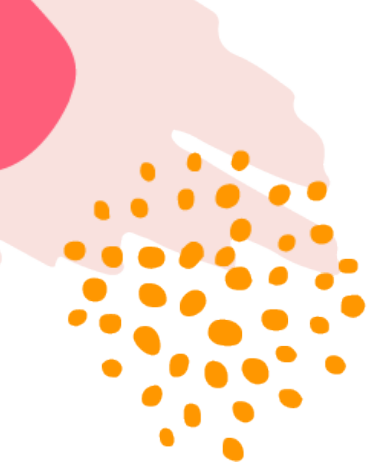
Flores López, A. (2018). *Diseño de indumentaria transformacional en Demi Couture*. Recuperado de 27 May 2022, <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28095/1/Flores%20Alejandro.pdf>

Frias Peña, J. *LA ADMINISTRACIÓN DEL DISEÑO Y LA MERCADOTECNIA, ¿UN MISMO OBJETIVO?*. Recuperado de <https://mxdesign.disenio.ibero.mx/conference/2005/HTMs-PDFs/Admon-delDisenoyMerca.pdf>.

Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P., & Ariza-Montes, A. (2017). El concepto de innovación social: ámbito, profundidad y alcances teóricos. *CIRIEC-España revista de economía pública social y cooperativa*, 88, 165. <https://doi.org/10.7203/ciriec-e.88.8849>

Innovación social, ¿Por qué es importante? [2021]. (2021, 2 de marzo). Comunidad Profesional Nexo. <https://nexoprofessional.com/por-que-es-importante-la-innovacion-social/>

LifestyleKIKI. (s/f). Lifestylekiki.com. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://lifestylekiki.com/moda-estilo-tendencias-cultura-ecuador/la-moda-la-industria-de-la-innovacion/>



Loiola, G. (2021). *Casos exitosos de proyectos de innovación social*. conexionesan. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/casos-exitosos-de-proyectos-de-innovacion-social>.

Lujan Monja, M. (2021). *Innovación social: Definición, características y ejemplos*. Innovar o Morir. Recuperado de <https://innovaromorir.com/innovacion-social-definicion-caracteristicas-ejemplos/>.

Mair, J. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36.

Martínez, X. (2017). *La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias*. Depósito. ub.edu. Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/126700/1/674366.pdf>.

Maldonado Novillo, E. (2004). *DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA MICROEMPRESAS AGROPRODUCTORAS*. Repositorio.uasb.edu.ec. Recuperado el 13 de junio de 2022, de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2476/1/T0322-MBA-Maldonado-Dise%c3%b1o%20de%20un.pdf>.

Mayab, L. A. (s/f). El diseño de moda y su influencia en la sociedad. Anahuac.mx. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/disenio-de-moda-y-su-influencia-en-la-sociedad>

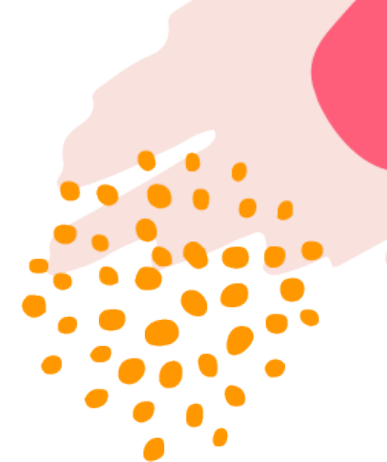
Mosquera, T. (s/f). Dos diseñadores ecuatorianos en el New York Fashion Week. Elcomercio.com. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://www.elcomercio.com/chic/disenadores-ecuatorianos-nuevayork-moda-epson.html>

Murray, R., Caulier, J. & Mulgan, G. (2010): *The open book of social innovation*, The Young Foundation, London.

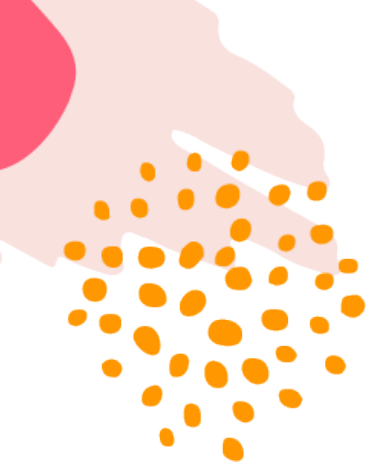
Murray, Robin; Caulier-Grice, Julie y Mulgan, Geoff. 2010. *Social innovator series: ways to design, develop and grow social innovation*.

