



ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

Tema:

VESTUARIO LABORAL PARA PERSONAL DEL DEPARTAMENTO
DE CULTURA DEL GAD DE AMBATO, APLICANDO LA MARCA,
“AMBATO TIERRITA LINDA”.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera
en Diseño Industrial.

Línea de Investigación:

Morfología, Tendencias, Normativas y/o Gestión de Diseño y
aplicaciones.

Autora:

DIANA FERNANDA NÚÑEZ PÉREZ

Directora:

Lcda. Mg. AYDA LUZ HELENA RICO GONZÁLEZ

Ambato – Ecuador

Marzo 2017

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
AMBATO**

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

VESTUARIO LABORAL PARA PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE
CULTURA DEL GAD DE AMBATO, APLICANDO LA MARCA, “AMBATO
TIERRITA LINDA”.

Línea de investigación:

Morfología, Tendencias, Normativas y/o Gestión de Diseño y aplicaciones.

Autora:

DIANA FERNANDA NÚÑEZ PÉREZ

Ayda Luz Helena Rico González, Lcda. Mg.
CALIFICADORA

f. _____

Gabriel Alejandro Núñez Escobar, Ing. Mg.
CALIFICADOR

f. _____

Concepción del Carmen Bedón Vaca, Arq. Mg.
CALIFICADORA

f. _____

Fernando Alfredo Flor Tapia, Ing. Mg.
DIRECTOR ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

f. _____

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.
SECRETARIO GENERAL PUCESA

f. _____

Ambato – Ecuador

Marzo 2017

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Diana Fernanda Núñez Pérez portadora de la cédula de ciudadanía No. 180405447-4, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de Ingeniera en Diseño Industrial son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Diana Fernanda Núñez Pérez

C.I. 180405447-4

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos,
por ser mi pilar fundamental,
apoyo y ejemplo

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo representar por medio del vestuario laboral de guías turísticos la cultura ambateña y la marca actual de la ciudad “Ambato, tierrita linda”. Para la realización de la investigación se aplicó la metodología proyectual, la cual por medio de su esquema sistemático se desglosarán de forma ordenada las variables y se logrará dar solución al problema mediante la recolección de datos, realización de encuestas y entrevistas a los guías turísticos del departamento de cultura del GAD de Ambato. Por medio de los resultados se obtuvo como propuesta seis conjuntos adecuadamente diseñados para hombres y mujeres, los cuales cubren las necesidades del público objetivo al brindar comodidad, y permitir realizar sus actividades cotidianas, al lucir un atuendo con características propias de la ciudad.

Palabras clave: vestuario laboral, guías turísticos, cultura ambateña, comodidad.

ABSTRACT

The objective of this project is to represent the culture of Ambato and the current brand of the city "Ambato, tierrita linda", through a working wardrobe of tour guides. In order to carry out the research, the projectual methodology was applied by means of a systematic scheme that will sort the variables in a sequenced manner and the problem will be solved by collecting data, conducting surveys and interviews to the tourist guides of the culture department of Ambato GAD. After the results, six sets of uniforms designed for men and women were obtained as a proposal, covering the needs of the target public. They provide comfort, and allow them to perform their daily activities by wearing an attire inspired by the characteristics of the city.

Key words: working wardrobe, tour guides, Ambato culture, confort.

TABLA DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD.....	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
TABLA DE CONTENIDOS	vii
TABLA DE GRÁFICOS	ix
CAPÍTULO I.....	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Descripción del problema.....	1
1.2. Preguntas básicas	2
1.3. Formulación de la meta.....	2
1.4. Justificación	3
1.5. Objetivos.....	4
1.6. Variables.....	4
CAPÍTULO II	5
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Definiciones y conceptos.....	5
2.2. Estado del arte	28
CAPÍTULO III	30
3. METODOLOGÍA	30
3.1. Enfoque del proyecto	30
3.2. Modalidad básica de investigación.....	30
3.3. Grupo de estudio.....	32
3.4. Técnicas e instrumentos	33

3.5. Conclusión de resultados	47
CAPITULO IV.....	48
4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	48
4.1. Objetivo o tema y datos informativos	48
4.2. Antecedentes y justificación	48
4.3. Proceso de diseño.....	49
4.4. Prototipo	57
4.5. Representación técnica.....	60
4.6. Análisis de Costos.....	111
4.7. Evaluación de la propuesta	133
CAPITULO V.....	137
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	137
5.1. Conclusiones	137
5.2. RECOMENDACIONES	138
BIBLIOGRAFIA	139
ANEXOS	141

TABLA DE GRÁFICOS

Tablas

Tabla 2.1 Tipos de Uniformes	18
Tabla 2.2 Categorías de Uniformes	19
Tabla 2.3 Uniformes auxiliares de servicio	27
Tabla 3.1 Entrevista	34

Gráficos

Gráfico 3.1 Pregunta 1	37
Gráfico 3.2 Pregunta 2	38
Gráfico 3.3 Pregunta 3	39
Gráfico 3.4 Pregunta 4	40
Gráfico 3.5 Pregunta 5	41
Gráfico 3.6 Pregunta 6	42
Gráfico 3.7 Pregunta 7	43
Gráfico 3.8 Pregunta 8	44
Gráfico 3.9 Pregunta 9	45
Gráfico 3.10 Pregunta 10	46

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

La marca recientemente establecida, para representar a la ciudad no se ve evidenciada dentro del vestuario laboral del departamento de cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Ambato en donde su identidad no está claramente representada.

Una de las causas es la falta de iniciativa del personal administrativo, por mantener su propia identidad corporativa en el vestuario, considerando que éste es un elemento importante en cuanto a presentación. “Ambato, tierrita linda”, automáticamente se convierte en la marca representativa del departamento de cultura, el mismo que está encargado de promocionar a esta ciudad. Entre las consecuencias está el no reconocer fácilmente a quienes laboran dentro de la organización, lo que causa una difícil interacción entre el personal y quienes visitan este departamento.

Delimitación de contenidos

Campo: Diseño industrial

Área: Diseño de modas

Aspecto: Vestuario laboral para el personal del departamento de cultura del GAD de Ambato aplicando la marca “Ambato, tierra linda”.

Delimitación temporal

Temporal: El proyecto se desarrollará 6 meses a partir de su aprobación

Delimitación espacial: Se realizará para el departamento de cultura de la ciudad de Ambato.

1.2. Preguntas básicas

¿Qué lo origina?

El manejo de estilos ajenos a los sectores públicos, en cuanto a vestuario laboral, sin resaltar las características propias y las necesidades de cada uno de los empleados.

¿Dónde se detecta?

Dentro del departamento de cultura del GAD de Ambato.

1.3. Formulación de la meta

Generar una identidad propia para el departamento de cultura del GAD de la ciudad de Ambato.

1.4. Justificación

En el transcurso de los años se ha visto reflejada la falta de identidad corporativa dentro del Departamento de Cultura del Cantón Ambato; actualmente, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Municipalidad de Ambato ha conseguido obtener una mejor identidad al crear e incorporar su propia marca “Ambato, tierra linda”, con la cual se pretende reforzar el incremento de turismo en la ciudad, al tener un gran potencial para compartir con el país y el mundo, de esta manera se plantea dar solución a la falta de identidad como ciudad

El departamento de cultura es un eje importante dentro de la ciudad, ya que representa a la misma, al tomar en cuenta que Ambato es conocida como tierra de cultura a nivel nacional, para de esta manera atraer gran cantidad de turista. Está conformado por alrededor de 150 personas, incluida la banda municipal, el personal de las quintas, personal administrativo, entre otros.

Este proyecto plantea la generación de atuendos para hombres y mujeres de esta institución, que cubran con cada una de las necesidades para realizar su trabajo de manera cómoda; a partir de analizar la marca anteriormente mencionada, dando realce de esta manera a la importancia de utilizar un vestuario adecuado con identidad que cumpla parámetros de confort y que sea apto para el lugar de trabajo a representar, y así mejorar las condiciones de motivación dentro del desarrollo de sus labores diarias.

1.5. Objetivos

Objetivo general

Diseñar vestuario laboral para el personal del departamento de cultura del GAD de Ambato aplicando la marca “Ambato, tierrita linda”.

Objetivos específicos

Diagnosticar el tipo de vestuario requerido para cubrir las necesidades dentro del ámbito laboral de la institución.

Analizar los elementos simbólicos de la marca “Ambato, tierrita linda” para ser aplicados dentro de la indumentaria.

Proponer vestuario que identifique al departamento de cultura para generar una identidad.

1.6. Variables

Variable independiente: Marca “Ambato, tierrita linda”.

Variable dependiente: Vestuario laboral

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Definiciones y conceptos

2.1.1. Imagen corporativa

La imagen corporativa se constituye como el elemento fundamental que toda empresa debe poseer, porque por medio de ella el público puede conocer de qué empresa se trata, a qué se dedica y cuál es el valor diferenciador que ofrece. Aunque resulte complicado definir qué es imagen corporativa al considerarla parte de un todo, como el producto/servicio que se ofrece, público objetivo, etc.; la realidad es que se la define como: “la representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía” (Pintado & Sánchez, 2013, p. 18)

2.1.2. Identidad corporativa

“La identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir-facilitar el reconocimiento y la recordación a una empresa u organización de las demás.” (Costa, 2009, p. 15)

De manera más precisa la identidad corporativa es la personalidad de la empresa, lo que la simboliza y la diferencia, constituyéndose como un elemento de diferenciación y posicionamiento; por eso es considerado como un elemento de ventas. Además a través de una buena identidad corporativa se crea la reputación de la empresa.

2.1.3. Marca

Según la publicación desarrollada por OMPI (2008), Marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de los demás. La principal función es permitir a los consumidores identificar el producto de una empresa, ya se trate de un bien o servicio, a fin de distinguirlo de los productos idénticos o similares de la competencia.

De acuerdo a este artículo, una marca puede constar de letras, números, dibujos, colores, etc., marcando diferencia de otros productos o servicios. Marca es una compilación de elementos, o simplemente un elemento que diferencia y caracterice a cierta empresa, la cual ofrezca un producto o servicio, a continuación se muestra ejemplos de marcas, ya sea con un solo elemento o una composición de varios.

Imagen 2.1 Marca Yahoo



Fuente: <https://tctechcrunch2011.files.wordpress.com/2012/03/yahoo-logo.jpg>

Imagen 2.2 Marca WWF



Fuente: http://1.bp.blogspot.com/_VrgAyw-tHxs/SZi8t4Pne0I/AAAAAAAAA8o/AVvhXdPOgo/s320/WWF-logo.gif

Imagen 2.3 Marca Apple



Fuente: <http://www.recitoners.com/images/Apple%20logo%20icon%20-%20Aluminum.png>

“Una marca es un componente intangible pero crítico de lo que representa una compañía. Un consumidor, por lo general, no tiene una relación con un producto o servicio, pero puede tener relación con la marca”. (Pearson Educación, 2002, p. 3)

Para un consumidor es mucho más fácil distinguir una empresa por su marca, con cada acción y con la percepción que este tenga irá formando parte de su vida diaria.

(Solá, 2009, p. 163) menciona que “marca es el nombre y símbolo que representan en ausencia la razón de ser de la empresa, su unicidad, sus valores y atributos e incluso la visión de futuro.”

Dicho de otra forma, la marca es la portada de toda empresa, distintivo el cual plasma las principales características que lo diferencian de las demás empresas.

2.1.3.1. Identidad de marca

Jiménez y Calderón (2004), aseguran que: “la identidad de marca es la base sobre la que la empresa construye toda su estrategia de marketing con vistas al mercado.” (p. 70)

Se interpreta que la identidad de marca, nace con un análisis de dicha empresa, en la cual se resaltan valores y fortalezas de la empresa para de esta manera obtener atención por parte del consumidor.

Llopis (2015) “La identidad está formada por un conjunto de valores, creencias y maneras de actuar, que marcan el comportamiento de una organización.” (p. 141)

La identidad de una empresa se basa por la historia, filosofía, valores éticos, los cuales permiten que la misma marche bajo reglamentos que lleve al éxito. La identidad, la hace única, diferenciándola del mercado.

Según Navas (2014), “es aquella que está formada por aquellas características que definen a las cosas y los seres y los hacen singulares”. Por esta razón, toda organización debe reflejar su identidad, pues es la característica principal que la define y la constituye.

2.1.3.2. Personalidad de marca

Aaker (1997), define a personalidad de marca como: “El conjunto de características humanas asociadas con una marca determinada”. Cada marca tiene una historia o un principio, algo que lo diferencie de las demás, que se ve reflejante mediante algún elemento o grupo de elementos que conformen dicha marca.

Llopis (2015), menciona: es la aplicación a una marca de las cualidades básicas de una persona. Halla inmersos aspectos propios de la personalidad humana como: amabilidad, profesionalismo, identidad. (pág. 144). Dentro de

esos aspectos se pueden incluir la sinceridad, excitación, competencia, sofisticación, importantes cualidades que influyen dentro de una marca.

2.1.4. Marca GAD Ambato

La actual administración Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Ambato, maneja la marca GADMA, representando gráficamente a la municipalidad.

Imagen 2.4 Marca GAD Ambato



Elaborado por: Daniel Alajo

2.1.5. Marca “Ambato, tierrita linda”

La marca nace al ser declarado alcalde el Ing. Luis Amoroso Mora, mantiene una reunión con quienes actuaban como parte de la Comisión de Transición, planteando la necesidad de tener algo que identifique a nuestra ciudad, realizando una encuesta a los ciudadanos.

Luego de un análisis por parte del Sr. Alcalde quién recordaba que en el pasacalle “Ambato tierra de flores”, en alguna parte de la canción habla del “Ambato tierrita linda”, y que tampoco podían estar ausentes los Juanes, ni tampoco las Flores y Frutas, y peor olvidarnos de la tradición de buenos anfitriones que somos los ambateños. (Amoroso, 2015)

De esta serie de connotaciones, nace la Marca “AMBATO TIERRITA LINDA”, aplicada actualmente en ciertos distintivos y prendas usadas por parte de quienes laboran dentro de la actual municipalidad de la ciudad.

Alajo (2015), enfatiza que marca “Ambato, tierrita linda”, es la visión de construir un cantón más cercano, compartido y solidario: impulso a la vialidad de ejes y pasos desnivel que dinamicen el tránsito articulado a la terminal terrestre del Sur que generará nuevos polos de desarrollo.”

Imagen 2.5 Marca " Ambato, tierrita linda"



Elaborado por: Daniel Alajo

2.1.6. Manual de marca “Ambato, tierrita linda”

En la actualidad la marca de la ciudad está presente en la mayoría de proyectos que se vienen dando por parte de la municipalidad, para reavivar y mejorar el turismo en la ciudad de Ambato. Un claro ejemplo son las Fiestas

de las Flores y las Frutas, desarrolladas en el mes de febrero de cada año, convirtiéndose de esta manera en la portada de la ciudad, la cual refleja las características de los ambateños como se puede demostrar a continuación: dentro de la palabra Ambato, nombre propio de la ciudad está representada la bandera de los ambateños compuesta de dos colores: rojo y verde. Cabe recalcar que a pesar de poseer un escudo en el centro, este no fue tomado simbólicamente dentro de la composición de la marca de la ciudad.

Imagen 2.6 Bandera de la Provincia de Tungurahua



Fuente:

http://www.tungurahua.gob.ec/images/Bandera_Tugurahua_con_escudo.jpg

Imagen 2.7 Logotipo Ambato



Fuente: Daniel Alajo, GAD Municipal de Ambato

La tipografía usada es Futura Condensed Extra Bold, Letra creada en 1998, por Neufville Digital, todos sus derechos son reservados. Esta fuente tiene licencia, no se vende y no puede ser reproducido sin el consentimiento por escrito de Neufville Digital. Esta letra es de estilo condensado extra bold y su versión es 4.1d.

Imagen 2.8 Tipografía



Elaborado por: Diana Núñez

La leyenda “tierrita linda”, es una extracción del pasacalle Ambato, tierrita linda; canción que se ha convertido en el himno de todos los ambateños, quienes se sienten identificados.

Imagen 2.9 Logotipo Tierrita linda

tierrita linda...

Elaborado por: Daniel Alajo

La tipografía usada dentro del isotipo es Alex Brush, un tipo de letra diseñado por TypeSETit en el año 2012, de tipo caligráfica que simula una escritura de pincel muy fluida. Tiene trazos ascendentes y descendentes cortos que permiten una legibilidad que no se ve en otras fuentes de alfabetos.

El tipo de letra viene formateado para el software de diseño gráfico y software de edición como Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, CorelDRAW, QuarkXPress y Microsoft Office para Windows, Mac o Linux. Utilizada generalmente por las agencias de marketing creativas en proyectos de empresas, bufetes de abogados, a nivel personal y diseño comercial, ilustración o proyectos editoriales de acuerdo con la licencia del diseñador de la fuente.

Imagen 2.10 Tipografía Tierrita linda



Elaborado por: Diana Núñez

Dentro de la composición del logotipo, imagen 2.7, se genera un isotipo, el cual resalta algunas de las principales edificaciones de la ciudad, en este caso

la Iglesia de la Medalla Milagrosa, el monumento a la Primera Imprenta; si bien es cierto, Ambato es conocida también como la tierra de los tres Juanes; es por esta razón que el monumento de Juan Montalvo, también se encuentra incorporado al igual que el monumento de Juan León Mera, hombres ilustres y respetables ciudadanos, quienes demostraron su amor a la humanidad, con su gran intelecto y su pasión por la política.

Imagen 2.11 Isotipo



Elaborado por: Daniel Alajo

2.1.7. Vestimenta

Lando (2009) acota que la vestimenta es el vestuario que sirve para proteger al cuerpo de los agentes naturales y cumple la función de guardar la privacidad de la persona en la sociedad, además del rol estético de definir su identidad que está relacionada con el entorno y la temporada en la que se vive. Para Saltzman en su libro “El cuerpo diseñado” define que “la vestimenta toma forma a partir del cuerpo. El cuerpo es su contenido y le sirve de sustento

estructural, mientras que el vestido lo contiene, condiciona y delimita. Al pasar del plano a la tridimensión, el vestido crea un espacio contenedor del cuerpo a partir del cual se establece una relación nueva con el mundo circundante: cuerpo y vestido se combinan y resignifican a través del vínculo que establecen entre sí y con el medio”

Se puede decir que la vestimenta siempre va a depender del tipo de cuerpo de quien lo trae puesta, ambas se complementan y ayuda a resalta la figura. Arcia (2011) recomienda “escoger ropa haciendo un balance entre lo gusta y lo que sienta bien, ambas cosas son importantes para sentirse segura y confiada al vestir. Se debe conocer los elementos que se adaptan mejor al cuerpo: tipo de escote y corte, tejidos, accesorios.

Imagen 2.12 Vestuario a través de las épocas



Fuente:

<http://hoyquehay.net/wordpress/wpcontent/uploads/2012/08/VESTUARIO.jpg>

2.1.8. Uniforme

En 2014, Fernández menciona que el uniforme es la indumentaria que visten por igual un grupo de personas que pertenecen a organización con el fin de reflejar la identidad de la empresa con símbolos y colores que la representan, acota que “En la actualidad, debido a la alta competencia entre las empresas cada vez se recurre más al uniforme como herramienta de marketing para diferenciarse de las demás. Se diseñan de manera particular, al margen de las modas, según la función a realizar”

Es importante que al momento de llevar un uniforme se tome en cuenta que los tejidos sean fuertes, diseñados con tela duradera y de fácil lavado y planchado, debido a que su uso es constante y debe reflejar una buena imagen de la empresa y su identidad mediante detalles que diferencien a la organización.

2.1.8.1. Tipos de Uniformes

Los uniformes profesionales, son utilizados para el buen desenvolvimiento de las tareas, a continuación se describe el tipo de uniformes existentes, características y para quienes van dirigidos.

Tabla 2.1 Tipos de Uniformes

Tipos de Uniformes	Portadores	Prendas	Características
Organismos oficiales.	Policía, bomberos, Guardia Civil, Protección Civil	Constan de chaqueta, camisa, pantalón, parka para el frío y jersey de punto.	Cuentan con un uniforme de gala que consiste en un traje característico de cada cuerpo y que incorpora las medallas y galones que se obtienen por méritos.
Uniformes militares	Militares y marinos	Prendas de instrucción con camisola, camiseta de algodón, pantalón, parka, jersey de punto en tejidos fuertes.	Constan de uniforme de gala, al igual que los organismos oficiales.
Sanitarios	Médicos, ATS, personal de quirófano, celadores	Compuesto de batas, casacas y pijamas de algodón.	Cada especialidad sanitaria suele tener un color identificativo
Empresas de servicios	Vigilantes de seguridad, compañías aéreas, supermercados y puntos de venta, restauración y hostelería.	Jersey, overoles y polos.	Reflejan claramente la identidad de la empresa.
Escolares	Alumnado en colegios, con frecuencia privados o concertados.	Los preescolares visten babero o bata, incluso chándal. El uniforme de los niños consta de pantalón largo o corto, polo o camisa, jersey y en algunos casos, chaqueta. El de las niñas es igual, pero con falda de tablas, en lugar del pantalón.	Consta de un uniforme alterno para poder realizar deporte.
Deportivos	Equipos y atletas.	Prendas cómodas, elásticas y transpirables.	Pueden ser térmicos para la práctica de deportes en situaciones de temperaturas bajas. Suelen llevar protecciones según el tipo de deporte. Y cada equipo o deporte tiene su propio color o colores con los accesorios adecuados para su práctica.

Religioso	Monjes, monjas, sacerdotes.	Los hábitos de monja o monje son con túnica y los eclesiásticos, con sotana y estola.	Indumentaria homogénea según la orden o religión de pertenencia.
-----------	-----------------------------	---	--

Fuente: Operaciones de reparación de prendas de vestir y ropa de hogar UF1031

por María Luisa Fernández Rueda

Elaborado por: El autor

2.1.8.2. Categorías de Uniformes

Se presentan tres tipos de uniformes, los cuales presentan las siguientes características:

Tabla 2.2 Categorías de Uniformes

Uniformes	Prendas	Características
Uniformes para trabajo rudo	Pantalones tipo dockers, camisas de gabardina, overoles y ropa de mezclilla.	Uniformes de protección resistentes al ácido, cloro, detergentes, descargas eléctricas y raspones metalmecánicos.
Uniformes para hospitales	Pantalones de algodón 100%, conjuntos de cirugía lavables, uniformes desechables de cirugía, filipinas y blusas para enfermeras, cofias, batas de laboratorio y otros.	Uniformes impecables, que demuestren pulcritud y de colores claros y pasteles.
Uniformes para la industria hotelera y gastronómica	Filipinas para chef, pantalones en diversos modelos y dibujos para cocinar, zapatos antideslizante, gorros de papel y tela, redecillas para el cabello, ropa para meseros, bartenders, camaristas, botones y hasta para jardineros.	Uniformes fáciles de lavar, que protejan de quemaduras y salpicaduras grasas.

Elaborado por: El autor

2.1.9. Uniforme Laboral

Según Cavalieri (2011) el uniforme laboral es un atuendo que ayuda a reconocer a que entidad pertenece una persona con el fin de desarrollar o mostrar la imagen o marca de una empresa, negocio, institución u organización determinada. Menciona que “es necesario en organizaciones en las que sus empleados se encuentran en interacción directa con los clientes. Los empleados de una organización en particular pueden ser fácilmente identificados cuando llevan un uniforme laboral determinado. También ayuda a los clientes a tener una fácil interacción con los empleados”, sin embargo aporta que existen también aspectos psicológicos para el uso del uniforme de trabajo en los que se menciona que “gracias al uniforme laboral se puede generar un sentimiento y sentido de pertenencia de los empleados para con su empresa. Ellos sienten que son parte de la organización y les ayuda a crear una idea en la mente de lealtad a la organización en la que están trabajando”. Según un estudio realizado en la Universidad de Suffolk (2010), se da a conocer que el uniforme laboral es una de las mejores herramientas para el marketing de una empresa.

Pymex, (2011) en su artículo “Usa el uniforme como herramienta de promoción” menciona que el uniforme es una necesidad para competir con otras empresas, ya que comunica confianza, seriedad y comprometimiento con los clientes. Más adelante hace referencia a los puntos que se deben tomar en cuenta para una buena estrategia al momento de utilizar los uniformes, en los cuales menciona los siguientes:

- **Tomar en cuenta la opinión de los trabajadores:** Cuando se realiza uniformes para la empresa es importante no imponer un criterio personal, esto ayuda a que los trabajadores se identifiquen con el uniforme y lo asuman como si fuera parte de su vida haciéndolos comprometerse arbitrariamente con su trabajo.
- **Proveedor con alta reputación:** Garantiza que los modelos de los uniformes sean cómodos y los insumos ofrezcan alta resistencia para que duren tiempos moderados.
- **Pensar en todos los trabajadores:** Hay que tener en cuenta si el personal está conformado de hombres y mujeres, personas con capacidades especiales, mujeres embarazadas o futuras mamás, para escoger un buen diseño que se acople a cada necesidad.
- **Proponer en un uniforme integral:** Es importante prever un uniforme que se adapte a cualquier situación y a cualquier época del año con el fin de evitar imprevistos.
- **Tener en cuenta el deterioro:** De acuerdo al trabajo correspondiente, dependerá el desgaste del uniforme por esta razón se debe tener uniformes de reposición.
- **Importancia del diseño:** Se debe pensar siempre en mostrar siempre la marca de la empresa, ya sea con insignias, el logotipo y los colores para que los clientes se sientan identificados.

Imagen 2.13 Uniforme Laboral



Fuente: <http://publi2001.com/blog/wp-content/uploads/2015/10/uniformes-de-trabajo.jpg>

2.1.10. Reglas de uso del uniforme laboral

De la Fuente, (2013) prioriza alguna de las reglas de uso del uniforme laboral sin importar el tipo de empleo o empresa en la que se labore.

- Evitar la ropa ajustada en todo el cuerpo. Si lleva ajustado de la cintura para abajo entonces deberá de llevar suelta la parte de arriba, y viceversa. Tampoco lleve muy suelta la ropa arriba y abajo al mismo tiempo.
- La ropa deberá de lucir pulcra, planchada y cuidada. Mantenga bastillas y botones en su lugar. Evite la ropa decolorada.
- Los zapatos, portafolios y bolsas deberán de estar sin raspones, sin manchas y bien cuidados, manteniendo su forma.

- Los pantalones de mezclilla no siempre son aceptados en las empresas, antes de usarlos se debe preguntar ¿si puedes llevarlos y con qué?
- Otro consejo que puede ser muy útil es el comprar ropa que sea exclusiva para el trabajo, por ejemplo unos 5 vestuarios coordinados, que hagan juego entre sí. Uno para momentos más formales y otro para eventos muy informales. De este modo no se gastará mucho dinero comprando ropa que se combinará entre trabajo y vida social.

2.1.10.1. Uniforme Laboral de Guías Turísticos

En el manual “Buenas prácticas para la atención al cliente guías turísticos y empresas de guías.” (2009), se menciona que los guías turísticos deben acudir a su trabajo aseados y vistiendo un uniforme en perfecto estado, “trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio. Adoptan unos códigos estéticos determinados: los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje.”

En el manual se acota que el uniforme debe mantener una imagen de interés en el cliente que se fundamente en:

- Mantener un control visual en la zona de contacto con el usuario.
- Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos.
- Asentir regularmente cuando el usuario habla.

- Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
- Anotar los datos proporcionados por el usuario cuando la complejidad (por ejemplo un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje.
- En cualquier caso se prioriza la atención al usuario presencial.

Keller, (2013) aporta que “Lo fundamental es que el guía es el modelo a seguir y, en función de cómo vaya éste vestido, así lo hará el grupo. El guía es el modelo, es el que controla el terreno en el que nos movemos, el que prevé el tiempo que hará, el que sabe cómo reaccionar ante los imprevistos porque conoce el lugar, tanto si se dedica al ámbito cultural como al natural.” También acota que “El guía debe de estar preparado: llevar una gorra para evitar el uso de gafas de sol (si fuera necesario) o salir siempre con un paraguas si trabaja en una zona donde llueve a menudo (no hay nada peor que ver cómo el guía se moja mientras está explicando) demuestran profesionalidad.” Y por último hace hincapié en que lo importante que es que el guía se sienta cómodo durante la visita. “Que lleve ropa, calzado, pelo, accesorios con los que se sienta a gusto. En realidad, con los que tanto él o ella como el grupo se sientan cómodos. Si el guía tiene que estar retirándose el flequillo de la cara constantemente es molesto para él y para el grupo.”

