

implementar la marca país en los productos. Para cumplir con los objetivos establecidos en esta investigación, se formularon cuatro tipos de instrumentos metodológicos que permiten gestionar los resultados tanto cualitativos como cuantitativos.

Para el estudio de desarrollo de los temas de *marca país* y de artesanía como producto comercial se requiere un análisis documental bibliográfico longitudinal y transversal para describir no solo los antecedentes provenientes de fuentes secundarias, sino de la evaluación de fuentes primarias como las normativas y reglamentos que se mantienen en vigencia de la marca país actual y evidenciar cómo estos responden a los conceptos citados en el marco teórico.

Para identificar la experiencia y percepción de los licenciarios con la marca país se recurre a un método cualitativo con fines descriptivos, donde se realizan entrevistas a profundidad como técnica de recolección de datos, con la finalidad de esclarecer la intervención de la marca país en el desarrollo del sector artesanal y evidenciar su postura al ser representantes de un emblema nacional. Y, finalmente, identificar el grado de notoriedad y de imagen percibida se recurre a cuestionarios cualitativos con niveles de medición ordinales con el apoyo conceptual establecido en el marco teórico.

Para finalizar esta introducción se recalca que en esta investigación se pretende exponer el concepto de la marca país y su accionar en un sector que ha tenido gran trayectoria en la provincia del Azuay desde la perspectiva de la gestión y el diseño.

154. Garcés Torres, Ana Carolina

(Licenciada en Diseño de Modas / Universidad Técnica de Ambato / Ecuador)

Alcances y limitaciones de la aplicación de metodologías para la innovación en la industria de la confección de indumentaria en *denim*. Tesis de Maestría en Gestión del Diseño (2017)

Introducción

El siglo XXI demanda profesionales con distintas competencias que les permitan estar a tono con la cambiante realidad. Una de las urgencias sociales del momento es la apropiación de contenidos cognoscitivos (teóricos y metodológicos) que provienen del diseño y de otras disciplinas afines que lo sobrepasan y a la vez lo complementan. El proyecto que presentamos, se inscribe en el campo temático: nuevos profesionales. Se trata de un análisis que pretende develar cómo ciertas limitaciones en la aplicación de metodologías, restringe la participación de los diseñadores en la innovación de diseño, asociada a la industria de la confección. El tema se plantea en base a la necesidad que el profesional del diseño tiene de mirar hacia afuera (complejidad, interdisciplinariedad, diversidad), estudiar la realidad nacional que ahora es global, analizar los cambios que están emergiendo en la sociedad y ofrecer alternativas innovadoras que contribuyan a que la industria de la confección pueda crecer y resolver problemas complejos. La pertinencia de la investigación se ubica en el interés por alinearse con dos grandes modelos educativos del siglo XXI: los saberes necesarios en la era planetaria, propuesto por Morín et al. (1999) y las metas edu-

cativas 2021 propuestas por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI, 2009). La propuesta educativa de Morín et al. (1999), intenta lanzarnos a buscar la verdad, sabiendo que toda luz produce su propia sombra. Parte del análisis toma en cuenta que: pensar el pensamiento exige el dominio de competencias y que educar, en la era planetaria, nos ha de llevar a asumir la realidad toda, a abrazarla desde las diversas dimensiones, disciplinas y ciencias. Por otra parte, en las metas educativas 2021 (OEI, 2009) se le presta particular atención a la formación profesional, y se insiste en que debe enfocarse en preparar a los individuos para adaptarse a las demandas laborales y sociales, prepararlos para buscar y encontrar, tener capacidad para formarse de manera permanente, capacidad de adaptarse y por último, tener capacidad de aprender por sí mismo y de seguir adquiriendo conocimientos. Todo esto supone cambiar las relaciones entre educación y empleo y pensar en que hace falta incorporar nuevos aprendizajes.