Murray, Robin; Mulgan, Geoff y Caulier Grice, Julie. 2011. *How to Innovate: The tools for social innovation*. The Young Foundation and Nesta

Nora, M., González, E., Elvira, M. M., Parra, L., Jesús, N., Aceves, L., & Figueroa, R. C. (s/f). *LA IMPORTANCIA DE REALIZAR UN PLAN DE NEGOCIOS*. Itson.mx. Recuperado el 7 de junio de



- 2022, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no55/55plan.pdf>
- Ortíz Nicolás, J. C. (2016). Diseñando el cambio. La innovación social y sus retos. *Economía creativa*, 6, 8–34. <https://doi.org/10.46840/ec.2016.06.02>
- Paez, L. (2021, abril 24). ¿Qué es innovación en corte y confección? Lo último de la industria textil. Crehana. Recuperado de <https://www.crehana.com/ec/blog/manualidades-cocina/innovacion-corte-confeccion/>
- Peña, J. LA ADMINISTRACIÓN DEL DISEÑO Y LA MERCADOTECNIA, ¿UN MISMO OBJETIVO?. Retrieved 27 May 2022. Recuperado de <https://mxdesign.disenio.ibero.mx/conferencia/2005/HTMs-PDFs/AdmondelDisenoyMerca.pdf>
- Pérez, J. (2018). ARQUITECTURA DE INTERIORES. Glifos. unis.edu.gt. Recuperado de <https://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2018/54294.pdf>.
- Phills, J., Miller, D., & Deiglmeier, K. (2008). Redescubriendo la innovación social. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/242511521_Rediscovering_Social_Innovation.
- Problemas Sociales - Concepto, causas, ejemplos y actualidad.* (s/f). Concepto. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://concepto.de/problemas-sociales/>
- Ramón, F. (2021, noviembre 9). “Joshe” Ordóñez, cuencana brilla en NY con su empresa “Airpals”. Com.ec; Diario el Mercurio. <https://elmercurio.com.ec/2021/11/09/joshe-ordonez-cuencana-brilla-en-ny-con-su-empresa-airpals/>
- Sardón, F (2015). El 38% de los discapacitados desiste de buscar trabajo por las barreras que les ponen . El Día de Valladolid. <https://www.eldiadevalladolid.com/noticia/z3490b451-a2b8-0adb-8d1834436f896ce9/201502/francisco-sardon-el-38-de-los-discapacitados-desiste-de-buscar-trabajo-por-las-barreras-que-les-ponen>
- Seoane, J. A. (s/f). ¿QUÉ ES UNA PERSONA CON DISCAPACIDAD? Usc.es. Recuperado el 7 de junio de 2022, de https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/7386/pg_144-163_ahora30_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Social, D. (2013, septiembre 25). ¿Qué es “diseño social”? Innovación Social aplicada al diseño. EN+ Diseño Social. Recuperado



de <https://disenosocial.org/diseño-social-concepto/>

Toboso-Martín, M., & Rogero-García, J. (2012). "Diseño para todos" en la investigación social sobre personas con discapacidad. *Reis*, 140(1), 163–172. Recuperado de <https://doi.org/10.5477/cis/reis.140.163>

Universidad del Azuay. (s/f). Universidad del Azuay. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://www.uazuay.edu.ec/detalle-prensa/26686>

Weinberger, K (2009). Plan de negocios. *Crecemype.pe*. Recuperado el 7 de junio de 2022, de http://www.crecemype.pe/1_creecer/docs/plan%20de%20negocios.pdf

Wong, W (1988). Principios de diseño en color. Recuperado de <https://www.loop.la/descargas/disenho/Wucius%20Wong%20-%20Fundamentos%20Del%20Dise%C3%B1o%20-%20parte%201.pdf>.

Wong, W (1991). Principios de diseño en color. Recuperado de <https://www.loop.la/descargas/disenho/Wucius%20Wong%20-%20Fundamentos%20Del%20Dise%C3%B1o%20-%20parte%201.pdf>.

