

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO DE MODAS

**OPCIÓN DE TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIATURA
EN DISEÑO DE MODAS.**

TÍTULO:

DISEÑO DE VESTIDOS COORDINADOS
PARA GRUPOS FAMILIARES.

ESTUDIANTES:

JUAN VICENTE GARCÍA BERROCAL Cédula: 8-276-763

ELBA IRIS MC CLEAN BARRERA Cédula: 8-233-50

PANAMÁ REPÚBLICA DE PANAMÁ

2023

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso, por permitirnos llegar a este momento, para obtener el título de Diseño de Modas.

A la Universidad de Panamá, la Facultad de Arquitectura, en especial a la Escuela de Diseño de Modas.

Un reconocimiento muy especial a la Profesora asesora de Tesis, Magister Olga De León, por su amable atención en todo momento y por responder cada una de las interrogantes, con un trato cordial y respetuoso.

A todas las personas, que de una forma u otra aportaron su grano de arena para poder hacer este trabajo.

Al personal: directivo, administrativo, técnico y docente de la Escuela Vocacional Especial, por su aporte para llevar a cabo este trabajo.

A cada persona, que sin conocernos nos brindaron su amable atención para contestar el cuestionario.

A nuestra familia y amigos.

Mil gracias

DEDICATORIAS

Este trabajo se lo dedicamos de forma especial a nuestras familias, que aportaron su grano de arena para el logro de esta meta. Deseamos que sirva de ejemplo a los más jóvenes para que culminen sus estudios, porque vale la pena para que tengan un futuro mejor.

Gracias

RESUMEN

El propósito fundamental de esta investigación es aportar como diseñadores, a la unión de la familia, de tal forma que la misma se proyecte como un todo, en donde sea notable la práctica de valores fundamentales como el amor, respeto, solidaridad, tolerancia, entre otros, sobre todo en momentos en que las redes sociales han cambiado la forma como nos comunicamos con otras personas de forma inmediata, lo que hace que siempre estemos publicando lo que hacemos como grupos familiares. Esto será posible, gracias a los diseños propuestos para el logro de este fin, en donde es notable como se puede unificar a la familia sin necesidad de uniformarlos, sino a través de colores, cortes, estampados y basados en lo que dicta las tendencias de la moda primavera-verano 2024. Con este aporte se reafirma la función social que ha tenido el vestido a lo largo de la historia y la importancia de proponer diseños funcionales que mejoren la vida de los seres humanos desde los diferentes ámbitos de su vida.

Palabras claves: Familia, Valores, Redes sociales, Vestir conjuntado, Moda de familia, Vestidos coordinados.

ABSTRACT

The fundamental purpose of this research is to contribute, as designers, to the family union, in a way that it is projected as a whole, where the practice of fundamental values such as love, respect, solidarity, tolerance, among others, is notable, especially at times when social media have changed the way we communicate with other people immediately, which means that we are always publishing what we do as family groups. This will be possible, thanks to the designs proposed to achieve this goal, where it is notable how the family can be unified without the need to uniform them, but through colors, cuts, prints and based on what dictates the trends of spring-summer 2024 fashion. With this contribution, the social function that clothing has had throughout history and the importance of proposing functional designs that improve the lives of human beings from different areas of their lives are reaffirmed.

Keywords: Family, Values, Social networks, Matching clothing, Family fashion, Coordinated outfits.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	ii
DEDICATORIAS.....	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
INTRODUCCIÓN	xi
1. ASPECTOS GENERALES.	2
1.1. Antecedentes.	2
1.2. Planteamiento del Problema.	4
1.3. Justificación.	5
1.4. Objetivos.	7
1.4.1. Objetivos Generales	7
1.4.2. Objetivos Específicos	7
1.5. Alcance, Limitaciones y Delimitaciones.	8
1.5.1. Alcance.	8
1.5.2. Delimitación.	8
1.5.3. Limitaciones.....	10
1.6. Hipótesis.....	11
2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.	13
2.1. Definición conceptual de familia.....	13
2.1.1. Origen de la Familia.....	13
2.1.2. Importancia de la Familia.	14
2.1.3. Valores en la Familia.	14
2.1.4. Tipos de Familias:	16
2.2. Familia y vestido.....	18
2.2.1. Historia del uso del vestido en las Familias.....	18
2.2.2. Moda y Familia.	20
2.3. Redes Sociales.	22
2.3.1. Redes Sociales más usadas en la actualidad.	23
2.3.2. Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales en las Familias.....	24

2.3.3.	Peligros en las Redes Sociales.	26
2.3.4.	Recomendaciones para el uso de Redes Sociales en la Familia.	27
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	30
3.1.	Diseño de la Investigación.....	30
3.1.1.	Tipo de Investigación.....	30
3.1.2.	Enfoque de Investigación.	30
3.2.	Fuentes de Información.	31
3.2.1.	Fuentes Primarias.....	31
3.2.2.	Fuentes Secundarias.....	31
3.3.	Población, Universo y Muestra.	31
3.3.1.	Población.....	31
3.3.2.	Universo y Muestra.	32
3.4.	Variables.....	34
3.4.1.	Conceptualización de las Variables.	34
3.4.2.	Definición Operacional de las Variables.....	34
3.4.3.	Instrumentalización de las Variables.....	37
3.5.	Técnicas e Instrumentos.	37
3.5.1.	Técnicas.....	38
3.5.2.	Instrumentos.	38
3.6.	Procedimientos.	39
3.7.	Validación de Instrumentos.	39
4.	ANÁLISIS, RESULTADOS Y HALLAZGOS.....	41
4.1.	Análisis de la Investigación.....	41
4.2.	Descripción de Datos.....	41
4.2.1.	Instrumento N°1.....	42
4.2.2.	Instrumento N°2.....	51
4.2.3.	Instrumento N° 3 – Hoja de Cotejo Aplicada a los Comercios.	63
4.3.	Resultados de la Investigación.	65
4.3.1.	Cuestionario Aplicado a Consumidores en Centros Comerciales.	65
4.3.2.	Cuestionario al Personal Directivo, Administrativo, Técnico y Docente de la Escuela Vocacional Especial.	65
4.3.3.	Lista de Cotejo Aplicado a Tiendas por Departamento en la Ciudad de Panamá.	66

4.4.	Hallazgos de Investigación.	66
5.	PROPUESTA.	69
5.1.	Fundamentación de la Propuesta.	69
5.2.	Propósito de la Propuesta.	69
5.2.1.	Propósito General:	69
5.2.2.	Propósito Específico:	70
5.3.	Parte 1 - Problema de Diseño.	70
5.3.1.	El Problema.	70
5.3.2.	Análisis del Problema de Diseño.	71
5.3.3.	Aspectos del Target del Usuario.....	71
5.3.4.	Propuesta de Solución.....	73
5.4.	Parte 2 – Criterios del Diseño.....	74
5.4.1.	Línea de Productos.....	74
5.4.2.	Pronóstico de Tendencia.....	75
5.4.3.	Estilo.....	78
5.4.4.	Fuente de Inspiración.....	80
5.4.5.	Paleta de Colores de la Colección.	82
5.4.6.	Paleta Textil e Insumos.....	83
5.4.7.	Referente de Diseño.....	86
5.5.	Parte 3. Conceptualización del Diseño.....	87
5.5.1.	Concepto de Diseño.	87
5.6.	Parte 4 – Desarrollo Creativo y Técnico de la Propuesta.	88
5.6.1.	Desarrollo Creativo de la Propuesta.	88
5.6.2.	Fichas Técnicas.	103
5.7.	Parte - 5 Desarrollo del Prototipo.	182
5.7.1.	Desarrollo del Prototipo.....	182
5.7.2.	Evaluación del Diseño.....	182
	CONCLUSIONES	195
	RECOMENDACIONES	197
	REFERENCIAS ICONOGRÁFICAS	198
1.	Bibliografía.	198
2.	Infografía.	199

ANEXOS	206
--------------	-----

ÍNDICE DE CUADROS

No. 1 POBLACIÓN; GRUPOS, DENOMINACIÓN, CARACTERÍSTICAS.....	32
No. 2 UNIVERSO Y MUESTRA.....	34
No. 3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	36
No. 4 INSTRUMENTALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	37
No. 5 COTEJO DEL ALCANCE DE LOS OBJETIVOS.....	39
No. 6 HOJA DE COTEJO APLICADA A TIENDAS.....	64
No. 7 INSUMOS.....	85
NO. 8 VALIDACIÓN DEL DISEÑO.....	183

ÍNDICE DE ESQUEMAS

No. 1 ÁRBOL DEL PROBLEMA.....	71
No. 2 ÁRBOL DE SOLUCIONES.....	74

ÍNDICE DE IMÁGENES

No. 1 CONCEPTO DE FAMILIA.....	13
No. 2 VESTIDOS EN LA PREHISTORIA.....	18
No. 3 VESTIDOS EN LA EDAD ANTIGUA.....	19
No. 4 MODA DE LA FAMILIA.....	22
No. 5 TARGET DEL USUARIO.....	72
No. 6 TIPOS DE CUERPOS.....	73
No. 7 FUENTE DE INSPIRACIÓN: ARQUITECTÓNICA.....	80

No. 8 PALETA DE COLOR.....	82
No. 9 TEXTILES.....	84
No. 10 REFERENTE DE DISEÑO.....	86

ÍNDICE DE MOODBOARD

No. 1 PRONÓSTICOS DE TENDENCIAS.....	76
No. 2 PRONÓSTICOS APLICADOS A LA PROPUESTA COLECCIONES.....	77
No. 3 ESTILO: MILITAR.....	79
No. 4 ANÁLISIS DE LA FUENTE DE INSPIRACIÓN.....	81
No. 5 CONCEPTO DE DISEÑO. COLECCIÓN UNITED.....	87

INTRODUCCIÓN

La familia como base de toda sociedad es una de las estructuras más importantes, ya que en ella se transmiten ideologías, costumbres y valores. Hoy por hoy sabemos que las familias han evolucionado, es decir que se han dado cambios importantes en ellas y esto se debe a la forma como la visualizamos e interactuamos en ella. Hoy día las familias están unidas, aunque estén distantes gracias a canales de comunicación más efectivos.

El uso de las nuevas tecnologías de la información ha logrado que el mundo se comunique de forma más rápida y efectiva. No podemos negar la efectividad de las redes sociales para destacar muchos aspectos de nuestra vida familiar, laboral, social, laboral entre otras.

El presente trabajo presenta una propuesta de vestidos coordinados para grupos familiares, porque la familia está de moda y podemos notarlos en las veces que nos unimos en navidad, en las fiestas, en paseos, en los que se nota que, aunque hay familias constituidas de diferentes formas estas comparten valores ideologías y costumbres, esto también se nota a la hora de vestir y como aspirantes a convertirnos en profesionales del diseño debemos aportar con propuestas para que la familia estén cada vez más unidas y que proyecten amor, respeto y unidad.

El trabajo consta de cinco capítulos, el cual detallo a continuación:

En el **primer** capítulo, se presentan los antecedentes, el planteamiento del problema enfocado a que se pueda comprender de una manera sencilla y clara la importancia y la necesidad de que en el mercado local se encuentren propuestas que satisfagan las demandas de vestidos coordinados y que se puedan encontrar piezas para toda la familia en cada departamento de una tienda. Aunado se presenta la justificación del estudio, los objetivos que se esperan confirmar adicional del alcance, delimitaciones y limitaciones presentadas a lo largo del estudio. Y termina con la formulación de la Hipótesis.

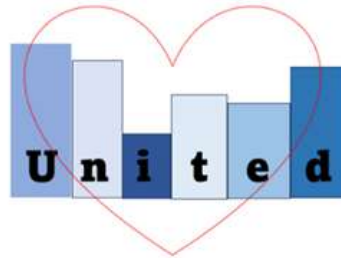
En el **segundo** capítulo, el marco teórico, se define el concepto de familia, origen de esta, su importancia, valores, tipos de familia, más adelante se aborda el tema de vestido y familia y se hace un repaso histórico del uso del vestido desde la prehistoria hasta la época contemporánea y hablamos sobre tres tendencias de moda para la familia, Al final hablamos acerca de las redes sociales, las más usadas sus ventajas y desventajas, peligros y recomendaciones para su uso.

El **tercer** capítulo, que contiene el marco metodológico, se desarrolla el nivel de investigación, el diseño de la investigación, la población y muestra, las fuentes de información, los instrumentos de recolección de datos, las técnicas, el procedimiento y la validación de estos.

En el **cuarto** capítulo, se muestra el análisis, resultados y hallazgos, se presenta un análisis de la investigación, se describen los datos, se presentan las gráficas y los resultados de la investigación de acuerdo con el instrumento y técnica utilizada. Al final se presentan los hallazgos.

En el **quinto** capítulo, se describe un esbozo de la propuesta de diseño y se enuncian sus componentes; el problema de diseño, los criterios en los que se toma en cuenta el perfil del consumidor, siluetas, morfologías de las prendas y estilos, fuente de inspiración, colores y textiles, referente de diseño, la conceptualización y otras. Además, se presenta el desarrollo creativo y técnico de la propuesta y el desarrollo del prototipo.

Aunado a las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas e infográficas y los anexos.



CAPÍTULO – 1

ASPECTOS GENERALES.

1. ASPECTOS GENERALES.

1.1. Antecedentes.

Sobre el tema en sí, no se han realizado investigaciones formales, pero sí encontramos algunas que hacen referencias al uniforme y sus efectos en la identidad de los grupos sociales y citamos algunos artículos que hacen referencia al uso de la tendencia al vestir a los miembros de la familia, sobre todo para exponerlos en redes sociales.

Se presentan los siguientes antecedentes de la investigación:

- En el libro: *De Cuerpos y vestidos* de la Editora Universidad Pontificia Bolivariana de Colombia 2013, encontramos una recopilación de textos de varios autores en donde La Doctora Claudia Fernández-Silva, escribe su capítulo sobre ***Cuerpo regulado, caótico y liberado. La auto-referencia en el uniforme militar y el uniforme escolar*** nos muestra los diferentes ángulos en los que se pueden observar tanto el uniforme militar y el escolar y las contradicciones que sedán en cuanto a su concepción ya sea como fuente de adoctrinamiento y control social o como la definición de la identidad, pertenencia a un grupo y el orden que existe en el mismo, en la página 73 nos dice:

Cuando hablamos de uniformes, sabemos bien, debemos hacerlo a partir de su carácter colectivo, dado que en él se ha anulado la individualidad en pos de una uni-forma, una forma única capaz de representar una idea o un propósito común, sin embargo, ellos en sí mismos actúan como un emblema de separación, separación entre el mundo de lo nuestro y lo de ellos, el mundo del derecho y del revés, de la identidad y la alteridad situándose como frontera real o metafórico. (Fernández; 2013; 73).

La Tesis doctoral de Jordi Iglesias: *El papel de las marcas de moda en la construcción de la identidad personal*. De la Universitat Ramón Llull de Barcelona nos presenta un análisis profundo sobre las marcas y la moda y su contribución a la identidad personal y social. En la página 172 sustenta el siguiente texto:

Todas las personas se han cuestionado alguna vez ¿quién soy? y ¿cómo soy?, y han sentido la necesidad de saber a qué grupo pertenecen. Tras estas preguntas, llegan las que más nos interesan para este estudio: ¿cómo me presento ante las demás personas para que me identifiquen como yo quiero que lo hagan? Y, por último, ¿cómo puedo identificar quién es la otra persona y a qué grupo pertenece? Los seres humanos, como personas sociales, tenemos dos grandes necesidades: por un lado, la de conocernos a nosotros mismos, lo que nos ayuda a saber qué pensar y cómo actuar en las diferentes situaciones a las que nos enfrentamos; y, por otro, conocer a las otras personas, lo que nos ayudará a adivinar o predecir lo que ellas puedan estar pensando o lo que van a hacer. Incluso sus efectos sobre las pequeñas opciones que tomamos en nuestra vida. (Iglesias 2016;172).

En el diario La Nación encontramos artículos que hacen referencia a vestirse igual o coordinado en la familia, en la sección de moda y belleza, su artículo del 18 de octubre de 2019, Familias ***en composé. Las influencers ponen de moda vestirse todos iguales***, en el mismo nos hace referencia al tema y nos ilustra acerca de dónde y en qué momento surgió esta tendencia, abordando el tema de la siguiente manera:

La atracción es combinar el look de toda la familia, ya sea a través de detalles como una prenda negra compartida, o de manera más recargada, como en el caso de los clanes que salen totalmente engamados. Los fundamentalistas de esta tendencia llegan a uniformar a sus familias con ropa exacta, en sus versiones adultas y mini. Es cierto que el ritmo de la maternidad exige simplificar, muchas veces en el apuro por salir se opta por los mismos conjuntos para los hijos, o se elige lo mismo a la hora de comprar. Sin embargo, la tendencia del composé va más allá de la comodidad que implica; es una decisión.

La moda de las parejas uniformadas tuvo su debut en los 1990 en Corea del Sur, con el nombre "keo-peul-look" que se puede traducir como parejas combinadas. Al parecer, nació como un gesto de complicidad y de demostración de compromiso con la pareja, en una sociedad en la que las

expresiones de amor en público no están bien vistas. Este fenómeno que fue adoptado por famosos como Chiara Ferragni con Fedex, y Kim Kardashian con Kanye West, hoy abrió sus alas y se expandió también a los hijos (Queija, 2019).