Se piensa que en Iberoamérica hay una conexión débil entre el desarrollo educativo de los alumnos (formación técnico-profesional) y los vínculos, las relaciones y/o los lazos entre la formación y el empleo. Un proyecto de gran importancia es actualizar la concepción de la formación técnico-profesional; de manera que responda a las actuales demandas laborales y contribuya a que el alumno aprenda desde la experiencia, desde la práctica, y que pueda renovarse de manera continuada (Marchesi, 2009). Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) requieren profesionales capaces de generar proyectos enfocados a la innovación. Es una opción para aliviar que la inversión tecnológica sea altamente determinante con relación a la innovación. El camino competitivo puede apostar por una formación que prepare a los profesionales para sincronizar la creación de productos con resultados sociales y contribuir al desarrollo desde una relación (academia-sector, empresarial-sociedad) de ganar-ganar, donde todos los actores del campo social salgan favorecidos. La apuesta va encaminada a permitir que el desarrollo de la cualidad comunitaria, a través de las instituciones educativas y la sociedad educativa estimule la creatividad y contribuya a la innovación social. Este tema, aunque se ha considerado muy interesante- no será objeto de análisis en esta investigación. Nos concentraremos en cómo los diseñadores pudieran estar limitados para contribuir a la innovación en la industria de la confección. 7 El desarrollo de la industria de la confección va unido a la creatividad e innovación que impulsa el desarrollo del diseño de indumentaria como disciplina que se encarga de la conceptualización de ropa y accesorios, creados dentro de las influencias culturales y sociales de un período específico. En Ecuador, el desarrollo de la industria de la confección se ha caracterizado por ser una fuente impulsadora de empleo, que contribuye de manera directa al gremio de la confección a nivel nacional para satisfacer la diversidad de necesidades de los consumidores; quienes actualmente tienen la mirada ubicada en las tendencias internacionales como oferta de consumo directa. Sin embargo, las PYMES nacionales, intentan fusionar las ideas propias de marca con la aspiración de la misma, guiada por las propuestas de la indumentaria. Para ello se apoyan en profesionales del diseño que, a su vez, son acotados por las competencias con que se incorporan al mercado laboral tras recibir una formación académica profesional. Las limitaciones de los profesionales representan un obstáculo en la innovación ya que restringen oportunidades de negocios competitivos, sustentables y sociales; lo cual se ha visto presente de manera directa en el sector de la confección de prendas en denim. Dentro de la industria de la