En el Reglamento general de actividades turísticas del Ecuador, (2002) se define que “Todo el personal de servicio de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres

en la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta presentación y se esmerarán en atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía.” Además de manera especial, el personal encargado de la preparación y elaboración de las comidas “cuidará de la limpieza de su atuendo y deberá vestir el uniforme tradicional, debiendo además portar todos los documentos exigidos por las autoridades de salud y otros organismos competentes.”

Imagen 2.14 Uniforme Laboral



Fuente: [http://www.diarioazafata.com/wp-](http://www.diarioazafata.com/wp-content/uploads/2015/11/Qantas_uniformed_staff2454x1841-1170x835.jpg)

[content/uploads/2015/11/Qantas_uniformed_staff2454x1841-1170x835.jpg](http://www.diarioazafata.com/wp-content/uploads/2015/11/Qantas_uniformed_staff2454x1841-1170x835.jpg)

2.1.11. Vestuario laboral GAD de Ambato

En la actualidad trabajan para el departamento de cultura del GAD de Ambato guías turísticos únicamente en las casas museo de la ciudad, conformando estas: Casa museo Quinta Montalvo, Juan León Mera, Martínez Holguín, Casa Museo Pasa.

Es importante mencionar que el Municipio del cantón Ambato exige a sus entidades el empleo correcto del uniforme mediante la Ley de Régimen Municipal Art. 129, en el que se presenta una ordenanza para el uso y control de uniformes del personal.

Según la Ley de Régimen Municipal (1993) se menciona lo siguiente:

- La utilización del uniforme será de carácter obligatorio para las empleadas a Nombramiento y Contrato.
- Se utilizará el uniforme de lunes a viernes en el horario establecido por la Institución.
- Los Jefes inmediatas reportarán obligatoriamente a la Jefatura de Personal, cualquier inobservancia a las disposiciones de esta Ordenanza.
- Tendrán derecho a las telas para el uniforme el personal a nombramiento y el de Contrato se hará acreedor a este derecho, siempre y cuando su contrato conste de enero a diciembre de cada año
- El Departamento Financiero asignará los recursos necesarios para la adquisición de las telas para la confección de uniformes, de acuerdo al listado que remita la Oficina de Personal.
- El control del uso del uniforme los efectuará la Oficina de Personal, para los casos en que no sea utilizado de acuerdo al horario establecido se sancionará de la siguiente manera:
 - a) Primera vez: Amonestación escrita

b) Segunda vez: Multa del del S.M. V

- El personal que cambie de modelo del uniforme establecido será sancionado con el del S.M. V, así como rehacer el mismo de acuerdo al modelo dispuesto.
- La presente Ordenanza entrará en vigencia, a partir de la fecha de aprobación por parte del I. Concejo Cantonal.

Actualmente se utiliza los uniformes mediante un cronograma diario.

Tabla 2.3 Uniformes auxiliares de servicio

PRENDA/DÍA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	OBSERVACIONES	
Pantalón	Azul de gabardina	Azul de gabardina	Azul de gabardina	Azul de gabardina	Azul de gabardina	La chompa térmica deberá utilizarse todos los días desde las 08h00 a las 16h00	El mandil se utilizará para labores de limpieza desde las 16h00 hasta las 18h00 para precautelar el uniforme
Camisas / Blusas	Celeste con rayas blancas	Blanca rayas azules	Blanca con rayas rojas, celestes y negras	Celeste con rayas blancas	Blanca rayas azules		

Fuente: Dirección de desarrollo institucional y del talento humano GAD

Se debe tener en cuenta los días laborales de la institución, para que el personal pueda poseer algunas opciones de uniformes ya sea con diferentes diseños o varias reposiciones de prendas para su uso.

Imagen 2.15 Uniforme del Coro del GAD Ambato



Fuente: <http://www.cedemusica.com/porta/images/memoria/2014/2014-12-12festivalcampanas/coroconsejo.jpg>

2.2. Estado del arte

Los proyectos tomados a continuación hacen referencia al vestuario laboral y su importancia, por esta razón se tomaron las conclusiones de los mismos, las cuales ayudarán en la construcción del presente proyecto.

Soria (2013), en su proyecto “Cleopatra Rocks”, asegura que el estudio del perfil del cliente es primordial, puesto que marca la pauta para iniciar el proceso de diseño y lo direcciona correctamente. Bajo este antecedente se demuestra que antes de la realización de cualquier tipo de diseño de vestuario es sumamente importante analizar para quién va dirigido el mismo, de esta manera conocer cuáles son sus necesidades y así poder cubrirlas.

Renfrew (2010), indica la importancia de la creación de prendas de vestir, al explicar que el diseño empieza por quién y el qué del motivo del concepto, es decir buscar el significado del vestuario, para quienes va dirigido y las funciones que van a realizar, para así empezar con la producción del mismo.

Rosero (2011), en su proyecto “Elaboración de una guía virtual sobre diseño, moda y confección” señala que “el proceso del diseño es una tarea complicada pero muy dinámica, que requiere de total inspiración, siendo indispensable la investigación, como forma de estimular la mente y de abrir nuevas direcciones al diseño”. La creatividad y la innovación son bases fundamentales dentro de cualquier tipo de diseño, tomando en cuenta que estas parten de un qué, una investigación para saber a dónde queremos llegar y así encontrar la atracción y la atención necesaria de nuestro público objetivo.

En el documento de Hernández (2008), se indica que “el proceso de diseño de prendas de vestir se compone de dos ciclos; el primero consiste en la creación de nuevos productos y en el segundo, busca desarrollarlos de tal manera que estén conformes a las necesidades de los clientes y de la empresa misma.” De acuerdo a esta información, se entiende que el diseño de vestuario parte de una información apropiada la cual es analizada para que de esta manera se puedan crear prendas adecuadas e innovadoras que cubran ciertos niveles de necesidad que interrumpen con el vivir diariamente.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque del proyecto

El proyecto tendrá un enfoque cualitativo ya que se sustenta en las características físicas que presenta el actual vestuario del personal del departamento de cultura de Ambato, necesitando los instrumentos necesarios para estipular las medidas y consideraciones que ayudarán en la definición de la propuesta, la cual se sustentará de datos tomados del personal que labora en la institución, en este caso enfocando a los guías turísticos.

3.2. Modalidad básica de investigación

Tipo de investigación

Descriptiva

Permite analizar las características del problema logrando identificar las incomodidades y así conseguir una solución enfocada en la parte principal de la marca Ambato, tierrita linda y la ciudad en sí.

Documental Bibliográfica

La información será obtenida de internet, libros, artículos y especialistas en el tema, que nos ayuden a identificar, extraer y enriquecer el proyecto con información necesaria que hablen del vestuario laboral, actividades laborales, la marca Ambato, tierrita linda y sus características; para analizar datos relevantes que serán rescatados en la aplicación de la propuesta.

Métodos aplicados

Analítica

Se realizará un análisis profundo de la marca Ambato, tierrita linda, la misma que exalta las principales características de Ambato como ciudad, describiendo de manera adecuada cada problema encontrado al no existir un vestuario propio para el público objetivo enfocado, para poderlo aplicar correctamente y cubrir sus necesidades.

Metodología proyectual

El proyecto se guiará con la metodología de Bruno Munari que por medio de su esquema sistemático se desglosarán de forma ordenada las variables y dar solución a los problemas de diseño, para crear un objeto de calidad que cumpla con los requerimientos y necesidades que este demande.

El método inicia con la **descripción del problema** con la falta de identidad de la marca con referencia al vestuario laboral dentro del departamento de cultura; se definen los **elementos del problema** mediante la observación del

entorno en el cual gira el problema todas las posibles causas y soluciones en beneficio a promover la marca “Ambato, tierrita linda”, con el fin de crear prendas que brinden comodidad al personal del departamento de cultura; se realizará una **recopilación de todos los datos** el cual será la base de la información necesaria a la hora de definir soluciones; consecuentemente es necesario **analizar los datos** recogidos para obtener suficiente información acerca de sus necesidades, características y confort en las prendas de un vestuario laboral que pretende impulsar la marca; además es necesario aplicar la creatividad si bien es cierto el diseño de modas genera cambios buscando siempre satisfacer las necesidad al momento de vestir, para la aplicación será necesario investigar sobre los **materiales adecuados**, las telas que están a la vanguardia con el nuevo avance; luego se debe realizar la **experimentación** la cual permite descubrir el uso de tecnologías, es decir maquinaria para el desarrollo del mismo, al **crear modelos** se presentan muestras que posiblemente serán las que van a ser desarrolladas, de este modo se **verificará** la evolución de las mismas.

3.3. Grupo de estudio

Población

La presente investigación se realizó en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, en el departamento de cultura, tomando una población de 150 personas adultas, incluyendo administrativos, recepcionistas, guardias, servidores públicos, entre otros quienes laboran en la institución para entender las dificultades que presentan día a día al momento de elegir el vestuario a usar, la incomodidad del mismo al realizar su trabajo, el deterioro

de sus prendas personales, entre otras; información que se utilizará en la aplicación de la propuesta.

Muestra

La población existente es de 150 personas, es decir no se aplica una muestra, ya que la investigación se dirige específicamente al área turística, de acuerdo a la muestra no probabilística, por esta razón se determina realizar a guías turísticos, debido a que las demás personas que laboran dentro del departamento de cultura del GAD de Ambato poseen un vestuario laboral perteneciente al GAD Municipal, el cual no puede presentar cambios.

3.4. Técnicas e instrumentos

Se realizará la entrevista al director del departamento de turismo, siendo la principal autoridad, la misma quien dispone de todo el conocimiento del área, para obtener información verbal y fidedigna útil para la realización del presente proyecto.

Se realizarán encuestas a las personas quienes trabajan como guías turísticos, para conocer las dificultades y las necesidades que encuentran en su vestuario y manejar la importancia del mismo aplicando su propia identidad y una fácil percepción.

3.4.1. Instrumento a desarrollar

Tabla 3.1 Entrevista

ENTREVISTA	
Nombre del entrevistado: Ing. Fausto Velarde, especialista en gestión turística, encargado del área de turismo Fecha: 11 de noviembre de 2015 Observaciones: Luego de la entrevista realizada al Ing. Fausto Velarde se obtuvieron las siguientes respuestas como resultado.	
¿Cuánto tiempo trabaja para el departamento de cultura?	10 años
¿Cuántas personas trabajan para este departamento?	150 personas
¿Es Ud. autoridad independiente o depende de otras autoridades para tomar decisiones?	Dependientes de la dirección, del director de cultura, turismo y deportes.
¿Cuáles son las actividades que realizan dentro de este departamento?	Promoción cultural, proyectos relacionados a deportes y recreación, servicio turístico en casas museo, capacitación turística, servicio de banda municipal, orquesta de cámara, biblioteca, centros recreacionales y culturales.
¿Cuál es el aporte de este departamento hacia la ciudad de Ambato?	Involucra al ciudadano a ser parte del componente cultural, deportivo, turístico recreacional, en beneficio de los mismos.

Qué opina acerca de la iniciativa de la creación de la marca Ambato, tierrita linda, y de acuerdo a su opinión, considera que ésta ha tenido buena acogida por parte del personal de este departamento?	Identifica a la ciudad como tal, en base a una identidad, enriqueciendo el sentido de pertenencia del lugar de donde somos, basada en tendencias de muchas ciudades pero con slogan propio.
¿El departamento de cultura junto del departamento de turismo, son los encargados de promocionar esta marca?	La municipalidad es la encargada de promocionar toda la marca como institución.
¿Cree Ud. que la actual marca ha conseguido captar la atención?	Definitivamente si, al ser colocada en un sitio estratégico de la ciudad, logrando que la gente se identifique.
¿Qué iniciativas pretende promover para mejorar la aceptación y lograr mejorar la publicidad de la marca actual de la ciudad?	En cada material, identificación y herramienta que se utilice del fondo municipal existe la necesidad de insertar el esquema de la marca ciudad.
Dentro de esas iniciativas, ¿cree Ud. que es indispensable el uso de vestuario para los guías turísticos que potencialice la marca Ambato, tierrita linda, y que recomendaciones haría para ese vestuario?	Es fundamental que si tengan un vestuario que los identifique, que los haga sentir representantes de la ciudad, tomando en consideración la comodidad, la informalidad y el clima, desarrollando un buen trabajo.
Estarían dispuestos a invertir en un vestuario laboral enfocado para los guías turísticos? (¿Por qué?)	Siempre existe una inversión y mucho más al existir una propuesta innovadora que

	enmarquen la marca actual con un concepto moderno.
--	--

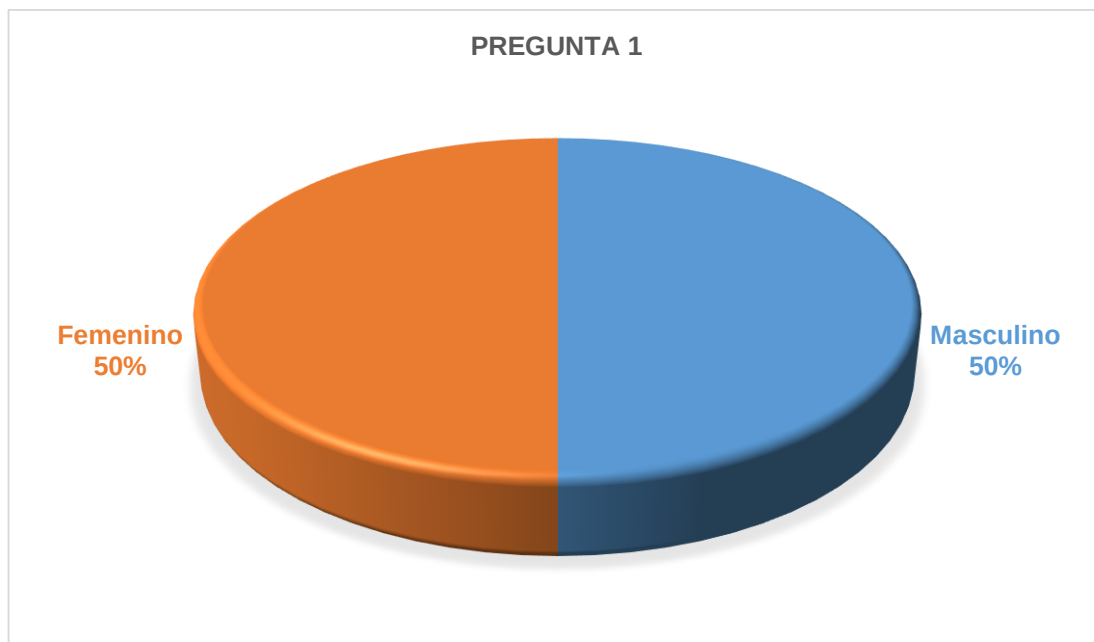
Elaborado por: El autor

Encuesta

Se realizaron encuestas dirigidas hacia los guías turísticos, quienes laboran dentro de las quintas existentes en la ciudad de Ambato, teniendo un total de diez personas encuestadas.

Pregunta 1: Género

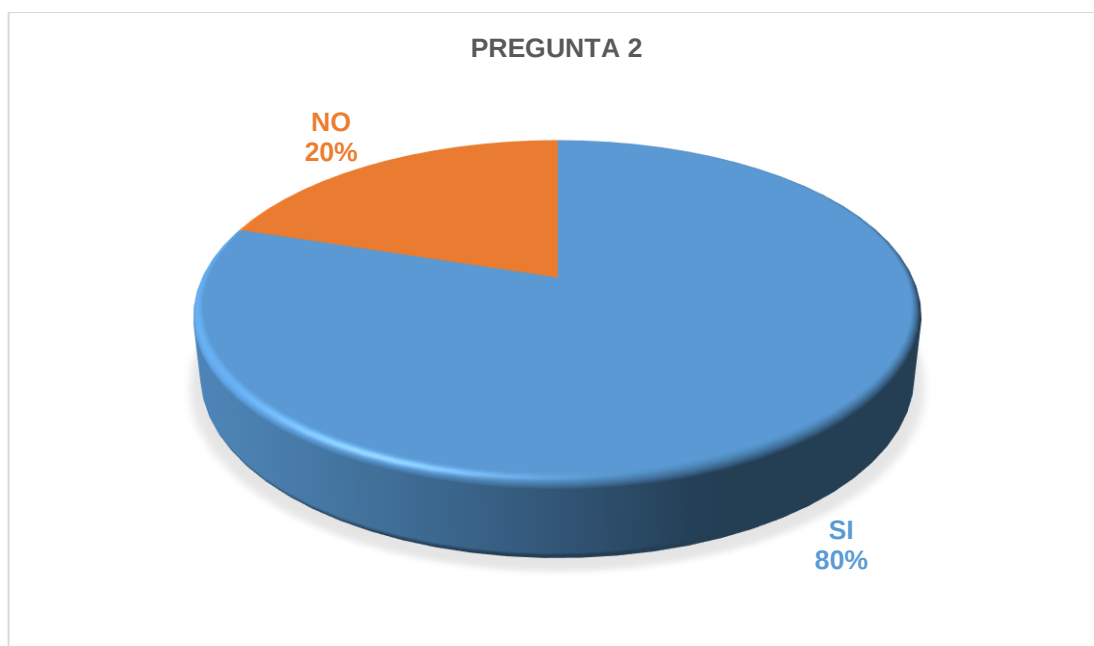
Gráfico 3.1 Pregunta 1



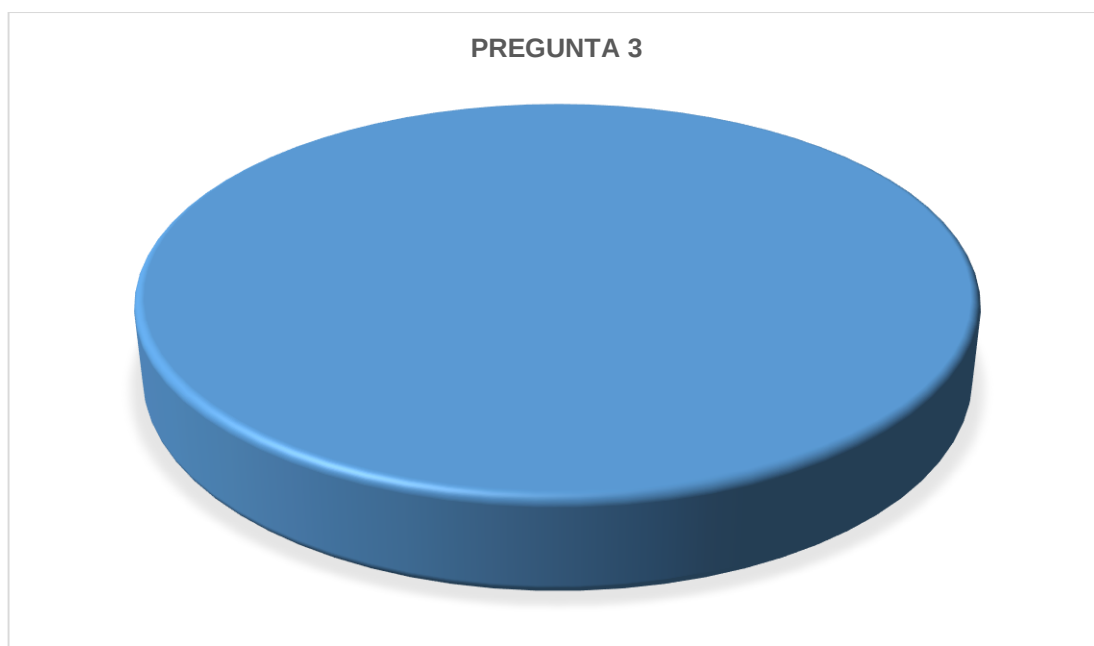
Elaborado por: El autor

Interpretación.-

En base a los datos obtenidos, es importante reconocer que la propuesta final estará dirigida tanto a hombres como mujeres, realizando una colección para cinco parejas.

Pregunta 2: ¿Posee uniforme o vestuario de trabajo?**Gráfico 3.2 Pregunta 2****Elaborado por:** El autor**Interpretación.-**

Según los datos recolectados en la pregunta 1, el 82% de personas encuestadas dicen si poseer uniforme, siendo una parte fundamental dentro del espacio de trabajo, como sistema de identificación, tomando en cuenta que los mismos consideran como uniforme un chaleco negro, el cual mantiene bordada la Marca Ambato, tierrita linda.

Pregunta 3: ¿Conoce Ud. la marca Ambato, tierrita linda?**Gráfico 3.3 Pregunta 3**

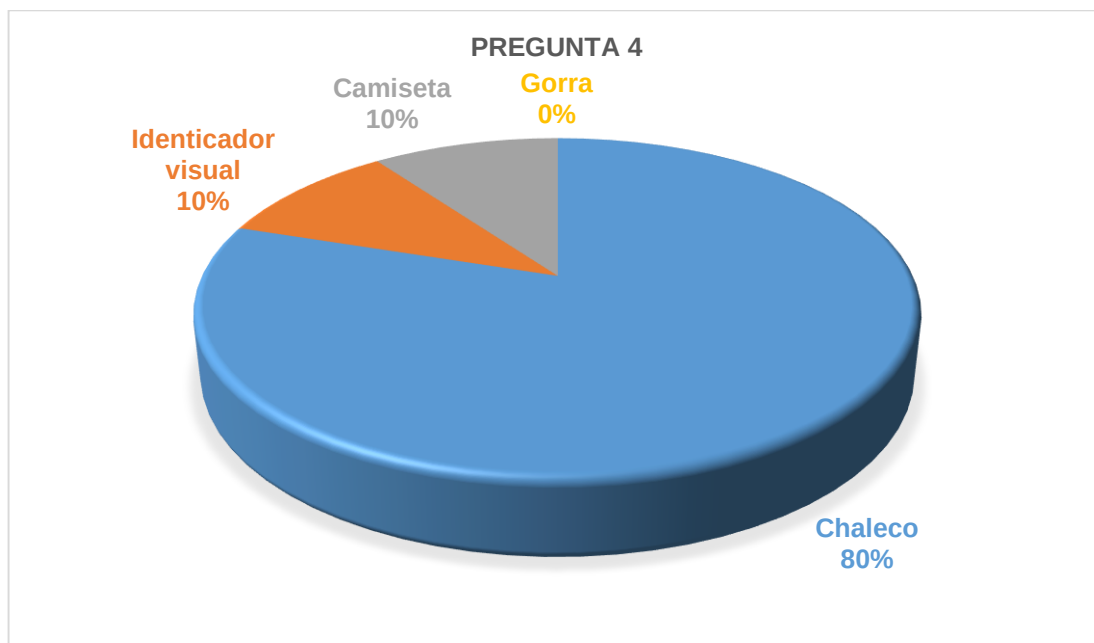
Elaborado por: El autor

Interpretación.-

La marca Ambato, tierrita linda, es actualmente, el símbolo representativo de la ciudad, la cual resalta las principales características de la misma, siendo un símbolo insertado en toda actividad realizada para el bienestar común y de los ciudadanos por parte del GAD de Ambato, de esta manera involucra a todo el personal que labora para este, quienes mantienen un amplio conocimiento de la misma.

Pregunta 4: ¿Qué elementos visuales hacen que las personas que visitan el lugar logren identificarlo rápidamente como guía turístico?

Gráfico 3.4 Pregunta 4



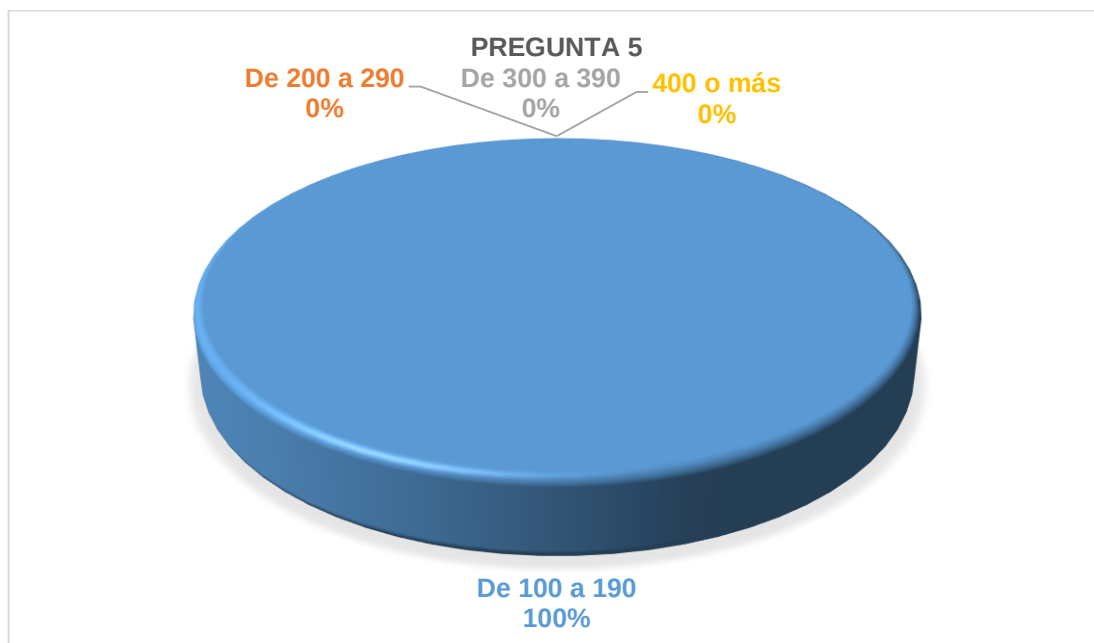
Elaborado por: El autor

Interpretación.-

En una entidad pública o privada es importante la indumentaria, vestuario o uniforme de trabajo, ya que mediante este las personas logran reconocer a los colaboradores de la misma, en este caso el 80% de las personas quienes trabajan como guías turísticos poseen una sola prenda, un chaleco que los identifica.

Pregunta 5: ¿Qué cantidad en dólares estaría dispuesto en invertir en un uniforme para su trabajo?

Gráfico 3.5 Pregunta 5



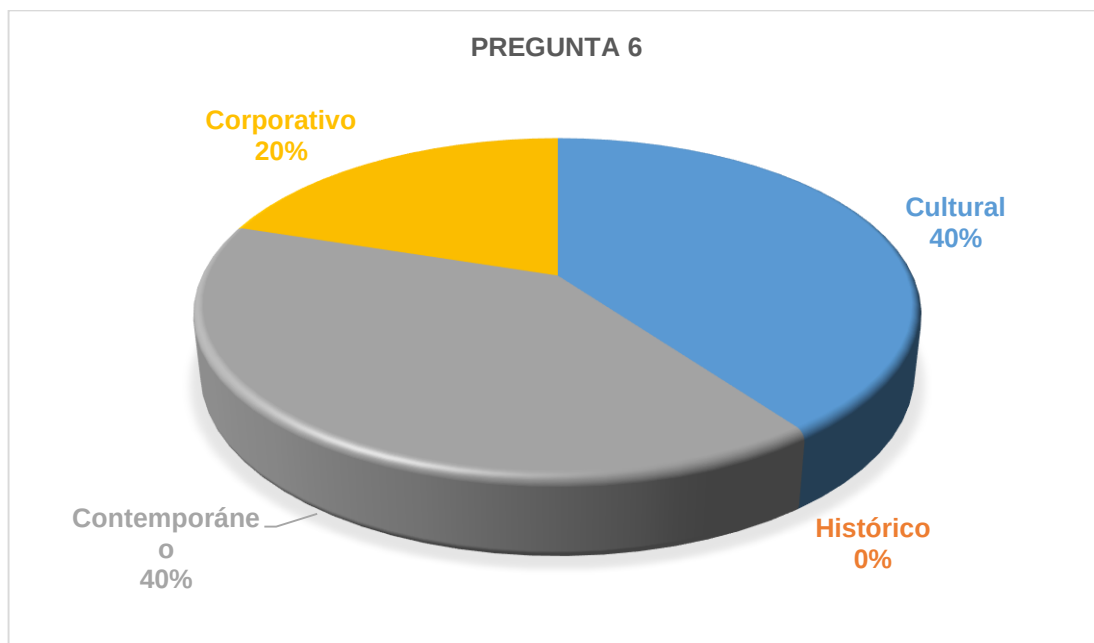
Elaborado por: El autor

Interpretación.-

De acuerdo a los resultados obtenidos se considera que el 100% de los encuestados estarían dispuestos a invertir en un uniforme de trabajo de un valor base de \$100 a \$200, en caso que ellos sean quienes abonan este dinero directamente, por otro lado es importante tomar en cuenta que el departamento de cultura junto con el GAD municipal, son los encargados de proveer los uniformes, recalcando que con esta información se obtendrá un presupuesto adecuado para la elaboración de las propuestas.