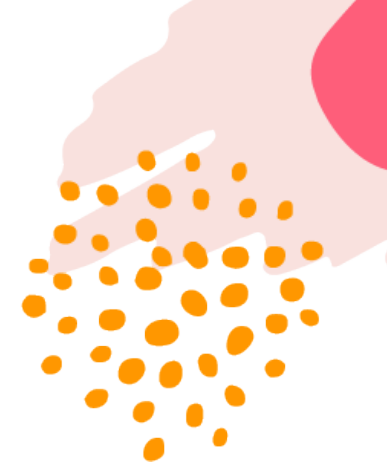
Wong, W. (1977). Fundamentos del diseño. *Loop.la*. Recuperado de <https://www.loop.la/descargas/disenho/Wucius%20Wong%20-%20Fundamentos%20Del%20Dise%C3%B1o%20-%20parte%201.pdf>.

Yunus (2010). *Building Social Business. Capitalism that can serve humanity's most pressing needs*. Recuperado de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/30142/PabloAndres_GomezSanchez_Katherine_CorreaQuintero_GustavoAdid_VillasmilTrujillo_2021.pdf

Zambrini, L. (s/f). Diseño e indumentaria: una mirada histórica sobre la estética de las identidades de género. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación N71*, Año XIX, Marzo 2019, Buenos Aires, Argentina, 119–128. Recuperado el 7 de junio de 2022, de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=694&id_articulo=14749

Zeas-Carrillo, S. G., & Universidad del Azuay. (2019). UN BREVE RECORRIDO DEL CAMPO PROFESIONAL DE DISEÑO DE TEXTIL E INDUMENTARIA EN CUENCA, ECUADOR. *DISEÑO ARTE Y ARQUITECTURA*, 1(7), 11–23. Recuperado de <https://doi.org/10.33324/daya.v1i7.245>

¿Qué es la Innovación Social? -innovacionsocialmalaga.es. (2021). Recuperado el 5 de junio de 2022, de <http://innovacionsocialmalaga.es/que-es-la-innovacion-social/>.



Bibliografía de figuras

Figura 1: Innovación social 1, recuperada de https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-redes-sociales_2808035.htm#query=innovaci%C3%B3n%20social&position=2&from_view=search (Freepik, 2022).

Figura 2: Innovación social 2, recuperado de <https://www.pipedrive.com/es/blog/tecnicas-de-ventas> (Pipedrive, 2022).

Figura 3: Problemas sociales 1, recuperado de https://www.freepik.es/vector-premium/problemas-sociales-madre-soltera_9747581.htm (Freepik, 2022).

Figura 4: Problemas sociales 2, recuperado de <https://es.dreamstime.com/problemas-sociales-e-iconos-cr%C3%ADticos-del-pictograma-de-los-image103132147> (Dreamstime, 2022).

Figura 5: Problemas sociales 3, recuperado de <https://medicoplus.com/ciencia/problemas-sociales> (Medicoplus., 2022).

Figura 6: Problemas sociales 4, recuperado de <https://medicoplus.com/ciencia/problemas-sociales> (Medicoplus., 2022).

Figura 7: El diseño 1, recuperado de https://www.google.com/search?q=dise%C3%B1o&tbs=isch&hl=es&tbs=isz:l&rlz=1C5CHFA_enEC875EC875&sa=X&ved=0CAIQpwVqFwoTC-KjzpK7tpfgCFQAAAAAdAAAAABAC&biw=1440&bih=751#imgsrc=89ENBCMs2kMGuM (Asana, 2021).

Figura 8: El diseño 2, recuperado de <https://criafama.es/evolucion-del-diseno-grafico/> (Criafama, 2022).

Figura 9: Diseño de indumentaria, recuperado de <https://www.freepik.es/fotos-vectores-gratis/moda> (Freepik, 2022).

Figura 10: Diseño de indumentaria 2, recuperado de https://www.google.com/search?q=dise%C3%B1o%20de%20indumentaria&tbs=isch&hl=es&tbs=isz:l&rlz=1C5CHFA_enEC875EC875&sa=X&ved=0CAIQpwVqFwoTCPj-r-ejpvvgCFQAAAAAdAAAAABAC&biw=1440&bih=751#imgsrc=5mzxN3HfrZvKHM&imgdii=d-MWURNSfpJyRgM (Piazza, 2022).