confección, el denim permite fabricar prototipos afines para cada look, presentados bajo un sistema de proyecto de indumentaria que hoy en día las empresas en Ecuador solicitan a los diseñadores para evaluar y visualizar el prometido crecimiento de las mismas. Según Martínez y North (2009), lo que ha sucedido en los últimos 11 años es que los propietarios de las PYMES, basados en la necesidad y la experiencia propia, eran los apoderados de las diferentes actividades del desarrollo de los atuendos. Las actividades de tendido, trazado, corte, confección, terminado, etiquetado y comercialización, se establecidas en base a una copia de prototipos de revistas y prendas físicas de marcas de ropa procedentes de Estados Unidos y España. Esta circulación de información tenía canales definidos por la emigración de familiares cercanos a los empresarios que eran los encargados de enviar novedades para la reproducción de los modelos; propicio para los productores, ya que facilitaba el trabajo de la confección de prendas en denim y evadía la conceptualización del diseño. Al transcurrir el tiempo, el crecimiento de la competencia modificó el sistema de producción de los prototipos, impulsando a los propietarios a requerir la presencia de diseñadores de indumentaria para generar nuevas propuestas de diseño. No obstante, el problema se sitúa en las limitaciones que tienen los diseñadores para responder a la demanda de las empresas y los consumidores potenciales. Al no incorporar la aplicación de herramientas o concepciones que les permitan comprender cómo se transforma el Mundo, limitan las posibilidades de contribuir con innovación en la industria de la confección del denim. Lo siguiente será evidenciar cómo se manifiesta el tema de la innovación en la industria de la confección del denim en el contexto internacional. En Europa (Países Bajos, España, Italia) y en Norteamérica (EE.UU) el desarrollo de la innovación se presenta desde un enfoque tecnológico, para ejecutar la transformación de la indumentaria llevada al futuro, direccionado hacia tres perspectivas: la sustentabilidad, la fabricación y el tejido. La primera perspectiva está basada en el tema de la sustentabilidad. Ámsterdam (Países Bajos) desarrolla una propuesta innovadora del denim enfocado en las técnicas de una producción sustentable. Varios artesanos de este tejido están desarrollando prendas amigables con el medio ambiente, bajo el sistema de una propuesta direccionada por la primera escuela de jeans Denim City. La directora de este proyecto Mariëtte Hoitink, alude que la estrategia es unir las ideas del trabajo de los diseñadores de grandes marcas jeanseras como Tommy Hilfigher, Calvin Klein, Pepe Jeans y G Star RAW y los artesanos para mejorar la fabricación de prendas en denim reduciendo la contaminación por la 9 utilización de químicos y abundante agua para cada proceso (Ijelman, 2016). Además está enfocado en la inspiración hacia el reciclaje, reutilización y el compartir de nuevos conocimientos para conseguir el objetivo de mejoramiento del proceso del denim. Asimismo, España tiene una capacidad de inversión en factores tecnológicos que facilitan a proyectos sustentables para trabajar en temas de acabado textil. Es el caso de la empresa denominada Jeanologia que está orientada a la reducción de la contaminación del medio ambiente, a través del proceso de lavandería con la utilización de técnicas como el láser, ozono y nano burbujas. Esta tecnología apoya a la reducción de agua, energía y productos químicos, para la producción de prendas en denim (Girela, 2014). Finalmente esta innovación permite contribuir con el desarrollo social, reduciendo el impacto de afección en la salud de los trabajadores, ocasionada por el contacto directo con los químicos y la contaminación en el ambiente laboral. La segunda perspectiva está fundamentada en la fabricación. Presentada

en la innovación de la industria del denim en Estados Unidos –por medio del proyecto de Levi's Strauss con las tecnologías renovables– consiste en elaborar prendas en denim con el sistema de producción de ciclo cerrado, que significa diseñar productos enfocados en la eco-eficacia. Utiliza materiales básicos en el producto para ser reutilizados y reincorporarlos al ciclo de producción (ciclo técnico) o para volver a entrar al sistema (biósfera) de forma segura y contribuir al capital natural (ciclo biológico). El ciclo técnico y el ciclo biológico sirven para elaborar un nuevo producto con una calidad mayor o comparable a la original (McDonough y Braungart, 2016). Este proyecto permite desarrollar indumentaria en denim, basada en la renovación, reducción y reciclaje cumpliendo un doble objetivo: sostenible y sustentable.