Pregunta 6: ¿Qué temática le gustaría tener en su vestuario laboral?

Gráfico 3.6 Pregunta 6



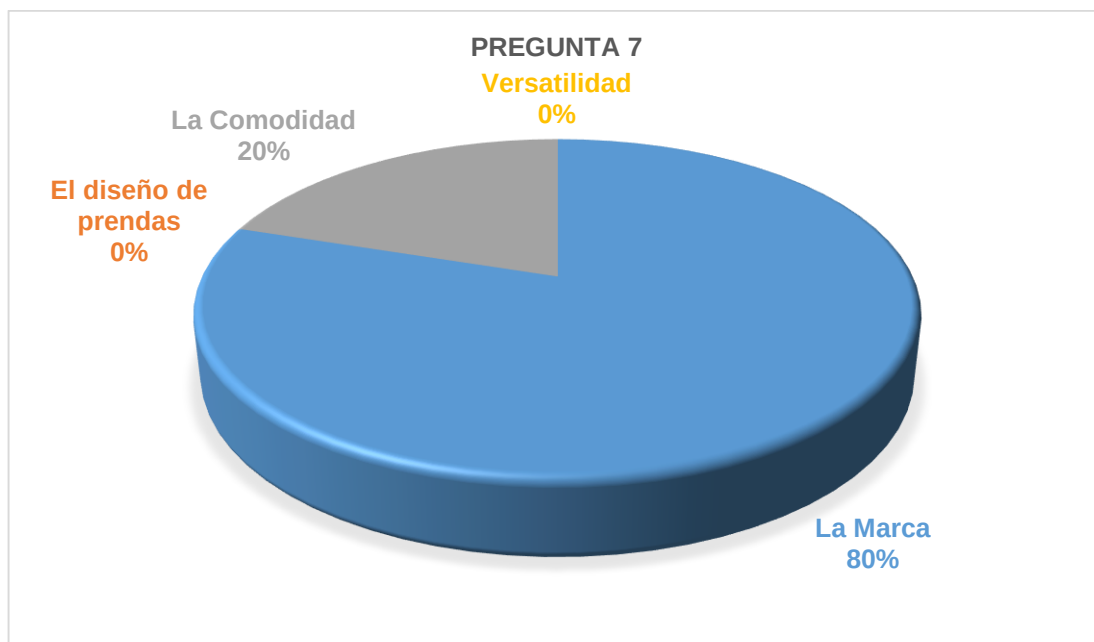
Elaborado por: El autor

Interpretación.-

Considerar en un 40% una temática cultural y de la misma manera un 40% la temática contemporánea es netamente importante, ya que de esta manera se toma en cuenta de las preferencias del público objetivo, combinándolas y así optimizando de esta manera en un 100% de aceptación en cuanto a la propuesta.

Pregunta 7: ¿Qué factores considera que debe tener el vestuario laboral?

Gráfico 3.7 Pregunta 7



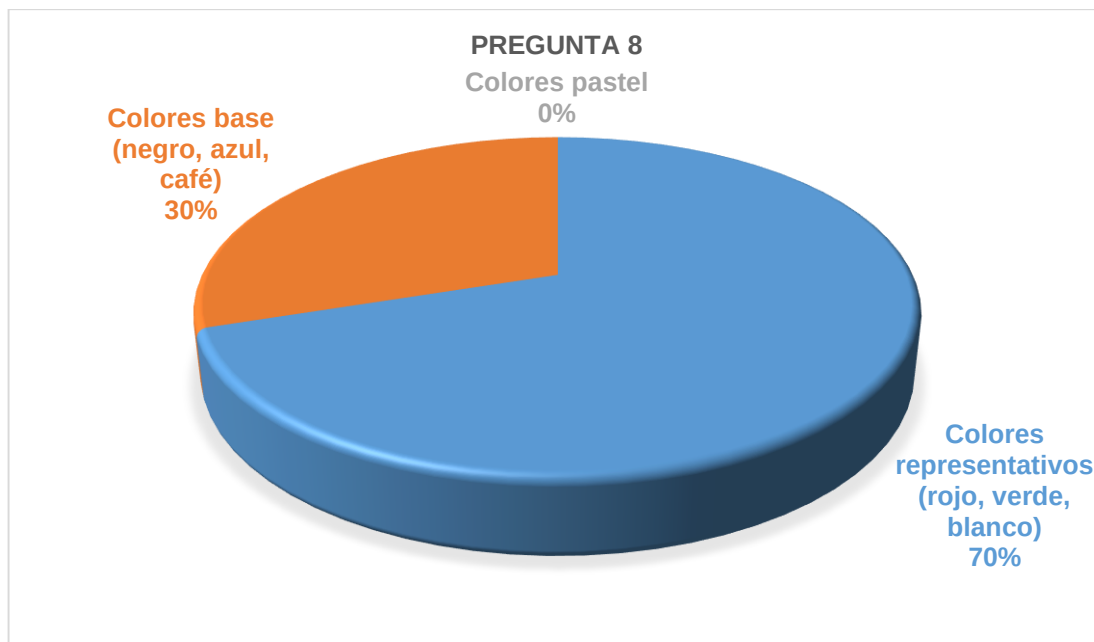
Elaborado por: El autor

Interpretación.-

De acuerdo al 80% de las personas encuestadas, la marca Ambato, tierrita linda, es el factor más importante dentro de la estructura del vestuario a realizar, por lo tanto se considera de acuerdo a estos resultados, plasmar la misma en la prenda que sea necesaria dentro de la propuesta.

Pregunta 8: ¿Qué colores representativos de la ciudad, le gustaría que se presenten en su vestuario laboral?

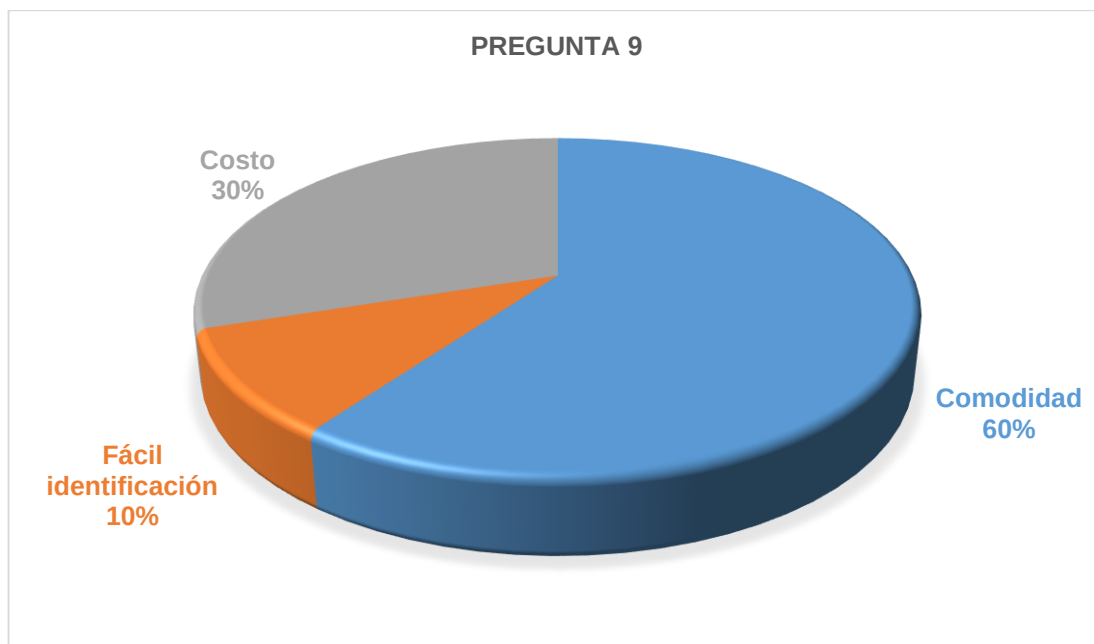
Gráfico 3.8 Pregunta 8



Elaborado por: El autor

Interpretación.-

En base a los datos recolectados, y de acuerdo al 70% de las personas encuestadas al haber considerado que la Marca Ambato, tierrita linda es uno de los factores fundamentales dentro del vestuario laboral, mantienen también que los colores de la misma deben ser aplicados en las prendas, ya que de esta manera dará realce a las mismas.

Pregunta 9: ¿Qué beneficios encuentra en su vestuario actual?**Gráfico 3.9 Pregunta 9**

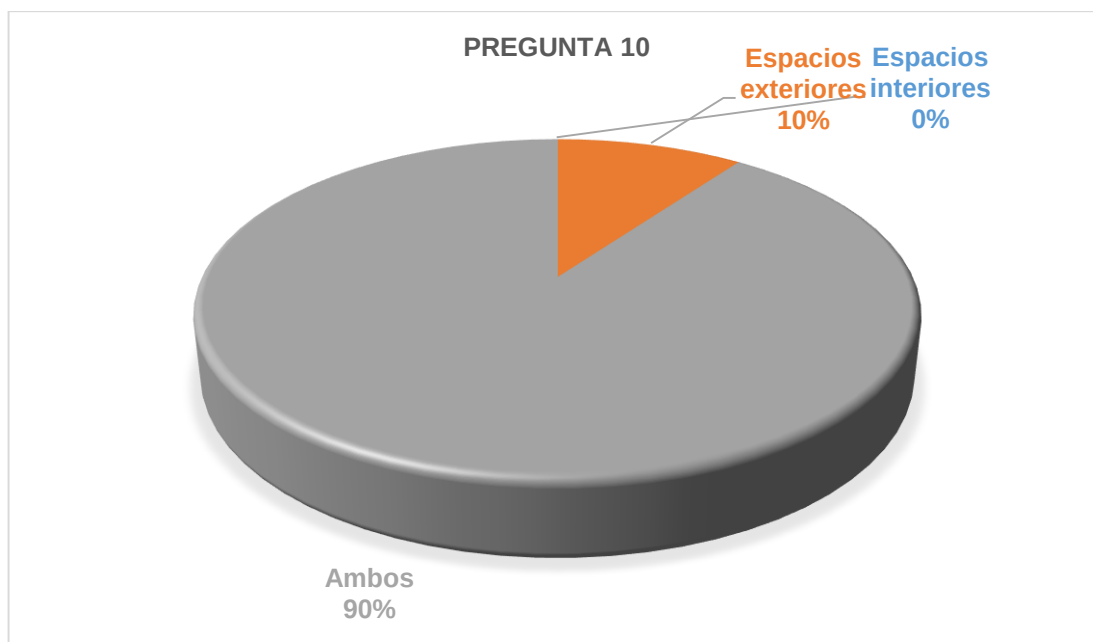
Elaborado por: El autor

Interpretación.-

La comodidad, es principalmente lo que se plantea conseguir al usar el vestuario laboral propuesto, es por esta razón que este factor es indispensable en la elaboración del vestuario laboral, ya que actualmente el 60% de los encuestados recalcan que es uno de los principales factores y lo encuentran en su vestuario habitual.

Pregunta 10: De acuerdo a su criterio considera importante que su vestuario se adapte a:

Gráfico 3.10 Pregunta 10



Elaborado por: El autor

Interpretación.-

Al realizar una buena labor de trabajo influye también su vestuario laboral o corporativo, dependiendo de la entidad, de tal manera que se realiza un análisis del trabajo realizado por parte de guías turísticos, quienes están en la necesidad de tener un vestuario que se adapte tanto a espacios exteriores como interiores.

3.5. Conclusión de resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos en la realización de las encuestas, se recalca como prioridad la marca “Ambato, tierrita linda”, ya que consideran que este es el factor más importante dentro de la estructura del vestuario, es decir manteniendo su cromática y sus formas orgánicas.

El estilo contemporáneo es el favorito del personal de este departamento, sin embargo la temática cultural es considerada como una identidad propia. De esta manera se crearán prendas innovadoras que lleven rasgos culturales pero con toques muy modernos.

CAPITULO IV

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.1. Objetivo o tema y datos informativos

Proponer vestuario que identifique al departamento de cultura para generar una identidad.

4.2. Antecedentes y justificación

La marca Ambato, tierrita linda al ser imagen representativa de la ciudad y de los ciudadanos en la actualidad, merece ser aplicada y reconocida correctamente, ya que Ambato, es ciudad turística y cultural, con varios sitios como casas museos, las cuales son visitadas por propios y extraños, quienes se mantienen en contacto con un guía turístico, el mismo que por medio de su vestuario no representa una identidad autóctona o una característica que los identifique fácilmente, es por este motivo que este proyecto se justifica ya que no existe una identidad propia que haya sido aplicada en el vestuario laboral de las personas quienes cumplen la labor de guías turísticos.

Mediante un análisis dentro de la metodología, se concluyó que la marca de la ciudad debe el factor principal dentro de la propuesta de diseño de vestuario

a realizar, resaltando obviamente aspectos como la comodidad, que es realmente importante dentro del diseño de prendas para que de esta manera facilite el trabajo de las personas, constando también que la cromática de esta marca se mantendrá como se especifica en los resultados obtenidos con una temática cultural pero con su toque actual.

4.3. Proceso de diseño

El proceso comienza con la descripción del problema, en este caso es la falta de identidad dentro del vestuario actual de los guías turísticos de las quintas y casas-museo de la ciudad de Ambato, pertenecientes al departamento de cultura, uno de elementos del problema es la falta de interés de creación de un vestuario identificativo por parte de las autoridades del GAD Municipal de Ambato hacia los guías turísticos, los requerimientos importantes como las necesidades del usuario, la labor que desempeñan y la cultura ambateña, serán recopilados, ya que son necesarios para la realización de la propuesta final con un buen grado de creatividad, utilizando los elementos simbólicos más representativos, analizando los materiales y textiles adecuados combinados con algodón, para facilitar el movimiento y ligereza, experimentándolos para finalmente considerar y verificar el adecuado.

4.3.1. Marca

Se consideró la importancia de manejar una marca personal, la misma que abarque diversos estilos de vestuario, y no solamente uno en específico, tomando en cuenta esto, se realizó el siguiente proceso de creación de la marca.

Imagen 4.1 Logotipo

Diana Núñez

Elaborado por: El autor

Imagen 4.2 Isotipo



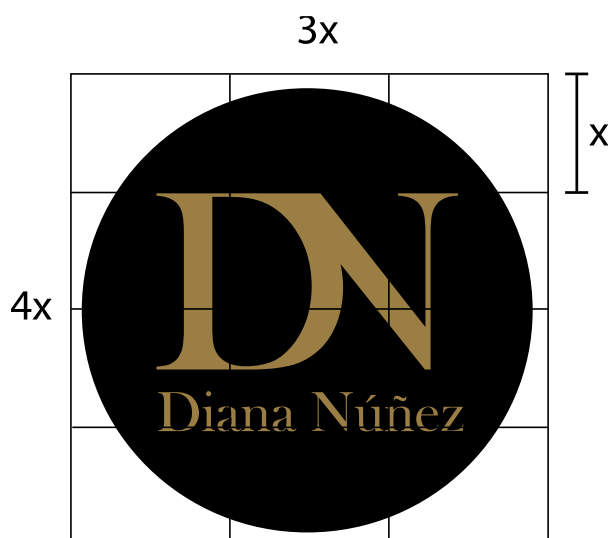
Elaborado por: El autor

Imagen 4.3 Isologo



Elaborado por: El autor

Imagen 4.4 Modulación



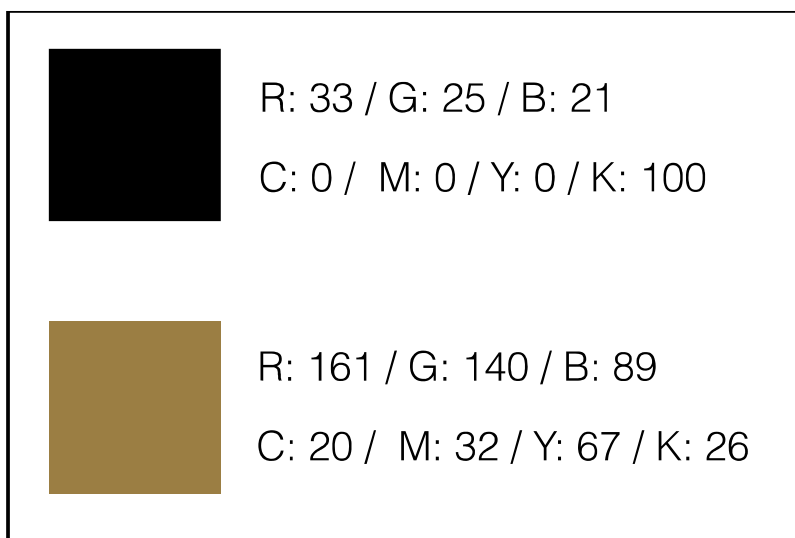
Elaborado por: El autor

Imagen 4.5 Tipografía



Elaborado por: El autor

Imagen 4.6 Color

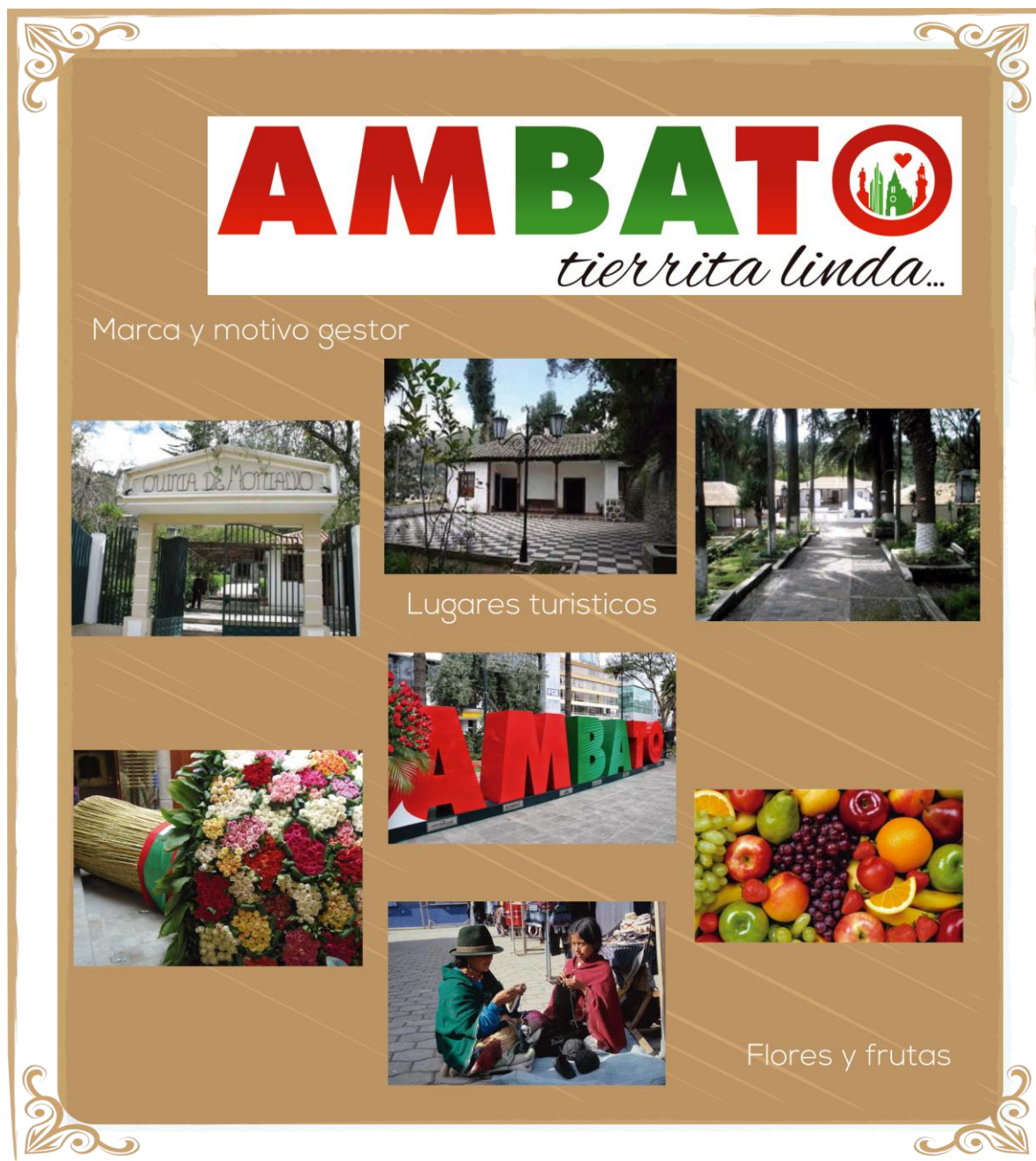


Elaborado por: El autor

4.3.2. Fuentes de inspiración o base de diseño

Como base de diseño se tomó la marca “Ambato, tierrita linda”, ya que el presente proyecto se enfoca en resaltar las características más representativas de la ciudad y de la marca actualmente establecida, para de esta manera crear una identidad propia, y lograr el manejo adecuado de las formas, colores y elementos más sobresalientes e importantes para ser aplicado dentro del vestuario laboral de guías turísticos del departamento de cultura del GAD Municipal de Ambato

Imagen 4.7 Moodboard Ambato, tierra linda



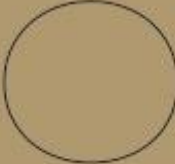
Elaborado por: El autor

Imagen 4.8 Moodboard Vestuario



Elaborado por: El autor

Imagen 4.9 Manejo Morfológico de la Marca

	SIMPLIFICACIÓN	FORMA	USO
			Corte en A
			Detalles aplicados en bastas y mangas
			Uso de formas orgánicas y rectas
			Uso de capas
			Estampado floral

Elaborado por: El autor

4.3.3. Target

Guías turísticos, quienes tienen por misión informar, dirigir y orientar al turista de las quintas pertenecientes al departamento de cultura del GAD Municipio de Ambato.

4.4. Prototipo

Dentro de la realización del proyecto y cumpliendo el proceso de diseño, se realizó seis conjuntos, los cuales tendrán un período de tiempo de un año, se consideró como foco principal los colores que forman parte de la marca “Ambato, tierrita linda”, el rojo y el verde; de acuerdo a los resultados obtenidos dentro de la metodología, combinándolo con el color base negro, el cual es básico en el uso de prendas; las texturas y detalles que se plasmó en este vestuario cumplen la función de representar la parte orgánica de la ciudad tanto de sus edificaciones como la diversidad de su flora, y el colorido de la misma.