La revista Clarín de Argentina en su sección Entre mujeres-Moda en su artículo del 12 de marzo de 2017, ***La pareja japonesa que desde hace 37 años se viste en composé***, nos hace alusión a un estilo de vida como pareja vistiendo de esta forma coordinada. En este artículo se relata lo siguiente:

Muchas parejas con el correr del tiempo adoptan un sentido estético similar. Aunque, en algunos casos esto puede ser desmedido. Una muestra de ello es la pareja japonesa que, según la nota del diario La Vanguardia, desde hace 37 años combina las prendas para ir por la vida siempre en conjunto. . Día a día, el matrimonio, comparte sus coordinados looks en su cuenta de Instagram, que ya tiene más de 164 mil seguidores.

Bajo el nombre de BonPon511, que hace referencia a sus nombres y a la fecha de su matrimonio, las fotos del perfil de la pareja están revolucionando las redes sociales. No es para menos, ya que todos los conjuntos están pensados -ya sea la ropa o los complementos- para asemejarse tanto en estilo como en color. Y si para una persona puede resultar tedioso armar un look combinado, ellos tienen una tarea doble. (Redacción Clarín; 2017;1)

1.2. Planteamiento del Problema.

En nuestro país hoy por hoy se habla mucho de 'burbuja' para referirse al grupo familiar con el que se vive y con las que se comparte el día a día de forma muy cercana.

En el mundo vemos la tendencia de vestir de forma coordinada para toda la familia y nuestro país no escapa a esto, además sabemos que se están usando para las fotos de actividades como cumpleaños, paseos al aire libre, aniversarios, graduaciones,

para las fiestas de fin de año entre otras actividades dejando recuerdos de momentos juntos interesantes y divertidos que se deseen atesorar con piezas cómodas y útiles tanto en la casa como en exteriores.

En otros países el vestir a la familia de forma coordinada se conoce con otros nombres como: moda familia, moda familiar, -match, vestir conjuntados y otros más, de acuerdo con el idioma en que se trate el tema, pero en nuestro país, aunque a muchas personas les llama la atención, es posible que no lo tomen como algo serio, por la falta de ofertas que existe al respecto en las diferentes tiendas de consumo masivo.

Sabemos que las redes sociales y el deseo de presentar al mundo una familia en armonía hacen que esta tendencia sea más aclamada, aunque en Panamá encontramos pocas colecciones dirigidas a toda la familia y lo más que hay son pijamas con motivos navideños que no corresponden a nuestras costumbres y tradiciones como país. Algunas colecciones de ropa casual coordinada para la familia las encontramos en tiendas internacionales de comercio en línea como Amazon, Aliexpress, Ebay entre otras, dejando expuesta la falta de atención de esta línea de productos y la falta de atención a las nuevas corrientes de moda en el vestir que está imperando en la actualidad.

Por lo expuesto en torno al tema del estudio se presenta la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las características de la vestimenta que exponga un concepto de unión y fraternidad a la llegada de nuevos estilos de vida que llevan a promover la unidad familiar y las nuevas tendencias en las que compartimos experiencias de vida a través de redes sociales?

1.3. Justificación.

Cuando revisamos las diferentes redes sociales vemos que en el mundo está desde hace unos años, la tendencia de vestir a toda la familia igual o de forma coordinada.

En las tiendas de Panamá encontramos muy pocas prendas de vestir con estas características y que considere colecciones para toda la familia, lo que abre una oportunidad para intervenir profesionalmente como diseñadores de moda, creando propuestas de líneas de vestimenta con colecciones que atiendan las demandas de sectores de la población.

Las vivencias de hoy día, mantienen a los grupos familiares identificados como burbujas y en ellas se comparten celebraciones, paseos, para estar en casa y hasta para dormir por lo que cobra importancia este estudio que busca adentrarse a la situación, indagando aspectos vinculantes a las acciones y medidas que toman las familias para mantener sus enlaces familiares con otras burbujas de su árbol familiar apoyados con el uso de la tecnología de la información y comunicación de las que mayormente se utilizan aplicaciones tecnológicas que conectan en tiempo real a las personas o bien son proyectadas y compartidas imágenes a través de redes sociales donde la imagen personal y colectiva que como mencionamos cobra mayor importancia.

Los resultados y hallazgos de esta investigación generarán nuevos conocimientos serán un aporte a la sociedad del conocimiento donde los investigadores ya sean profesionales y estudiantes, encuentren un suministro de datos basados en revisión bibliográfica y desarrollo conceptual desde la perspectiva del diseñador de modas en la indumentaria, esperando que de esta investigación pueden surgir ejes temáticos vinculados y aborden problema desde otras perspectivas pero que tengan como eje principal la unión familiar.

Se presentan como beneficiarios directos de los hallazgos aplicados a la propuesta de diseño de indumentaria a los grupos familiares de la población general que sigue las tendencias hacia los estilos de vida de esta nueva realidad, percibiendo la selección de vestimenta coordinada para compartir en espacios dentro o fuera de casa proyectando una imagen colectiva que denotan unidad, fortalecer la idea de equipos como familias unidos para proyectarse colectivamente con ropa ya sea fiestas, paseos, celebraciones entre otras.

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivos Generales

- Determinar los aspectos contenidos en la necesidad de vestimenta coordinada para las familias, ante las tendencias de la moda actual.
- Diseñar una colección de vestidos coordinados para grupos familiares que los unifique sin uniformarlos, de cara a las nuevas tendencias de moda.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar el grado de necesidad que tienen las personas de adquirir prendas de vestir coordinadas para sus familias.
- Detallar las causas por las que se demandan vestidos coordinados para grupos familiares ante la realidad del contexto en el mercado local.
- Establecer los patrones ideológicos que mayormente desean transmitir los usuarios de prendas de vestir coordinadas donde la vestimenta es el canal del mensaje en el lenguaje de la moda.
- Proponer un concepto de diseño de vestidos coordinados para grupos familiares que proyecte la ideología e identifique a las familias como burbujas sociales ante la realidad del contexto panameño.
- Enlistar la tipología y las características de la vestimenta coordinada para el grupo familiar mayormente requerido ante la realidad actual.
- Estimar el impacto en la recepción del mensaje ante la proyección de la imagen familiar con el uso de vestimenta coordinada.

1.5. Alcance, Limitaciones y Delimitaciones.

1.5.1. Alcance.

Se espera que esta investigación aporte elementos necesarios para que las personas adopten cada día más hacia esta tendencia donde adicional a la comodidad no solo se proyecte la unificación visual de la familia y sino que sirva como enlace para acrecentar la unión familiar, donde los miembros de la familia de una forma u otra aportan ideas para sacarle el mayor provecho al hecho de estar vestidos de forma coordinada. Además, es un sector del mercado que cada vez más requiere de atención y apertura a nuevas formas de negocios que atienda esta creciente demanda.

Se espera que los resultados de este estudio sean útiles a futuras investigaciones sobre el tema o para derivaciones de este.

1.5.2. Delimitación.

Se estima la segmentación por áreas de acción tanto de la investigación como como de la propuesta, siendo relevantes los planteamientos de la delimitación temática a desarrollar, así como la delimitación geográfica, refiriéndose a los lugares donde sean recolectados los datos y la delimitación temporal, la cual se refiere a el tiempo en que han sido desarrolladas las diferentes etapas de la investigación y propuestas de diseño.

- Delimitación temática.

En este trabajo se tomarán en cuenta temas que aporten al enriquecimiento de esta investigación para esclarecer algunos temas de importancia como son:

- Familia: Es el tema central de la investigación son las ideologías en torno a la proyección ante la sociedad de los grupos familiares que se adaptan a las tendencias imperantes ante la nueva realidad.

- Vestidos coordinados para la familia: La colección de vestidos debe tener características que los unifiquen, aunque sean diferentes para cada miembro de la familia.
 - Valores en la familia, como se practican y como a través de la indumentaria se pueden proyectar valores como; el amor, respeto, unidad, solidaridad, tolerancia, entre otras.
 - El uso de las redes sociales cómo han cambiado la manera de comunicarnos y expresarnos ante el resto del mundo.
 - El estudio de una vestimenta que unifique a los diferentes miembros de la familia, respetando sus diferencias como son la edad, gustos y preferencias, morfología de cuerpos entre otras.
- Delimitación geográfica.

La recolección de datos para la investigación se estudiaron las tiendas por departamentos que encontramos en diferentes centros comerciales de la ciudad de Panamá. Encontramos un total de 8 tiendas con estas características, para cotejar si ofrecen o no la línea de vestidos coordinados para toda la familia.

También se recolectó datos entre los consumidores que asisten a diferentes centros comerciales de la ciudad de Panamá como son:

- Centro Comercial Los Pueblos ubicado en el corregimiento de Juan Díaz.
- Centro Comercial El Dorado ubicado en el corregimiento de Bethania.
- Albrook Mall ubicado en el corregimiento de Ancón.
- Multiplaza ubicado en el corregimiento de San Francisco.

Además, se recolectaron datos del personal administrativo, docente y técnico de la Escuela Vocacional Especial (EVE), del instituto Panameño de Habilitación Especial (IPHE), ubicado en el Camino de la Amistad, corregimiento de Ancón.

- Delimitación temporal.

Los datos recolectados para la realización de esta investigación se llevaron a cabo en un periodo de finales de 2021 hasta el 2023.

1.5.3. Limitaciones.

En el proceso para la realización del estudio, nos encontramos con las siguientes limitantes englobadas en bloques temáticos.

- La falta de información en investigaciones y trabajos formales sobre el tema dificulta un poco el tener información que sirva como base para el presente trabajo.
- La situación económica actual hace que las personas le resten importancia a estudios sobre indumentaria, pues sienten que hay temas de más importancia.
- La falta de accesibilidad para la aplicación de instrumentos para la recolección de datos.
- La demora en la recolección de datos por parte de las personas a las cuales se le aplicaba el documento, pues no lo enviaban y había que recordárselo una y otra vez.
- Desconocimiento de la población en general sobre la tipología de vestuario, había que explicarlo.
- Falta de opciones de textiles variados adecuadas para las características de nuestro clima.

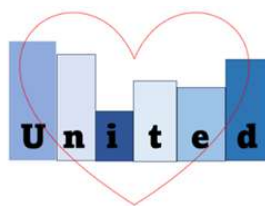
1.6. Hipótesis.

Definido el problema de investigación y establecidos los objetivos a los que se espera llegar, se plantean el supuesto que esperamos alcanzar con los resultados del estudio y propuesta de diseño de indumentaria, para ello se presenta la siguiente hipótesis de trabajo:

“El diseño de vestidos coordinados para grupos familiares de acuerdo con las tendencias de moda contribuyen a proyectar valores, ideologías familiares y la identificación de la burbuja familiar”.

Preguntas de investigación:

- ¿Las familias pueden proyectar valores como el amor, la unidad, el respeto y la tolerancia entre otras a través del uso de vestidos coordinados para grupos familiares?
- ¿El uso de las redes sociales ha incrementado el deseo de vestir a la familia de forma coordinada para capturar momentos especiales sobre todo después de la pandemia?
- ¿Adquirir ropa coordinada para toda la familia mejoraría la unidad familiar?



CAPÍTULO – 2

MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.

2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.

2.1. Definición conceptual de familia.

Conjunto de personas unidas por razones de consanguinidad, adopción o por aceptación, que comparten el mismo hogar. La misma constituye la unidad básica de toda sociedad.



Imagen No.1 Concepto de familia. Fuente: Elaboración propia (Juan García – Elba Mc Clean). imágenes de Pinterest.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), Familia es: “conjunto de personas que conviven bajo el mismo techo, organizadas en roles fijos (padre, madre, hermanos, etc.), con vínculos consanguíneos o no, con un modo de existencia económico y social comunes, con sentimientos afectivos que los unen y aglutinan”.

2.1.1. Origen de la Familia.

Muchos autores destacan, que es difícil establecer el origen exacto de la familia como tal. Pero para hacerlo debemos remontarnos a la prehistoria, en la cual se dio la unión de un hombre, una mujer y su prole a la cual había que criar y proteger. De esta

manera se organiza lo que podemos llamar familia primitiva, donde el varón en un principio tenía la mayor jerarquía y era quien se encargaba de conseguir el alimento y de proteger de los peligros a todos los miembros mientras que las mujeres se encargaban de la crianza y formación de los más pequeños.

2.1.2. Importancia de la Familia.

La familia es tan importante que es uno de los derechos humanos fundamentales, ya que todos tenemos derecho a tener una familia y es considerada un elemento natural, universal y fundamental de la sociedad. En la misma se educa, inculca y preserva la cultura y se transmiten valores.

2.1.3. Valores en la Familia.

Los valores en la familia son importantes para la preservación de esta, como unidad básica de la sociedad. Dentro de la familia se aprenden los valores que son un conjunto de prácticas, costumbres, creencias, principios entre otras que se transmiten entre sus miembros y se extienden de una generación a otra.

La familia es definitoria en la vida de los seres humanos. Definir esta categoría desde la axiología obliga a dilucidar si ella misma es un valor. Desde esta perspectiva se realiza un análisis de fuentes para la conceptualización del término familia y se responde a interrogantes cómo: ¿Es la familia un valor?, ¿Cómo ha avanzado la ciencia en la identificación de la familia como valor?, ¿De qué naturaleza son los elementos que permiten equiparar al más importante de los valores? Como resultado se aportan los fundamentos que permiten considerar a la familia como un valor en sí misma. (mayo y Feria, 2017).

Son muchos los valores que como persona debemos practicar a lo largo de nuestra vida, pero como familia encontramos algunos valores que deben estar presentes

siempre para lograr esa consolidación que todos queremos dentro de las mismas. Entre ellos podemos mencionar los siguientes:

- **Amor:** Son sentimientos que deben estar presentes en las familias para que pueda reinar la unidad y apoyarse unos a otros en todo momento.
- **Respeto:** Es un valor que nos impulsa a tratarnos con amabilidad y consideración. En la familia, fortalece el vínculo afectivo entre padres e hijos. Para establecer relaciones más sanas
- **Solidaridad:** Es el apoyo que se debe dar entre los miembros de la familia en todo momento de tal manera que sus miembros puedan sentir que cuentan con los otros en todo momento.
- **Unidad:** Es el sentimiento de que todos sus miembros forman parte de un todo, aunque cada uno tiene sus individualidades y necesidades, Es por eso que se crean rutinas diarias, tradiciones y celebraciones propias que acercan a los miembros de la familia, de tal manera que puedan sentirse felices y divertidos. Y estar en los buenos y malos momentos
- **Paciencia:** Aunque es difícil para todos, se debe cultivar cada cosa se debe en su tiempo y entender que todos los miembros de una familia son diferentes y respetar sus decisiones sin que esto signifique que se pueden quebrantar o desentender las reglas del núcleo familiar, tampoco es sinónimo de falta de carácter.
- **Responsabilidad:** Se trata del compromiso que tiene cada miembro de la familia, dentro de la misma y en la sociedad y su capacidad para cumplir con sus obligaciones de forma oportuna y eficaz, de acuerdo con su edad. Todos dentro de una familia tiene responsabilidades que debe cumplir.
- **Tolerancia:** Se establece cuando en la familia sus miembros son capaces de relacionarse con respeto aceptando las diferencias que existen en forma de

pensar, comportamiento y gustos. De esta manera reinará la paz y se pondrá en práctica dentro y fuera del entorno familiar.

- **Honestidad:** Se trata de hacer lo correcto. Implica respetar a los demás, no apropiarse de lo ajeno, decir la verdad. Es un valor que se va consolidando poco a poco con el ejemplo, pequeñas acciones y con reglas claras.

2.1.4. Tipos de Familias:

Existen diferentes tipos de familia y se definen de acuerdo con los miembros que la integran. Hoy día las formas de concebir los tipos de familia han cambiado mucho por razones sociales y culturales, básicamente.

Son tan diversas los tipos de familia, y se clasifican en los diferentes tipos como son:

- Familia nuclear: La forman el padre, la madre y los hijos.
- Familia extensa o tradicional: Además de padre, madre e hijos viven también abuelos, tíos, primos y otros parientes. Este tipo de familia es muy común en los hogares latinoamericanos.
- Familia monoparental: El o los hijos viven sólo con la madre o el padre. Hay otros casos en donde se ha dejado la crianza en manos de un abuelo abuela o una tía o tío.
- Familia homoparental: Se observa donde el o los hijos viven con parejas del mismo sexo.
- Familia de padres separados: En donde los padres comparten la crianza de los hijos en lugares diferentes y de forma alternada.
- Familia ensamblada, reconstituida o mixta: También la conocemos como familia compuesta ya que al divorciarse o el padre o la madre, esta forma una nueva

familia y sus miembros forman nuevos lazos en donde habrá hermanastras, hermanastros, madrastra, padrastro y de tener hijos serán hermanos.

- Familia de acogida: Los hijos en este tipo de familia son acogidos de forma temporal mientras se resuelve una situación del menor. Este tipo de familia se da hasta que las instituciones encargadas de adopción puedan colocarlo en un hogar definitivo.
- Familia sin hijos: Este caso puede darse por varias razones; porque no lograron concebir hijos, por qué decidieron no tener hijos o porque no quisieron gestionar una adopción al no poder tener los propios.
- Familia de personas mayores: En algún momento formaron parte de una familia de otro tipo, pero sus miembros formaron nuevos hogares y sólo quedan los adultos mayores, los cuales deben ser siempre supervisados para colaborar de una forma u otra con sus necesidades.
- Familia adoptiva: Es el tipo de familia en donde se le da la tutela de un menor a los padres después de cumplir con una serie de pasos y requisitos para asegurar una buena crianza para el menor.