La tercera perspectiva está enfocada en el desarrollo textil. Es el caso de la empresa italiana Emaná, que presenta la innovación mediante un hilado inteligente a base de poliamida con una tecnología de rayos infrarrojos, que utiliza el calor del cuerpo humano para el cuidado de la piel (Gorescu, 2016). Esta tecnología ha sido considerada por los empresarios de Latinoamérica, como son Canatiba y Vichuna de Brasil, que utilizan este hilo para fabricar variedad de bases en denim. Se puede considerar que en Latinoamérica, se repite el mismo fenómeno de la innovación relacionado con la tecnología. En el caso particular de Ecuador, se utiliza el desarrollo de las innovaciones de países vecinos como Brasil, con la utilización de textiles inteligentes en el desarrollo del diseño de indumentaria. Los textiles son importados para producir prototipos con un concepto cosmético que aportan a la salud humana mediante el empleo de la tecnología, presentada como una apuesta a la innovación. La empresa brasilera Vichuna, que actualmente funciona con una sucursal en Ecuador tiene un enfoque innovador centrado en la necesidad de reducir la contaminación y causar un efecto de conciencia social. La innovación textil es producida por la formación de fibras a partir de botellas de agua recicladas, generando el consumo con responsabilidad social. La idea es fabricar textiles ecológicos, que consisten en utilizar fibras de reciclaje para el tejido de las bases textiles del denim. La mencionada innovación elimina del medio ambiente diez botellas plásticas con la fabricación de un jean (Heredia, 2011). Pero las PYMES requieren más proyectos de este tipo que permita fortalecer las ideas con soluciones novedosas y competitivas, para generar valor por medio de la innovación y que a su vez, involucre a la sociedad. El punto desde el cual emerge esta problemática, es el diseño de indumentaria. El razonamiento de partida lo constituye el supuesto de que las limitaciones en la aplicación de metodologías de diseño restringe la innovación en la industria de la confección del denim. Como antecedentes investigativos se revisa la producción teórica de autores que se enfrasan en un análisis epistemológico de la metodología. Jiménez (1998), la describe como la ciencia que reúne un sistema de conocimientos con una diferencia que atribuye a la interacción con leyes, teorías e hipótesis y que permite desarrollar un conocimiento enfatizado en la realidad, cuyo análisis permite predecir el futuro. Sin embargo, el conocimiento que la persona tiene en la actualidad no es considerado totalmente científico, debido a la unificación de la experiencia y al ambiente social que rodea a la misma. Por lo tanto, el autor deduce que la unión de conocimientos puede considerarse lógico para el desarrollo de una nueva metodología. Calvelo (2000), menciona a la metodología como la base de la conexión entre la investigación y el orden. Creada para una labor multifacética que se desarrolla en centros, institutos, universidades,

empresas y laboratorios, para desempeñar un cambio de vida que requiere a su vez, creatividad, disciplina de trabajo, y sistematicidad. Guerrero (2007) describe que la formación de habilidades como desarrollar una metodología, debe ser objeto de aprendizaje durante la formación técnico-profesional; pasado este tiempo el profesional se desempeña, elabora y concentra en la actualización para el crecimiento de las empresas en innovación y desarrollo creativo. Lafuente y Marín (2008) consideran que acoplarse a una metodología, fortalece las habilidades de profesional del diseño ya que define un conjunto de tácticas con pasos y procedimientos para construir el nuevo conocimiento en base a la investigación. Sin embargo, el método se fortalece en teorías y conceptos que direccionen los resultados hacia un progreso en curso; en este caso se considera una relación abierta con la innovación. Dentro de los autores que en fechas más recientes, han tratado el tema, González (2014) acota que en la actualidad la innovación es considerada un factor clave, que tiene como objetivo el desarrollo de las PYMES de países en crecimiento, con procesos que vayan más allá del enlace con la tecnología. La innovación fortalece los cambios que a diario impone la globalización. Con la misma visión del contenido se expone la necesidad de la innovación como aporte desde los gobiernos y analizan López et al. (2016) que la innovación es parte del desarrollo económico del presente-futuro; por tal razón las PYMES requieren modelos de apoyo para gestionar la evolución de los mercados consumistas. Para resolverlo investigan nuevos modelos de gestión enfocados a la innovación que permita al empresario el crecimiento con el fortalecimiento en la capacidad de respuesta al cambio e introducirse en el camino hacia lo venidero. Una de las maneras de enfocarse en el futuro es orientar la innovación hacia otras perspectivas. Desde la mirada de Domanski, Monge, Quítiaquez y Rochaemerge (2016) derivan las iniciativas de cambio hacia una perspectiva más ética e inclusiva; sin embargo, consideran que la innovación podría estar enfocada en el campo de acción instantáneo y valor compartido, enfatizando el análisis, como parte de un concepto múltiple. La carencia de innovación en la industria de la confección del denim, se ve reflejada en la realidad ecuatoriana; al punto de convertirse en tema de preocupación en constante crecimiento, y expresado en los programas enfocados a la innovación y el desarrollo económico a nivel de país. Con relación al tema, Correa (2014) menciona que Ecuador necesita un aumento de recursos para la economía y para la diversificación de la matriz 13 productiva, que permita realizar propuestas nuevas y mejores para generar la innovación; que además, se apoye en el talento humano relacionado con los profesionales, la derivan las iniciativas de cambio hacia una perspectiva más ética e inclusiva; sin embargo, consideran que la innovación podría estar enfocada en el campo de acción instantáneo y valor compartido, enfatizando el análisis, como parte de un concepto múltiple. La carencia de innovación en la industria de la confección del denim, se ve reflejada en la realidad ecuatoriana; al punto de convertirse en tema de preocupación en constante crecimiento, y expresado en los programas enfocados a la innovación y el desarrollo económico a nivel de país. Con relación al tema, Correa (2014) menciona que Ecuador necesita un aumento de recursos para la economía y para la diversificación de la matriz 13 productiva, que permita realizar propuestas nuevas y mejores para generar la innovación; que además, se apoye en el talento humano relacionado con los profesionales, la creatividad y la transformación. Se puede mencionar que se requiere de un actuar objetivo que introduzca a Ecuador en el negocio de la indumentaria en denim, con innovación