Imagen 4.10 Prototipo



Elaborado por: El autor

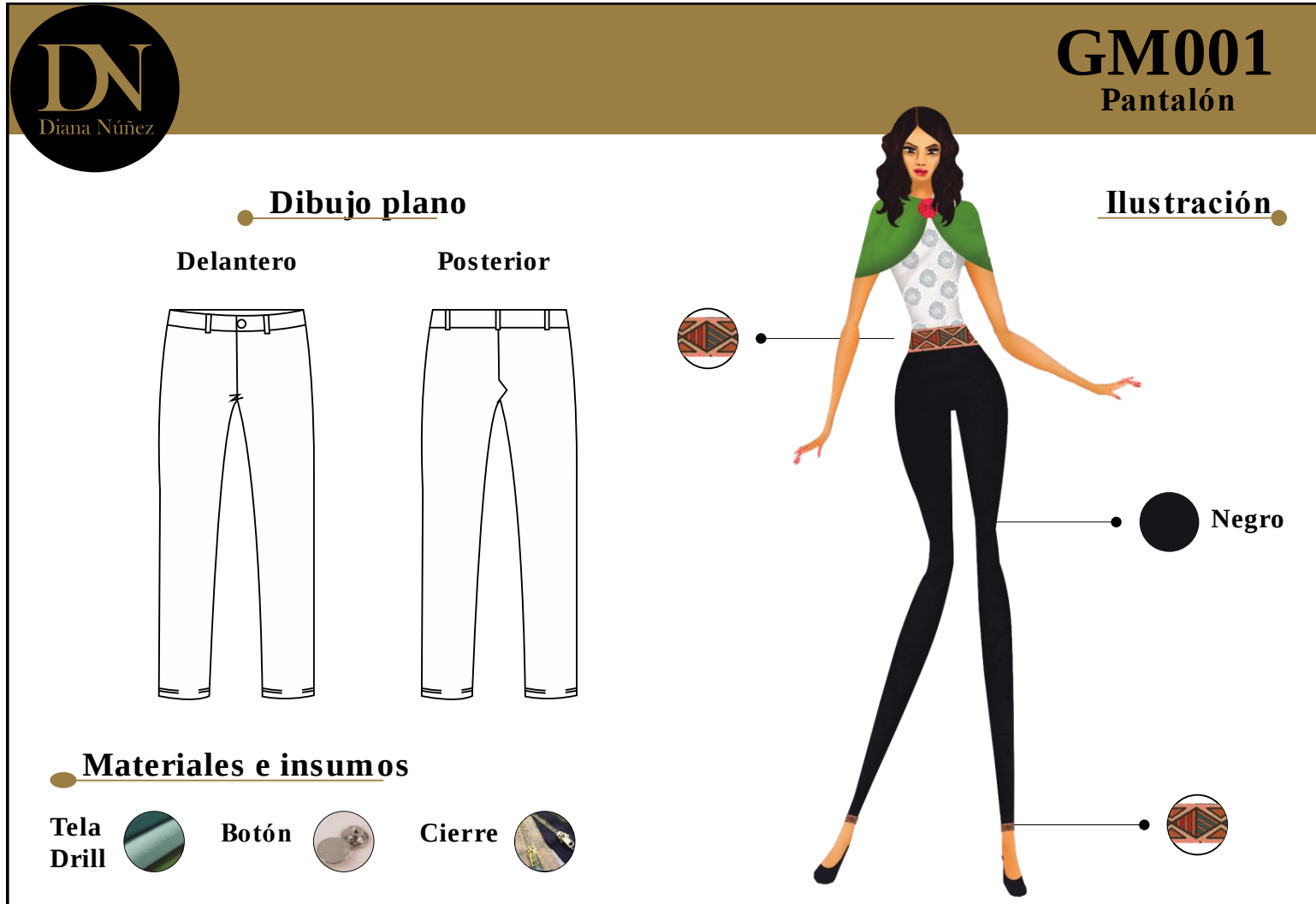
Imagen 4.11 Prototipo



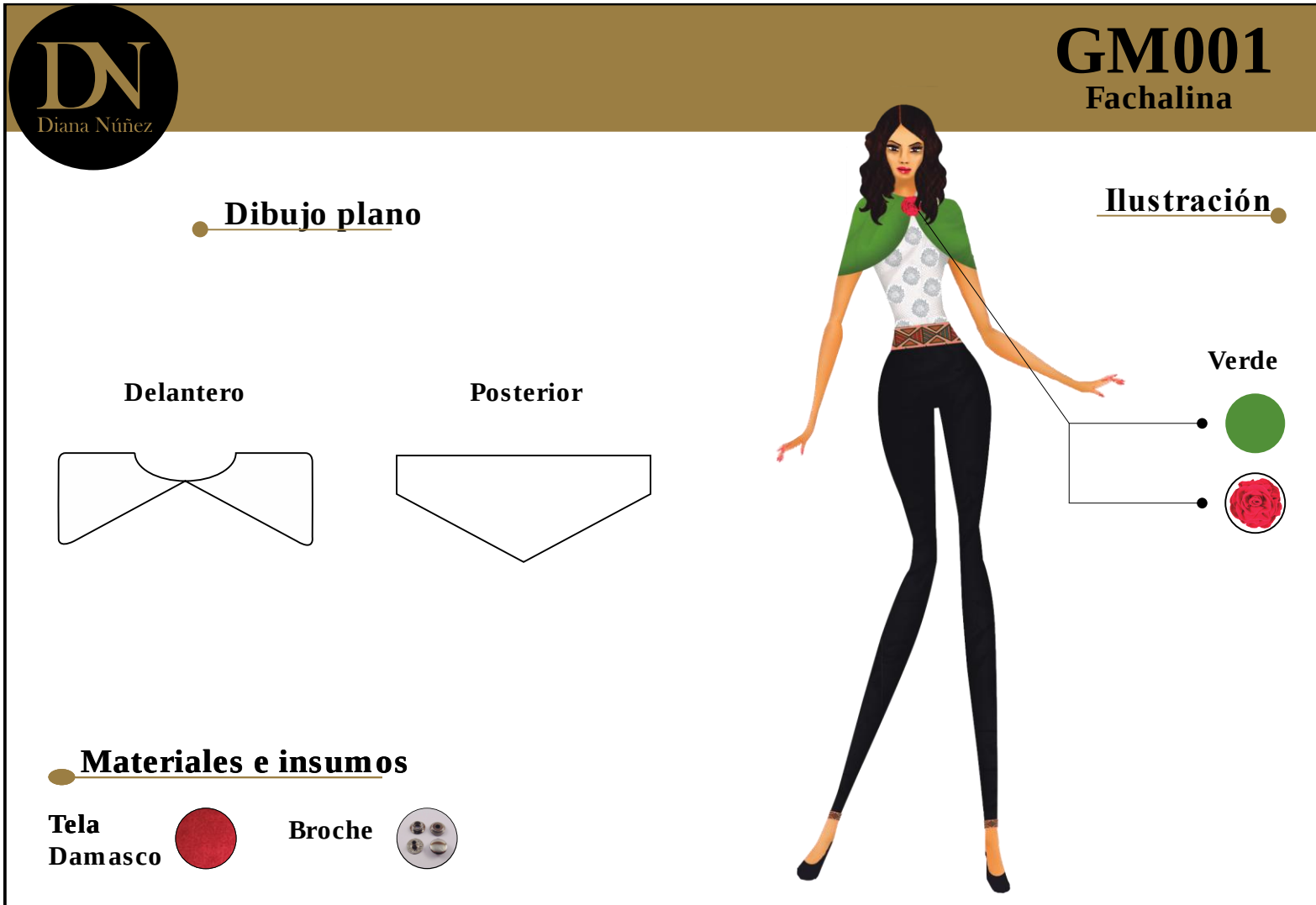
Elaborado por: El autor

4.5. Representación técnica









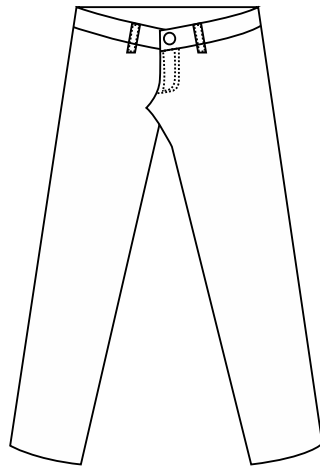


GH001

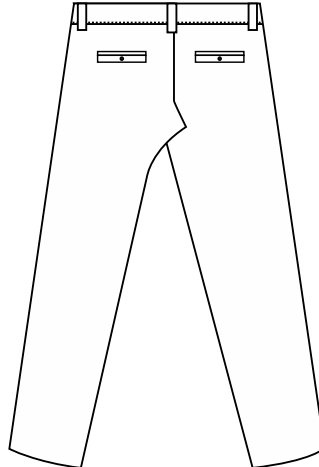
Pantalón

Dibujo plano

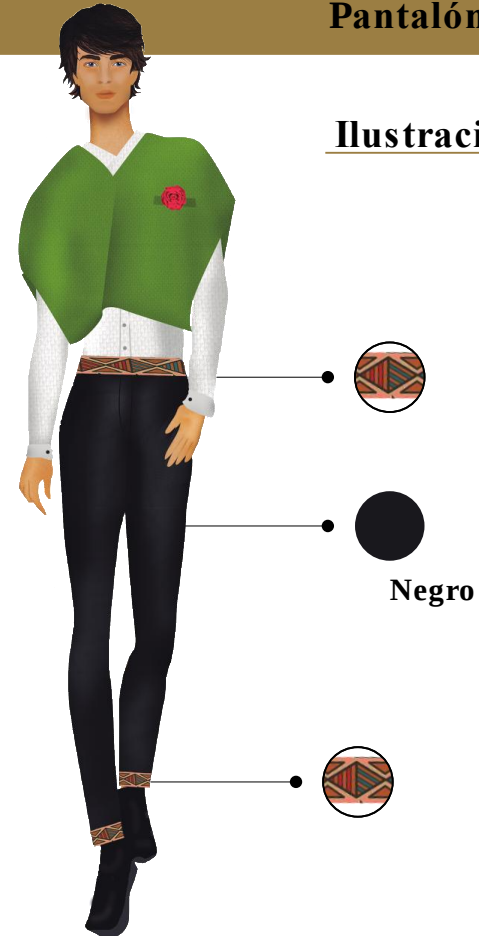
Delantero



Posterior



Ilustración



Negro



Materiales e insumos

Tela
Drill

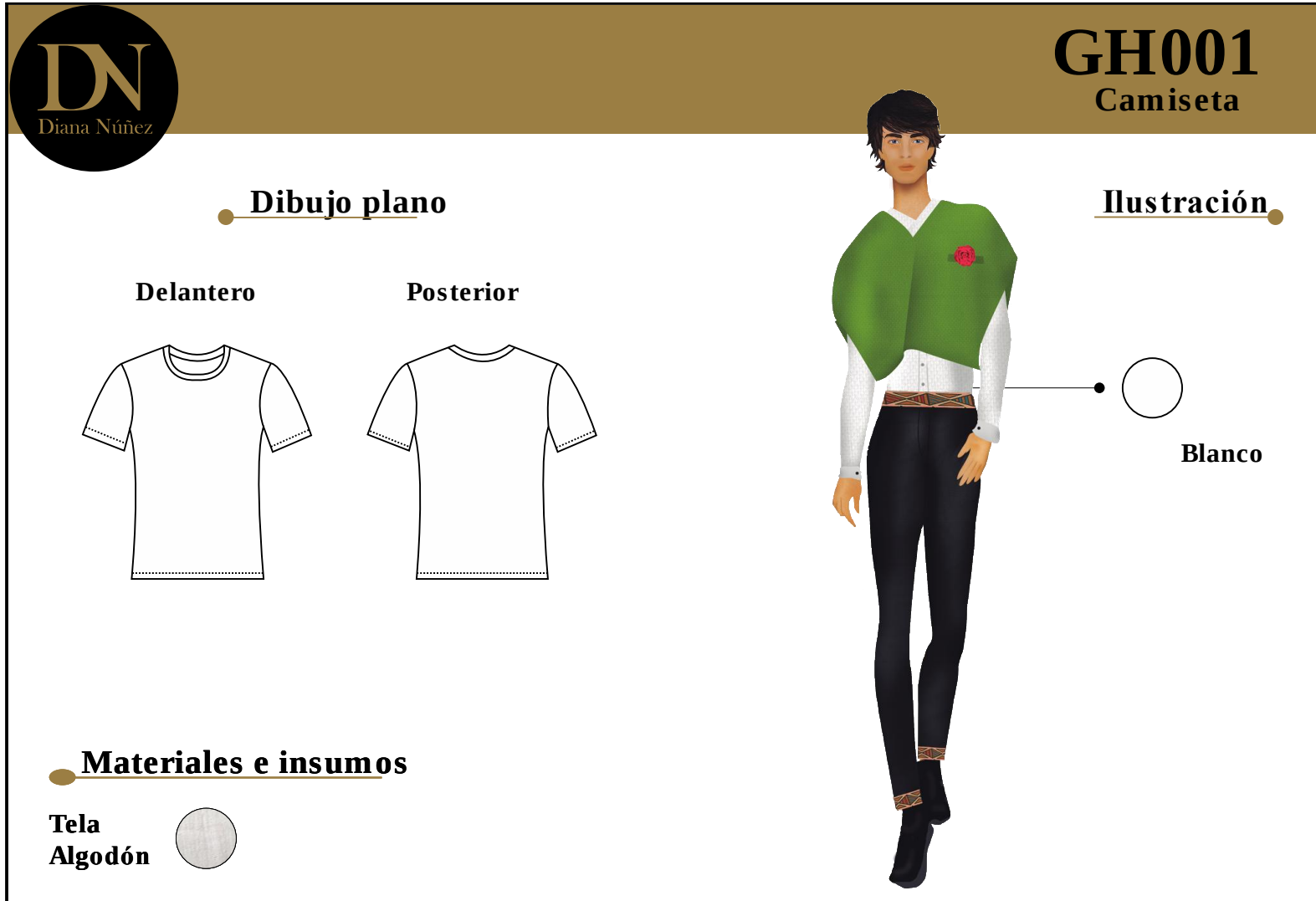


Botón



Cierre





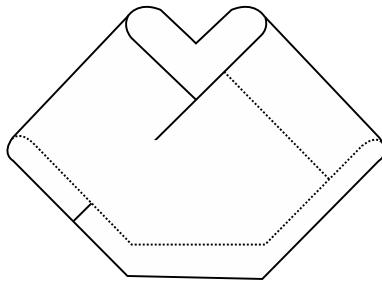


GM001

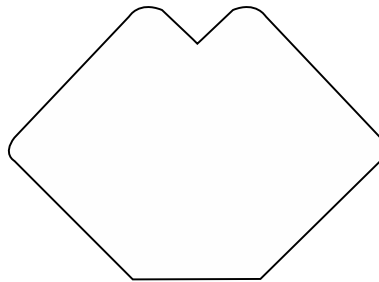
Poncho

Dibujo plano

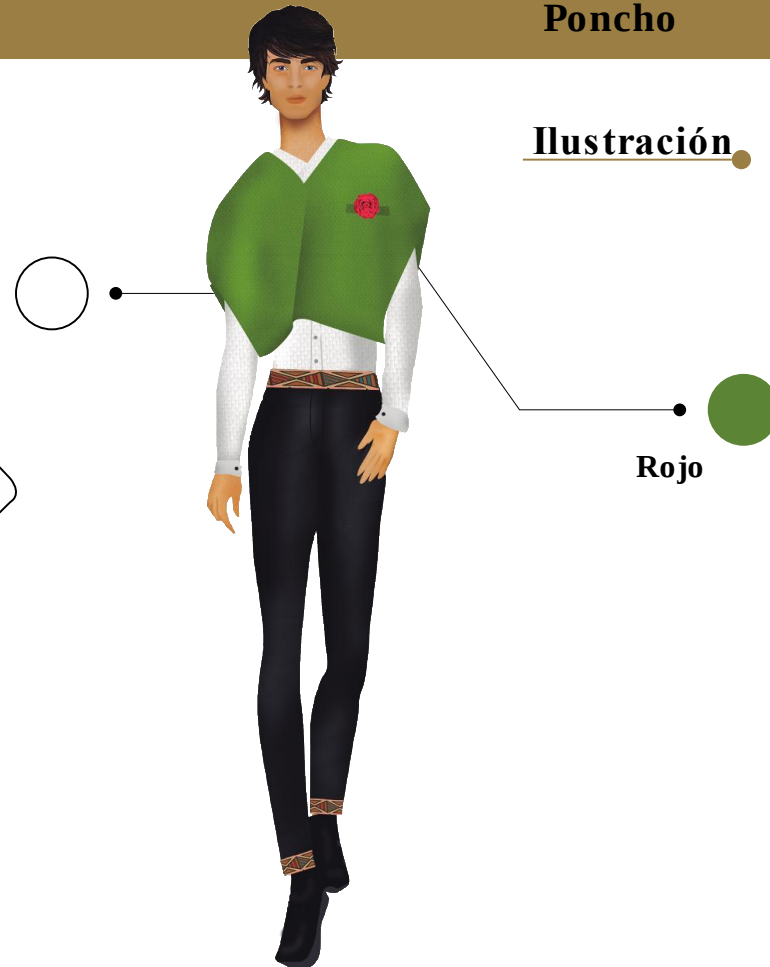
Delantero



Posterior



Ilustración



Rojo

Materiales e insumos

Tela
Lanilla



Descripción:
Dentro de la presente propuesta se muestra una falda amplia que toma la forma de ciertas estructuras de la ciudad así como también la forma de orgánica que se maneja en la marca “Ambato, tierrita linda”, sin dejar de lado las texturas que se tomaron al hacer simplificación de edificaciones de la ciudad.