Pueden darse de tres formas:

- Adopción plena: Los padres adoptivos tienen derechos legales sobre el menor adoptado y siempre y cuando cumpla con los requisitos para ejercerlos.
 - Adopción abierta: Los padres adoptivos tienen un acuerdo para que los padres biológicos se relacionen con el niño o niña adoptada.
 - Adopción cerrada: No hay contacto entre los padres biológicos y los adoptivos y tampoco pueden relacionarse con el niño o la niña.
- Otras.

2.2. Familia y vestido.

2.2.1. Historia del uso del vestido en las Familias.

Si nos remontamos a la Prehistoria, el hombre se vistió por la necesidad de cubrir su cuerpo de las inclemencias del tiempo (sol, lluvia, nieve) y para protegerlo de picaduras de insectos y superficies que lastimaban su piel. Al principio se cubría con pieles de animales sin tratar y más adelante descubre al tratarlas, antes de usarla obtenía mejores resultados y con huesos talla agujas y con tendones de animales cose sus primeros vestidos, calzados y bolsos de forma rupestre pero que cumplían con la finalidad buscada en ese momento. Más adelante uso fibras vegetales como el cáñamo, lino y algodón los cuales hilaba y tejía para lograr sus vestidos, también uso la lana, la alpaca y la vicuña pues al dejar de ser nómada, se dedica a la cría de animales para alimento y también para obtener material para hacer sus vestidos.

En todos estos procesos había una organización, ya que los hombres eran los encargados de la caza de los animales y las mujeres se encargaban del cuidado de los más pequeños y de algunas labores más domésticas entre ellas la confección de vestidos y el de agricultura y cría de animales de corral, cabe destacar que en esta sociedades la mujer tenía un papel importante en la toma decisiones y la comunidad formada por diferentes familias colaboraban entre sí, para hacer más fácil la sobrevivencia.



Imagen No.2 Vestidos en la Prehistoria. Elaboración: (El Blog de Sociales, septiembre 2020).

En la Edad Antigua el vestido evolucionó y vemos por ejemplo en el antiguo Egipto, como el vestido se usaba para diferenciar las diferentes capas sociales y por ende las familias, de tal manera que los de clase alta y los Faraones llevaban vestidos muy lujosos con muchos ornamentos de oro en todo el cuerpo mientras las familias de esclavos iban casi desnudas, solo los cubría un pedazo de tela lino.

Vemos que en muchas otras culturas como La antigua Grecia, Roma, China, India, Japón entre otras los vestidos eran usados para identificar la clase social a la cual pertenecía cada familia.

En algunas culturas, el vestido ha sido utilizado como una forma de expresión artística y creativa, donde se han utilizado diferentes materiales, colores y diseños para crear prendas únicas y distintivas. En otras representó una forma de identificación social, donde se han utilizado diferentes prendas para distinguir a las personas según su estatus social, género o edad.

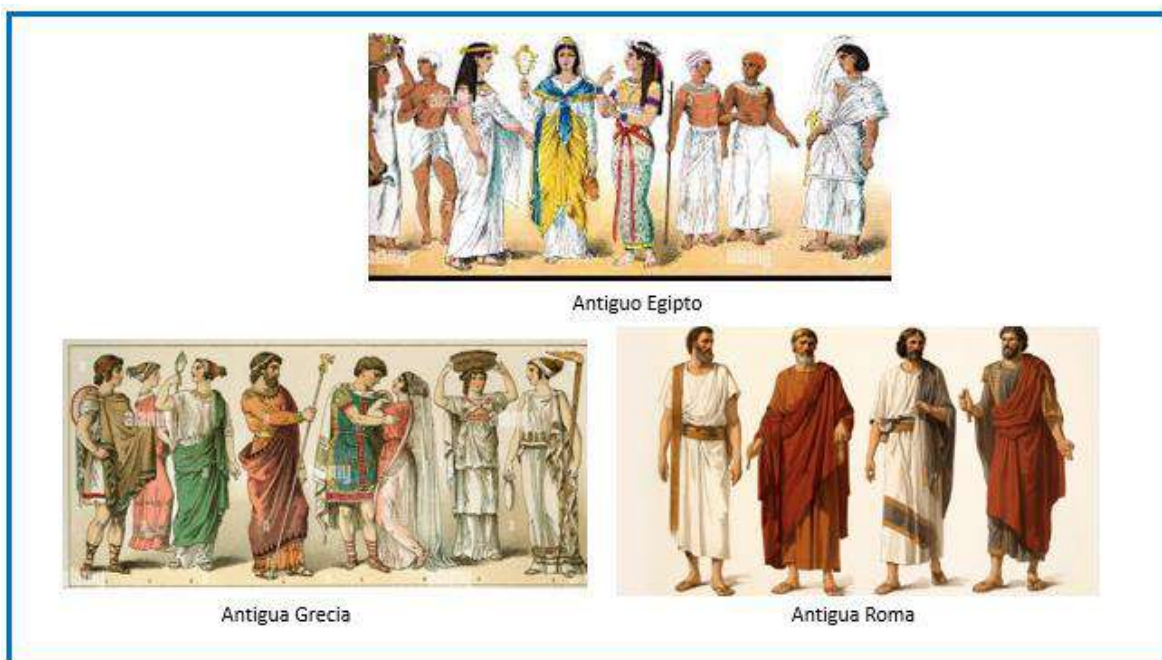


Imagen No.3 Vestidos de la Edad Antigua. Fuente: Elaboración propia (Juan García – Elba Mc Clean). Imágenes de Educa Historia 2023

En la Edad Media del siglo V al XIV, es una época de transición entre la moda y la vestimenta. Vemos cómo a través de los vestidos se reflejaba la posición social, creencias religiosas y la ocupación de las personas y por ende, sus familias. Los nobles y la realeza usaban vestidos con telas elaboradas y con colores brillantes mientras los campesinos y sus familias vestían con tejidos sencillos hechos con lana o lino.

En la Edad Moderna, del siglo XIV al XVII, fue una época de grandes cambios sobre todo en Europa. En cuanto a la moda y vestuario, se convirtió en una forma de demostrar riqueza y estatus social, como lo vemos en el Renacimiento, periodo en donde se da importancia al individualismo ya que se tomaba en cuenta la forma del cuerpo de las personas y cada cual podía escoger su ropa de acuerdo con sus necesidades. Más adelante durante el Periodo Barroco desde finales del siglo XVI hasta el XVIII, se caracterizó por la opulencia y detalles, además del uso de muchas joyas. Aunque era muy notable el estatus social de las personas y sus familias también se reflejaban ciertas normas y valores sociales en donde era valorada la modestia, por eso se cubría gran parte del cuerpo.

En la Edad contemporánea, que va desde el siglo XIX, hasta nuestros días, vemos que se establecen claramente los roles de acuerdo con el género y de cada uno, se da la liberación femenina en los años 60 y 70 y se da la moda unisex. También como en épocas anteriores el vestido ha sido una forma de expresión de las personas y sus familias y hasta nuestros días a través de estos se transmite costumbres valores culturales y familiares. Es una forma de comunicación propia de los seres humanos, a través de la cual se transmiten gustos y estilos de vida y que, además proporciona un sentido de pertenencia a un grupo.

2.2.2. Moda y Familia.

En el ámbito de la moda y la familia, se observa la misma diversidad. Algunos padres o madres prefieren que sus hijos vistan de manera idéntica, mientras que otros optan por que toda la familia lleve conjuntos coordinados. También hay quienes, de manera más reservada, evitan vestir igual en público, pero disfrutan llevando pijamas a juego

en la intimidad de su hogar. Todas estas combinaciones son importantes porque prima el respeto y la unión.

2.2.2.1. Ropa familiar a juego.

La tendencia de la ropa familiar a juego es una gran experiencia, desde la infancia hasta la adultez. Esta práctica está de moda y, en el transcurso de la vida, se crean momentos que quedan grabados en nuestras mentes y corazones. Estos instantes, que provocan sonrisas y fortalecen los lazos familiares, son inolvidables.

Vestir a los hijos de manera similar a los padres no es algo nuevo; es una ilusión que se remonta a muchos años atrás, cuando era más una fantasía que una realidad fácil de alcanzar. Antes, esto no estaba bien visto por los prejuicios sociales y la rigidez de la sociedad. Sin embargo, con la evolución de la sociedad y la superación de los prejuicios, muchas familias ahora disfrutan de la libertad de vestir a juego en la vida cotidiana, mostrando como en sus camisetas, la diversión en sus pantalones y el estilo en sus zapatos. La unidad familiar, expresada incluso en la vestimenta, es algo fascinante de presenciar.

2.2.2.2. Moda Matching.

Hoy día este tipo de tendencia algunos autores le llaman fenómeno en el ámbito de la moda se define como la práctica de vestirse de manera coordinada, ya sea en pareja, con hijos o como familia. Empieza a darse en el año 2000, pero con el uso más frecuente de las redes sociales se ha notado un resurgimiento de esta. Algunas personas de la realeza en los años ochenta ya los usaban y hoy lo hacen también los actores famosos, cantantes y los influencers.

2.2.2.3. Vestidos coordinados para la Familia.

Los vestidos coordinados son aquellos que te ofrecen la posibilidad de ser combinados con otros, pero que tienen algo en común, el color, los diseños, el estampado y hasta en estilos monocromáticos son de gran éxito, por lo general consta de dos prendas. En el caso de las familias estos looks se logran al integrar vestidos para la familia de una forma armónica, color, estampados, estilos, entre otras.



Imagen No. 4 Moda de familia. Fuente: Elaboración propia. (Juan García – Elba Mc Clean).
Imágenes de Pinterest.

2.3. Redes Sociales.

Las redes sociales son plataformas en línea que permiten a usuarios e instituciones conectarse y compartir contenido, como imágenes y videos, según sus intereses. Algunas redes populares incluyen WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y LinkedIn, cada una con sus propósitos específicos. Estas plataformas se han convertido en una parte integral de la vida moderna y han evolucionado significativamente desde sus inicios en la década de 1990.

La primera red social, surgida en 1994, se centraba en la agrupación de blogs por temas, pero ya no está en funcionamiento. En 1995, Classmates se fundó para conectar antiguos compañeros de clase. Luego, en 1997, Sixdegrees.com permitió la interacción y la formación de grupos de amigos, allanando el camino para redes como Messenger, LinkedIn y Facebook en los años siguientes.

“Classmates” es considerada la primera red social. Fue creada en 1995 por el estadounidense Randy Conrads. Esta red social buscaba conectar de manera virtual a ex compañeros de colegio y universidad. Como el proyecto fue exitoso, comenzaron a aparecer nuevas redes cuyo fin era reunir amigos y conocidos. En 1997 se creó SixDegrees, una red que permitía contactar a otros miembros de la red, crear un perfil, armar listas de amigos. SixDegrees se basó en la teoría de “seis grados de separación”, que afirma que todas las personas se encuentran a seis personas de distancia de cualquier otra persona del planeta. Esta red social estuvo activa hasta 2001. (Enciclopedia CONCEPTO 2023).

Las redes sociales tienen diversas utilidades. Además de ser plataformas de entretenimiento, también desempeñan un papel importante en la comunicación (en la familia, amigos y conocidos), el trabajo, la difusión de contenido y la colaboración en causas benéficas. Estas plataformas eliminan las barreras geográficas al facilitar la mensajería instantánea y las llamadas a través de Internet.

2.3.1. Redes Sociales más usadas en la actualidad.

Entre las redes sociales más usadas en la actualidad encontramos las siguientes:

- **WhatsApp:** Es la más usada por las personas ya que a través de móvil las personas se pueden comunicar de forma inmediata por textos, imágenes, notas de audio, video llamada y llamadas. Además, cada vez ofrece más opciones.
- **Facebook:** Es una de las redes que más atrae a las personas, por lo que es la más famosa. En ella se crean amigos para compartir; estados imágenes, videos y mensajes. Se comenta y se da «me gusta».

- **YouTube:** Es muy usada para compartir videos. Se usa para muchas cosas, para publicitar anuncios de empresas o personas que buscan que su producto sea visto por los usuarios de esta red. Muchas personas la usan para hacer videos de tutoriales, películas, canciones esto ha dado lugar a los famosos youtubers. Se comparte y se opina si le gusta o no.
- **Instagram:** Es una red social muy popular en la cual es posible una gama de opciones, como compartir fotos, videos de corta duración, opinar, dar «me gusta». Además, el usuario puede acompañar sus publicaciones siguiendo a otro de tal forma que se crea una cantidad de seguidores que hace que pueda usar esta red como forma de obtener ingresos y para hacer negocios rentables.
- **Twitter:** Se basa en publicaciones cortas con mensajes cortos de apenas 150 caracteres, máximo. Se usa para mantenerse informado de temas de actualidad. En esta red es posible opinar sobre el tema publicado.
- **LinkedIn:** Se usa para tener información sobre ofertas de trabajo y tener contactos con profesionales de diferentes ramas.
- **Tik Tok:** En esta se comparten videos cortos de 5 segundos a 3 minutos. Al principio se usó como entretenimiento, pero hoy día ofrece muchas posibilidades y la utilizan para posicionar marcas de forma auténtica y relevante.

2.3.2. Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales en las Familias.

2.3.2.1. Ventajas:

- Contacto con los miembros de la familia de forma constante. No solo a los que conviven en el hogar sino a los lejanos también.

- Se comparte el Internet y se promueve la confianza de los hijos con los padres, cuando necesitan ayuda. Los padres a su vez guían a sus hijos para que hagan buen uso de este para saber que buscar y que no.
- Los padres conocer a los amigos y compañeros de sus hijos, para establecer vínculos con los padres de estos y ver cómo se comportan en redes sociales.
- Se pueden compartir bonitos recuerdos de la familia de forma rápida y aunque estemos a distancia, en tiempo real (fotos, videos, audios).
- Para obtener información de la escuela y la universidad, hasta recibir clases a distancia de ser necesario.
- Comunicación con los entornos laborales para mantener a todos al día y conservar empleos y negocios.

2.3.2.2. Desventajas:

- Hace que se limite las publicaciones que se desean realizar al estar pendientes de lo que se publica o comparte en redes sociales se hace con mucho cuidado.
- Limitan las conversaciones entre los miembros de la familia. Tras la aparición de redes sociales ya se conversa muy poco hasta en momentos en los que está reunida como en las comidas del día, puede hasta reinar el silencio porque cada miembro está inmerso en alguna de ellas.
- Genera mucha distracción, lo que hace que prestemos menos atención a actividades de mayor importancia.
- Causa adicción, sobre todo en los niños y adolescentes, lo que conlleva a problemas en la interacción familiar al establecer reglas acerca del uso de las redes sociales.

- Pueden ser mal utilizadas al no supervisar el buen uso de estas.
- Pueden ser potencialmente peligrosas para todos los miembros de la familia si no se tiene el cuidado necesario al usarla. De esto se hablará en el siguiente punto.

2.3.3. Peligros en las Redes Sociales.

Si bien las redes sociales nos han traído a las personas y sus familias muchos beneficios, vemos que hay momentos en los que podemos estar en riesgo, al estar las mismas al alcance de muchas personas. Vemos que lo que compartimos y publicamos puede caer en manos de personas inescrupulosas, por la facilidad con la que información privada y confidencial, se hace pública.

Los peligros a los que podemos estar expuestos por el uso de las redes sociales son muchos, presentamos algunos de los más mencionados en la actualidad:

- **Daños en la reputación, abusos y ciberacoso:** En las redes muchos pedófilos y abusadores, valiéndose del anonimato, se ganan la confianza de sus víctimas, sobre todo niños y adolescentes para manipularlos y de esta manera lograr que compartan información personal o videos de carácter íntimos.

En cuanto al ciberacoso, la persona es acosada por otra que lastima su integridad personal hasta lograr tal grado de estrés que puede tener repercusión negativa en la autoestima y puede tener consecuencias hasta fatales. Por lo general es una persona conocida, aunque puede hacerlo desde el anonimato.

- **Fraudes, phishing y malware:** Los fraudes online engañan al usuario de redes, pero especialmente a los más pequeños. Consiste en un mensaje anunciando de un gran descuento o premio de una empresa o marca conocida. Como es fraudulenta es importante no abrir estas publicaciones. El malware o virus como lo conocemos se instalan en los dispositivos de terceros con el fin de dañarlo

para bloquear acceso a perfiles o para robar información privada. Los ataques phishing consiste en enviar mensajes a través de textos, llamadas, o sitios web para robar identidad y recolectar información confidencial sin que el propietario se dé cuenta.

- **Contenido inapropiado para menores:** Pueden estar siguiendo a influencers que tengan contenidos violentos o temas sexuales inapropiados. También en los videojuegos se dan contenidos violentos o sexuales al igual que en los chats.
- **Escasos Niveles de seguridad:** En redes sociales es difícil encontrar la forma de estar seguros. Todos somos blanco de peligros, pero sobre todo los adolescentes y niños.
- **Fake News:** No todas las noticias que vemos en redes sociales son ciertas deben surgir de una fuente confiable. No se debe propagar estas como ciertas sin antes confirmar su veracidad.

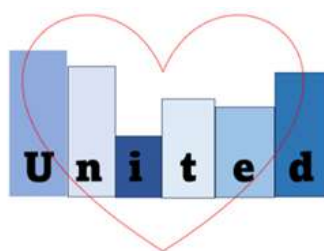
2.3.4. Recomendaciones para el uso de Redes Sociales en la Familia.

Todas las familias deben establecer reglas claras para poder sacar el mejor provecho de las redes sociales ya que estas nos ofrecen muchas posibilidades para sacar el mejor provecho de estas.