direccionada a la economía y al aporte social. No olvidando que la misma sociedad está ligada con la tecnología y tiene interés en la información compartida por las redes sociales; que le permite acceder a datos en cuanto a la renovación del diseño. La formación del profesional del diseño debe propiciar la proliferación de ideas sustentables en el tiempo, contribuir a satisfacer las necesidades de la sociedad, disponibles como oportunidades para innovar en el contexto social. De lo expuesto hasta aquí nos hacemos la siguiente interrogante: ¿En qué medida las limitaciones en la aplicación de metodologías, restringe la innovación del diseño dentro de la industria de la confección de indumentaria en denim en la ciudad de Pelileo? En este sentido se plantea como hipótesis que: la limitación en la aplicación de metodologías adaptables al diseño, restringe la innovación en la industria de la confección de indumentaria en denim, ya que impiden encontrar fórmulas para crecer y resolver problemas complejos.

Como objetivo general la investigación se ha propuesto: determinar alcances y limitaciones de la aplicación de metodologías enfocadas a la innovación en la industria de la confección de indumentaria en denim en la ciudad de Pelileo. Del cual se desprenden los siguientes objetivos específicos: Analizar aspectos relacionados con metodologías para obtener elementos esenciales de un método que oriente a la innovación en la industria de la confección de indumentaria en denim; Evaluar los elementos de un método con el fin de conocer la labor profesional del diseñador de indumentaria orientado a la innovación en la industria de la confección de indumentaria en denim; y Describir los alcances y limitaciones de la aplicación de metodologías orientadas a la innovación en la industria de la confección de indumentaria en denim. En el marco de los estudios centrados en esta problemática, es posible hallar una diversidad de guías tendientes a explicitar las metodologías que podrían aplicarse al interior de las empresas y enfocadas a los niveles de producción, pero no se han encontrado aportes significativos que ofrezcan una perspectiva sobre la implementación de metodologías enfocadas a la innovación de diseño. La concepción metodológica seleccionada para esta investigación, tiene una base cualitativa. Sobre esta base, se procede a la búsqueda de información para develar las metodologías aplicadas al diseño. Estas fuentes secundarias se combinan con datos primarios logrados a partir de un trabajo in situ, lo que implica la confección de un cuestionario modelo de entrevistas a los empresarios fundadores y diseñadores de indumentaria de la industria del denim en Pelileo.

El proyecto se estructura en cinco capítulos. El primero, provee el marco teórico conceptual a partir del cual se pretende obtener la definición de metodologías de diseño; además identificar elementos para el análisis de la categoría de estudio. El segundo capítulo se centra en el análisis de la innovación en el diseño, considerando esta como una 15 disciplina científica. El tercer capítulo establece la relación del diseño con otras disciplinas afines como aporte interdisciplinar. El cuarto capítulo, bajo el título de la industria de la confección en Ecuador, aborda la dinámica de la industria del denim en Pelileo y su relación con el diseño y la innovación. Finalmente el quinto capítulo, está destinado al análisis de resultados, que permitirá conocer los alcances y limitaciones de la aplicación de metodologías orientadas a la innovación en la industria de la confección de indumentaria en denim.