C002

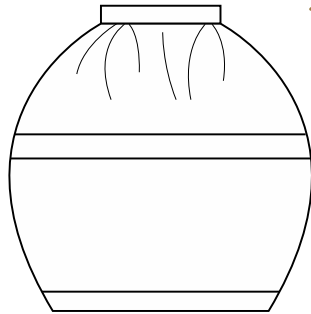


CM002

Falda

Dibujo plano

Delantero y Posterior



Materiales e insumos

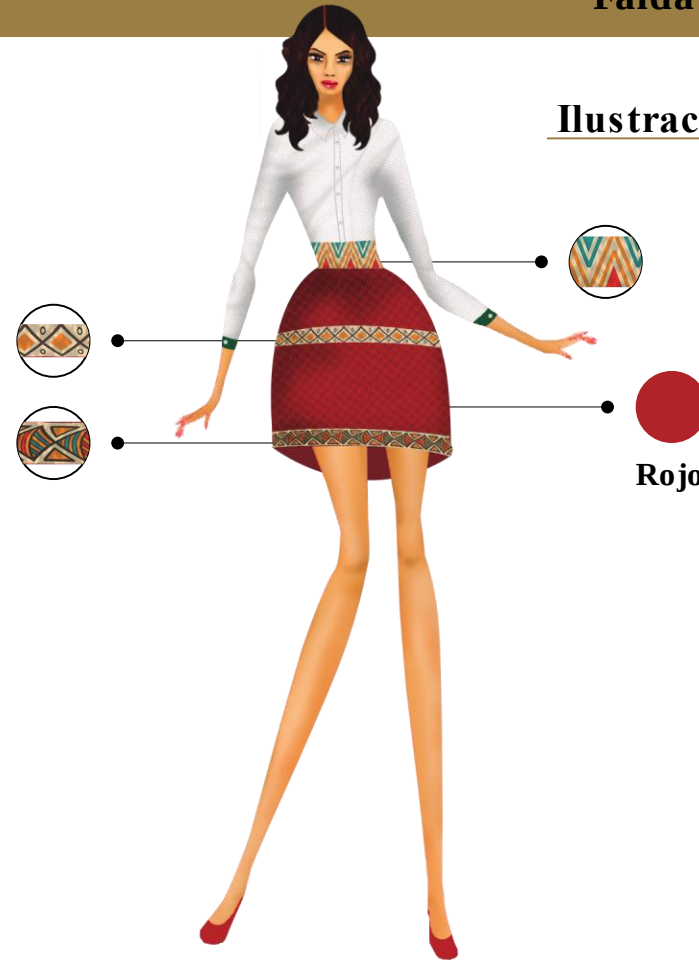
Tela
Tafetán



Elástico



Ilustración



Rojo

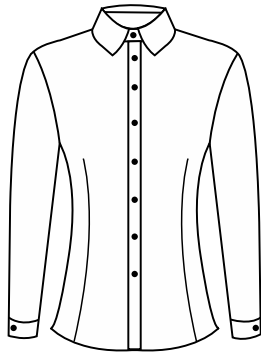


CM002

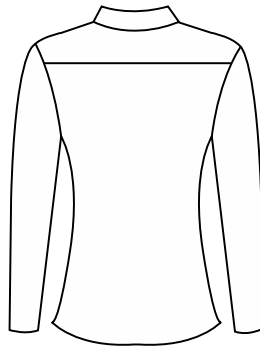
Blusa

Dibujo plano

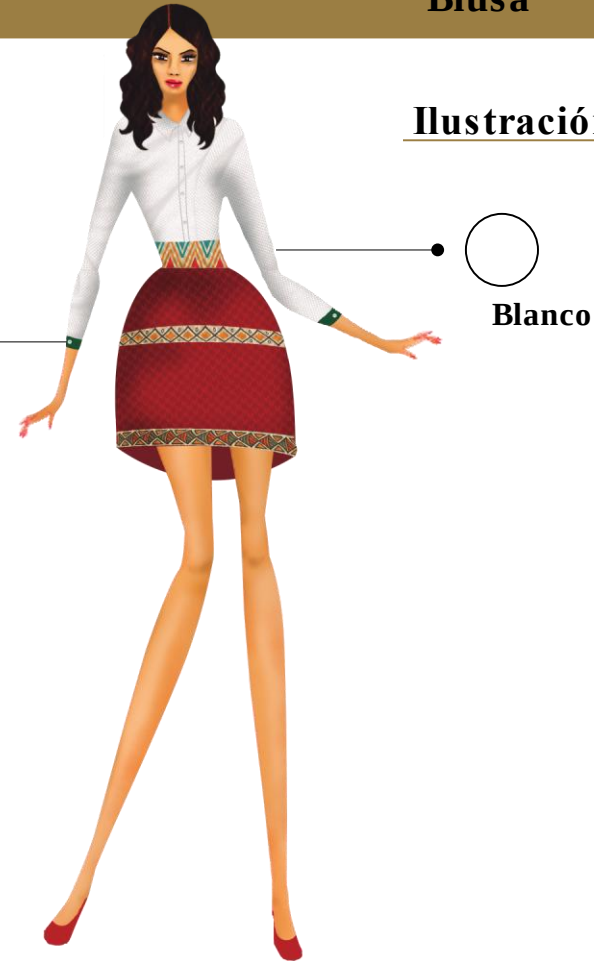
Delantero



Posterior



Ilustración



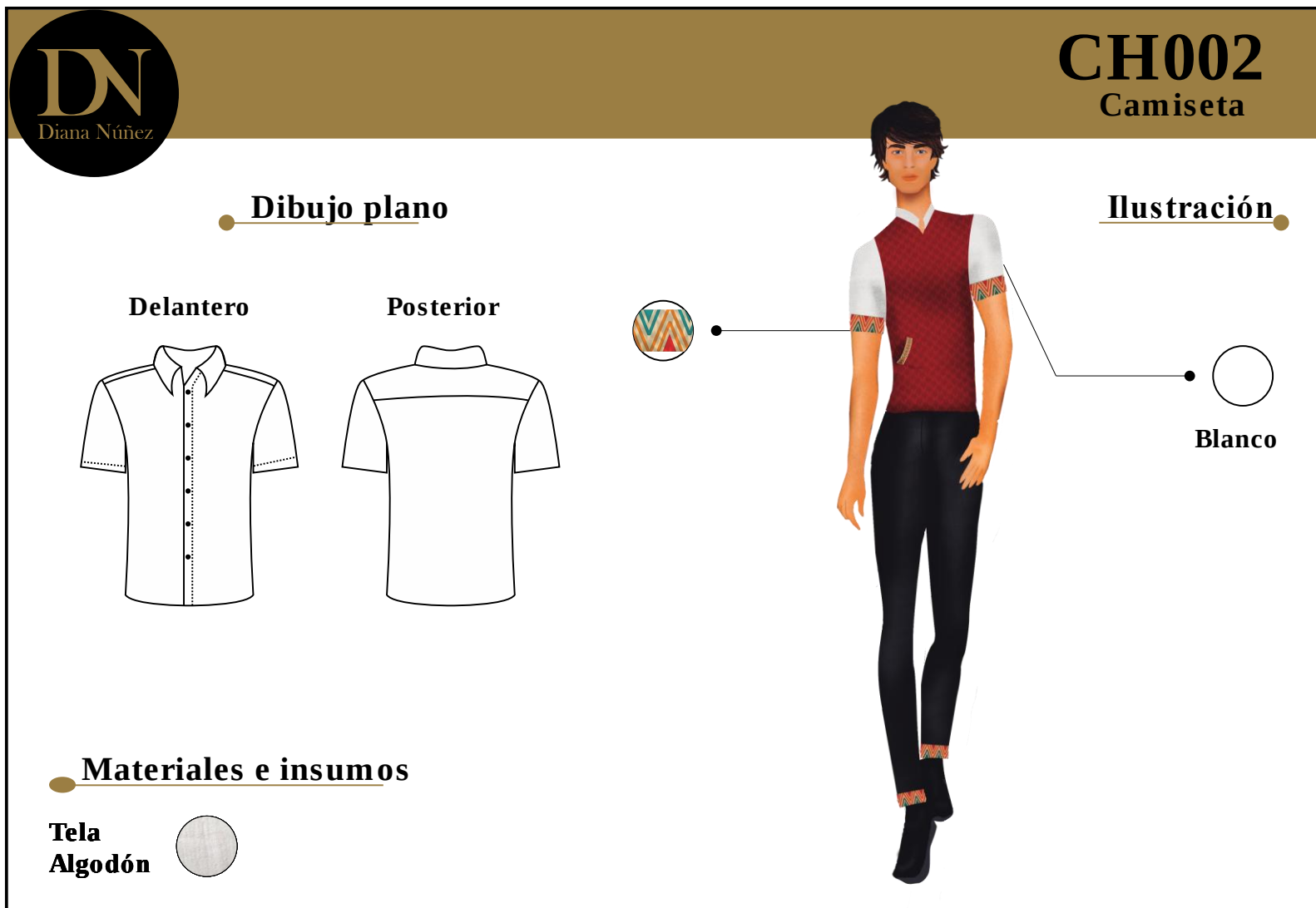
Materiales e insumos

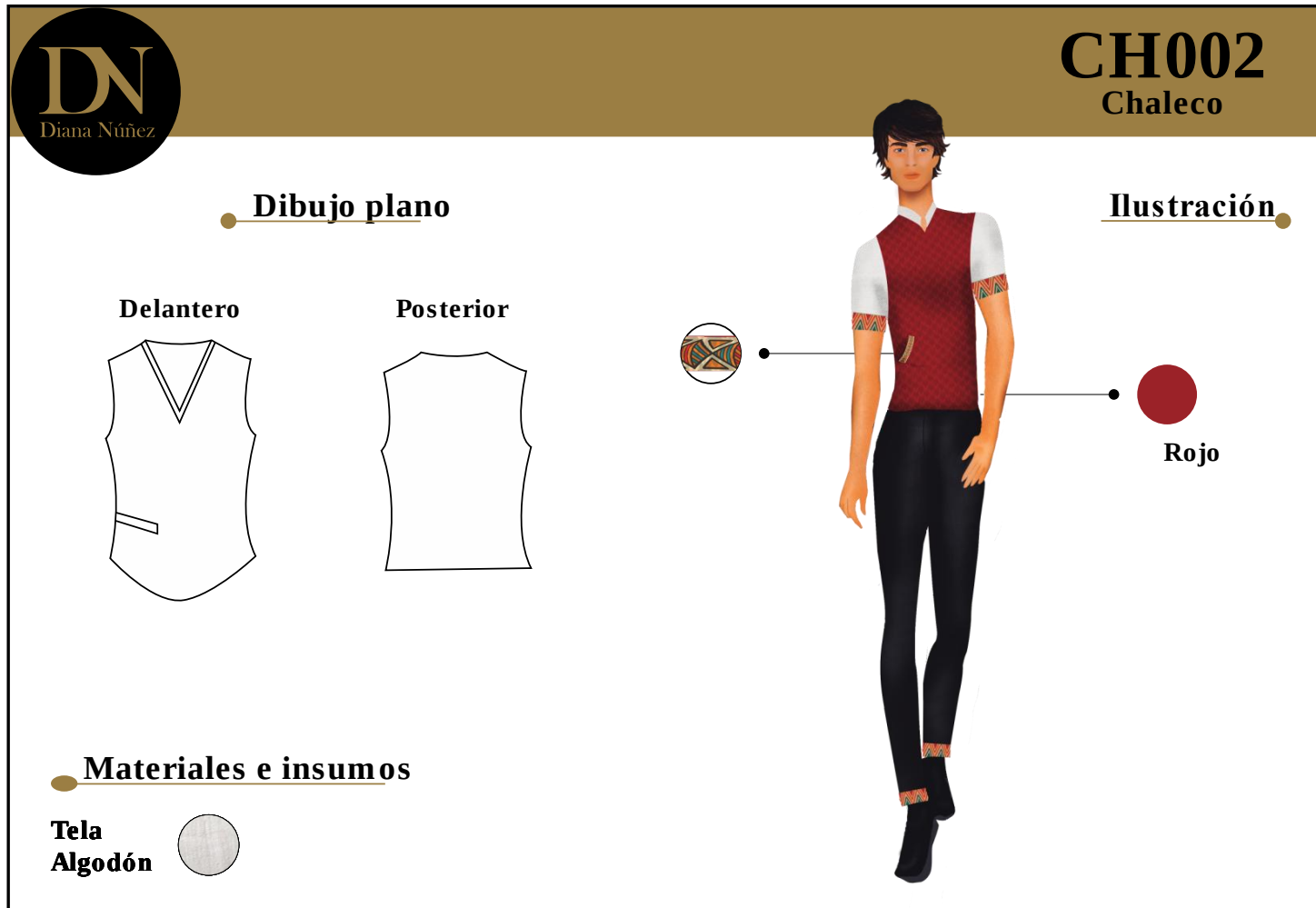
Tela
Pongee seda

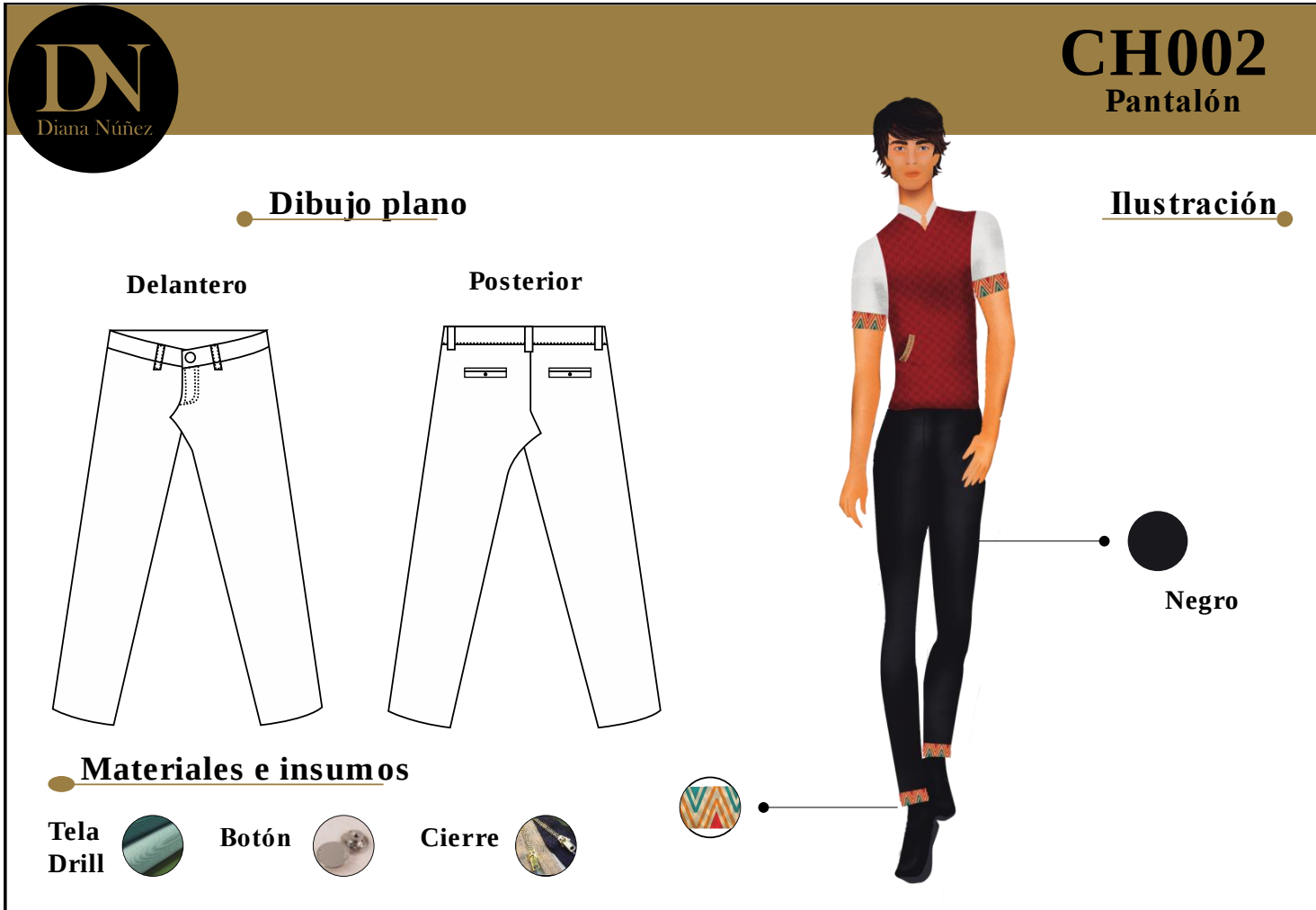


Botones











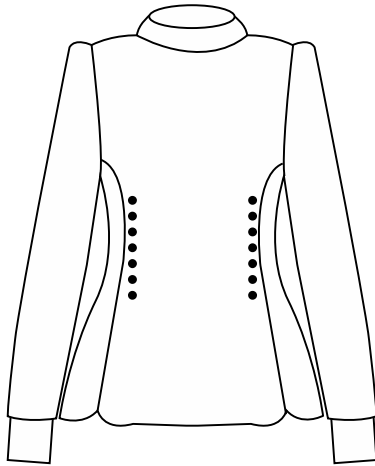


JM003

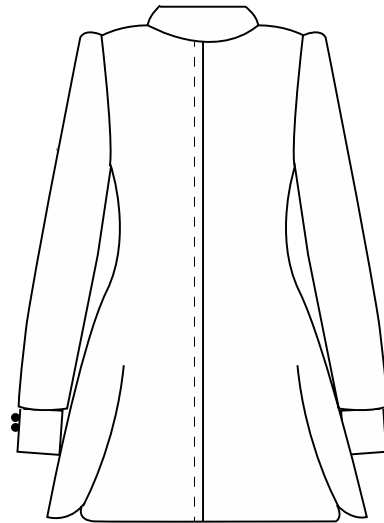
Abrigo

Dibujo plano

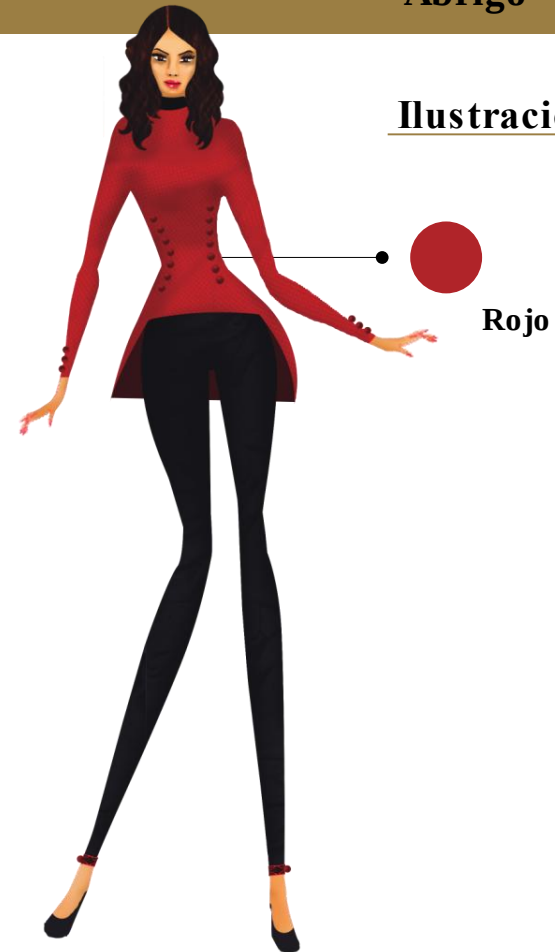
Delantero



Posterior



Ilustración



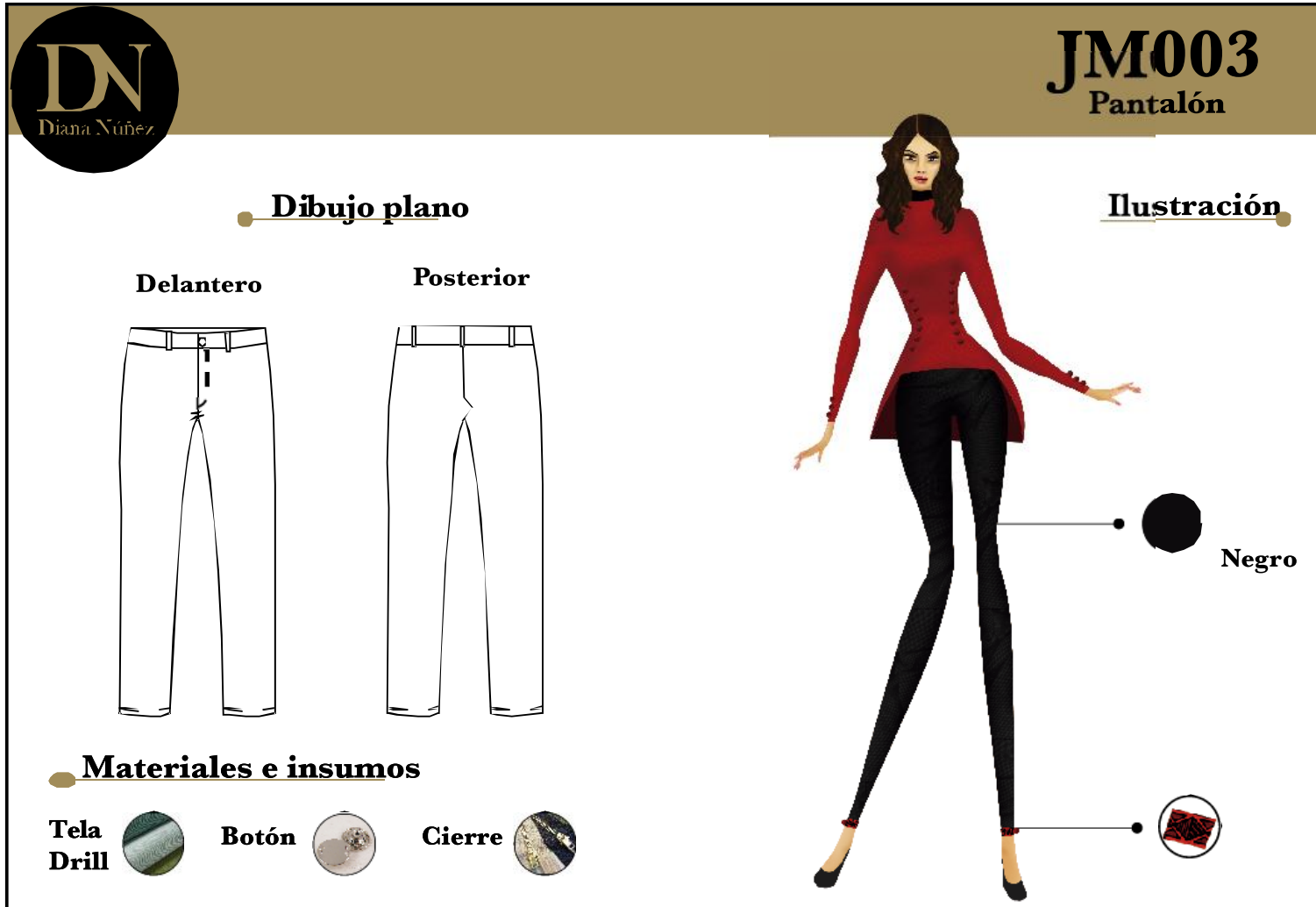
Materiales e insumos

Tela
Gabardina



Botones





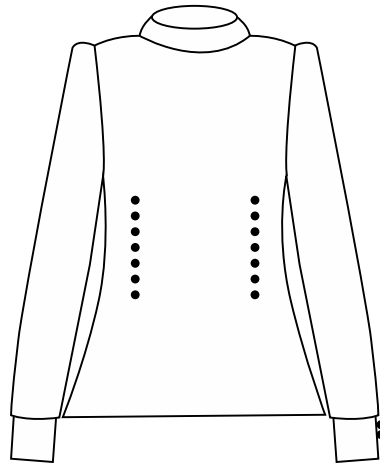


JH003

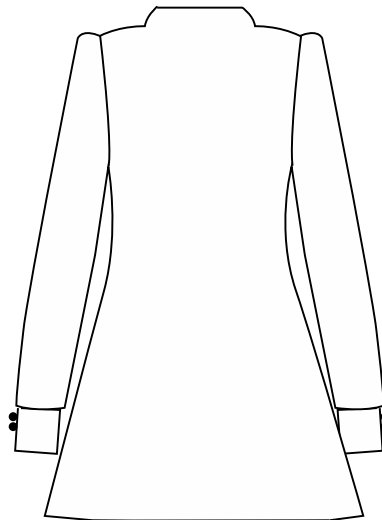
Abrigo

Dibujo plano

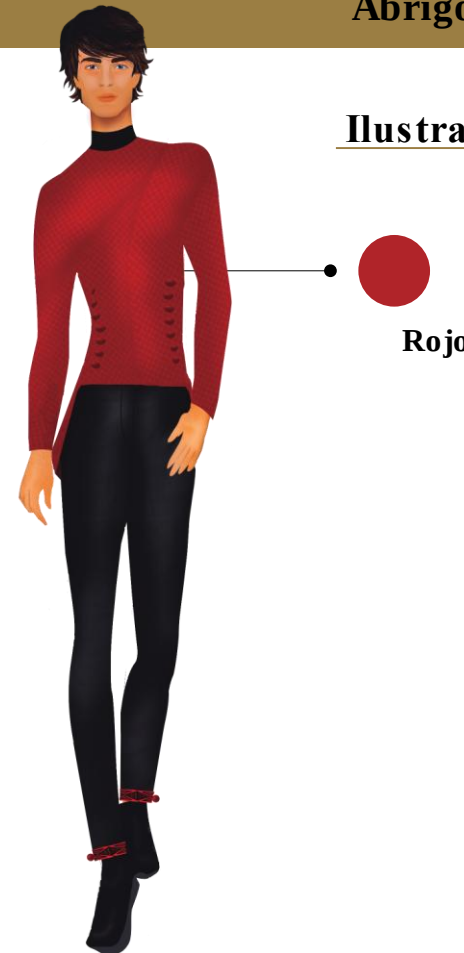
Delantero



Posterior



Ilustración



Rojo

Materiales e insumos

Tela
Gabardina



Botones



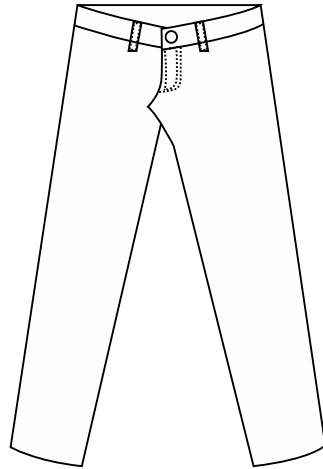


JH003

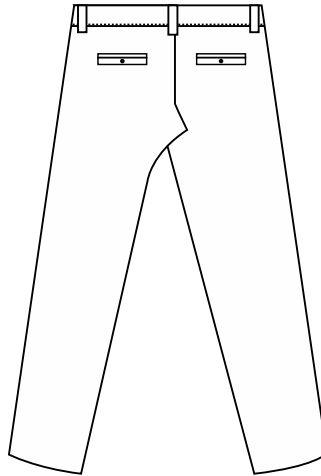
Pantalón

Dibujo plano

Delantero



Posterior



Ilustración



Negro

Materiales e insumos

Tela
Drill

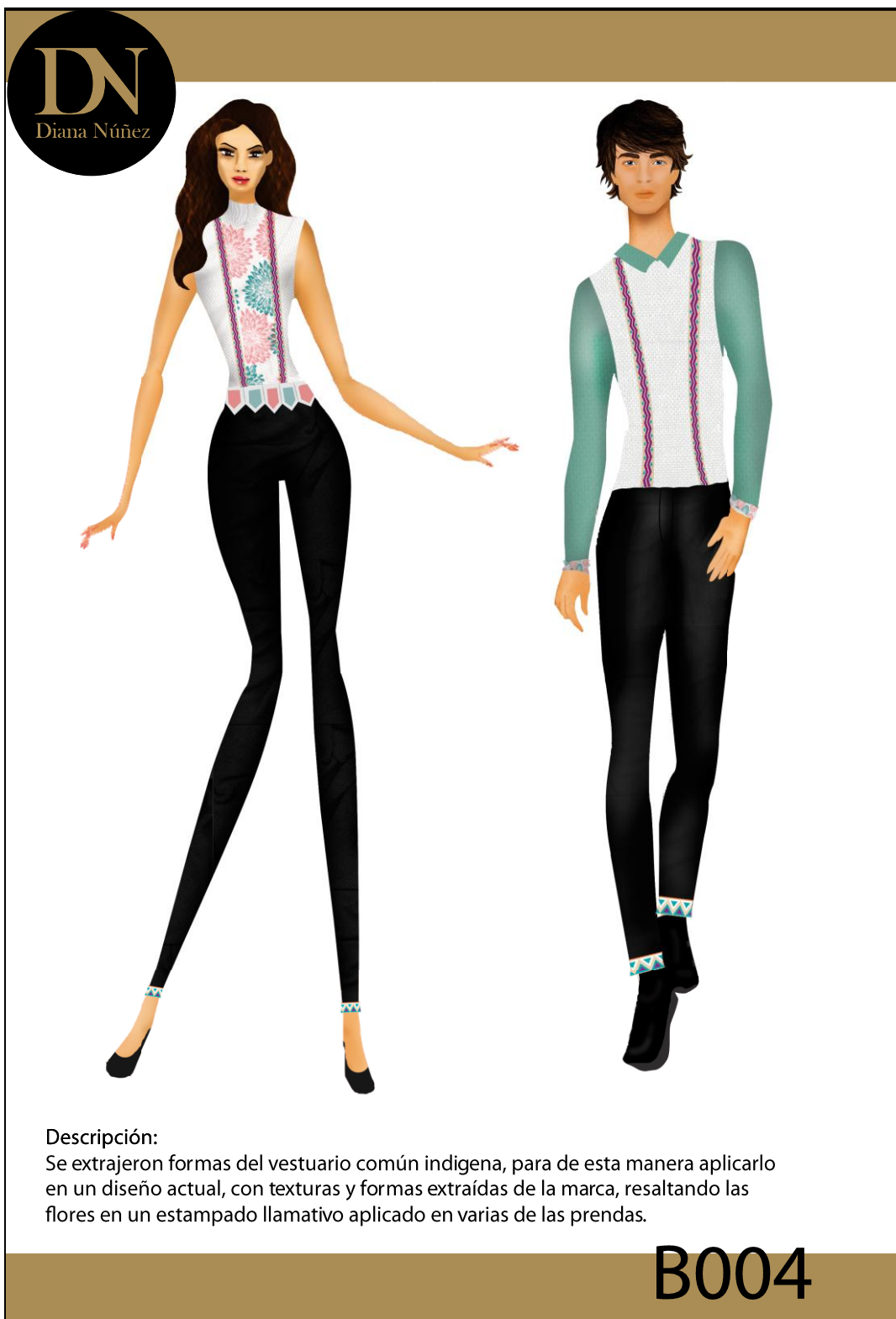


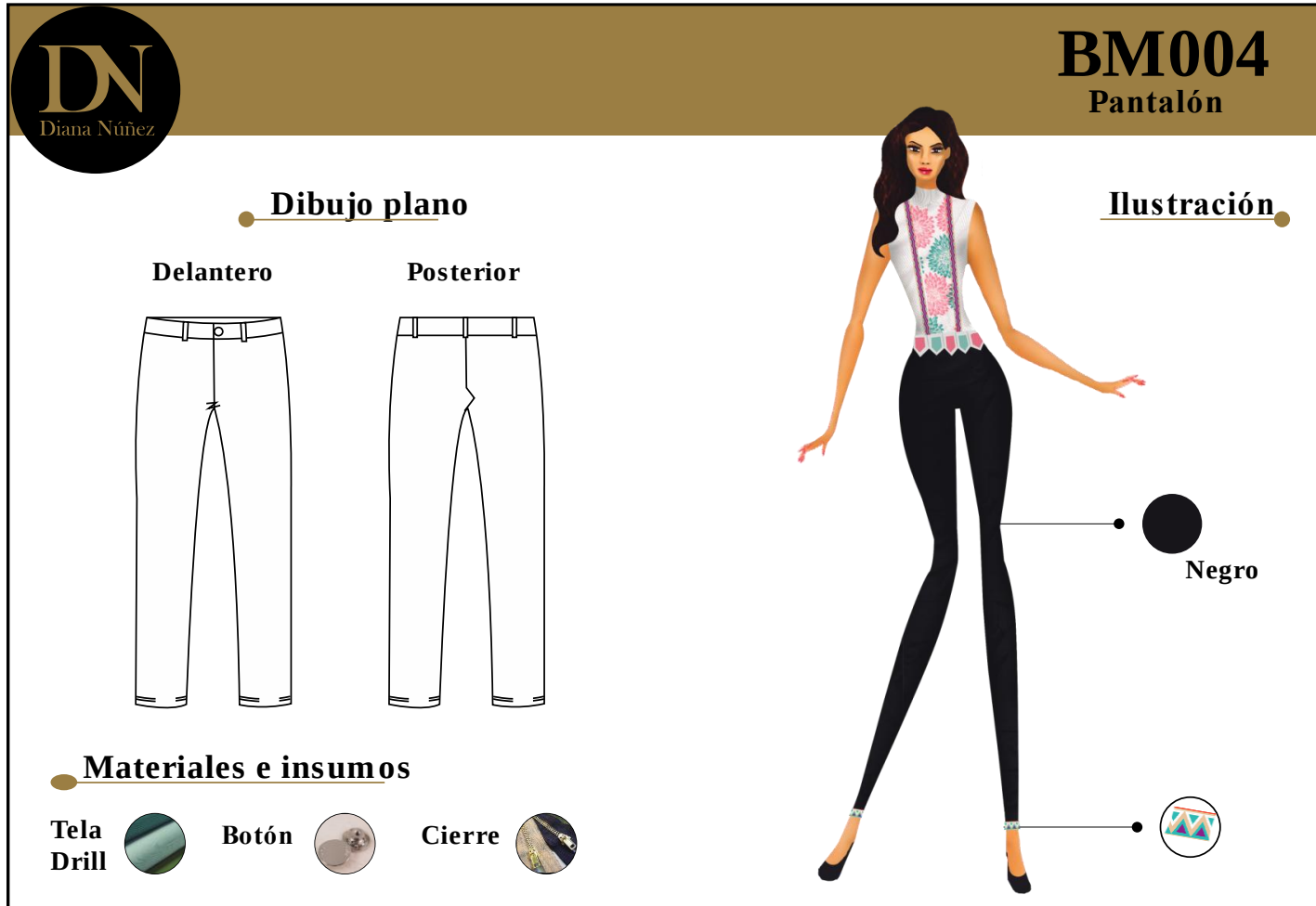
Botón



Cierre







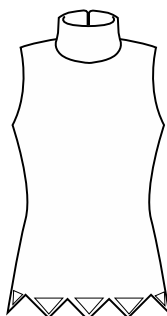


BM004

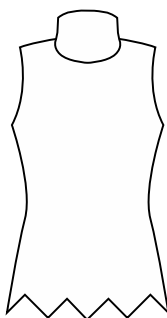
Blusa

Dibujo plano

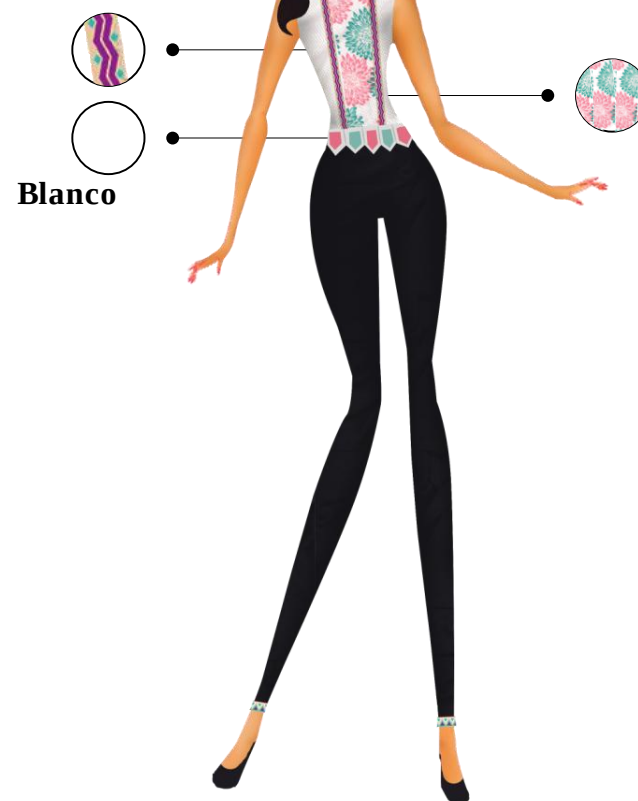
Delantero



Posterior



Ilustración

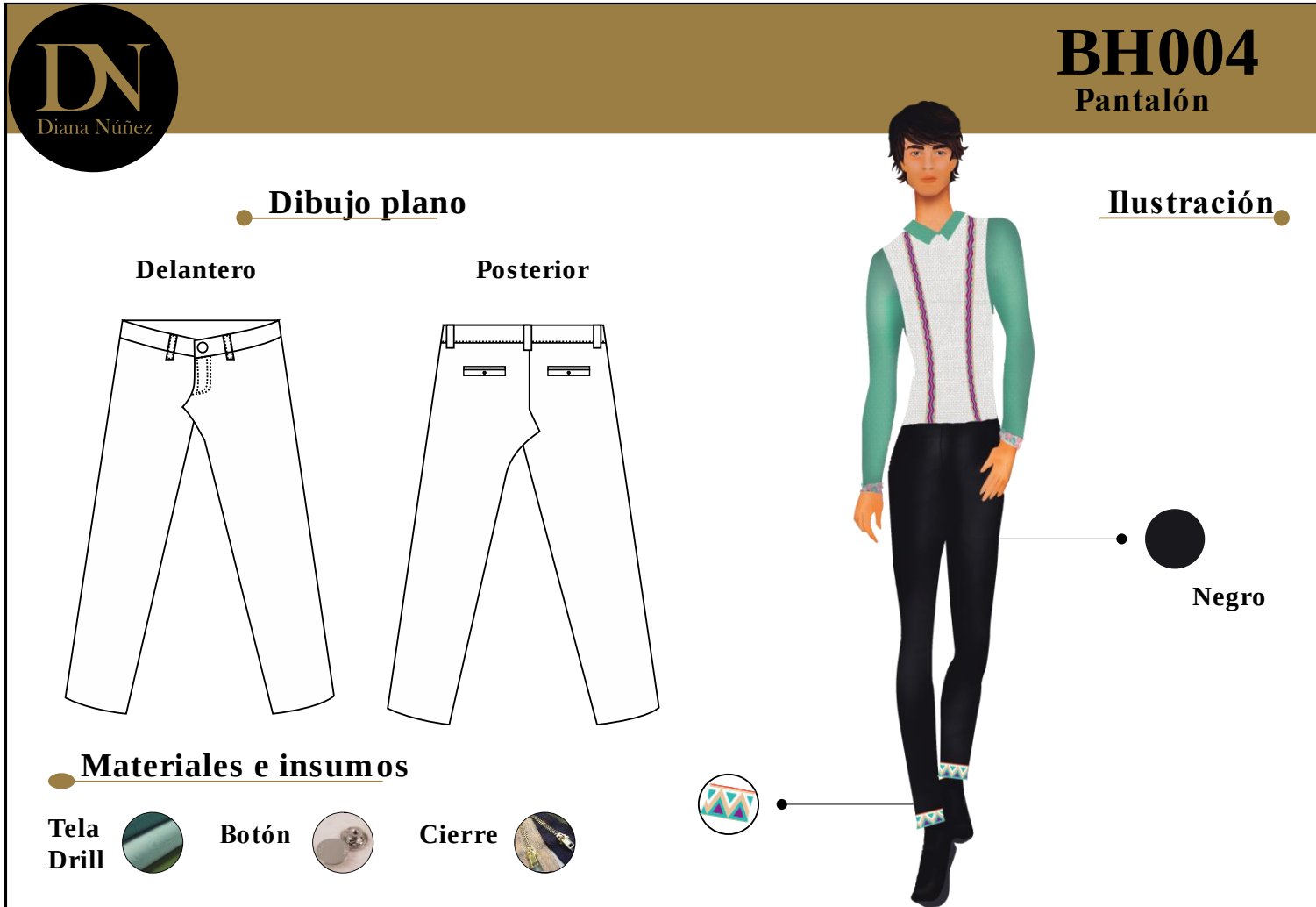


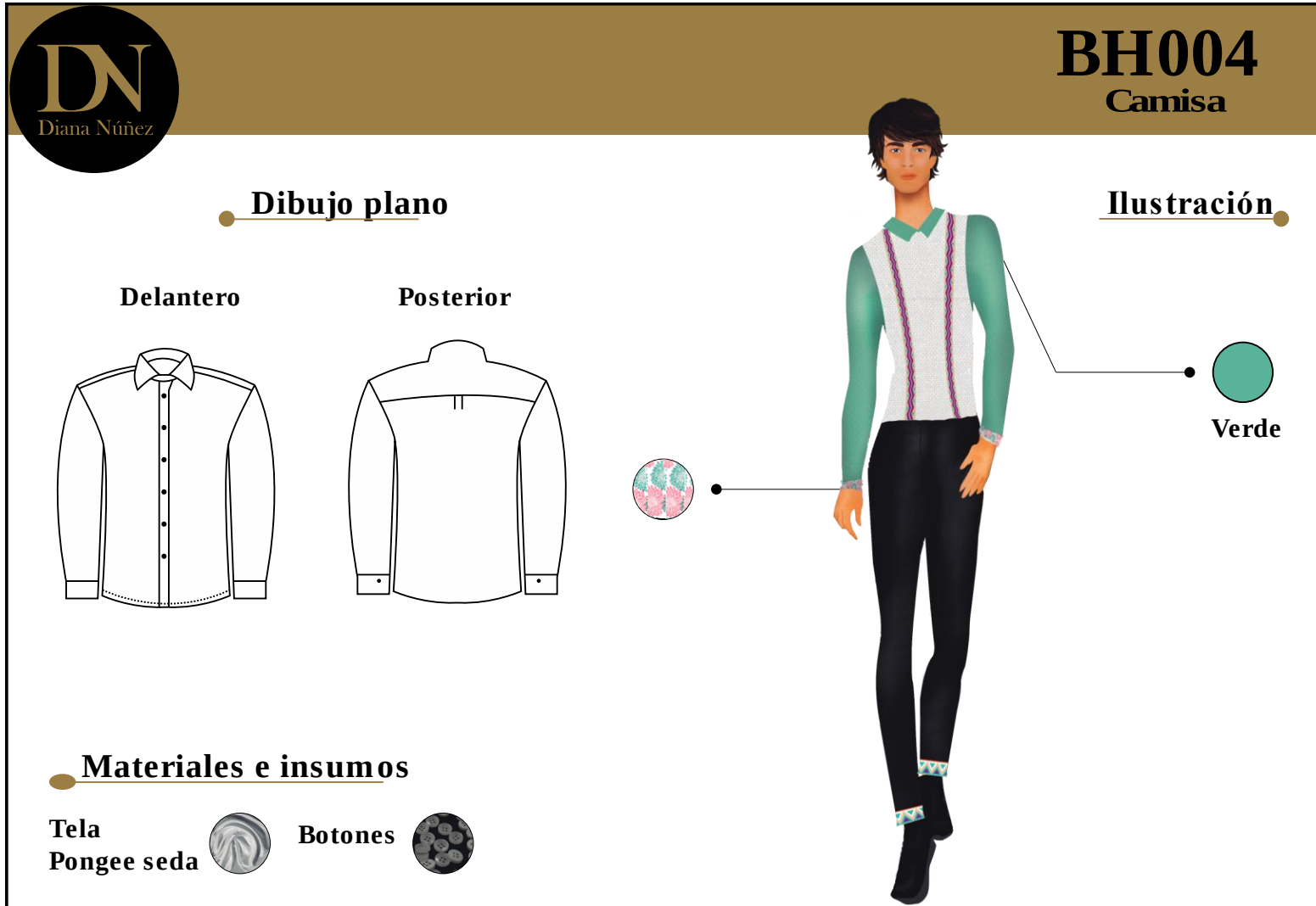
Blanco

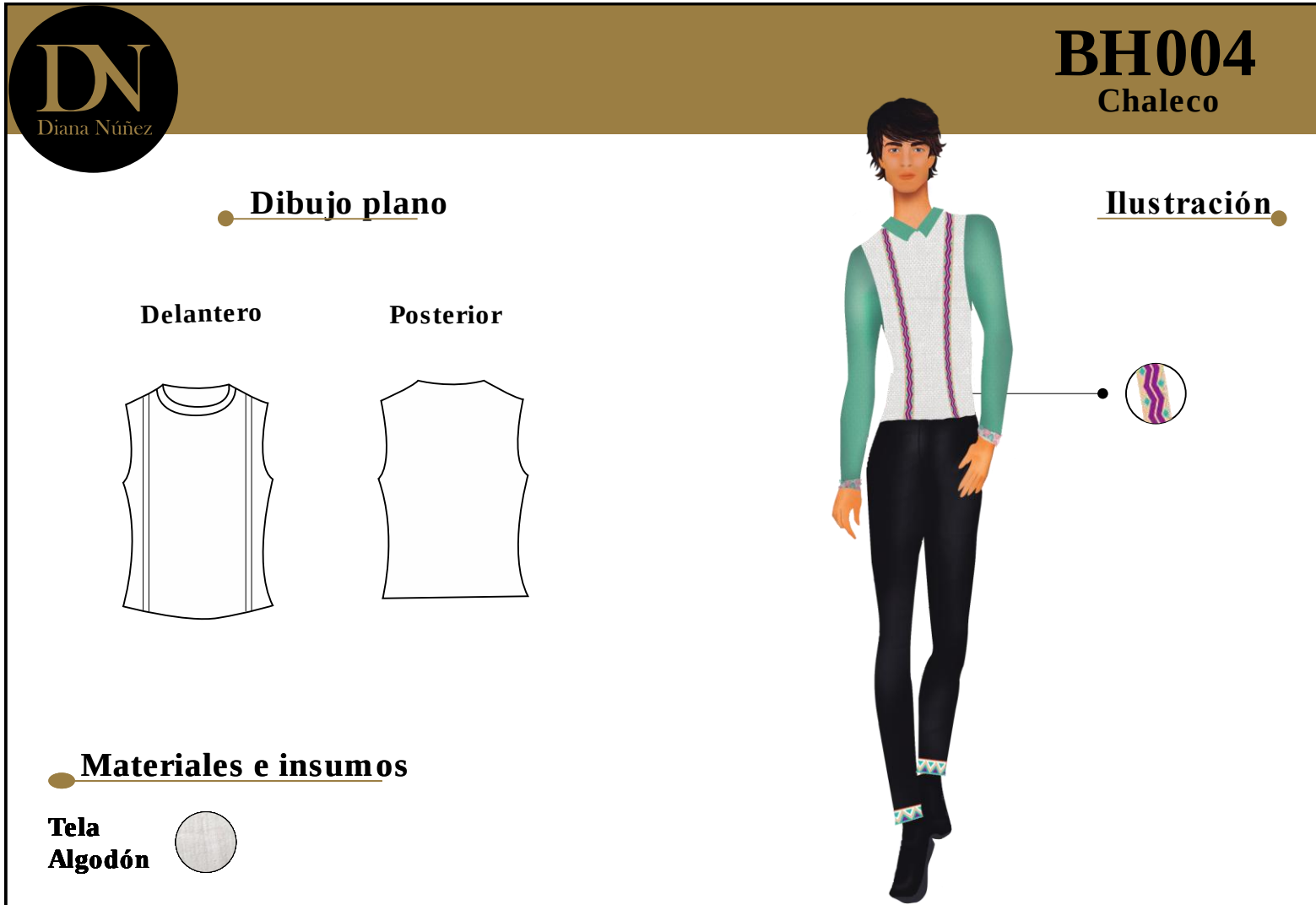
Materiales e insumos

Tela
Algodón











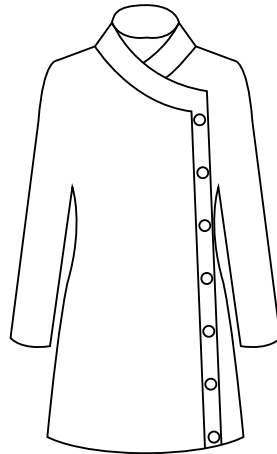


TM005

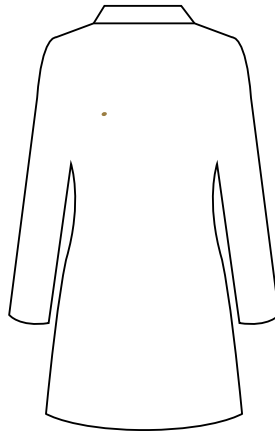
Vestido

Dibujo plano

Delantero



Posterior



Ilustración



Rojo

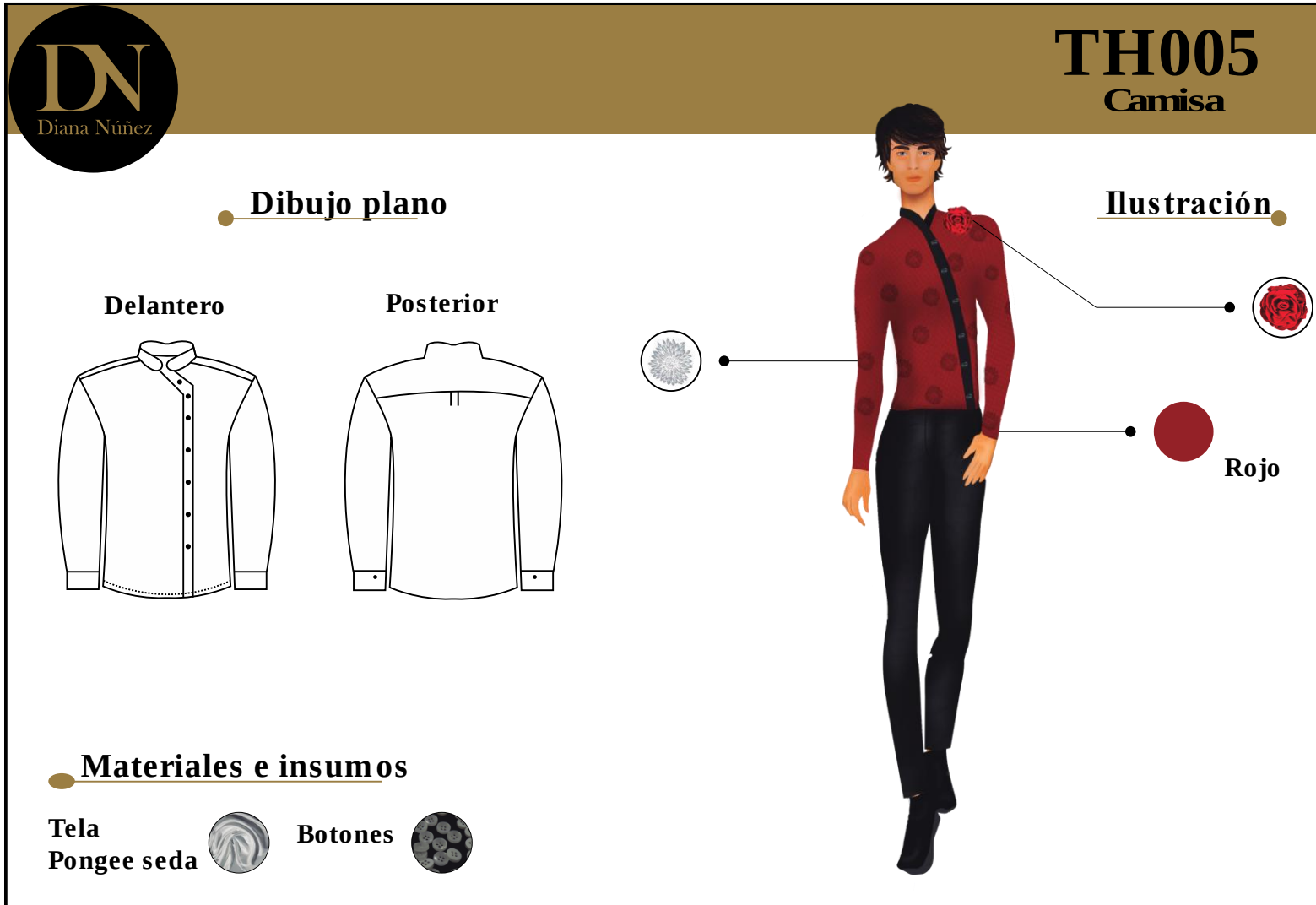
Materiales e insumos

Tela
Tafetán



Botón





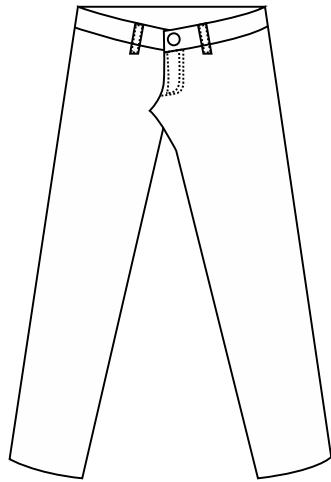


TH005

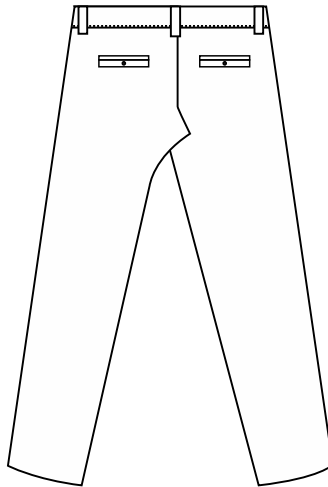
Pantalón

Dibujo plano

Delantero



Posterior



Ilustración



Negro

Materiales e insumos

Tela
Drill



Botón



Cierre



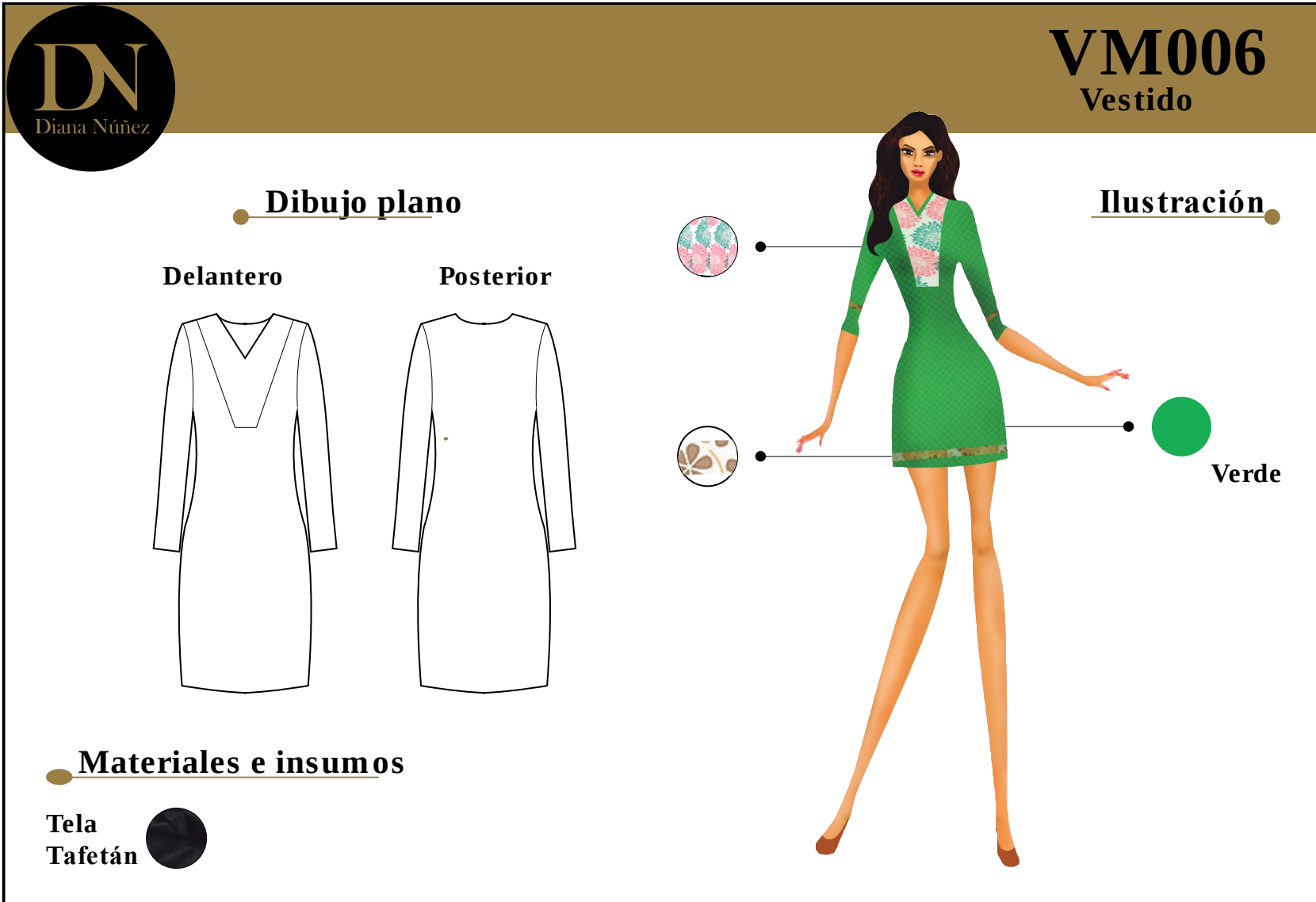


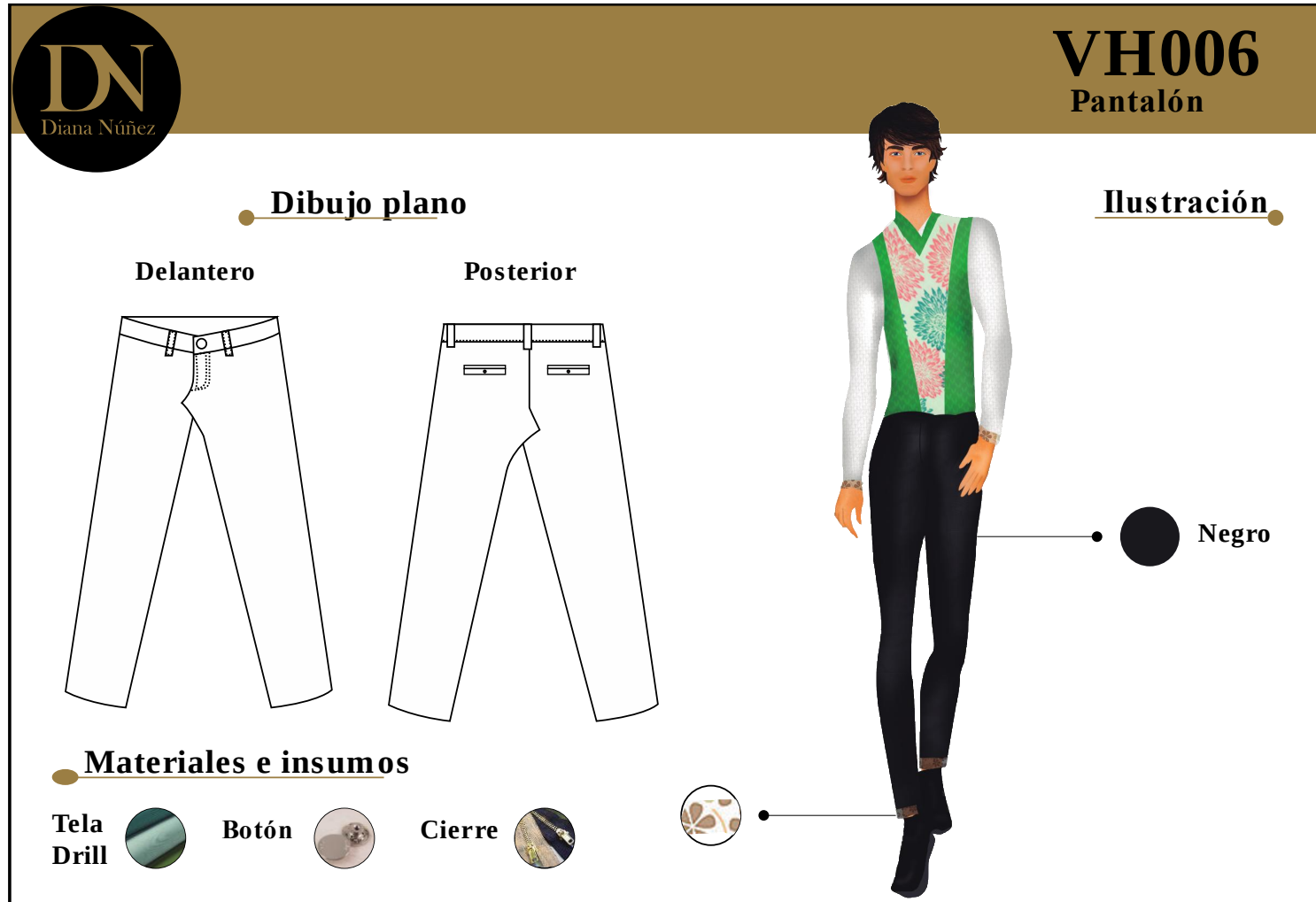
The illustration features two models, a woman and a man, showcasing a fashion design. The woman on the left is wearing a green, long-sleeved, form-fitting dress with a V-neckline. The V-neckline is decorated with a floral pattern in pink and blue. She is also wearing brown high-heeled shoes. The man on the right is wearing a white long-sleeved shirt with a green vest over it. The vest has a V-neckline with a floral pattern in pink and blue. He is also wearing black pants and black shoes. In the top left corner, there is a circular logo with the letters 'DN' and the name 'Diana Núñez' below it. In the bottom right corner, the text 'V006' is displayed in a large, bold, black font.

DN
Diana Núñez

Descripción:
El uso de prendas básicas tanto como prendas formales son importantes dentro, se mantiene el número de prendas, sin dejar el lado la extracción, en este caso el detalle en forma de A, cumpliendo con la utilización correcta de la marca al ser aplicada dentro de la indumentaria

V006







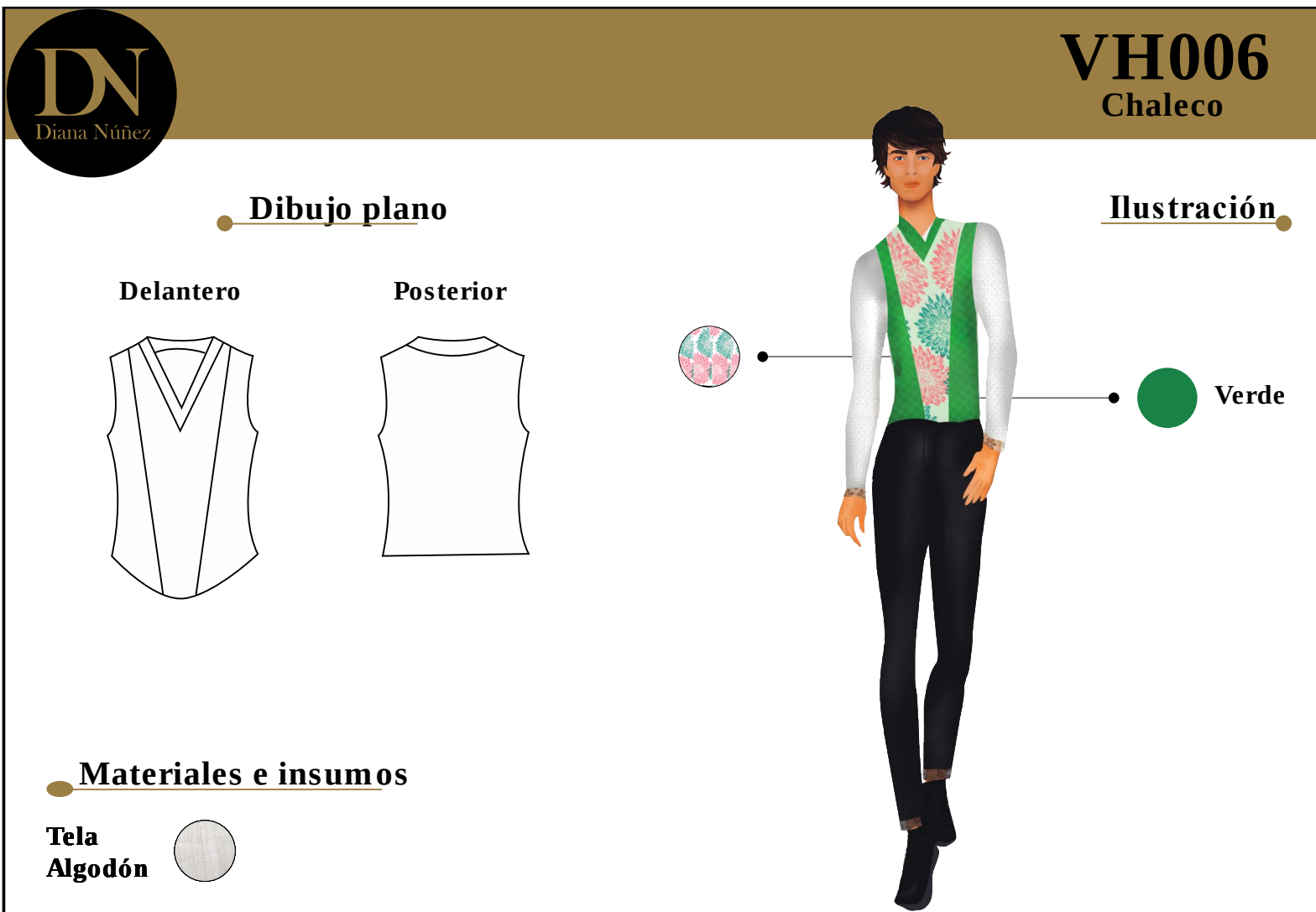


Tabla de tallas femenino

Medidas	6	8	10	12	14	16	18
Contorno de Busto	84	88	92	96	100	106	112
Contorno de Cintura	60	64	68	72	76	82	88