- Conversar sobre el tema de las ventajas, desventajas y peligros del uso de redes sociales.
- Se deben establecer reglas claras sobre el uso de las redes de tal forma que no se afecten las relaciones familiares.
- Ser cuidadosos en el contenido que se comparte y las personas a las que llegará.

- Tomar en cuenta las edades sugeridas para el uso de cada una de las redes sociales.
- Considerar la utilización de control parental, para frenar el uso excesivo de las redes sociales y para impedir que los niños y adolescentes tengan acceso a páginas con contenido inadecuado para ellos.
- Ilustrarse acerca de la ciberseguridad y los trucos básicos para proteger la identidad familiar online.
- Revisar los dispositivos de los más jóvenes de tal forma que puedan detectar grupos o personas que pueden ser inadecuados o peligrosos para ellos.

Algunos expertos recomiendan poner controles y filtros donde puedes ver cada foto que toman, inclusive que deshabilites las fotografías con tu operador de telefonía para que no puedan mandar ni recibir ninguna. En efecto, algunos filtros funcionan, pero en este caso es mejor explicarles las consecuencias, enseñarles a cuidarse y prepararlos para que su mejor filtro sea ellos mismos (Rosado, 2015).



CAPÍTULO – 3

MARCO METODOLÓGICO.

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. Diseño de la Investigación.

3.1.1. Tipo de Investigación.

La presente investigación de acuerdo con lo que se quiere alcanzar después del abordaje de información es de los siguientes tipos:

- **Tipo Exploratoria:** porque es un tema que se ha investigado poco o nada. Solo se han publicado algunos artículos en periódicos y revistas. Incluso en el banco de tesis de la Escuela de Diseño de Modas es un tema sin abordar.
- **Tipo Descriptiva:** Porque se describirán todos los componentes de la realidad del tema de estudio, se medirán variables para especificar datos de las comunidades, personas, grupos u objetos de estudio.
- **Tipo Aplicada:** Después del análisis de los datos recopilados se busca el conocer para hacer, para construir o para modificar. En este caso, para tener los insumos necesarios para la propuesta de diseño.

3.1.2. Enfoque de Investigación.

Se plantea el **enfoque cualitativo** ya que se realizan interpretaciones de entrevistas que pueden tener enfoques subjetivos al formular preguntas abiertas y se toma en cuenta el dato tal cual. También al observar las mercancías en las diferentes tiendas para registrar si hay o no vestidos que coordinen a toda la familia.

Además, en las encuestas encontramos una pregunta abierta, lo que nos permite enriquecer las opiniones de los consumidores al expresarse de manera más libre.

En relación con el **enfoque cuantitativo** también se ve evidenciado al ser necesario el levantamiento de datos donde se cuantifica en cifras para luego establecer porcentajes que nos permitan medir en números y gráficamente los resultados.

3.2. Fuentes de Información.

3.2.1. Fuentes Primarias.

En esta investigación contamos con fuentes de información primarias como grupos de personas de la comunidad, que serían los consumidores, los comercios que venden los productos. Estas fuentes serán necesarias para recolectar datos, después de aplicados los instrumentos.

3.2.2. Fuentes Secundarias.

Las fuentes secundarias nos proporcionan la información necesaria para obtener los conocimientos, definiciones y datos históricos para enriquecer la investigación. Para esto contamos con libros, artículos, revistas y periódicos además de documentos digitales entre otros.

3.3. Población, Universo y Muestra.

3.3.1. Población.

La población que aportó datos al estudio está segmentada en diferentes grupos, considerando los entornos de los procesos creativos, productivos, mercado y contexto. Se esboza la siguiente población:

Grupo 1: Personas que visitan diferentes Centros comerciales en la ciudad de Panamá. Para esto se visitó diferentes Centros comerciales como: Albrook Mall, Los Pueblos, El Dorado y Multiplaza. Se tomó una muestra aleatoria de personas que visitaban cada centro comercial en 15 minutos, por una de las entradas de cada uno, obteniendo los siguientes resultados:

- Albrook Mall: 140 personas en 15 minutos.
- El Dorado Mall: 117 personas en 15 minutos.

- Los Pueblos: 96 personas en 15 minutos.
- Multiplaza: 75 personas en 15 minutos.

Esto nos dio un total de 428 lo que representa nuestra población para el estudio.

Grupo 2: Escuela Vocacional Especial (EVE), del Instituto Panameño de Rehabilitación Especial (IPHE). Al personal Directivo, docente y administrativo del centro educativo. Son un total de 109 de colaboradores.

Grupo 3: Albrook Mall. Se seleccionaron las tiendas por departamento que ofrecen ropa para toda la familia. Son un total de 9 tiendas, las cuales fuimos a observar para cotejar.

POBLACIÓN			
	GRUPOS	DENOMINACIÓN	CARACTERÍSTICAS
1	Consumidores Personas en centros comerciales.	Público en general.	Visitan diferentes centros y son consumidores de ropa como parte de la sociedad.
2	Consumidores Personal de la (EVE).	Profesionales varios.	Trabajan en diferentes oficios y son consumidores de ropa como parte de la sociedad.
3	Comercio Centros comerciales que venden rop.	Centro comercial de la ciudad de Panamá.	Tiendas de departamentos que ofrecen vestidos para toda la familia.

Cuadro No 1 grupos, denominación y características. Fuente: Elaboración propia (Juan García y Elba Mc Clean).

3.3.2. Universo y Muestra.

En la recolección de datos se han considerado tres grupos de poblaciones, los cuales intervienen de diferentes formas en los procesos que conllevan al diseño, producción, mercadeo y consumidores.

Grupo 1- Personas en centros comerciales. Teniendo claro nuestra población seleccionada de forma aleatoria para el estudio, seleccionamos una muestra del 30% de estas, de las cuales podemos explicar cada una de ellas así:

- Albrook Mall población de 140, muestra de 42 personas.
- Dorado Mall población de 117, muestra de 35 personas.
- Los Pueblos de 96, muestra de 28.8 personas.
- Multiplaza población de 75, muestra de 22.5 personas.

Esto nos da una muestra total de 128 personas.

Grupo 2- Colaboradores de la E.V.E. La población total es de 109 colaboradores de las cuales se seleccionó el 70% lo que da una muestra total de 76 personas.

Grupo 3- Tiendas por departamentos de la ciudad de Panamá, seleccionaron un total de 8, y se cotejó en las 8 tiendas, lo que representa el 100% de las seleccionadas.

En el siguiente cuadro se plantea el universo y la muestra para el levantamiento de los datos en cada una de la población objeto del estudio:

UNIVERSO Y MUESTRA			
POBLACIÓN	UNIVERSO	MUESTRA	
		#	%
1. Consumidores Personas en centros comerciales.	428	128	30.3%
2. Consumidores Personal de la (EVE).	109	76	70%
3. Comercios Tiendas de departamentos que ofrecen vestidos.	8	8	100%

Cuadro No 2 Universo y muestra. Fuente elaboración propia (Juan García y Elba Mc Clean).

3.4. Variables.

3.4.1. Conceptualización de las Variables.

Variable Independiente: El diseño de vestidos coordinados para toda la familia y de acuerdo con las tendencias de la moda.

Las familias panameñas deben tener acceso en el mercado local, a vestidos con diseños coordinados para toda la familia para satisfacer algunas de sus necesidades.

Variable Dependiente: Contribuye a proyectar valores, ideologías familiares y la identificación de la burbuja familiar.

Hoy día gracias a las redes sociales las familias proyectan su cohesión por medio de fotos, videos y algunas plataformas que nos permiten vernos de lejos en tiempo real y más en estos momentos en los que debemos estar claros que permanecer cerca de nuestra burbuja familia es lo que puede evitar los contagios.

3.4.2. Definición Operacional de las Variables.

Variable Independiente: El diseño de vestidos coordinados para toda la familia y de acuerdo las tendencias de la moda.

Cada vez son más las actualizaciones que se hacen en temas de la moda ya que sabemos que en cuanto al diseño, este debe ser siempre funcional y suplir muchas de las necesidades de los consumidores.

Hoy día se necesita un diseño que no solo sea consciente con el medio ambiente y todo lo demás, sino que sea capaz de modificar los estilos de vida de las personas, pero para mejorarlas, pero sobre todo en cuanto a sus relaciones con su entorno, llámese; familia, amigos, comunidad, animales o mejor dicho, con todo el medio ambiente que lo rodee.

No podemos negar que vestir a toda la familia de forma coordinada es una moda que de una manera u otra siempre ha estado, pero hoy más que nunca y con las redes sociales se hace más evidente y se siente la necesidad de este tipo de ropa en los diferentes consumidores de todas las edades.

Variable Dependiente: contribuye a proyectar valores ideologías de sus miembros y la identificación de la burbuja social.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES			
VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS
El diseño de vestidos coordinados para toda la familia y de acuerdo con las tendencias de la moda.	-Tiendas por departamentos.	-Falta de vestidos coordinados para la familia.	Las tiendas por departamentos ofrecen vestidos coordinados para toda la familia.
			Es rentable para una tienda ofrecer vestidos coordinados para toda la familia.
			Las personas preguntan por este tipo de vestuario para toda la familia.
	-Consumidores Grupos familiares.	-Diseños que tomen en cuenta a toda la familia.	Están dispuestas las tiendas por departamentos a ofrecer vestidos coordinados para toda la familia.
			Para diseñar se toman en cuenta las características propias de nuestro país.
			Han confeccionado vestidos coordinados para toda la familia.
VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS
Contribuye a proyectar valores, ideologías familiares y la identificación de la burbuja social.	Consumidores Grupos familiares.	-Necesidad de adquirir vestidos coordinados para toda la familia.	Las familias sienten la necesidad de adquirir vestidos coordinados.
			En qué momentos necesitan adquirir estos vestidos coordinados.
			El uso de vestidos coordinados contribuye a proyectarse como una familia unida.
		-Proyección de unión.	Le gustaría subir fotos en las redes con la familia vestida de forma coordinada.
			Es de utilidad la identificación de la burbuja social en estos tiempos.
			Será divertido para la familia identificar a sus miembros vestidos de forma coordinada.
		-Identificar la burbuja familiar.	

Cuadro No 3 Operacionalización de las variables Fuente: Elaboración propia (Juan García y Elba Mc Clean).

3.4.3. Instrumentalización de las Variables.

INSTRUMENTALIZACIÓN DE LAS VARIABLES				
Objetivos generales	Objetivos Específicos	Indicadores	Instrumentos	Fuentes
- Determinar las causas de la dificultad para encontrar colecciones de vestidos coordinados para grupos familiares en el mercado local.	Detallar las causas de la falta de vestidos coordinados para toda la familia en el mercado local.	-Pocos vestidos coordinados para las familias.	-Hoja de encuesta -Hoja de cotejo.	Tiendas por departamentos.
	- Identificar el grado de necesidad que tienen las personas de adquirir prendas de vestir coordinadas para toda la familia.	- Necesidad de estas prendas de vestir.	-Hoja de Encuesta.	-Consumidores.
	Enlistar para qué ocasiones utiliza en vestidos coordinados para toda la familia.	-Utilización de este tipo de vestuario	Hoja de encuesta.	-Consumidores.
	Señalar el tipo de vestidos que se consideran más importantes para coordinar.	Tipología de vestuario que más se coordina.	-Hoja de encuesta -Hoja de cotejo.	-Consumidores -Tiendas por departamentos..
-. Diseñar una colección de vestidos coordinados para grupos familiares.	- Proponer diseños de vestidos coordinados para toda la familia, cómodos y que sean apropiados para identificar a la familia sin necesidad de uniformarla.	-Coordinados con diseños cómodos -Identificar burbuja familiar.	-Hoja de encuesta.	-Consumidores.
	Confeccionar una colección de vestidos coordinados para toda la familia que tome en cuenta las corrientes actuales y futuras de la moda.	-Diseños de acuerdo a las corrientes actuales de moda.	-Hoja de encuesta.	-Consumidores.

Cuadro No 4 Instrumentalización de las variables. Fuente: Elaboración propia (Juan García y Elba Mc Clean).

3.5. Técnicas e Instrumentos.

Para la investigación se han seleccionado técnicas y e instrumentos más convenientes para cada población o muestra que aportará datos a la misma, para luego ser validados, analizados e interpretados de acuerdo a toda la sustentación que se hizo al principio de este trabajo.

3.5.1. Técnicas.

Entre las técnicas tenemos la encuesta, y la observación. Estas fueron de gran utilidad como procedimientos para obtener datos o información importante que aporte para el desarrollo de la investigación.

- Encuestas: se aplicaron encuestas a los consumidores dentro de los mismos centros comerciales y al personal administrativo, docente y técnico de la Escuela Vocacional Especial, como consumidores también.
- Observación: primero de páginas web y luego en el mismo sitio en tiendas por departamentos de algunos centros comerciales de la ciudad de Panamá.

3.5.2. Instrumentos.

Los instrumentos utilizados fueron las hojas de encuesta y tablas de cotejo. Ya que serán los medios necesarios para recolectar la información.

- Hojas de encuestas: las cuales fueron aplicadas a un grupo en línea y a otro en el sitio ya que en los centros comerciales era más factible de esa manera. Se hizo a través de preguntas preparadas en base a nuestro trabajo de investigación para recolectar la información de interés, y al final tenían la opción de opinar o agregar algo si estaban en disposición de hacerlo.
- Hojas de cotejo: para recoger información acerca la venta de vestidos coordinados para grupos familiares en los diferentes departamentos de tiendas que ofrecen ropa para toda la familia.

Cotejo del alcance de los objetivos			
Objetivos específicos	Items		
	Instrumento 1	Instrumento 2	Instrumento 3
Identificar el grado de necesidad que tienen las personas de adquirir prendas de vestir coordinada para sus familias.	2,3	4,5,6	Todos
Detallar las causas por las que se demandan vestidos coordinados para grupos familiares ante la realidad del contexto en el mercado local y si es posible encontrarlos.	3,4	4,5,6	Todos
Establecer los patrones ideológicos que mayormente desean transmitir los usuarios de prendas de vestir coordinadas donde la vestimenta es el canal del mensaje en el lenguaje de la moda.	3,4	6,7,8	Todos
Proponer un concepto de diseño de vestidos coordinados para grupos familiares que proyecte la ideología e identifique a las familias como burbujas sociales ante la realidad del contexto panameño.	3, 4	6, 7,9	Todos
Enlistar la tipología y las características de la vestimenta coordinada para el grupo familiar mayormente requerido por las familias.		9	Todos
Estimar el impacto en la recepción del mensaje ante la proyección de la imagen familiar con el uso de vestimenta coordinada.	2,5,6	4,6,7,8	Todos

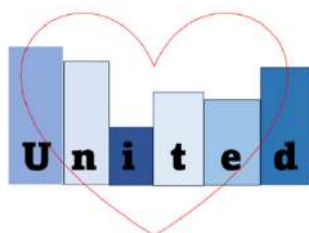
Cuadro No 5 Cotejo del alcance de los objetivos. Fuente: Elaboración propia (Juan García – Elba Mc Clean).

3.6. Procedimientos.

La información obtenida en las encuestas y las hojas de cotejo permitió que luego de apoyarnos en aplicaciones en línea pudiéramos obtener resultados para apoyar nuestro estudio, por medio de gráficos e informes contenidos en cuadros que nos permitan visualizar de forma efectiva, ordenada y correlacional, los resultados de la investigación para llegar a conclusiones y recomendaciones correspondientes.

3.7. Validación de Instrumentos.

Todos los instrumentos utilizados para la recolección de los datos fueron validados por especialistas en investigación y en las áreas profesionales vinculadas con el problema de investigación.



CAPÍTULO – 4

ANÁLISIS, RESULTADOS Y HALLAZGOS.

4. ANÁLISIS, RESULTADOS Y HALLAZGOS.

4.1. Análisis de la Investigación.

Para lograr los objetivos planteados en este estudio, se muestran resultados luego de analizados los datos recolectados con la colaboración de consumidores que visitan los centros comerciales de la ciudad de Panamá y también se pudo cotejar en centros comerciales, específicamente tiendas por departamentos en el comercio local, para obtener resultados para las propuestas.

La recolección de datos se centró primero en consumidores que asisten a cuatro centros comerciales importantes de la Ciudad de Panamá como son: El Centro Comercial El Dorado, Multiplaza, Albrook Mall y El Centro Comercial Los Pueblos.

Al principio se intentó que los consumidores en centros comerciales aceptarán el documento online pero fue más factible hacerlo de forma rápida y con preguntas muy cortas.

Recibimos los aportes de una población que ofreció más elementos para enriquecer la investigación; el personal administrativo, técnico y docente de la Escuela Vocacional Especial. Son consumidores y encontramos diferentes edades, sexos, profesiones entre otras características útiles para el levantamiento de datos.

Por medio de una Lista de Cotejo se obtuvo información valiosa acerca de tiendas por departamentos ubicadas en Centros Comerciales de la ciudad de Panamá. Se cotejo si tenían en sus diferentes departamentos: bebés, niños, niñas, damas, caballeros), vestidos coordinados para grupos familiares y de ser así para que ocasión lo ofrecen.

4.2. Descripción de Datos.

Se aplicaron encuestas a la muestra primaria, es decir, a los consumidores en Centros Comerciales de la Ciudad de Panamá, la cual contenía el formulario con preguntas que se hizo en el lugar para la recopilación de los datos ya que las personas se les dificulta dar su número de celular para contestar el formulario de Google, se hicieron

algunas, pero al final se tomaban los datos y luego se enviaban al formulario para obtener resultados inmediatos.