Figura 11: Diseño de indumentaria 3, recuperado de <https://www.noticiasdel6.com/junio-se-viene-con-workshops-y-conversatorios-de-arte-y-diseno-de-indumentaria/> (Noticiasdel6, 2022).

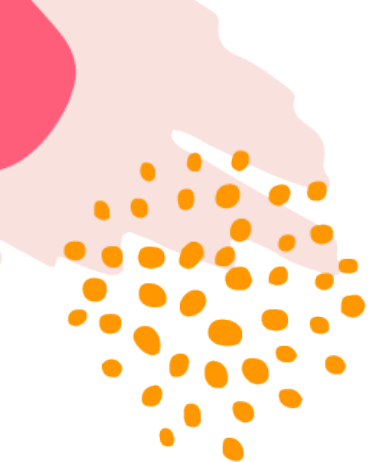


Figura 12: Museo Remigio Crespo Toral, recuperado de <https://www.clave.com.ec/casa-museo-remigio-crespo-toral/> (Clave, 2018).

Figura 13: Centro histórico de Cuenca, recuperado de <http://thefashionpixel.com/2019/12/10/lugares-mas-instagrameables-de-cuenca/> (thefashionpixel, 2019).

Figura 14: Innovación social en Europa, recuperado de <https://lavozdebolivia.com/innovacion-social-en-europa-como-cambia-el-mercado-de-la-moda/> (lavozdebolivia, 2020).

Figura 15: Moda sostenible, recuperado de <https://www.micolet.com/blog/slow-fashion-marcas-ropa-alternativas-fast-fashion/> (micolet, 2021).

Figura 16: Slow Fashion, recuperado de <https://qiarg.org/2021/03/20/slow-fashion-la-moda-sostenible/> (qiarg, 2021).

Figura 17: Diseño universal, recuperado de <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2020/09/02/tec-5a-mejor-institucion-publica-velar-personas-discapacidad> (tec.ac.cr, 2020).

Figura 18: Diseñador textil, recuperado de https://www.freepik.es/vector-gratis/pasarela-desfile-moda-ilustracion-plana_12178733.htm#&position=3&from_view=detail#page=6&query=m&position=3&from_view=detail (freepik, 2022).

Figura 19: Discapacidades, recuperado de https://www.freepik.es/vector-gratis/composicion-persona-discapacitada-conjunto-icenos-aislados-combinados-alrededor-persona-discapacitada-que-sentada-silla-ruedas_10379078.htm#query=personas%20con%20discapacidad&position=0&from_view=search (freepik, 2022).

Figura 20: Personas con discapacidad, recuperado de https://www.freepik.es/vector-gratis/grupo-personas-discapacidad-diversa-concepto-discapacidad-personaje-discapacitado-silla-ruedas-hombre-mujer-protesis-bionica-mano-o-pierna-nina-ciega-baston-perro-guia-ilustracion-vectorial-dibujos-animados_22273223.htm?query=personas%20con%20discapacidad (freepik, 2022).

Figura 21: HOPE, recuperado de <https://m.facebook.com/fundacionhopecuenca/> (facebook, 2022).

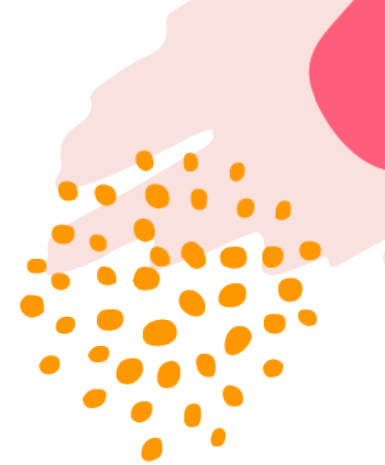


Figura 22: Fundadores de HOPE, recuperado de <https://m.facebook.com/fundacionhopecuenca/> (facebook, 2021).

Figura 23: Madre e hijo de HOPE, recuperado de <https://m.facebook.com/fundacionhopecuenca/> (facebook, 2021).

Figura 24: Emprendimiento social, recuperado de <https://revistafusionempresarial.mx/emprendimiento-social-con-fin-de-lucro/> (revistafusionempresarial, 2019).

Figura 25: Plan de negocios, recuperado de https://www.freepik.es/vector-gratis/servicio-consultoria-asesoria-financiera-soporte-experto-personajes-dibujos-animados-empresaria-asesor-servicio-asistencia_11669044.htm?query=plan%20de%20negocio (freepik, 2022).