Contorno de cadera	88	92	96	100	104	110	116
Ancho de Espalda	33	34	35	36	37	38.5	40
Ancho de pecho	31	32	33	34	35	36.5	38
Talle frente	43.5	44	44.5	45	45.5	46.25	47
Talle atrás	41.5	42	42.5	43	43.5	44.25	45
Centro frente	36.5	36.75	37	37.25	37.5	37.875	38.25
Centro atrás	39.5	40	40.5	41	41.5	42.25	43
Costado	18.75	19	19.25	19.5	19.75	20.125	20.50
Hombro	11.5	11,75	12	12.25	12.5	12.875	13.25
Contorno cuello	33	34.5	36	37.5	39	41.25	43.5
Cuello delantero	20	21	22	23	24	25.5	27
Cuello espalda	13	13.5	14	14.5	15	15.75	16.5
Largo manga	59	59.5	60	60.5	61	61.75	62.5
Largo int. De manga	45.5	45.75	46	46.25	46.5	46.875	47.25
Largo de blusa	61	61.5	62	62.5	63	63.75	64.5
Largo de falda	59	59.5	60	60.5	61	61.75	62.5
Altura de cadera	17.5	17.75	18	18.25	18.5	18.875	19.25
Largo de pantalón	103	104	105	106	107	108.5	110
Tiro	24	25	26	27	28	29.5	31
Rodilla	19	19.5	20	20.5	21	21.75	22.5
Bota	17	17.5	18	18.5	19	19.75	20.5
Largo de bata	100.5	101.5	102.5	103.5	104.5	106	107.5
Largo de chaqueta	60	60.5	61	61.5	62	62.75	63.5

Largo de capa	60	60.5	61	61.5	62	62.75	63.5
Largo de abrigo	105	105.5	106	106.5	107	107.75	108.5
Separacion de busto	17	17.5	18	18.5	19	19.75	20.5
Altura de busto	25.5	25.75	26	26.25	26	26.75	27

Fuente: Manual de patronaje básico e interpretación de diseños.

Elaborado por: El autor

Cuadro de tallas masculinas

TALLA	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
Contorno cuello en cm. Camisa	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
Contorno cintura en pulgadas. Pantalón	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38
Contorno pecho en pulgadas. Saco	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
Contorno base cadera	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
Mitad cuello de medida espalda camisa	2 11/16	2 3/4	2 13/16	2 7/8	2 15/16	3	3 1/16	3 1/8	3 5/16	3 1/4	3 5/16	3 3/4
Mitad cuello de espalda saco o chaqueta	3 1/16	3 1/8	3 3/16	3 1/4	3 5/16	3 3/8	3 7/16	3 1/2	3 9/16	3 5/8	3 11/16	3 3/4
Cuello delantero horizontal camisa	2 3/16	2 1/4	2 5/16	2 3/8	2 7/16	2 1/2	2 9/16	2 5/8	2 11/16	2 3/4	2 13/16	2 7/8
Cuello vertical horizontal de camisa	3 7/16	3 1/2	3 9/16	3 5/8	3 11/16	3 3/4	3 13/16	3 7/8	3 15/16	4	4 1/16	4 1/8
Altura cabeza manga camisa	4 5/8	4 3/4	4 7/8	5	5 1/8	5 1/4	5 3/8	5 1/2	5 5/8	5 3/4	5 7/8	6
Altura cabeza manga chaqueta o camisa sport	3 5/8	3 3/4	3 7/8	4	4 1/8	4 1/4	4 3/8	4 1/2	4 5/8	4 3/4	4 7/8	5
Altura cabeza manga saco	6 7/8	7	7 1/8	7 1/4	7 3/8	7 1/6	7 5/8	7 3/4	7 7/8	8	8 1/8	8 1/4

Ancho espalda	15 3/4	16	16 1/4	16 1/2	16 3/4	17	17 1/4	17 1/2	17 3/4	18	18 1/4	18 1/2
Ancho pecho	14 1/4	14 1/2	14 3/4	15	15 1/4	15 1/2	15 3/4	16	16 1/4	16 1/2	16 3/4	17
Largo talle	17 3/8	17 1/2	17 5/8	17 3/4	17 7/8	18	18 1/8	18 1/4	18 3/8	18 1/2	18 5/8	18 3/4
Largo total camisa	28 5/8	28 3/4	28 7/8	29	29 1/8	29 1/4	29 3/8	29 1/2	29 5/8	29 3/4	29 7/8	30
Largo manga camisa	22 5/8	22 3/4	22 7/8	23	23 1/8	23 1/4	23 3/8	23 1/2	23 5/8	23 3/4	23 7/8	24
Largo total saco	29 5/8	29 3/4	29 7/8	30	30 1/8	30 1/4	30 3/8	30 1/2	30 5/8	30 3/4	30 7/8	31
Largo manga saco	24 5/8	24 3/4	24 7/8	25	25 1/8	25 1/4	25 3/8	25 1/2	25 5/8	25 3/4	25 7/8	26
Largo hombro	6 1/16	6 1/8	6 3/16	6 1/4	6 5/16	6 5/16	6 7/16	6 1/2	6 9/16	6 5/8	6 11/16	6 3/4
Largo tiro	9 5/8	9 3/4	9 7/8	10	10 1/8	10 1/8	10 3/8	10 1/2	10 5/8	10 3/4	10 7/8	11
Largo pantalón	41 5/8	41 3/4	41 7/8	42	42 1/8	42 1/8	42 3/8	42 1/2	42 5/8	42 3/4	42 7/8	43

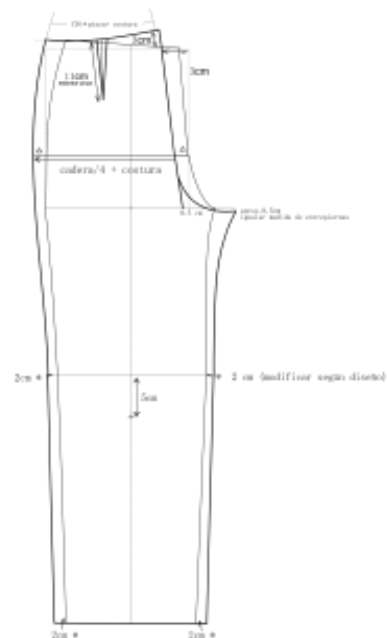
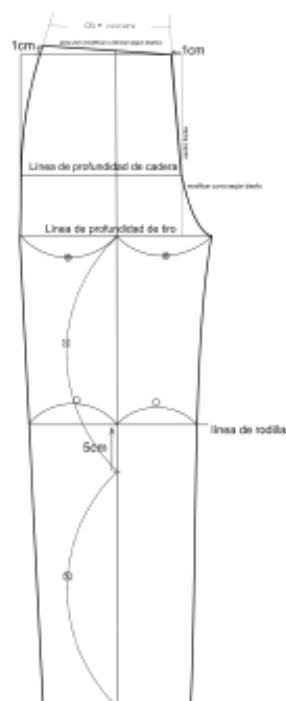
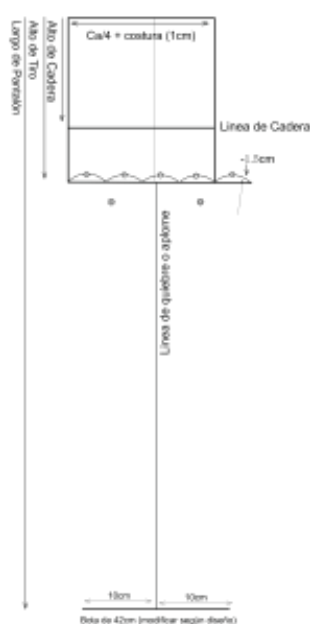
Fuente: Manual de patronaje básico e interpretación de diseños.