La hoja de encuesta contenía preguntas que tenían que ver con la necesidad de adquirir es tipo de vestidos y la aceptación de esa tendencia dentro del público, así como, sus opiniones sobre la proyección de valores de este y si estos son de fácil adquisición o no.

También se aplicó encuestas a el personal de la Escuela Vocacional Especial, a los cuales se les agrego datos como la edad, cargo, también se les preguntó acerca de la tipología de vestuario que preferían para vestir de forma coordinada a toda la familia.

En los dos casos se terminó con una pregunta abierta, la cual era su opinión acerca del tema tratado. En este caso se obtuvieron datos interesantes los cuales presentamos al final en dos tablas.

4.2.1. Instrumento N°1

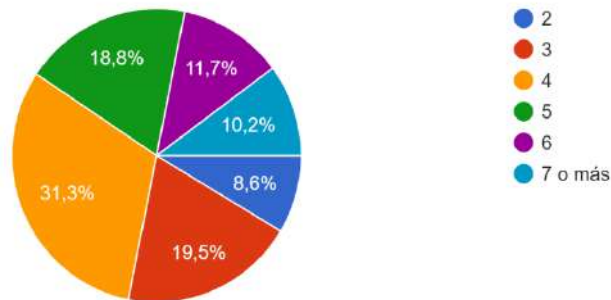
Cuestionario aplicado a consumidores que visitan Centros comerciales en la ciudad de Panamá, para saber su opinión acerca de los vestidos coordinados para grupos familiares. Consta de (6) preguntas cerradas para obtener sus opiniones acerca de esta línea de productos; si lo han tenido necesidad de adquirirlo, lo que proyecta su uso, y si le seria de utilidad, si es accesible en el mercado local y finalmente, (1) pregunta abierta en la cual se le pide que comenten sobre el tema en cuestión.

- La pregunta No.1 abre el compás para el resto de estas, habla de la cantidad de miembros de la familia de la persona encuestada.
- La pregunta No.2, 3 y 4 tratan sobre la necesidad de usar ese tipo de vestuario, lo que proyecta y si es de utilidad para la identificación de las familias.

- La pregunta No.5 y 6 se refieren a la disposición de la persona para subir fotos de su familia usando este tipo de vestuario y la posibilidad de encontrarlo en el mercado local.
- En la pregunta No.7 se le pide su opinión sobre el tema.

**DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS POR PREGUNTAS A PERSONAS (CONSUMIDORES)
EN CENTROS COMERCIALES.**

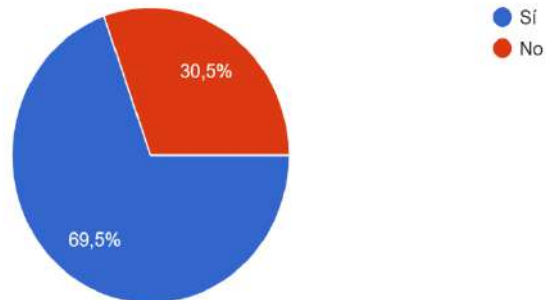
1. ¿Cuántos miembros tiene su familia?



Gráfica No.1 Cantidad de Miembros de la familia Fuente: Consumidores en centros comerciales.

- El 31.3% tiene una familia de 4 miembros.
- El 19.5% tiene una familia de 3 miembros.
- El 18.8% tiene una familia de 5 miembros.
- El 11.7% tiene una familia de 6 miembros.
- El 10.2% tiene una familia de 7 miembros o más.
- El 8.6% tiene una familia de 2 miembros.

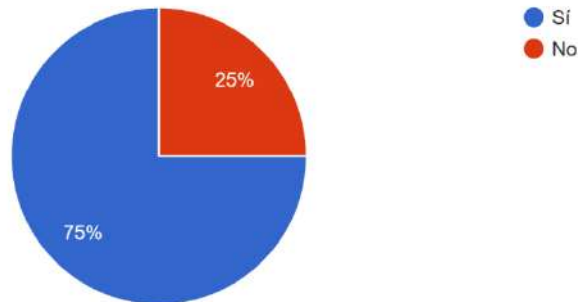
2. ¿Alguna vez ha tenido la necesidad de adquirir vestidos coordinados para todos?



Gráfica No.2 Nivel de necesidad de adquirir vestidos coordinados para todos consumidores en centros comerciales.

- El 69.5% respondió que sí ha tenido la necesidad de adquirir vestidos coordinados para su familia.
- El 30.5% respondió que no ha tenido necesidad de adquirir vestidos coordinados para la familia.

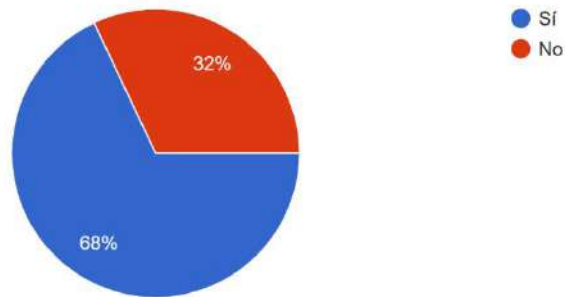
3. ¿Considera usted que vestir de forma coordinada contribuye a proyectarse como una familia donde hay amor y unidad?



**Gráfica No.3 Nivel de contribución para proyectar amor y unidad. Fuente:
Consumidores en Centros comerciales.**

- El 75% de los encuestados opina que sí contribuye a proyectarse como una familia donde hay amor y unidad.
- El 25% de los encuestados opina que no contribuye a proyectarse como una familia donde hay amor y unidad.

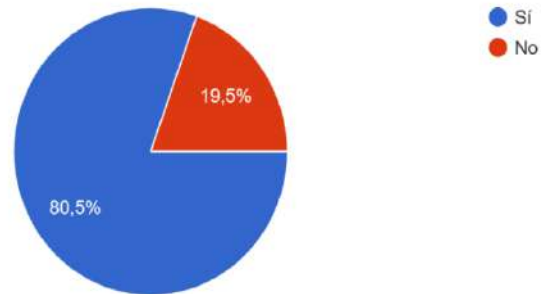
4. ¿Cree usted que es de utilidad la identificación de la burbuja social, en estos tiempos y en el futuro?



Gráfica No.4 Nivel de utilidad para la identificación de la burbuja social ahora y en el futuro. Fuente: Consumidores en Centros comerciales.

- El 68% de los encuestados opinan que sí es de utilidad.
- El 32% de los encuestados opina que no es de utilidad.

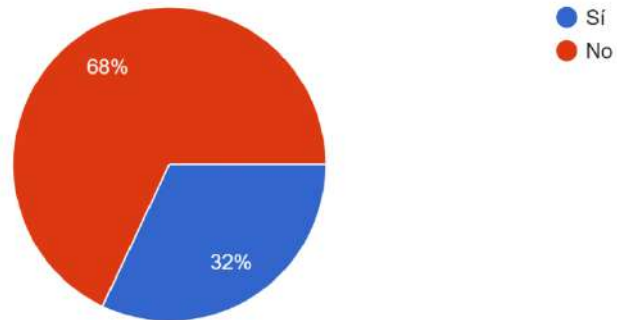
5. Le gustaría; ¿enviar, compartir o subir fotos de su familia vestida de forma coordinada?



Gráfica No.5 Nivel de disposición para subir fotos de su familia vestida de forma coordinada Fuente: Consumidores en Centros comerciales.

- El 80.5% de los encuestados respondió que sí las subiría.
- El 19.5% de los encuestados respondió que no las subiría.

6. ¿Considera usted que en las tiendas por departamentos de nuestro país se ofrecen vestidos coordinados para toda la familia?



Gráfica No.6 Nivel de surtido de vestidos coordinados en las tiendas por departamentos del país. Fuente: Consumidores en Centros Comerciales.

- El 68 % de los encuestados opinan que no ofrecen este tipo de vestidos.
- El 32% de los encuestados opinan que si lo ofrecen.

7. ¿Desea comentar algo?

Se presentan las respuestas en un cuadro donde seleccionan algunos de los comentarios, sean negativos o positivos, ya que los encuestados eran libres de emitir sus respuestas.

Pregunta No.7	Comentarios
	En nuestro país deben ofrecer este tipo de ropa.
	Es una manera divertida de vestirse y demostrar unidad.
	He comprado suéteres y he mandado a hacerles grabados; el problema es que me tengo que conformar con el estilo del suéter.
	Hacer entender y reflexionar que al estar coordinados en vestimenta no significa unidad o paz en la familia.
	Felicidades por la iniciativa, eso ayuda a que el panameño consuma productos locales, ya que siempre optan por pedirlos por internet.
	Cuando los hijos son pequeños la familia para una ocasión especial puede coordinarse, ya adolescentes o adultos es más difícil.
	No soy mucho de vestir coordinado...creo en la individualidad de los seres humanos.
	Vestirse coordinados es ocasional, no es una forma de proyectar amor y unidad de la familia; es superficial.
	Sería bueno que en más tiendas hubiese en todas las tallas ropas coordinadas.
	Me encanta, solo en Navidad.
	Por qué gastar tanto en vestidos. No me parece bueno para el ambiente. Hay que ponerse lo que tienes y ya.
	Las redes sociales están acabando los valores de la familia.
	A veces buscamos y no encontramos, pero igual nos vestimos, aunque sea del mismo color.
	A lo mejor lo haga en algún momento para tener una foto de recuerdo.
	Esas son cosas copiadas de China y E.U. Debemos ser más originales. Un día nos informarán a todos y seremos solo un número.
	Para vestirse coordinado sale mejor pedir la ropa por internet.

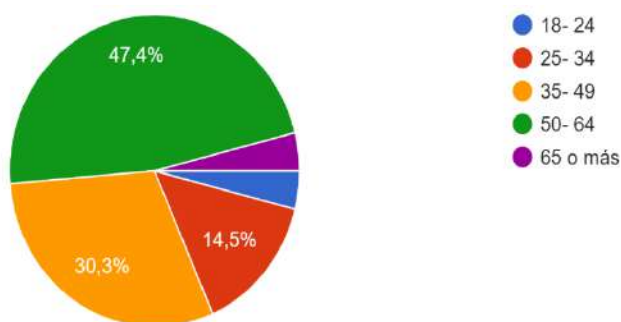
4.2.2. Instrumento N°2

Cuestionario aplicado al personal directivo, administrativo, técnico y docente de la Escuela Vocacional Especial, aplicado para saber su opinión acerca de los vestidos coordinados para grupos familiares. Consta de (10) preguntas cerradas para obtener sus opiniones acerca de esta línea de productos; se inicia estableciendo sus rangos de edades y su cargo dentro de la institución, si han tenido necesidad de adquirirlo, lo que proyecta su uso, y si le sería de utilidad, la tipología que prefieren coordinar, si es accesible en el mercado local y finalmente, (1) pregunta abierta en la cual se le pide que comenten sobre el tema en cuestión.

- Las preguntas No.1, 2 y 3 son preguntas personales como son; el rango de edad, el cargo dentro de la institución, y la cantidad de miembros de la familia del encuestado.
- Las preguntas No. 4 y 5 nos dan información de si han tenido la necesidad de usar este tipo de vestuario y en qué ocasión.
- Las preguntas No.6 y 7 se refieren a si vestir a la familia de esta forma proyecta valores como el amor y la unidad y si es de utilidad para identificar a la burbuja.
- Las preguntas No. 8 hablan acerca de la disponibilidad de subir fotos a las redes sociales.
- Las preguntas No. 9 y 10 indagan el tipo de vestuario que les gustaría coordinar y si están disponibles en el mercado local.

**DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS POR PREGUNTAS AL PERSONAL
DE LA ESCUELA VOCACIONAL ESPECIAL (E.V.E).**

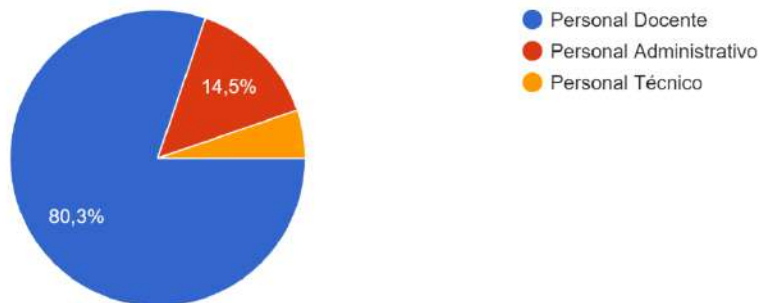
1. Edad



Gráfica No.1: Nivel de rangos de edades. Fuente: Personal de la (E.V.E.).

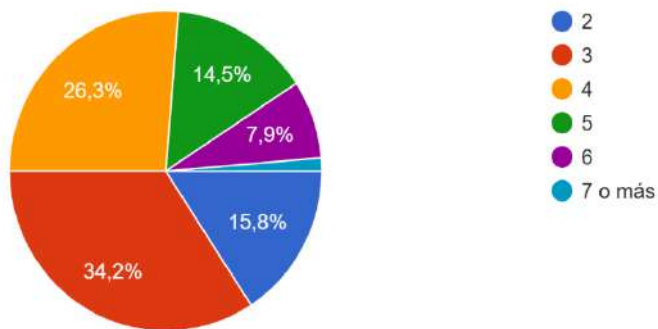
- El 47.4% de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 50 a 64 años.
- El 30.3% de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 35 a 49 años.
- El 14.5% de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 25 a 37 años.
- El 4.6% de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 65 o más.
- El 3.2 % de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 18 a 24 años.

2. Cargo actual.



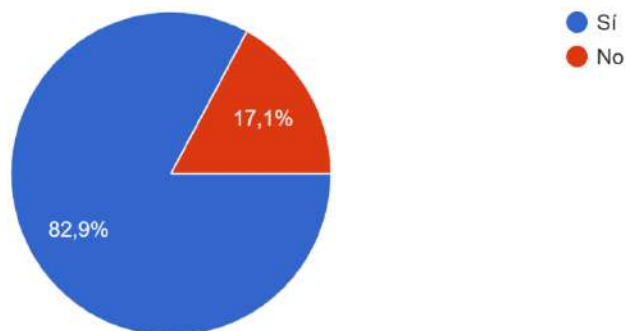
Gráfica No.2 Cargo dentro de la escuela. Fuente: personal de la (E.V.E.).

- El 80.3 % de los encuestados es parte del personal docente de la escuela.
- El 14.5 % de los encuestados es parte del personal administrativo de la escuela.
- El 5.2 % de los encuestados es parte del personal técnico de la escuela.

3. ¿Cuántos miembros tiene su familia? (con los que vive).**Gráfica No.3: Cantidad de miembros de la familia. Fuente: Personal de la (E.V.E.)**

- El 34.2% de los encuestados dice que su familia tiene 3 miembros.
- El 26.3% de los encuestados dice que su familia tiene 4 miembros.
- El 15.8% de los encuestados dice que su familia tiene 2 miembros.
- El 14.5% de los encuestados dice que su familia tiene 5 miembros.
- El 7.9% de los encuestados dice que su familia tiene 6 miembros.
- El % de los encuestados dice que su familia tiene 7 o más miembros.

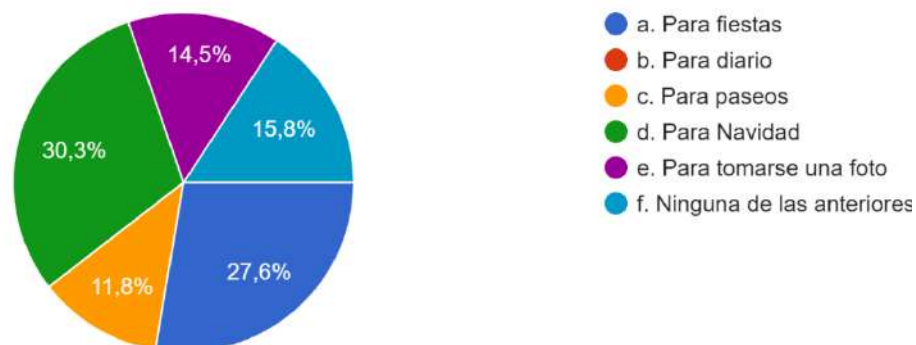
4. ¿Alguna vez usted y su familia han usado vestidos coordinados para grupos familiares?



Gráfica No.4: Nivel de uso de vestidos coordinados para grupos familiares. Fuente: (Personal de la (E.V.E.).

- El 82.9% de los encuestados han usado vestidos coordinados para grupos familiares.
- El 17.1% de los encuestados no han usado vestidos coordinados para grupos familiares.

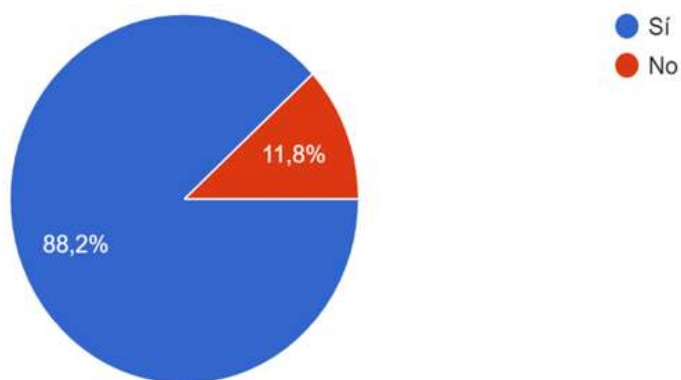
5. ¿En qué ocasiones han tenido la necesidad de adquirir vestidos coordinados para grupos familiares?