Figura 27: Padre e hijo de HOPE, recuperado de <https://m.facebook.com/fundacionhopecuenca/> (facebook, 2021).

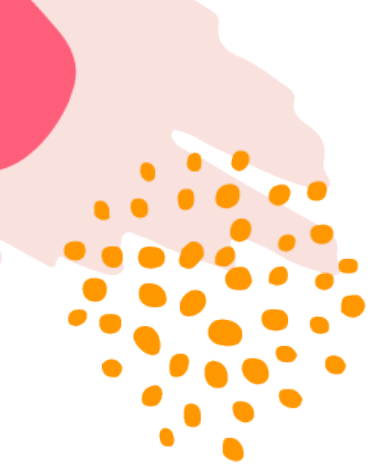
Figura 29: Maniquí, recuperado de https://www.freepik.es/vector-gratis/concepto-disenador-moda-dibujado-mano-plana_11806945.htm#page=6&query=moda&position=17&-from_view=search#position=17&page=6&-query=moda (freepik, 2022).

Figura 30: Mujer, recuperado de https://www.freepik.es/foto-gratis/retrato-hermoso-mujer-joven-posicion-pared-gris_13813927.htm#query=mujer%20segura&position=4&from_view=search (freepik, 2022).

Figura 32: Collage de tendencias 2, recuperado de <https://www.vogue.mx/moda/galeria/tendencias-de-moda-para-2022-que-tienes-que-conocer> <https://www.telva.com/moda/tendencias/2022/01/24/61ee041502136e-44138b45a1.html> (Vogue, Telva 2022).