Elaborado por: El autor

Ficha Técnica de Patronaje No.1



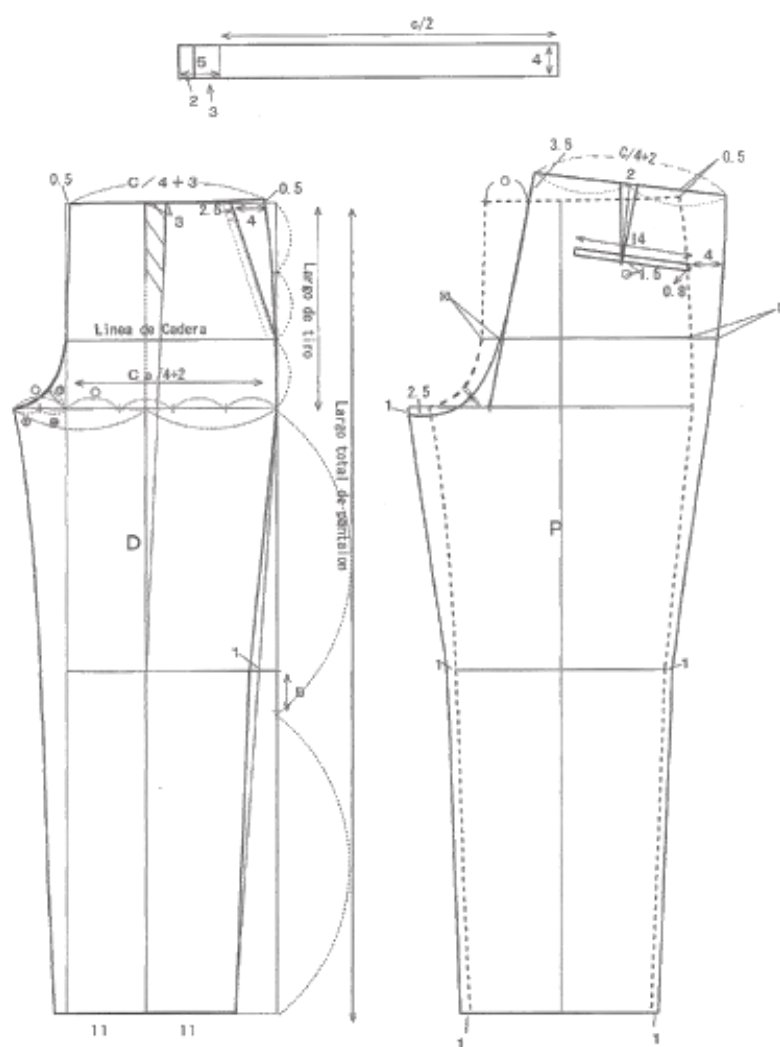
Referencia: GM001 JM003 BM004	Rango:	Femenino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	28-30-32-34-36
	Descripción:	Pantalón



Ficha Técnica de Patronaje No.2



Referencia: GH001 CH002 JH003 BH004 TH005 VH006	Rango:	Masculino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	29-30-31-32-33-34-35-36-37-38
	Descripción:	Pantalón



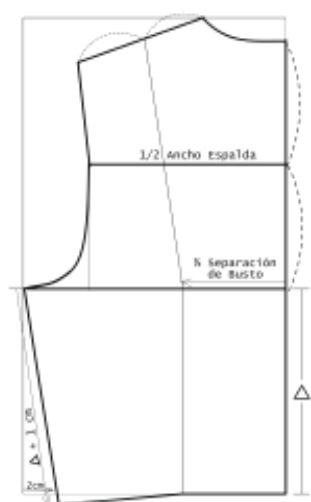
* Medida - Centímetro
 * C = Contorno de Cintura
 * Costura - No incluida

Ficha Técnica de Patronaje No.3

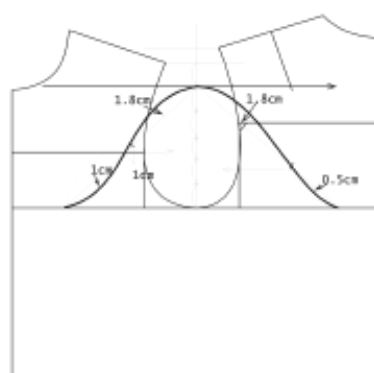


Referencia: CM002	Rango:	Femenino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Blusa

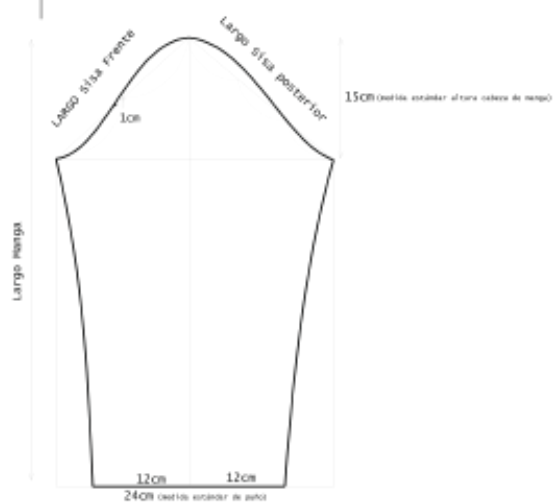
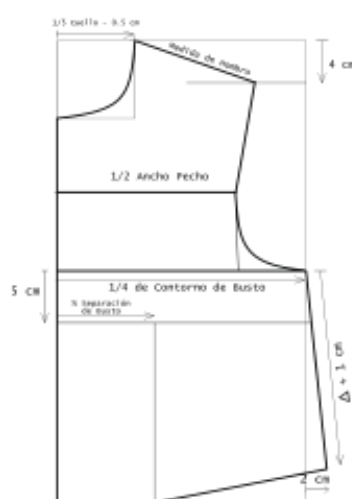
Posterior



Manga



Delantero



Ficha Técnica de Patronaje No.4

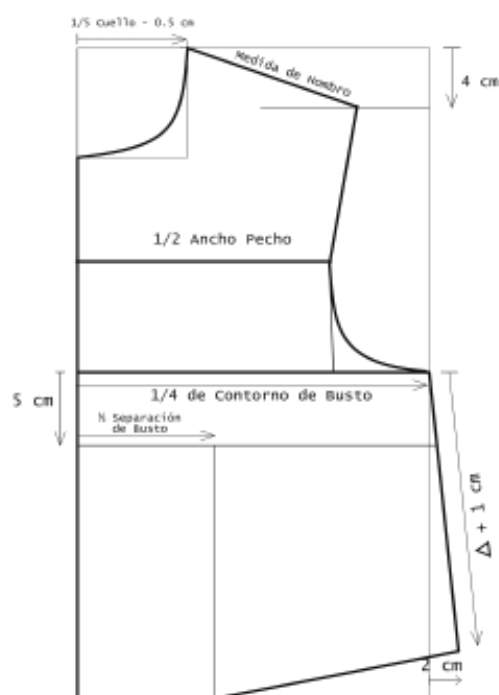


Referencia: GM001	Rango:	Femenino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Camiseta

Posterior



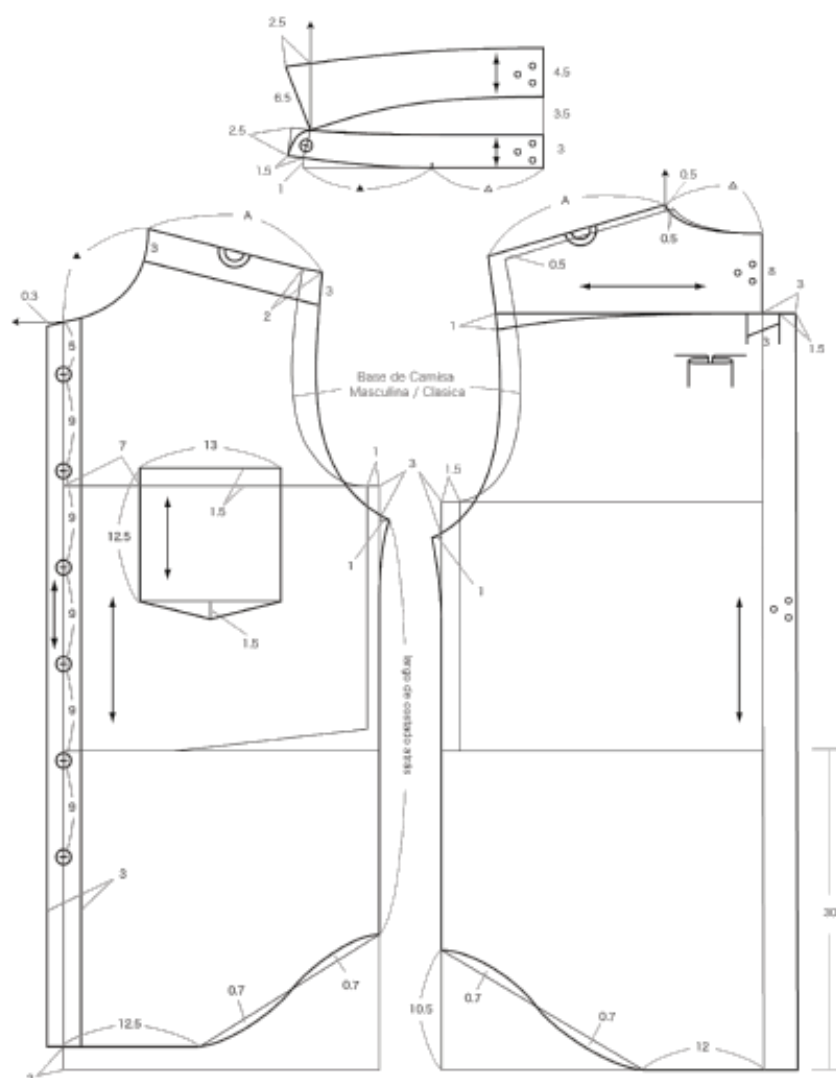
Delantero



Ficha Técnica de Patronaje No.5



Referencia: GH001 BH004 TH005 VH006	Rango:	Masculino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Camisa

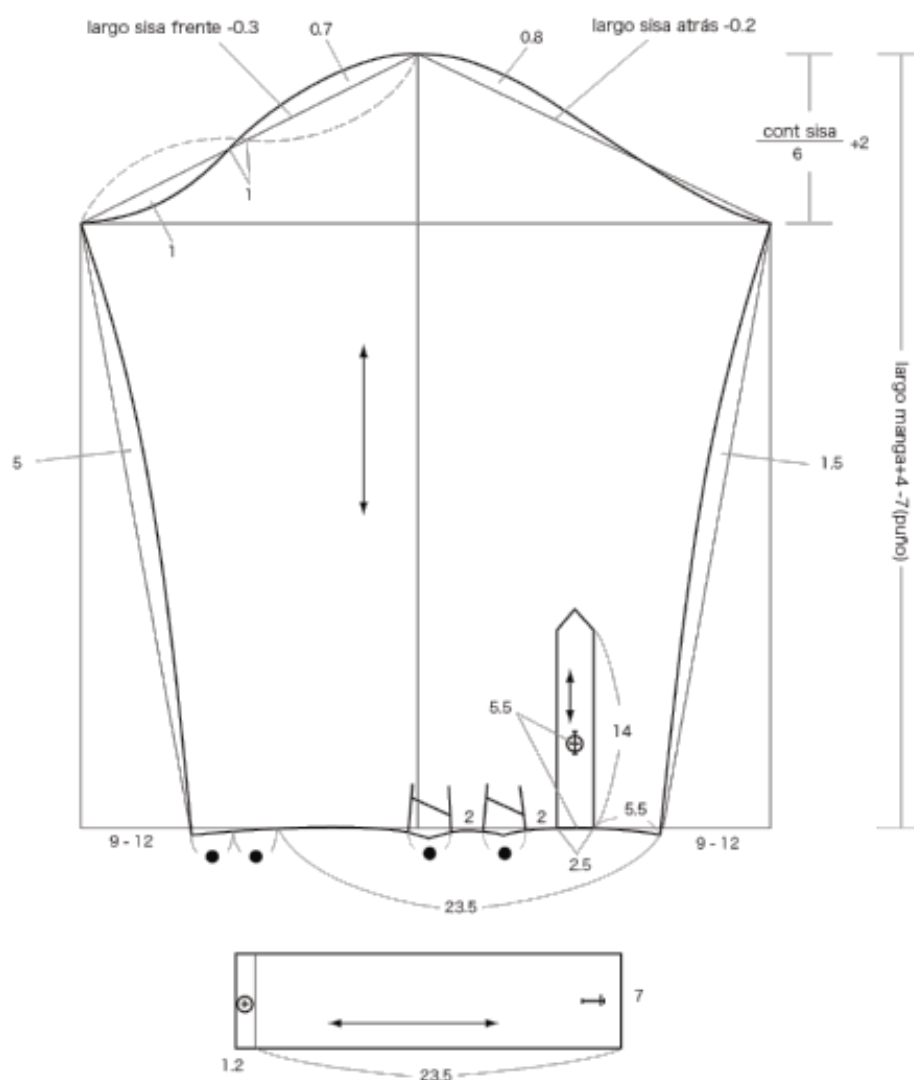


* Medida - Centimetro
* Costura - No incluida

Ficha Técnica de Patronaje No.6



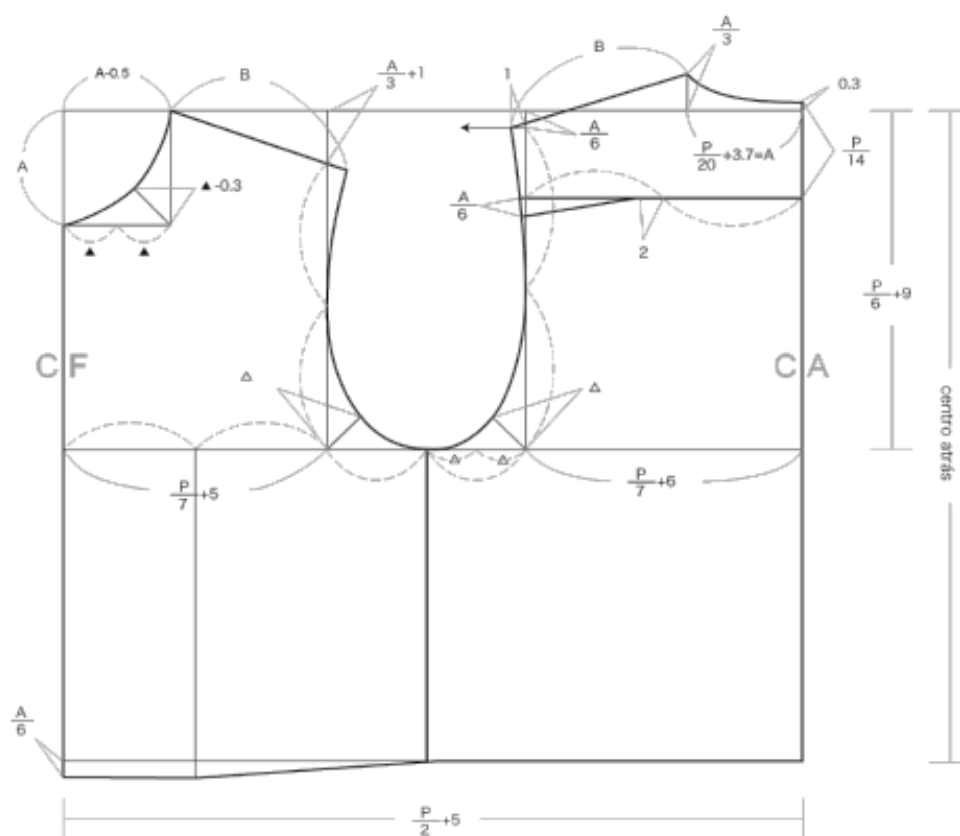
Referencia: GH001 BH004 TH005 VH006	Rango:	Masculino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Manga camisa



Ficha Técnica de Patronaje No.7



Referencia: CH002	Rango:	Masculino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Camiseta

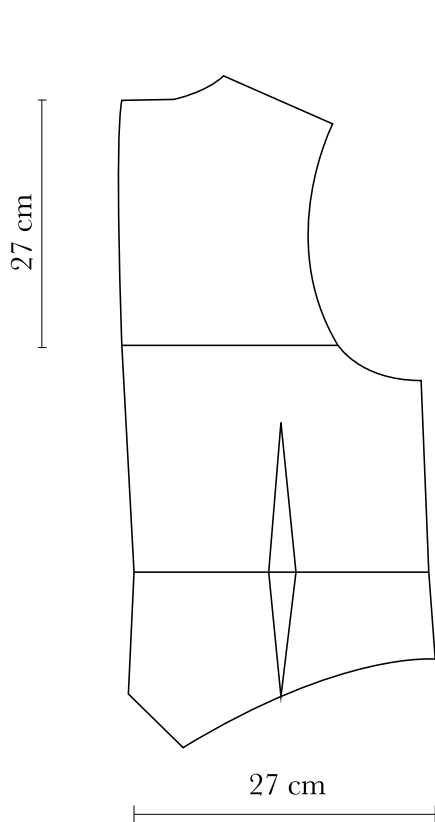


* Medida - Centímetro
 * P = Contorno de Pecho
 * Costura - No incluida

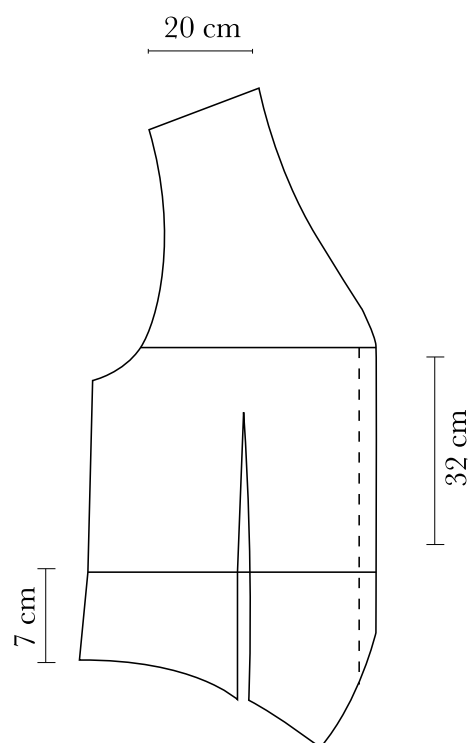
Ficha Técnica de Patronaje No.8



Referencia: CH002 BH004 VH006	Rango:	Masculino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Chaleco



Posterior

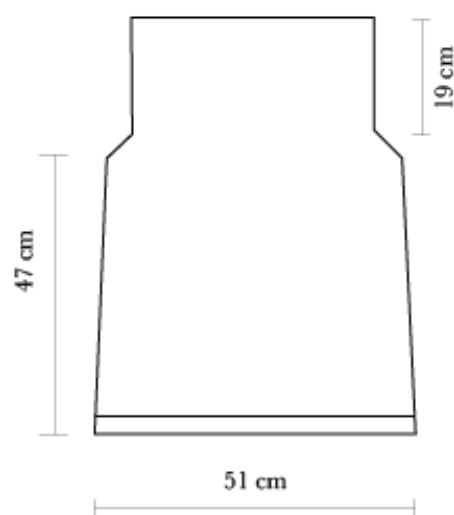


Delantero

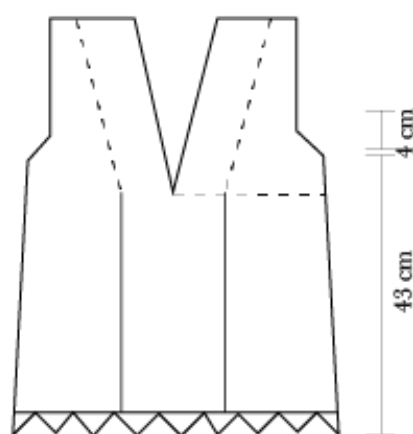
Ficha Técnica de Patronaje No.9



Referencia: BM004	Rango:	Femenino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Blusa sin mangas



Posterior



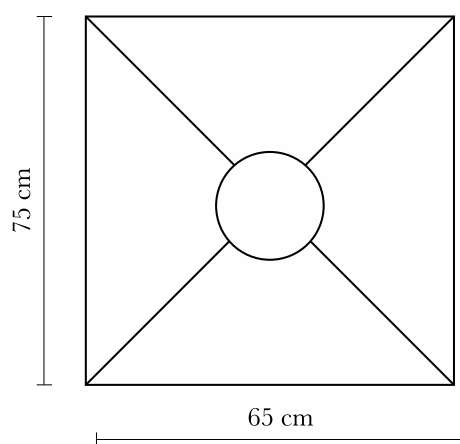
Delantero

Ficha Técnica de Patronaje No.10

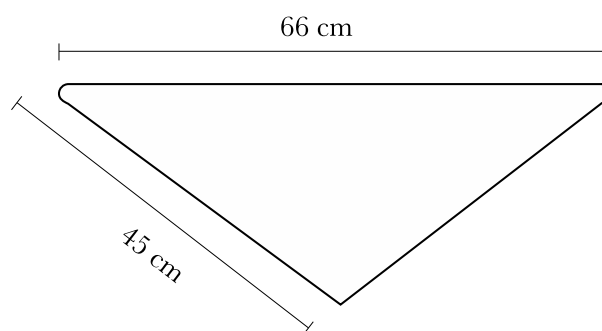


Referencia: GM001 GH001	Rango:	Femenino - Masculino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Poncho - Fachalina

Poncho



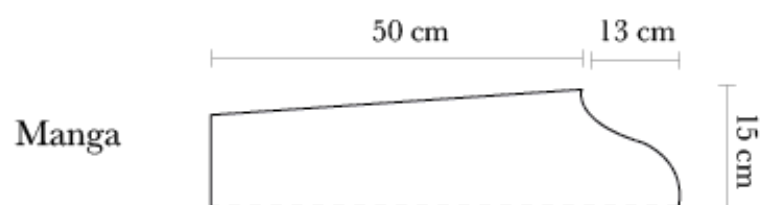
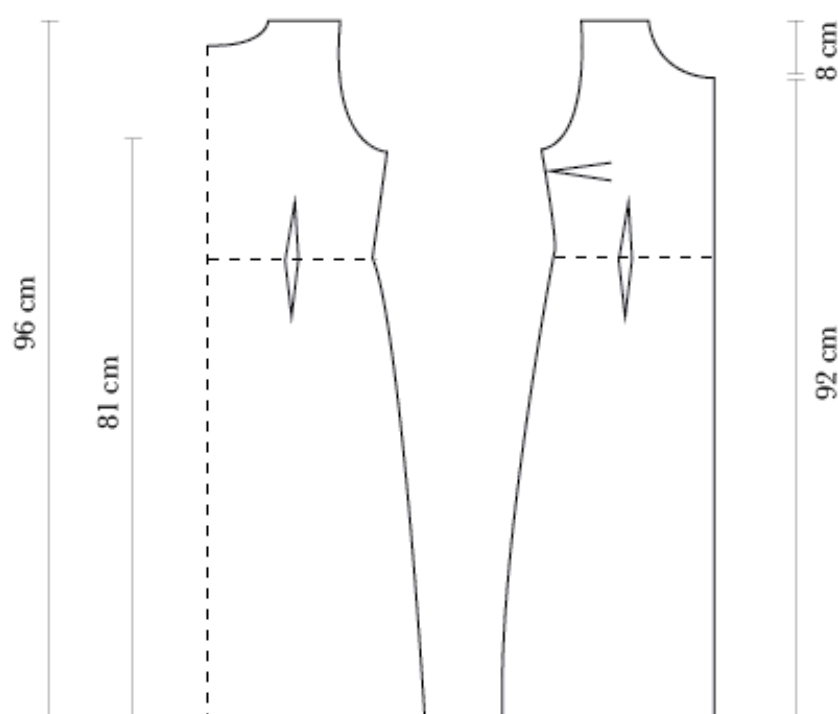
Fachalina



Ficha Técnica de Patronaje No.11



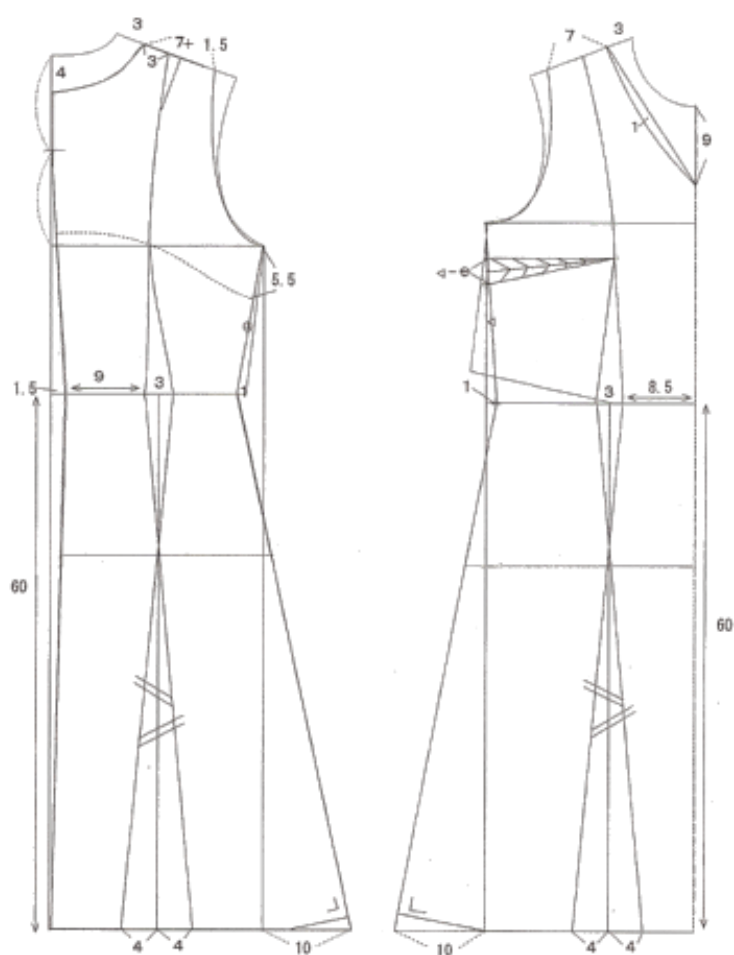
Referencia: JM003 JH003	Rango:	Femenino - Masculino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Abrigo



Ficha Técnica de Patronaje No.12



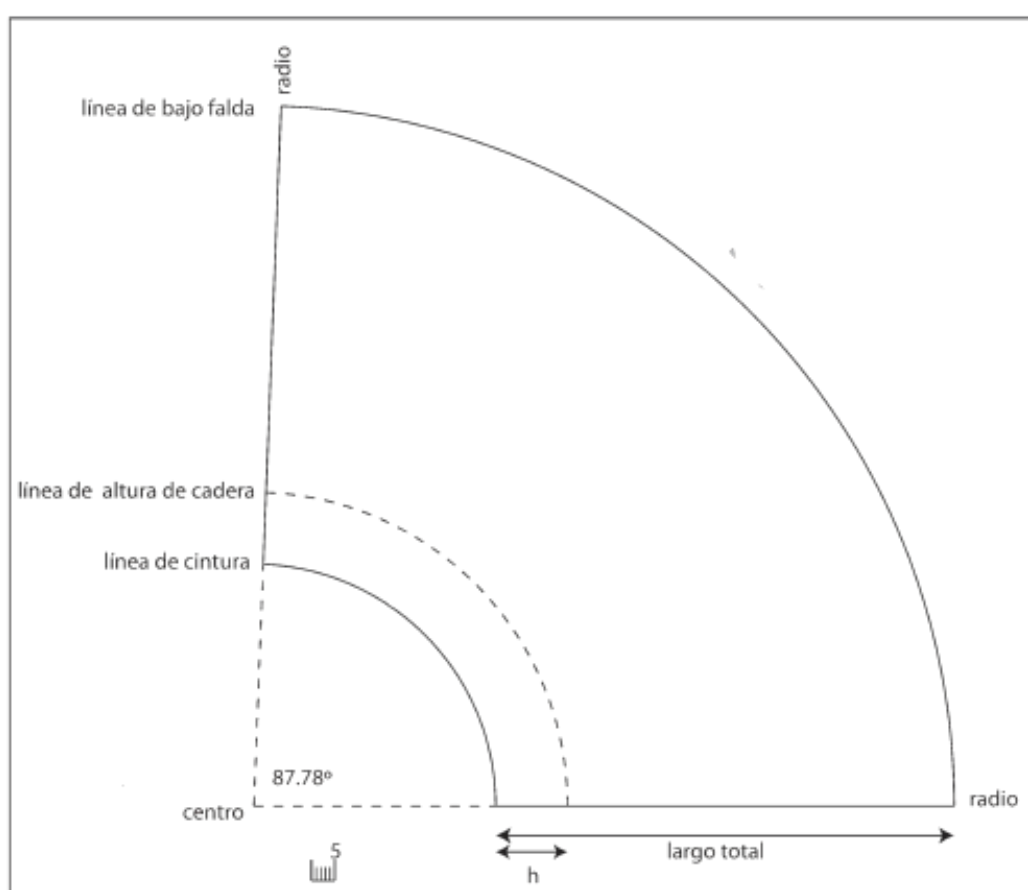
Referencia: VM006	Rango:	Femenino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Vestido



Ficha Técnica de Patronaje No.13



Referencia: CM002	Rango:	Femenino
	Estilo:	Clásico
	Talla:	S-M-L
	Descripción:	Falda Campana



FICHA DE MATERIALES			
<i>Denominación</i>	<i>Muestra</i>	<i>Formato</i>	<i>Características</i>
Drill		Rollo 10m x 1,50	Resistente al desgaste y abrasión. Bajo encogimiento
Damasco		Rollo 10m x 1,50	Tejido Jacquard con efectos mates, brillantes sin doble cara
Pongee seda		Rollo 10m x 1,50	Seda sintética fabricada en poliéster, peso bajo y medio.
Tafetán		Rollo 10m x 1,50	Tela delgada de seda sintética muy tupida de superficie lustrosa
Gabardina		Rollo 10m x 1,50	Terminación nítida, tejido denso durable, resistente al desgaste
Algodón		Rollo 25m x 1,50	Fibras blandas resisten la rotura por tracción para permitir la confección
Oxford		Rollo 10m x 1,50	Es un trenzado geométrico con igual número de hilos verticales que horizontales. Es un tejido suave y resistente.