Gráfica No.5: Ocasiones para la que ha necesitado vestidos coordinados para grupos familiares. Fuente: Personal de la (E.V.E.).

- El 30.3% de los encuestados opinan que necesitaron vestidos coordinados para grupos familiares, para navidad.
- El 27.6% de los encuestados opinan que necesitaron vestidos coordinados para grupos familiares, para fiestas.
- El 15.8% de los encuestados opinan que no han tenido necesidad en ninguna ocasión.
- El 14.5% de los encuestados opina que necesitan vestidos coordinados para grupos familiares para tomarse una foto.
- El 11.8% de los encuestados opinan que necesitaron vestidos coordinados para grupos familiares, para paseos.

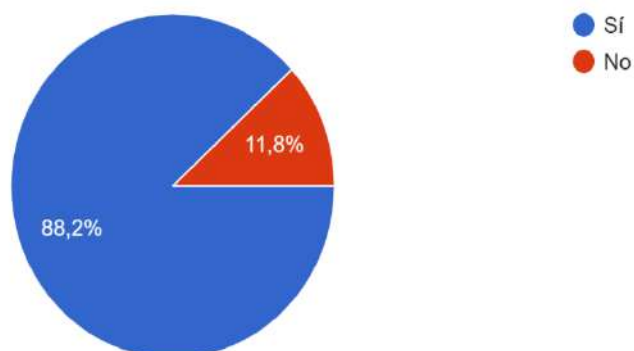
6. ¿Considera usted que vestir de forma coordinada contribuye a proyectarse como una familia donde hay amor y unidad?



Gráfica No 6: Nivel de contribución para proyectarse como una familia donde hay amor y unidad. Fuente: Personal de la (E.V.E.).

- El 88.2% de los encuestados opina. que sí contribuye.
- El 11.8 % de los encuestados opina que no contribuye.

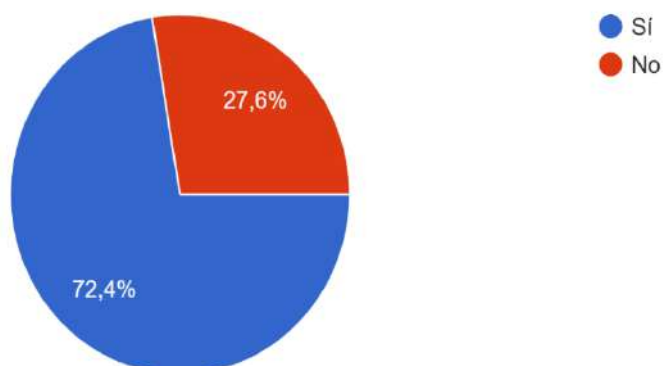
7. ¿Cree usted que es de utilidad la identificación de la burbuja social, en estos tiempos y en el futuro?



Gráfica No.7: Nivel de utilidad de la identificación de la burbuja social en estos tiempos y en el futuro. Fuente: Personal de la (E.V.E).

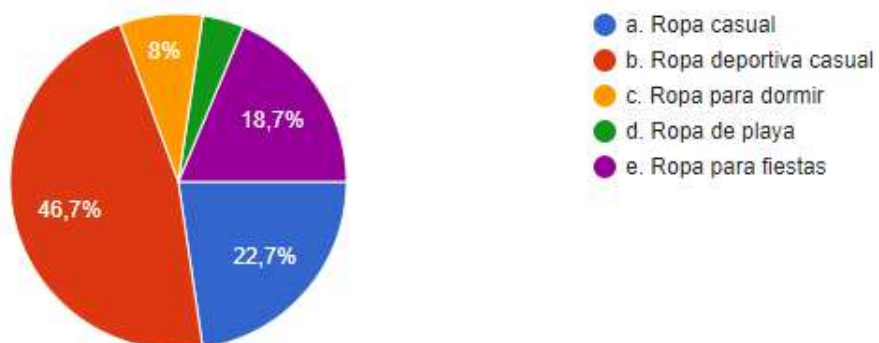
- El 88.2% de los encuestados opinaron que sí es de utilidad.
- El 11.8% de los encuestados opinaron que no es de utilidad.

8. ¿Le gustaría enviar, compartir o subir fotos de la familia vestida de forma coordinada?



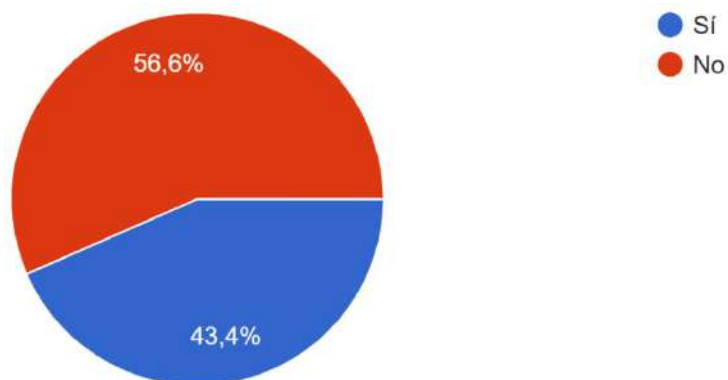
Gráfica No.8: Nivel de disponibilidad de subir fotos de la familia vestida de forma coordinada. Fuente: Personal de la (E.V.E.).

- El 72.4% de los encuestados dice que si le gustaría subir fotos con la familia vestida de forma coordinada.
- El 27.6% de los encuestados dice que no le gustaría subir fotos con la familia vestida de forma coordinada.

9. ¿Qué tipo de vestuario utilizará para vestir coordinada a toda la familia?**Gráfica No.9: Tipo de vestuario que utilizará para vestir coordinada a toda la familia.****Fuente: Personal de la (E. V.E.).**

- El 46.7% de los encuestados dice que utilizará ropa deportiva casual.
- El 22.7% de los encuestados dice que utilizará ropa casual.
- El 18.7% de los encuestados dice que utilizará ropa de fiestas.
- El 8% de los encuestados dice que utilizará ropa para dormir.
- El 3.9% de los encuestados dice que utilizará ropa de playa.

10. ¿Considera usted que, en las tiendas por departamentos de nuestro país, se ofrecen vestidos coordinados para la familia?



Gráfica No.10: Nivel de ofrecimiento en las tiendas por departamentos de nuestro país, vestidos coordinados para la familia. Fuente: Personal de la (E.V.E.).

- El 56.6% de las personas encuestadas respondieron que no ofrecen estos vestidos.
- El 43.4% de las personas encuestadas respondieron que sí ofrecen estos vestidos.

11. ¿Desea comentar algo?

Se presentan las respuestas en un cuadro donde seleccionan algunos de los comentarios, sean negativos o positivos, ya que los encuestados eran libres de emitir sus respuestas.

Pregunta No.11	Comentarios
	Sería interesante brindar propuestas relacionadas a los atuendos coordinados en diferentes prendas.
	Cuando las familias son numerosas, son prácticos los vestuarios iguales, cuando acudimos a lugares con frecuencia.
	Es necesario más opciones en los centros comerciales.
	Por el tipo de personalidad de cada miembro de la familia, es difícil utilizar vestimentas coordinadas.
	Me gustaría que este tipo de ropa esté en el país, para no comprar en Amazon.
	En nuestra familia acostumbramos a combinar las prendas de vestir en cabalgatas, para navidad y carnavales.
	Por seguridad no subiría fotos en redes sociales.
	En mi experiencia en paseos, el estar vestidos iguales contribuye a identificar a la familia.
	En lo personal no me gusta vestir coordinado ya que cada familia es única y diferente.

	En el mercado encontramos estos vestidos, pero no todas las tallas.
	Las tiendas solo ofrecen pijamas para navidad.
	Hay que buscar y si se consigue coordinar el vestuario para las familias.
	No creo que sea necesario coordinar el vestuario como familia, es algo opcional.
	Usar la misma ropa en familia deja fotos hermosas y recuerdos para siempre.
	He visto en algunos almacenes para mamás y niños.
	Desconocía el término vestidos coordinados.

4.2.3. Instrumento N° 3 – Hoja de Cotejo Aplicada a los Comercios.

Se cotejó en tiendas por departamentos que ofrecen vestidos para los diferentes miembros de la familia se realizó en diferentes tiendas con esas características obteniendo un total de (8) tiendas en donde queríamos observar si ofrecían prendas de vestir coordinadas para grupos familiares y si estaban en los diferentes departamentos además queríamos saber para qué ocasiones eran las prendas ofertadas y si había opciones que tomaran en cuenta las edades de los diferentes miembros de la familia. También nos importaba saber los temas o temporadas del año. Obtuvimos los siguientes resultados:

HOJA DE COTEJO APLICADA A TIENDAS POR DEPARTAMENTOS	
TIENDA O ALMACÉN	OFRECE
1.Conway	Si ofrece En los departamentos de bebé, niños, niña, damas y caballeros. Pijamas navideños: Temas o estampados: Santa Claus, nieve, regalos, elfos.
2.Dorians	Si ofrece Departamento de bebé, niños, niñas, damas y caballeros. Pijamas Navideños. Temas o estampados: Santa Claus, regalos y nieve.
3.El Costo	Si ofrece Departamento de niños, niñas, damas y caballeros. Pijamas Navideños. Temas o estampados: Santa Claus, muñeco de nieve Renos, pingüinos, regalos.
4.El Titán	Si ofrece Departamento de niños, niñas, damas y caballeros. Pijamas Navideños. Temas o estampados: Santa Claus, muñeco de nieve Renos, regalos, galleta de jengibre.
5.La Onda	Si ofrece Departamentos de niños, niñas, damas y caballeros. Pijamas navideños. Temas o estampados: renos, nieve.
6. Machetazo	Si ofrece Departamentos de bebe, niños, niñas, damas y caballeros. Pijamas navideños. Temas o estampados: renos, nieve. Santa Claus.
7.Madison	Si ofrece Departamentos de niños, niñas, damas y caballeros Pijamas navideños. Temas o estampados: renos, nieve.
8.Stevens	Si ofrece Departamentos de niños, niñas, damas y caballeros. Pijamas navideños. Temas o estampados: Mickey Mouse, arbolito. ❖ Por temporadas ofrece vestidos de baño, conjuntos coordinados con algún tema específico, Disney.

Cuadro No.6 Hoja de cotejo aplicada a Tiendas por Departamentos. Fuente: Elaboración Propia (Elba Mc Clean).

4.3. Resultados de la Investigación.

Después de aplicar dos cuestionarios a consumidores y una lista de cotejo a tiendas por departamento para la realización de la presente investigación, los resultados obtenidos se pueden detallar, resaltando los resultados más altos obtenidos en el caso de las encuestas y evidenciando lo que obtuvimos al cotejar información en las tiendas por departamentos.

4.3.1. Cuestionario Aplicado a Consumidores en Centros Comerciales.

De los datos recolectados, procesados y estudiados, se presentan los siguientes resultados; la mayoría de las personas encuestadas tiene familias 3 o 4 miembros y mucho de ellos han tenido la necesidad de obtener ropa coordinada para toda la familia. La mayoría de los encuestados opinan que sí contribuye a proyectarse como una familia unida y donde hay amor. Un porcentaje alto contestaron que es de utilidad en estos momentos y en el futuro y estarían dispuestos a compartir o enviar fotos de la familia vestida de forma coordinada. Mucho de los encuestados confirmaron que en nuestro país no se ofrece mucho ese tipo de vestuario.

4.3.2. Cuestionario al Personal Directivo, Administrativo, Técnico y Docente de la Escuela Vocacional Especial.

El personal de la E.V.E. contestaron las encuestas y los datos recolectados, procesados y estudiados se presentan los siguientes resultados; la mayoría de los encuestados oscilan en edades de 50 a 64 años y el otro grupo con alto porcentaje es de 35 a 49 años, los encuestados fueron en su gran mayoría docentes y la mayoría dice tener familia de 3 o 4 miembros. En cuanto a la experiencia en el uso de este tipo de vestuario la gran mayoría lo han experimentado sobre todo para navidad y para fiestas y la mayoría opina que sí contribuye a proyectarse como una familia donde se practican valores como el amor y la unidad también contestaron mayormente que es de utilidad para la identificación de la burbuja social ahora y en el futuro. A muchos de

los encuestados les gustaría compartir fotos de la familia, con la familia y más de la mitad se inclina por la ropa deportiva casual y consideran que en las tiendas del país es difícil encontrar vestidos coordinados para la familia.

4.3.3. Lista de Cotejo Aplicado a Tiendas por Departamento en la Ciudad de Panamá.

Se cotejó en varias tiendas en donde se observa y se toma nota de lo que tiene el mercado local en cuanto a estos vestidos coordinados. Y estos son los resultados; todas las tiendas ofertan estos vestidos para navidad, en los departamentos de niños, niñas, damas y caballeros, pocos ofrecen para bebés, lo que se observa son sólo pijamas en su gran mayoría, con temas como, Santa Claus, nieve, arbolitos, galletas de jengibre, cajas de regalos entre otras que hacen alusión a la navidad. Solo en una tienda se observa y se toma nota que ofrecen vestidos para grupos familiares de otro tipo como ropa de playa, conjunto deportivos y casuales y lo presentan en grupo para que sepan lo que se está ofertando.

4.4. Hallazgos de Investigación.

El resultado de la investigación nos muestra que en la actualidad muchas personas demandan vestidos coordinados para grupos familiares, aunque saben que las opciones son limitadas en cuanto a su adquisición ya que se ofertan sólo pijamas.

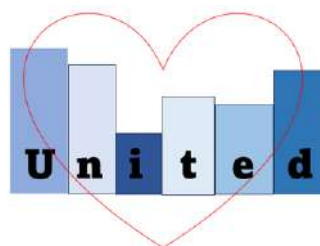
- Es un tipo de vestuario que las personas han usado más en Navidad y para fiestas, colocándose un suéter con un tema en común. Y es que no encuentran variedad en cuanto a tipología y estilo.
- Para personas este tipo de vestuario sirve para proyectarse como familias donde reina el amor y la unidad.

- Los consumidores estarían dispuestos a enviar, compartir, y subir fotos de su familia con vestidos coordinados, para identificar la burbuja familiar y a algunos les parece hasta un buen recuerdo.
- Se muestran resultados que nos permitirán Diseñar una colección en la cual sus miembros utilicen vestidos coordinados para grupos familiares con una tipología deportiva casual ya que los datos así lo indican.
- Las personas tienen muchas opiniones con respecto al tema unos a favor otros en contra, por ejemplo; unos opinan que a través de la ropa no se , practican valores, mientras otros opinan que sí, Algunos piensan que en Amazon la encuentran y ya, mientras otros dicen que en el mercados local se deben ofrecer opciones y hay personas que opinan que son patrones copiados de afuera y otros dicen que las fotos son un bonito recuerdo para siempre.
- Para el diseño de la colección se debe tomar en cuenta todos los miembros de la familia desde el más pequeño hasta el de más edad.

Con este estudio se confirma la hipótesis, ya que en los resultados nos indica que:

El diseño de vestidos coordinados para grupos familiares de acuerdo con las tendencias de moda contribuye a proyectar valores, ideologías familiares y la identificación de la burbuja familiar, porque las personas lo conciben así.

CAPÍTULO – 5



LA PROPUESTA.

5. PROPUESTA.

La propuesta consiste en una colección de vestidos coordinados que considere a todos los miembros de la familia, Es importante aclarar que si bien, se trata de identificar, no uniformar a la familia, ya que encontraremos en cada prenda algo diferente por las características de cada persona a la que va dirigida cada pieza, sin perder el diseño, los colores, los textiles entre otros, que hacen que la colección sea apreciada como parte de un todo coordinado.

Al coordinar vestidos para toda la familia es necesario tomar en cuenta la edad y morfología de cada uno de sus integrantes, así como los colores y el diseño acordes con lo que dicta la moda actual.

5.1. Fundamentación de la Propuesta.

Sabemos que como profesionales del diseño de vestuario debemos proponer soluciones para que las familias proyecten a través de sus vestimentas; la unidad, y otros valores como el amor tolerancia, respeto, solidaridad entre otras. Es por esto que esta propuesta busca visibilizar todos estos valores para que las familias sean concebidas como un todo en donde se toma en cuenta las características de cada uno de los miembros que la conforman. Aportando soluciones para que en muchas ocasiones puedan vestirse coordinadamente, no solo en navidad y en cumpleaños.

5.2. Propósito de la Propuesta.

5.2.1. Propósito General:

- Diseñar una línea de vestidos coordinados para toda la familia, para proyectar la unidad y otros valores que deben reinar en la misma. Tomando en cuenta las características propias de cada miembro.

5.2.2. Propósito Específico:

- Facilitar la visualización de vestidos que unifique a la familia.
- Tomar en cuenta las diferentes edades de los miembros de la familia para diseñar vestidos funcionales para cada miembro, buscando siempre que se vean como parte de un todo.
- Proporcionar mediante el diseño prendas casuales, coordinadas basadas en lo que dicta las tendencias de la moda.
- Implementar el uso de vestidos casuales para grupos familiares para diferentes ocasiones.

5.3. Parte 1 - Problema de Diseño.

5.3.1. El Problema.

La problemática de diseño de esta propuesta está dirigida a lograr que las familias se vean unificadas, sin que esto signifique tengan que estar vestidos exactamente igual sino un diseño que los enmarque como un todo a través de elementos como el diseño, formas, colores, estampados y que por supuesto tome en cuenta a cada uno de los miembros que la componen, así como las características e intereses de cada uno. Todo será posible gracias a la investigación y análisis de datos que obtuvimos en las diferentes tiendas y con los usuarios.