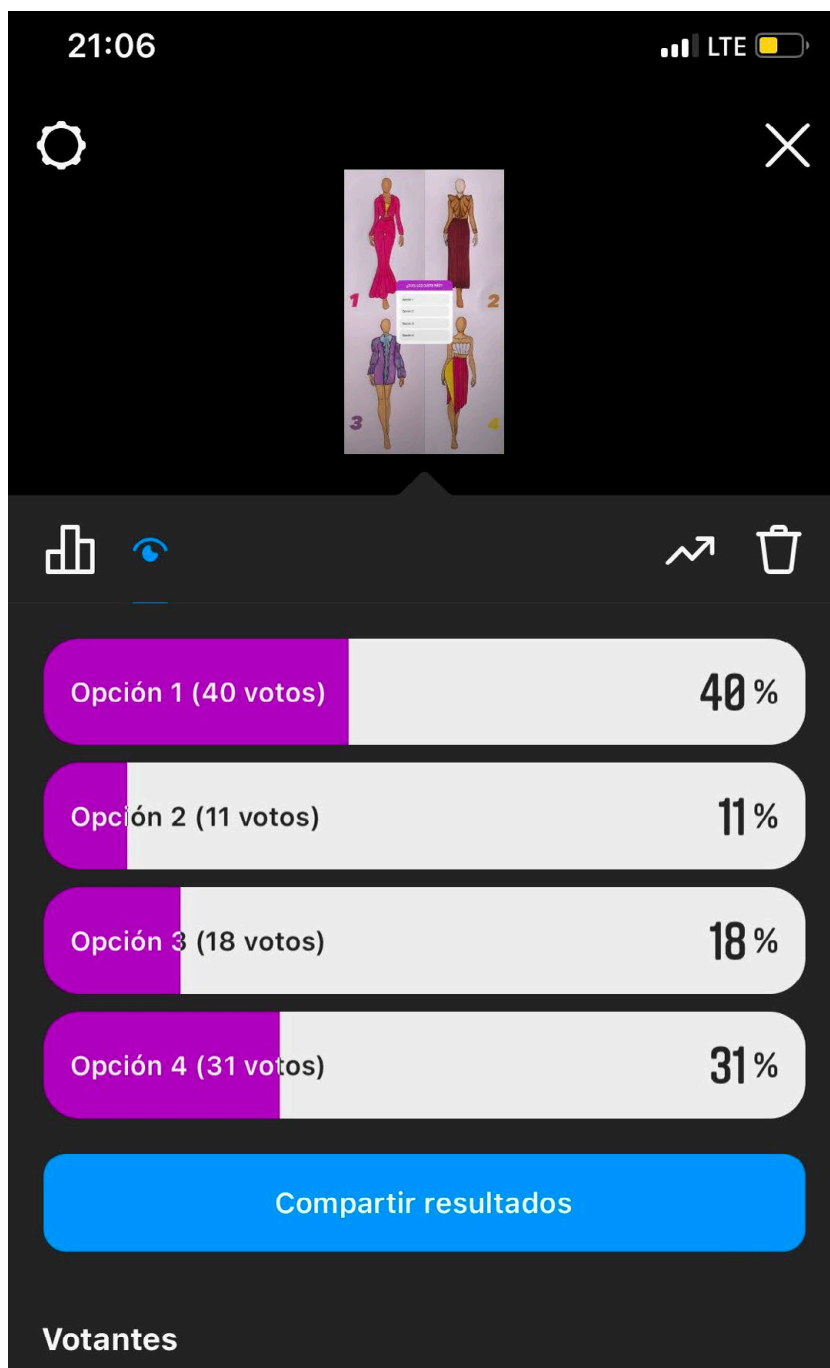
Bibliografía de tablas

Tabla 3: Análisis del mercado potencial. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Azuay/Fasciculo_Cuenca.pdf



ANEXOS

Anexo 1: Encuestas mediante redes sociales, dirigida a un público objetivo.



Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
edua_mendieta Eduardo Mendieta · votó "opción 1"			
titi_llerena Titi Llerena · votó "opción 1"			
nathalia_chacon_ Nathalia Chacón · votó "opción 1"			
dani_hernandez1706 Daniela Hernández · votó "opción 1"			
mishi_marca Michelle Marca · votó "opción 1"			
karol_aquillar Karol · votó "opción 1"			
ximevez Fernanda Vélez C. · votó "opción 1"			
lu.cidez Lucio · votó "opción 1"			
paulaastudillo elned · votó "opción 1"			
anabelalvear Ana Belén Alvear · votó "opción 1"			
stefy.pineda19 Estefanía · votó "opción 1"			

Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
trápica_e Paty Estrella · votó "opción 4"			
ismael_rubio02 Ismael Rubio L. · votó "opción 4"			
joselintian Joseline Ramon · votó "opción 4"			
erikal06 Erika Tirado Rodas · votó "opción 4"			
kerly.g7 KERLY GONZALEZ B · votó "opción 4"			
pilotpfs Pablo Fiallo · votó "opción 4"			
camyreinoso Camila Reinoso Guillén · votó "opción 4"			
miguelv10 Miguel Villavicencio · votó "opción 4"			
dany_berdi Daniela Bermeo D · votó "opción 4"			
juanchocrespo Juancho Molina Crespo · votó "opción 4"			
pamicarrion Pamela Carrion · votó "opción 4"			

Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
agullar2k Karen Agullar · votó "opción 2"			
karo_querrero Caro Guerrero · votó "opción 2"			
miguelarmijoscastillo Miguel Armijos Castillo · votó "opción 2"			
samichalan20 Sami Chalan · votó "opción 2"			
pedrovf99 Pedro Andrés Vázquez · votó "opción 2"			
franke_98 Franklin98 · votó "opción 2"			
arimosviciu Ariana Mosquera Vicuña · votó "opción 2"			
bryan_reino Bryan Sebastián Reino · votó "opción 2"			
samanthacordova.n Samantha Córdova · votó "opción 2"			
mateosarmientorubio Mateo Sarmiento Rubio · votó "opción 2"			
pedrosiguencia Pedro Sigüencia Mogrojo · votó "opción 2"			

Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
auro.art Mateo Adrian Aucapiña · votó "opción 3"			
emily_morocho_cordero_ EMILY · votó "opción 3"			
berekb_ Berenice Bermeo Campoverde · votó "opción 3"			
samuel_vrta Samuel Ricardo · votó "opción 3"			
chris_g Chris Cisneros · votó "opción 3"			
david_sarmiento0 David Sarmiento · votó "opción 3"			
alemoscoso02 votó "opción 3"			
jess.sanchezm Jessenia Sanchez · votó "opción 3"			
mishisarmientor Michelle Sarmiento Rubio · votó "opción 3"			
matias1099 Matias Morejon Yanez · votó "opción 3"			
fabricio_brito4 Fabricio Brito · votó "opción 3"			