4.6. Análisis de Costos

Costos conjunto GM001

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Pantalón GM001</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	1 unidad	\$ 0,25	\$ 0,25
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 15,65

COSTO DIRECTOS			
<i>Referencia: Camiseta GM001</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Algodón	1,5 metros	\$ 5,48	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Estampado	1 unidad	\$ 3,00	\$ 3,00
Total:			\$ 11,72

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Fachalina GM001</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Damasco	1 metro	\$ 8,33	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Aplique	1 unidad	\$ 1,25	\$ 1,25
Total:			\$ 9,97

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto GM001</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 37,34	\$ 68,64

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 68,64	\$ 20,60	\$ 89,24

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 89,24	\$ 12,49	\$ 101,73

Conjunto GH001

COSTOS DIRECTOS			
Referencia: Pantalón GH001			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	1 unidad	\$ 0,25	\$ 0,25
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 15,65

COSTOS DIRECTOS			
Referencia: Camiseta GH001			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Algodón	1,5 metros	\$ 5,48	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Estampado	1 unidad	\$ 3,00	\$ 3,00
Total:			\$ 11,72

COSTOS DIRECTOS			
Referencia: Poncho GH001			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Damasco	1,5 metros	\$ 8,33	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Total:			\$ 8,72

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto GH001</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 36,09	\$ 67,59

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 67,59	\$ 20,28	\$ 87,87

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 87,87	\$ 12,30	\$ 100,17

Conjunto CM002

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Blusa CM002</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Pongee seda	1,5 metros	\$ 6,25	\$ 9,38
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	10 unidades	\$ 0,25	\$ 2,50
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 16,13

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Falda CM002</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tafetán	1,5 metros	\$ 6,50	\$ 9,75
Cierre	1	\$ 0,30	\$ 0,30
Botón	1 unidad	\$ 0,25	\$ 0,25
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 14,30

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto CM002</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 30,43	\$ 61,93

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 61,93	\$ 18,58	\$ 80,51

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 80,51	\$ 11,27	\$ 91,78

Conjunto CH002

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Pantalón CH002</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	1 unidad	\$ 0,25	\$ 0,25
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 15,65

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Camiseta CH002</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Algodón	1,5 metros	\$ 5,48	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Estampado	1 unidad	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 11,72

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Chaleco CH002</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Algodón	1,5 metros	\$ 5,48	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Estampado	1 unidad	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 12,22

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto CH002</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 39,59	\$ 71,09

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 71,09	\$ 21,32	\$ 92,41

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 92,41	\$ 12,94	\$ 105,35

Conjunto JM003

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Pantalón JM003</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	3 unidades	\$ 0,25	\$ 0,75
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 16,18

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Abrigo JM003</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gabardina	2 metros	\$ 7,50	\$ 15,00
Tela forro	2 metros	\$ 0,25	\$ 0,50
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	20 unidades	\$ 0,30	\$ 6,00
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 25,75

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto JM003</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 41,93	\$ 73,43

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 73,43	\$ 22,02	\$ 95,45

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 95,45	\$ 13,36	\$ 108,81

Conjunto JH003

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Pantalón JH003</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	3 unidades	\$ 0,25	\$ 0,75
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 16,18

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Abrigo JH003</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gabardina	2 metros	\$ 7,50	\$ 15,00
Tela forro	2 metros	\$ 0,25	\$ 0,50
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	14 unidades	\$ 0,30	\$ 4,20
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 23,95

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto JH003</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 40,13	\$ 71,63

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 71,63	\$ 21,48	\$ 93,11

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 93,11	\$ 13,04	\$ 106,15

Conjunto BM004

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Pantalón BM004</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	1 unidad	\$ 0,25	\$ 0,25
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 15,65

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Blusa BM004</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Algodón	1,5 metros	\$ 5,48	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Estampado	1 unidad	\$ 3,00	\$ 3,00
Total:			\$ 11,72

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto BM004</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 27,37	\$ 58,87

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 58,87	\$ 17,66	\$ 76,53

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 76,53	\$ 10,71	\$ 87,24

Conjunto BH004

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Pantalón BH004</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	1 unidad	\$ 0,25	\$ 0,25
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 15,65

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Camisa BH004</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Oxford	1,5 metros	\$ 8,00	\$ 12,00
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	10 unidades	\$ 0,25	\$ 2,50
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$18,75

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Chaleco BH004</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Algodón	1,5 metros	\$ 5,48	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Estampado	1 unidad	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 12,22

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto BH004</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 46,62	\$ 78,12

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 78,12	\$ 23,44	\$ 101,56

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 101,56	\$ 14,22	\$ 115,78

Conjunto TM005

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Vestido TM005</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tafetán	1,75 metros	\$ 7,25	\$ 12,75
Botón	14 unidades	\$ 0,25	\$ 3,50
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Aplique	1 unidad	\$ 1,25	\$ 1,25
Total:			\$18,00

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto TM005</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 18,00	\$ 49,50

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 49,50	\$ 14,86	\$ 64,36

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 64,36	\$ 9,01	\$ 73,37

Conjunto TH005

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Pantalón TH005</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	3 unidades	\$ 0,25	\$ 0,75
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 16,18

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Camisa TH005</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Oxford	1,5 metros	\$ 8,00	\$ 12,00
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	10 unidades	\$ 0,25	\$ 2,50
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Aplique	1	\$ 1,25	\$ 1,25
Total:			\$18,75

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto TH005</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 34,93	\$ 66,43

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 66,43	\$ 19,92	\$ 86,35

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 86,35	\$ 12,09	\$ 98,44

Conjunto VM006

COSTOS DIRECTOS			
<i>Referencia: Vestido VM006</i>			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tafetán	1,75 metros	\$ 7,25	\$ 12,75
Botón	14 unidades	\$ 0,25	\$ 3,50
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Apliche	1 unidad	\$ 1,25	\$ 1,25
Total:			\$18,00

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto VM006</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 18,00	\$ 49,50

Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 49,50	\$ 14,86	\$ 64,36

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 64,36	\$ 9,01	\$ 73,37

Conjunto VH006

COSTOS DIRECTOS			
Referencia: Pantalón VH006			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Drill	1,5 metros	\$ 7,25	\$ 10,88
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	1 unidad	\$ 0,25	\$ 0,25
Cierre	1 unidad	\$ 0,30	\$ 0,30
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 15,65

COSTOS DIRECTOS			
Referencia: Camisa VH006			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Oxford	1,5 metros	\$ 8,00	\$ 12,00
Pelón pegable	1 metro	\$ 0,25	\$ 0,25
Botón	10 unidades	\$ 0,25	\$ 2,50
Hilo	1 unidad	\$ 0,50	\$ 0,50
Bordado	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$18,75

COSTOS DIRECTOS			
Referencia: Chaleco VH006			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Algodón	1,5 metros	\$ 5,48	\$ 8,22
Hilo	1 metro	\$ 0,50	\$ 0,50
Estampado	1 unidad	\$ 3,50	\$ 3,50
Total:			\$ 12,22

COSTOS INDIRECTOS	
<i>Conjunto VH006</i>	
Concepto	Valor total
Servicios básicos	\$ 6,50
Mano de obra	\$ 25,00
Total :	\$ 31,50

COSTOS INDIRECTOS + DIRECTOS	Total conjunto
\$ 31,50 + \$ 46,62	\$ 78,12

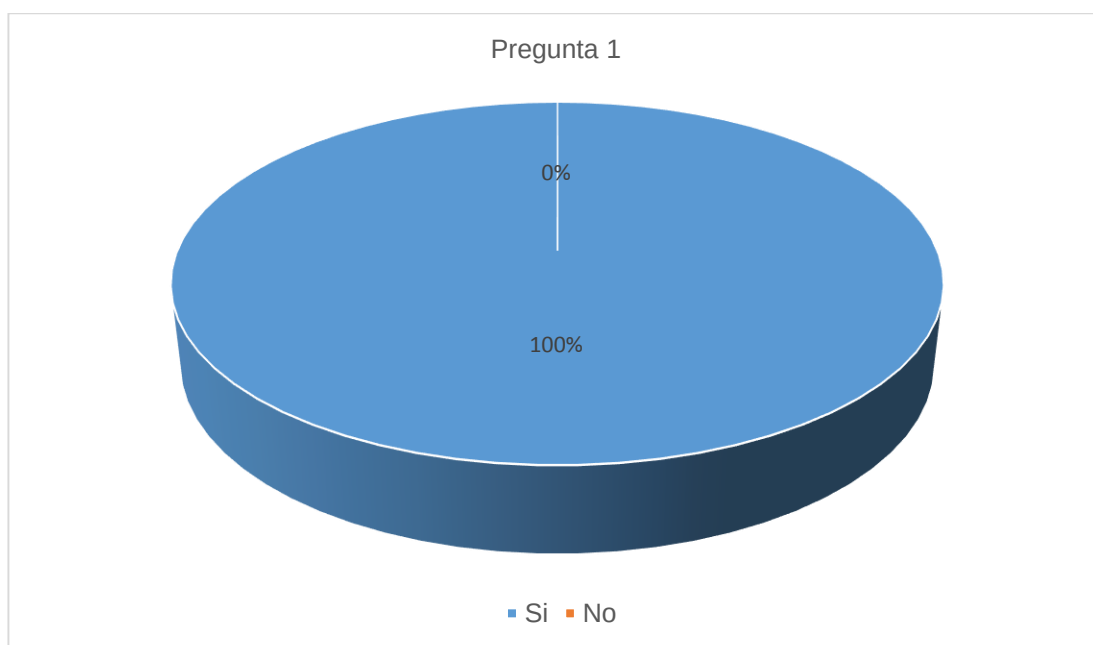
Costo total	Utilidad 30%	Precio unitario
\$ 78,12	\$ 23,44	\$ 101,56

Valor unitario	IVA 14%	P.V.P.
\$ 101,56	\$ 14,22	\$ 115,78

4.7. Evaluación de la propuesta

Tomando varias bases de diseño, y realizando un análisis de la marca “Ambato, tierrita linda”, se obtuvo la propuesta final, la cual fue presentada al público objetivo, tomando como resultado lo siguiente, desarrollado mediante lista de cotejo:

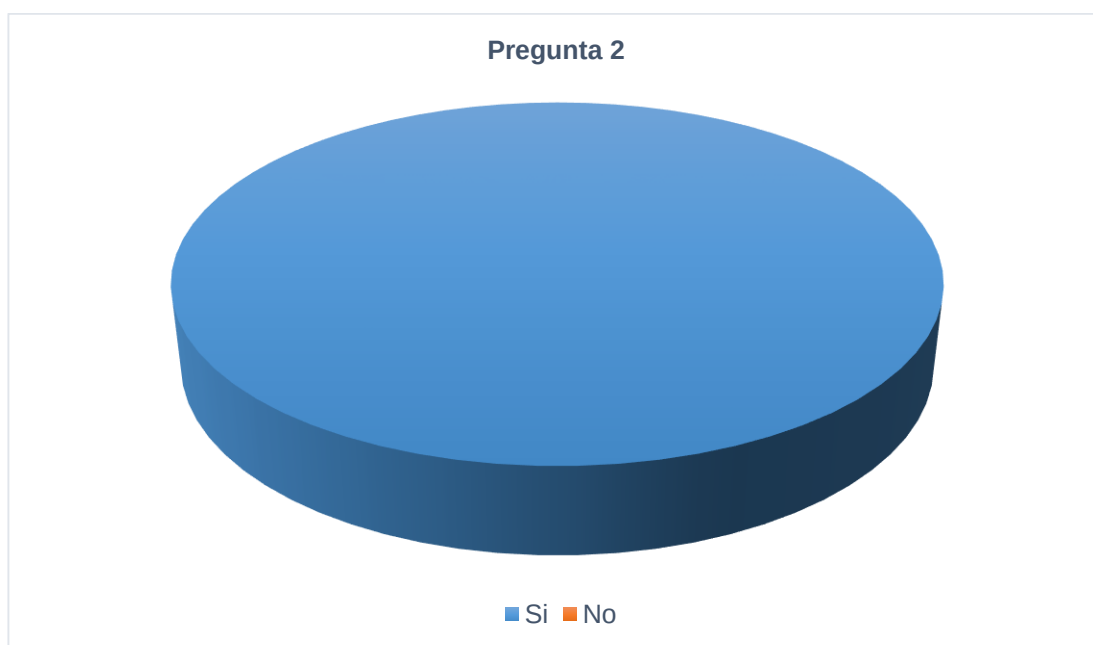
CRITERIO	SI	NO
¿El vestuario laboral presentado se ajusta a las necesidades que tiene como guía turístico?	5	0



Interpretación.-

De lo encuestado según la percepción del público objetivo, se consideró que para el 100% de los encuestados afirman que el prototipo se ajusta en cuanto a comodidad y cubre sus necesidades al momento de realizar su labor diaria.

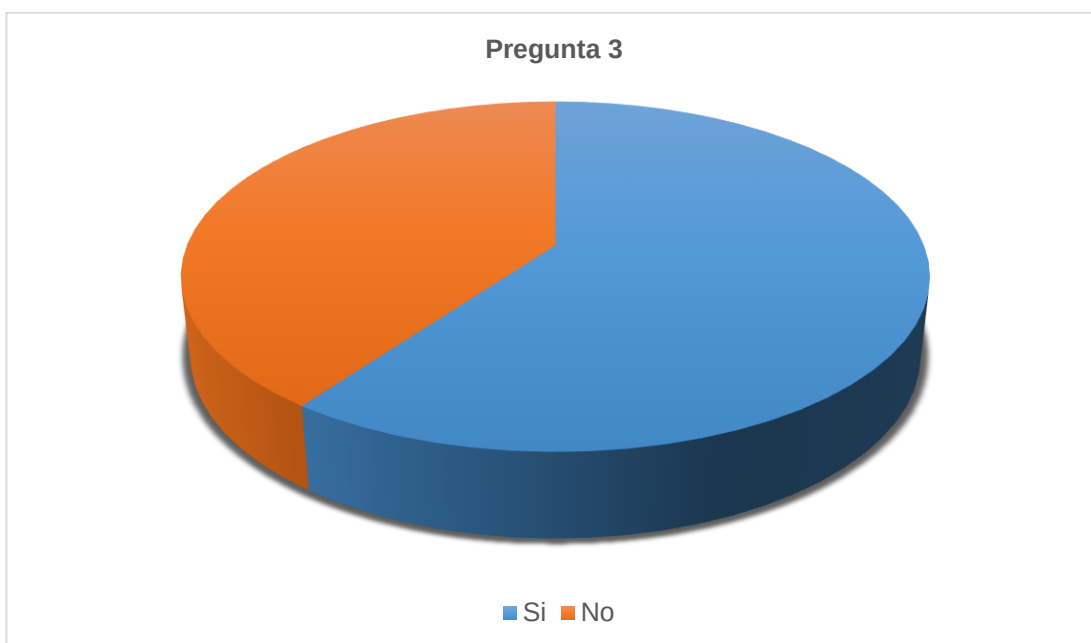
CRITERIO	SI	NO
¿Considera que las prendas presentadas identifican la marca “Ambato, tierra linda” ?	5	0



Interpretación.-

Como resultado se obtuvo que por la utilización de formas, el uso de estampados y bordados, el personal si considera que está bien identificada la marca de la ciudad.

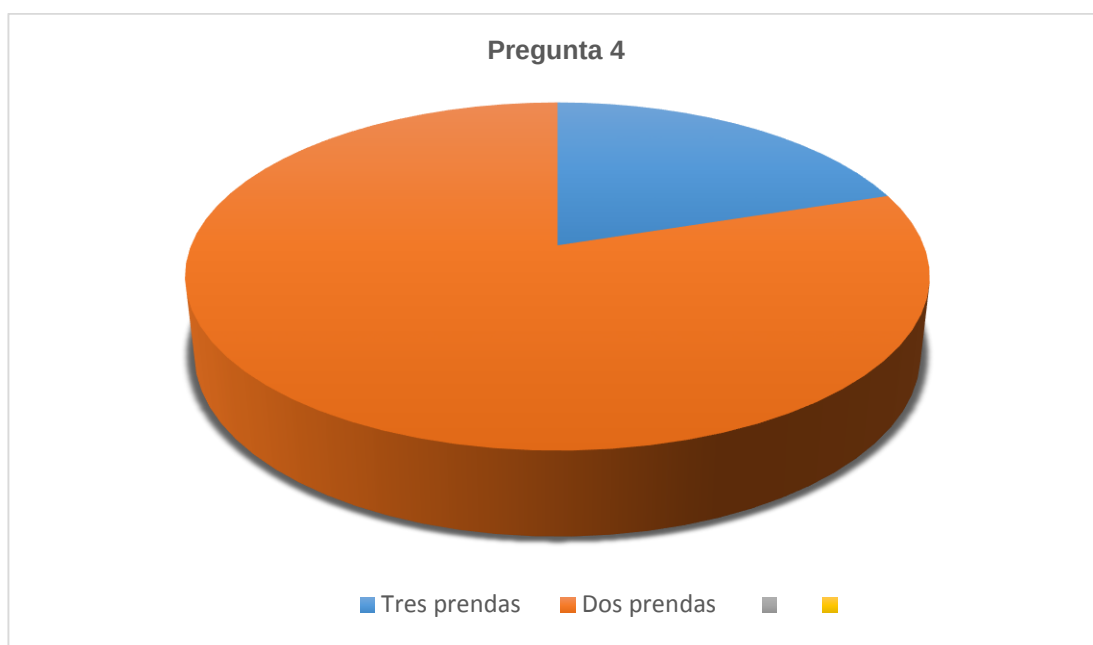
CRITERIO	SI	NO
¿Se sentirá a gusto utilizando este vestuario?	3	2



Interpretación

De acuerdo a lo encuestado se obtuvo como resultado que dos personas de sexo femenino no se sentirían a gusto usando el vestuario propuesto, no en cuanto al diseño, su malestar se encuentra a que no suelen usar vestido y debido al transporte que usan para dirigirse a su trabajo no sienten seguridad, sin dejar de lado que la propuesta les pareció atractiva.

CRITERIO	Tres prendas	Dos prendas
¿Con qué tipo de vestuario se identifica?	1	4



Interpretación.-

Es mucho más fácil la utilización de dos prendas en cuanto a criterio del público objetivo, ya que consideran que es mucho más fácil combinar con una chaqueta personal, con esto se sentirán más a gusto al momento de dirigirse o salir de su horario de trabajo.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- De acuerdo al desarrollo del proyecto se concluye que al aplicar encuestas o hacer un proceso de recolección de datos con el grupo objetivo al cual se va a dirigir una propuesta, se pueden determinar todas sus necesidades, de manera de identificar los factores que involucran la marca, las actividades que desarrolla el personal de una institución, en este caso el GAD Municipal de Ambato, para de esta manera determinar claramente los factores que van a incidir en el diseño de las prendas dentro del vestuario laboral.
- Al tener una marca como parte fundamental de una propuesta de diseño, se procede a hacer una descomposición de los factores que inciden en esta marca y en función a estos, se pueden determinar los factores claves para ser aplicados en el diseño de la indumentaria.
- Al tener los componentes simbólicos y al identificar las necesidades del grupo objetivo al cual se va a dirigir una propuesta de diseño de indumentaria se puede proponer diferentes líneas de vestuario y factores de diseño que incidan en la propuesta final para el ámbito laboral del GAD Municipal de Ambato.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que antes de intervenir en una propuesta de diseño se tenga claramente especificadas las necesidades del grupo objetivo, ya que un producto de diseño debe consistir en mejorar estas características o elementos de requerimientos.
- Trabajar con una marca de cualquier característica, es importante determinar cómo fue constituida dicha marca y cuáles son los factores simbólicos que inciden en la misma, caso contrario no se podrá desarrollar una propuesta sólida que realmente identifique a la institución que esta represente.
- Se recomienda que las propuestas de diseño a desarrollarse en el ámbito de la moda tomen en cuenta elementos que partan y lleguen al usuario y adicionalmente a esto se consideren elementos simbólicos de la población, de la sociedad o de la institución determinada

BIBLIOGRAFIA

Anfitriones Turismo. (2009). Buenas prácticas para la atención al cliente guías turísticos y empresas de guías. España; Cultura del detalle.

Cavalieri, J. (2011). Relaciones Públicas y Diseño de Vestuario: un nuevo campo disciplinar. Universidad de Palermo.

De la Fuente, M. (2013). ¿Cómo Vestir Cuando En Tu Empresa No Llevan Uniforme?. Sana y hermosa, Recuperado de <http://www.sanayhermosa.com/2013/08/como-vestir-cuando-en-tu-empresa-no-llevan-uniforme/>

Fernandez, M. (2014). Operaciones de reparación de prendas de vestir y ropa de hogar. TCPF0109. España: IC Editorial.

GAD Municipalidad de Ambato. (1993). Ley de Régimen municipal. Ambato.

Hernández, N. (2008), Propuesta metodológica para el diseño de producto aplicada a la industria del vestido. UPUCSA.

Keller, M. (2013), Cómo debe vestirse un guía de turismo. Recuperado el 6 de junio de 2016, de Martakellerh.com, Sitio web: <http://martakellerh.com/vestimenta-guia-de-turismo/>

Lando, L. (2009). Diseño de Modas: Conceptos Básicos. Estados Unidos: CBH Books.

Lento, G. (2008), Diseño textil y de indumentaria. Universidad de Palermo.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2002). Reglamento general de actividades turísticas. Ecuador.

Munari, B. (1983), Metodología proyectual. Barcelona

Pymex. (2011). Usa el uniforme como herramienta de promoción. Recuperado el 8 de junio de 2016, de pymex.pe, Sitio web: <https://pymex.pe/pymes/oficina-y-operaciones/usa-el-uniforme-como-herramienta-de-promocion/>

Saltzman, A. (2004). El Cuerpo diseñado sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. Paidós.

Fuente: <http://ufonts.com/fonts/futura-condensed-extrabold.html>)

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/alex-brush>

<http://www.fontex.org/download/Alex-Brush.ttf>

ANEXOS



63380

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTES

DC - 15 - 839

Ingeniera
Paulina Naranjo
DIRECTORA DESARROLLO
INSTITUCIONAL TALENTO HUMANO
Presente

*Carola R
favor proceder
9/1
21/10/2015*

De mi consideración :

Luego de expresarle un atento saludo me permito remitir copia del Oficio DITH-15-2656 (flow 63133) enviado por el Departamento de Desarrollo Institucional y Talento Humano, en el que menciona a la sta. Diana Núñez Pérez con C.I. 1804054474 estudiante de Diseño Industrial de la PUCESA, al respecto me permito AUTORIZAR el proyecto de investigación "Vestuario Laboral para el personal del Departamento de Cultura del GAD de Ambato, aplicando a la marca Ambato Tierrita Linda", mismo que se enfoca en los guías turísticos de la mencionada dependencia.

Particular que comunico para los fines pertinentes, me suscribo con sentimiento de consideración y estima.

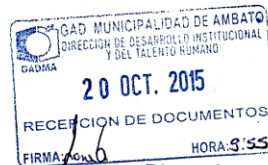
Atentamente

Dr. Msc. Carlos Quinde Mancero
Director de Cultura

anexo

DITH-15-2656

C/V
2015-10-19



Dirección: Rocafuerte y Lalama
Telf: (03)2 826315 / 2 822491 / Email:@ambato.gob.ec
www.ambato.gob.ec

Encuesta

Marque con una x la opción más importante

1. ¿Posee uniforme o vestuario de trabajo?
 - a) Si ()
 - b) No ()
2. Conoce Ud. la marca Ambato, tierrita linda.
 - a) Si ()
 - b) No ()
3. ¿Qué elementos visuales hacen que las personas que visitan el lugar logren identificarlo rápidamente como guía turístico?
 - a) Chaleco ()
 - b) Identificador visual ()
 - c) Camiseta ()
 - d) Gorra ()
4. ¿Qué cantidad en dólares estaría dispuesto en invertir en un uniforme para su trabajo?
 - a) De 100 a 190 ()
 - b) De 200 a 300 ()
 - c) De 300 a 400 ()
 - d) 400 o más ()
5. ¿Qué temática le gustaría tener en su vestuario laboral?
 - a) Cultural ()
 - b) Histórico ()
 - c) Contemporáneo ()
 - d) Corporativo ()

6. ¿Qué factores considera que debe tener el vestuario laboral?

- a) a) La Marca ()
- b) b) El diseño de prendas ()
- c) La comodidad ()
- d) Versatilidad ()

7. ¿Qué colores representativos de la ciudad, le gustaría que se presenten en su vestuario laboral?

- a) Colores representativos de la ciudad (rojo, verde, blanco) ()
- b) Colores base (negro, azul, café) ()
- c) Colores pastel ()

8. ¿Qué beneficios encuentra en su vestuario actual?

- a) Comodidad ()
- b) Fácil identificación ()
- c) Costo ()

9. De acuerdo a su criterio considera importante que su vestuario se adapte a:

- a) Espacios interiores ()
- b) Espacios exteriores ()
- c) Ambos ()

10. Género:

- a) Masculino ()
- b) Femenino ()