Son pocas las tiendas que ofertan vestidos para vestir a la familia de forma coordinada. Los vestidos que se pueden adquirir en la actualidad ofrecen poca variedad de piezas y no hay para tallas desde bebés hasta adultos mayores. Cabe destacar que lo ofrecen son una gran variedad de pijamas, cuando se acerca la época navideña, y los mismos no reflejan nuestras costumbres en Navidad ya que sus temas son siempre temas que corresponden a otras culturas (Santa Claus, Duendes, Elfos, Grinch, Copos de nieve entre otros) y no el nacimiento de Jesús.

En algunas tiendas vemos una o dos colecciones al año de vestidos de baño que, si puede ser para toda la familia, pero sería bueno que destacaron vestidos para otras ocasiones más casuales y de fiesta de ser posible.

Algunas familias para lograr vestir a su familia de forma coordinada recurren a estampar suéter y gorras, pero todos grandes y chicos se visten igual sin tomar en cuenta las características propias de cada edad.

5.3.2. Análisis del Problema de Diseño.



Esquema No.1 Árbol del problema. Fuente: Elaboración propia (Juan García y Elba Mc Clean).

5.3.3. Aspectos del Target del Usuario.

Los usuarios son los miembros de la familia que les gusta celebrar cada acontecimiento por simple que sea, un paseo, una fiesta, ir al cine, graduaciones, la toma de una foto familiar entre otras. Sus miembros están actualizados por lo tanto usan las redes sociales más usadas como; Facebook, Instagram, WhatsApp y lo hacen de forma responsable, cuidando cada detalle para proyectar a través de ellas, la unión de la familia y los valores que practican.



Imagen No. 5 Target del usuario. Fuente: Periódico El Mundo 2021.

1. **Género:** Masculino y femenino.
2. **Edad:** 0-80 años.
3. **Ubicación:** Ciudad de Panamá.
4. **Clase social:** Todas.
5. **Actividades:** Fiestas, paseos, salidas a comer, idas a cine, sesiones fotográficas entre otras.
6. **Ocupación:** Estudiantes, trabajadores en diferentes actividades, jubilados.
7. **Siluetas:** Variedad de siluetas. De acuerdo con las características de cada miembro de la familia. Pero las siluetas A y H son bastantes funcionales en este caso.
8. **Morfología de cuerpo humano:** En las familias existen diferentes tipos de cuerpos y se toman en cuenta para el diseño de las prendas.
9. **Características del diseño de las prendas:** Son prendas que se caracterizan por ser utilitarias al tener muchos bolsillos, además se pueden combinar con otras prendas de tal manera que sirvan para otra ocasión. Todas con las características de cada uno de los miembros de la familia.
10. **Función y manipulación de las prendas:** Cada prenda está confeccionada para durar ya que sus los materiales y las costuras cumplen ese fin y de esta

manera puede hasta pasar de una generación a otra. Cada pieza se lava con facilidad, aunque necesita algo de tiempo para secarse.

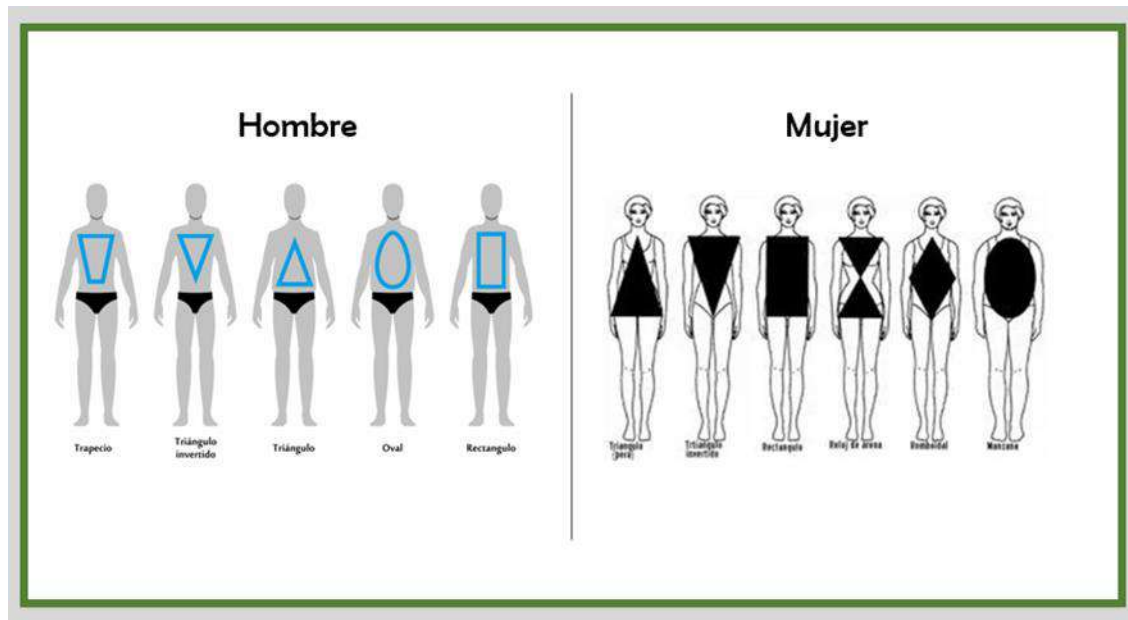
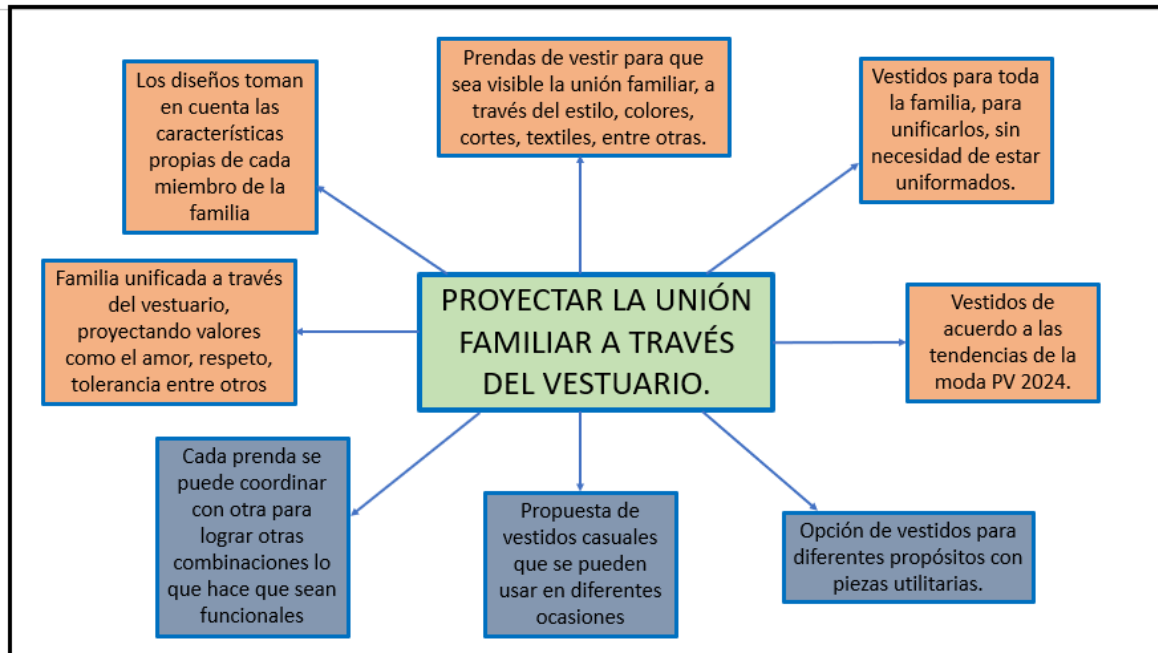


Imagen No. 6 Tipos de cuerpos Fuente: Elaboración propia (Juan García – Elba Mc Clean). Imágenes de Pinterest.

5.3.4. Propuesta de Solución.

Mediante esta propuesta se pretende proyectar una imagen de unión familiar, sin que las piezas de cada familia sean exactamente iguales y tomando en cuenta las características de cada uno de sus miembros que van desde bebés hasta adultos mayores. Todo esto se logrará mediante diseños, colores, estampado, estilos, tipología de vestuario y todo basado en una fuente de inspiración caso arquitectónica para lograr diseños funcionales que hagan ver a la familia como un todo respetando las edades de cada uno.

Todo esto para que le sirva en ocasiones más casuales y con las cuales puedan lograr otros coordinados en el futuro. Cada prenda de vestir tiene la característica de ser utilitarias por el estilo de estas lo que es de gran conveniencia por la gran cantidad de bolsillos, lo que hace que todos estén de acuerdo a lo que dictan las tendencias de la moda primavera-verano 2024.



Esquema No. 2 Árbol de solución. Fuente: Elaboración propia (Juan García y Elba Mc Clean).

5.4. Parte 2 – Criterios del Diseño.

5.4.1. Línea de Productos.

Es una línea de vestidos coordinados para grupos familiares con diseños que permiten proyectar a la familia con una imagen de unidad, respetando la edad de cada uno de sus miembros, en los mismos encontraremos complementos que enriquecen la propuesta. Toda la colección consta de doce (12) conjuntos coordinados en los cuales se ofrecen alternativas de diseños para cuatro (4) familias, de tres (3) miembros cada una y en la misma podemos observar piezas como pantalones largos, pantalones cortos, chaquetas, camisas, vestidos, overoles, faldas. Toda la colección está inspirada en una fuente arquitectónica, un majestuoso edificio ubicado en Costa del Este Panamá, el cual es la Torre del Banco Panamá.

- a. TIPOLOGÍA DE VESTUARIO: Al ser prendas para toda la familia y dado los resultados de nuestra investigación la tipología de vestuario será deportivo casual ya que son de gran utilidad en muchos momentos de la vida familiar, las mismas se pueden usar para diferentes ocasiones, ya que son versátiles

y algo elegante sin caer en un lujo excesivo, siguiendo las tendencias de la moda en cuanto a estilo, materiales y colores.

- b. SILUETAS DE LAS PRENDAS DE VESTIR: La silueta de la colección es rectangular ya que es la más apropiada para cuando se presentan colecciones para personas con diferentes edades y morfología de cuerpos. En algunas prendas es notable algún grado de ajuste, pero de una forma muy sutil.

5.4.2. Pronóstico de Tendencia.

A pocos años de pasada la pandemia que azotó a la población mundial y que nos hizo replantear el significado de la unidad familiar, nos vemos aún en la necesidad de tener cada vez más momentos significativos junto a nuestras familias y amigos.

Y es que las personas al principio casi no celebraban, o tenían momentos para celebrar cada momento ya que estábamos muy pendientes de lo que para porque estábamos en un escenario en donde la muerte nos rodeaba, las personas se vestían para ir estar en casa, para ir al super, ir al médico, o para teletrabajar.

Hoy día, contra todo pronóstico las personas han vuelto a la moda, a vestirse para lucir bellos, y más en familia. Esto es notable en los desfiles de modas de las grandes capitales de moda, según la revista Vogue entre otras, lo que se usará para primavera verano del 2024 son: las faldas cortas, el oro, colores neutros, transparencias, lo militar, los multi bolsillos, pantalones muy cortos en forma de bragas, vestidos anchos estilos baby doll, camisas blancas y el denim por mencionar algunos.

Sabemos que se mantenía la tendencia del lujo silencioso, pero hoy están mostrando piezas menos sencillas y que le hacen honor a la alegría que tenemos de estar vivos y tenemos esperanza de un futuro mejor. Todo esto sin olvidar que debemos cuidar nuestro medioambiente y usar cada vez más, una moda sostenible.



Moodboard 1. Pronóstico de Tendencias. Fuente Elaboración propia (Juan García y Elba Mc Clean.

5.4.2.1. TENDENCIAS APLICADAS A LA PROPUESTA DE LAS COLECCIONES.

Entre las características de los pronósticos investigados están basados en la búsqueda de una moda que sea funcional, con detalles utilitarios y multiusos que las prenda puedan usarse con otras y lograr outfit acertados.

Es importante el uso de un consumismo frugal en donde cada vez apostamos más al cuidado de nuestro ambiente buscando soluciones para el bienestar de las personas y sus familias.



Moodboard 2. Tendencias aplicadas a la propuesta de colecciones Fuente: Elaboración propia (Juan García – Elba Mc Clean).

En esta propuesta vemos el uso de los bolsillos como elemento distintivo de la colección ya que ha sido muy usado en las calles proyectado como tendencia y en varios desfiles de moda en el 2023.

La explosión de los bolsillos ya no solo está en los pantalones cargo: esta temporada, camisas, bermudas, trenchs, vestidos y hasta el calzado tiene múltiples bolsillos. Los pantalones cargo que fueron tendencia en invierno siguen vigentes y ya no solo en denim, pantalones sastres o de gabardina ultra sueltos de tiro bien bajo y llenos de bolsillos fueron los más vistos en la semana de la moda de las grandes ciudades fashion. Las camisas van ahora con bolsillos con solapa grandes en pecho y brazos, dando lugar a una silueta amplia y looks relajados. (Góndola, 2023).

5.4.3. Estilo.

El estilo militar es el seleccionado para esta propuesta, ya que él mismo ha sido utilizado desde hace tiempo, pero cada vez se transforma presentando prendas con una elegancia sutil y el tema se presta para ser utilizado por grupos familiares para lograr un look de impacto.

El uniforme militar se usa desde los Romanos con sus Centuriones vestidos de cuero, espada, su casco con pelo de caballo y plumas. En la edad media se cubrían su cuerpo con armaduras de metal con el escudo de armas de la familia la cual los distinguía a que clase social pertenecía.

Desde sus orígenes, en el siglo XVII, y a lo largo de la historia, el uniforme militar ha constituido el conjunto de prendas de vestir que han usado los componentes de los grandes ejércitos nacionales para diferenciarse entre sí y del resto de los ciudadanos. Esta diferenciación está originada por varias causas. (Medina, 2011).

El camuflaje en los uniformes militares se ha usado para pasar desapercibido y mezclarse con el ambiente que rodea al soldado para no ser visualizado ni por tierra ni desde el aire. Se dice que su uso se remonta a la segunda guerra mundial, hoy vemos como ha tenido cambios este estampado hasta llegar a los más usados hoy que son los de pixeles. Sus colores tienen que ver con los de la tierra, la vegetación. El uniforme militar se convierte en estilo militar en los años veinte, por la fascinación que sentían las élites europeas por África y empiezan a usar las camisas kakis en los safaris por ese continente. Más adelante, en la década del sesenta, se toma la costura parisina y varias casas de moda muestran este estilo.

Funcional, unisex, de corte estricto pero ligera, la prenda proporcionaba a quien la portase un aire de explorador envidiable que la alta costura parisina supo aprovechar en 1967, cuando el estilo safari inundó las colecciones primavera-verano de Yves Saint-Laurent o Nina Ricci, entre otros. Para entonces, la moda ya se había cubierto de kaki y de estampados de camuflaje bajo el influjo de la Primera Guerra Mundial. Fashion Network 2016.

Desde 1970 hasta nuestros días vemos que el estilo militar ha estado presente de una forma u otra en las diferentes colecciones de moda presentadas por temporadas en las capitales de la moda y se proyecta como un estilo fuerte para la temporada primavera verano 2024.



Moodboard 3. Estilo Militar. Fuente: Elaboración propia (Juan García – Elba McClean).

5.4.4. Fuente de Inspiración

Nuestro medio ambiente nos ofrece una gran variedad de elementos que observamos con gran admiración sobre todo al darnos cuenta cómo todo cambia en todo momento. Al emplear el estilo militar en las prendas, se emplea como fuente de inspiración, un elemento arquitectónico en la cual es notable su simplicidad pero que a la vez se ve imponente y hace que al observar detalladamente se sienta mucho respeto por los detalles que, ante los ojos del observador, hace verlo como una construcción muy planificada.

La inspiración se tomó de la Torre Banco Panamá, ubicada en Costa del Este en la ciudad de Panamá, corregimiento de Juan Díaz. Es un edificio construido en el año 2011 por Herreros Arquitectos, el cual consta de 4 edificios.

Programáticamente, la sección de la torre se organiza como el apilado escalonado de cuatro edificios independientes. El primero recibe a la ciudad en planta baja con las oficinas bancarias sobre las que se levanta el aparcamiento de seis plantas. Los tres restantes son prismas de diferentes dimensiones que se van retranqueando respecto del anterior liberando sendas terrazas que se reparten las orientaciones y las vistas sobre el mar y el Centro Histórico. (Herreros, 2011).



Imagen No.7 Fuente de inspiración Arquitectónica, Torre Banco Panamá.: Elaboración propia (Juan García – Elba McClean). Imágenes de Herreros Arquitectos.

Gracias a este edificio, se muestran en los diseños, la rigidez de lo militar junto a el ritmo, el equilibrio, simetría y asimetría, (forma y tonalidades de las ventanas, tamaño de los edificios, la vegetación, el concreto y el medio ambiente que lo rodea). Cada elemento que forman parte de la fuente de inspiración y que han sido de gran utilidad para esta colección.

La envolvente se resuelve con un muro cortina alimentado con vidrios de diferentes tonalidades y transparencias que introducen un factor aleatorio y vibrante en la lectura, no solo por el juego entre opacidad aparente y reflexión sino también por la ambigüedad escalar del elemento tipo que no coincide con ninguna línea horizontal obvia del edificio. Ello impide la lectura del programa desde el exterior e introduce en el interior una diversidad de cotas de los alféizares de gran dinamismo espacial. (Herreros 2011).



Moodboard 4 Análisis de la Fuente de Inspiración (formas, texturas, colores, elementos)
Fuente: elaboración propia (Juan García – Elba Mc Clean). Imágenes de Herreros Arquitectos

5.4.5. Paleta de Colores de la Colección.

Durante el proceso creativo es de gran importancia el color. En esta propuesta los colores tienen que ver mucho con el estilo militar y los colores que lo identifican, junto a otros colores que forman parte del entorno natural y artificial: como la tierra, la vegetación, el cielo, el concreto y otras. De tal manera que es una paleta en tonos, verdes, tierra, ocre y grises que de una manera u otra son atemporales y siempre estarán dentro de la paleta de color de cada temporada, cada uno con el acento que se le quiere dar, de acuerdo con lo que dicta la moda en estos momentos.

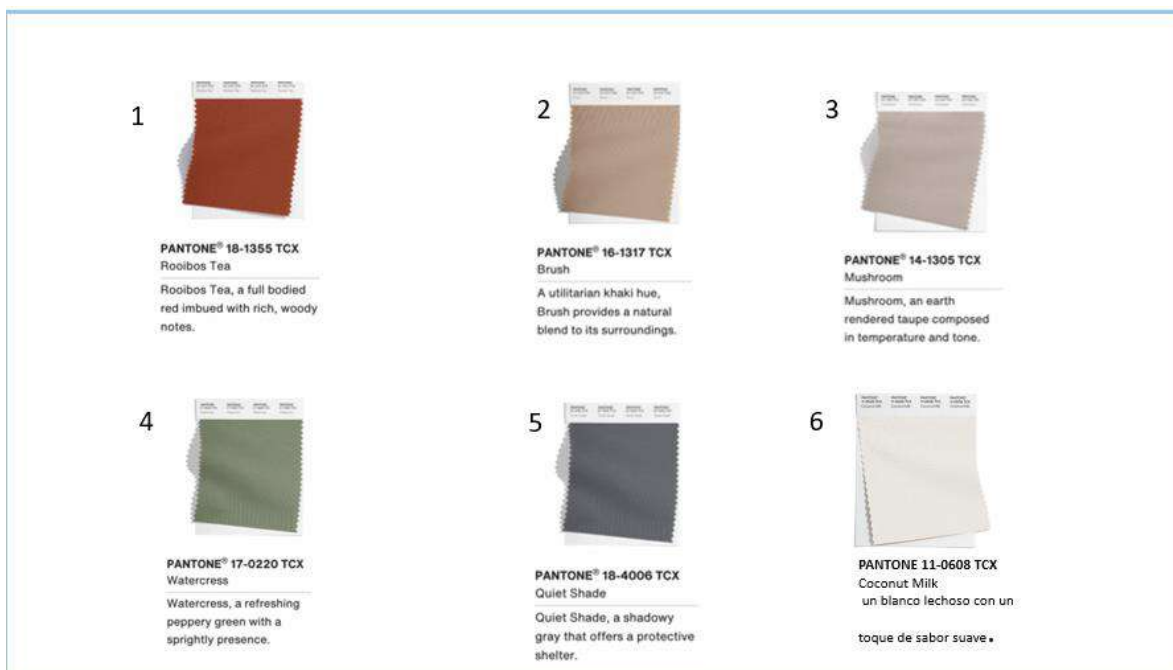


Imagen No. 8 Paleta de color Colección UNITED. Fuente: Elaboración propia. (Juan García y Elba Mc Clean). Imágenes de Pantone

1. Rooibos tea Pantone 18-1355 TCX: Un tinto con mucho cuerpo imbuido en ricas notas amaderadas.
2. Brush Pantone 16-1317 TCX: Un tono caqui utilitario proporciona una mezcla natural con su entorno.
3. Mushroom Pantone 14-1305 TCX: Una tierra de color topo compuesta en temperatura y tono.

4. Watercress Pantone 17-0220 TCX: Un refrescante verde picante con una presencia vivaz.
5. Quiet Shade Pantone 18-4006 TCX: Un gris sombrío que ofrece refugio protector.
6. Coconut Milk PANTONE 11-0608 TCX: Un blanco lechoso con un toque de sabor suave.

5.4.6. Paleta Textil e Insumos.

En la colección se presentan diferentes textiles que hacen que la misma ofrezca variedad para que sea útil al consumidor y también se seleccionaron los insumos necesarios para que cada pieza cumpla con los estándares de comodidad y durabilidad los cuales debe ofrecer.

5.4.6.1. Textiles.

En el diseño de modas es de fundamental importancia el material textil con el que se trabaja cada pieza, para que se observe un buen acabado para que sea cómodo para el cuerpo de quien lo va a usar y por supuesto agradable a la vista de la persona y los demás. También debe ser duradero para que pueda ser usado por largo tiempo y así no caer en un excesivo consumismo, lo que es amigable con nuestro medio ambiente. Esta propuesta presenta y recomienda tres tipos de textiles utilizados hoy para prendas casuales, estos son: Manta Drill, Scall americano y RipStop liso y de camuflaje.

Manta Drill: Un tejido con texturas de pequeños canales diagonales de algodón crudo. Permite confeccionar muchas prendas y accesorios presentadas con mucha presencia y durabilidad.

Scall americano: Pertenece a la gran variedad de poli algodones, por lo general está constituido de un 65% de algodón y 35% de poliéster y lo podemos encontrar en una gran variedad de colores. Es muy versátil, por lo que es utilizado para uniformes en diversas profesiones y en las escuelas.

RipStop: Es un tejido 65% poliéster y 35% algodón, muy resistente, con textura en la cual se visualizan pequeños relieves de hilos más gruesos en forma de cuadrados. Su

resistencia, durabilidad y fácil lavado permite confeccionar una gama de artículos y prendas de vestir, entre los cuales podemos mencionar; uniformes militares, globos aerostáticos, tiendas de campaña, mochilas, fundas para dormir, entre otras. Puede ser liso y de camuflaje.



Imagen No. 9 Textiles “Colección UNITED” Fuente: Elaboración Propia. (Juan García – Elba Mc Clean). Imágenes de Google

5.4.6.2. Insumos.

Insumos – Colección “UNITED”	
Material	Muestra
Broches: consiste en un par de discos, hechos de metal o plástico, que generalmente son utilizados en lugar de botones en las prendas de ropa, accesorios y complementos.	
Zippers: son de gran utilidad para ponerse y quitarse las prendas de vestir.	
Hilos: Se usan para coser, y unir dos o más piezas. Hay una gran variedad de hilos de acuerdo con el material. (nylon, seda, algodón, metálicos entre otros.	
Botones: se usan para ajustar y abrochar vestimentas, están hechos de diferentes materiales.	
Broches de ganchos: sirve para unir detalles finos, se pueden aplicar a sujetadores, corsés, corsés y otra lencería fina, y asegurarse a faldas, vestidos.	
Pellón: Un tipo de tejido no tejido que aporta cuerpo rígido a las prendas en costura.	
Cordón: Cuerda que puede ser de diferentes materiales textiles, se usa para atar elementos en los vestidos.	

Cuadro No.7 Insumos. Fuente: Elaboración propia. (Juan García – Elba Mc Clean).

5.4.7. Referente de Diseño.

Cotoli Little Big One, se especializa en ropa de niños, pero también ofrece opciones para vestir a la familia. Sus diseños son actuales, con estampados y combinaciones para los más pequeños y sus padres.

Cotoli es una firma sevillana de moda infantil que nace de la necesidad de dar respuestas a las necesidades reales de los papás y mamás de hoy en día que quieren salir de lo cotidiano, sin perder la dulzura de la ropa infantil, que les apasiona la moda y que les encanta llevar prendas a conjunto con sus hijos. Pereira 2022).

Cabe destacar que en Cotelí se compra con previa cita para que el consumidor pueda tener una experiencia de compra y calidad de productos que sean de gran satisfacción para toda la familia. No solo se hace en su tienda física, también en redes sociales, lo que lo hace poder estar en contacto frecuente con sus clientes.



Imagen No. 10 Referentes de diseño. Fuente: Elaboración propia. (Juan García – Elba Mc Clean).
Imágenes del diario Vivir en Sevilla.

5.5. Parte 3. Conceptualización del Diseño.

5.5.1. Concepto de Diseño.

Se plantea como concepto de diseño los siguientes:

- **Integrador**, aunque tome en cuenta las características propias de cada miembro de la familia, se ven como un todo.
- **Proyecta los valores**, que practican en las familias como el amor, respeto, tolerancia, entre otros
- **Atemporal**, por su característica del estilo militar vemos que se ha usado desde los años 70 y siempre se vuelve a usar, es decir nunca pasa de moda.
- **Jovial**, porque la familia debe observarse divertida, como si cada acontecimiento por sencillo que sea, lo disfrutan al máximo como si fuese una fiesta.
- **Versátil**, pues las piezas que componen la colección pueden usarse para otras ocasiones y además pueden lograr nuevos outfits, de esta manera se le dará un mejor uso.



Moodboard 5. Concepto de Diseño "Colección UNITED" Fuente: Elaboración propia (Juan García – Elba Mc Clean).

5.6. Parte 4 – Desarrollo Creativo y Técnico de la Propuesta.

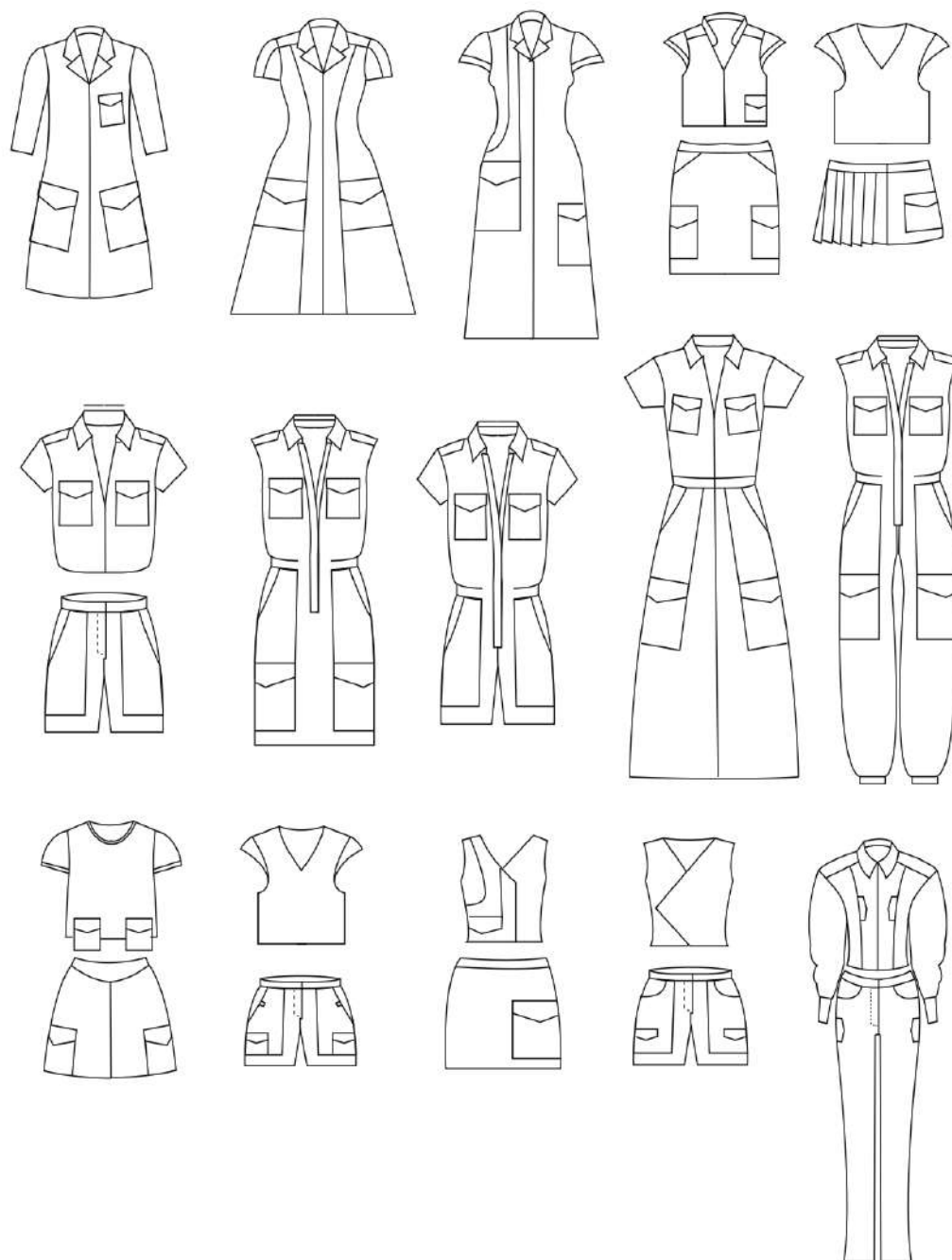
5.6.1. Desarrollo Creativo de la Propuesta.

Se presenta el desarrollo creativo de la propuesta aplicando diferentes criterios de diseño para de esta manera dar forma a los requerimientos técnicos del proyecto. Para esto se presentan ideas, bosquejos, bocetos, ilustraciones, dibujos planos, propuesta textil, colores y fichas técnicas. Finalmente, las propuestas con cada uno de los prototipos presentados en diferentes ángulos para ser apreciados en detalles y como ser observan estos en grupos familiares, dando paso a la validación del diseño, comprobando así su funcionalidad.

5.6.1.1. Bosquejos Colección A, B y Complementos.

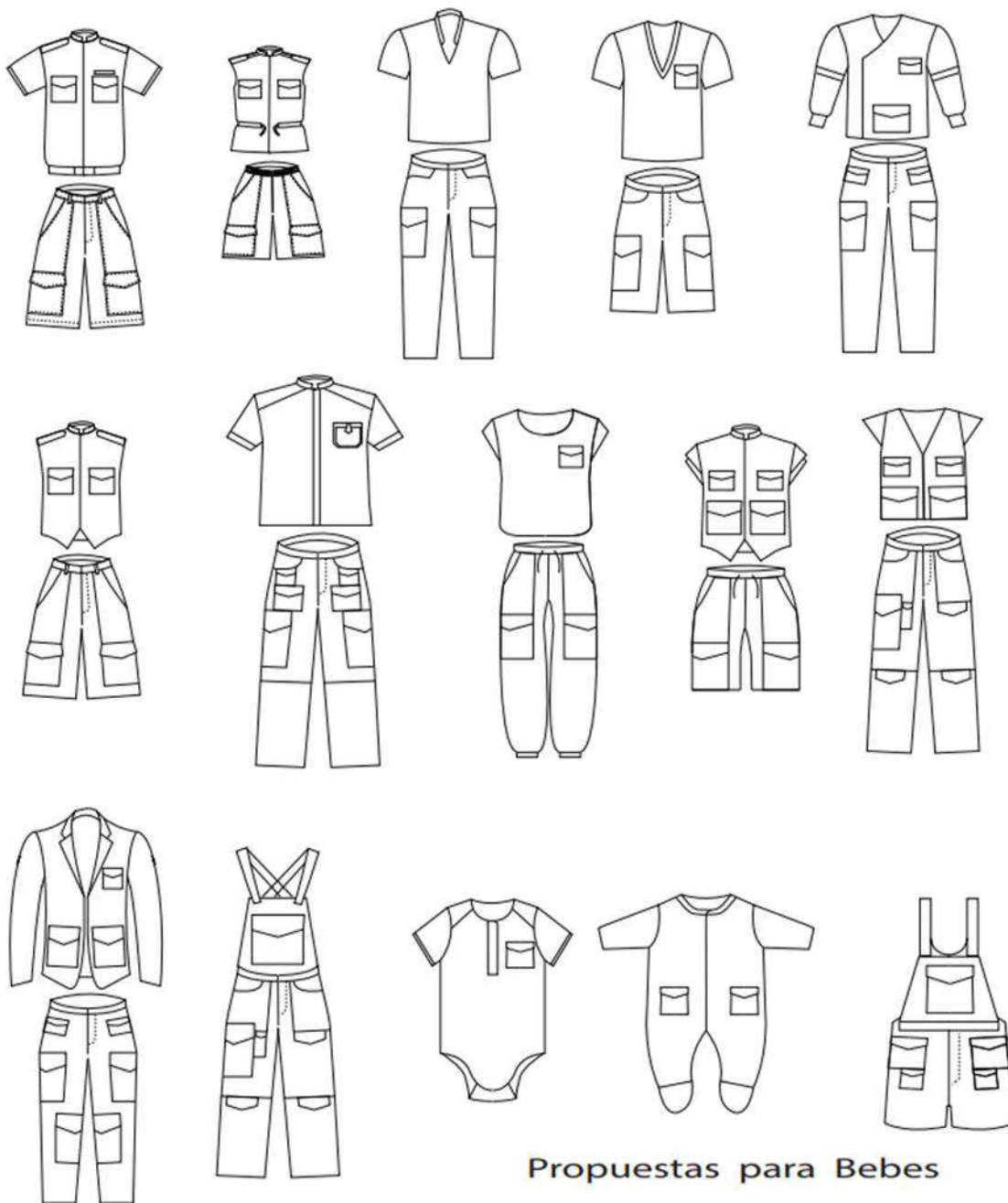
Bosquejos Colección A: Elba Mc Clean.

Femenina.



Bosquejos Colección A: Elba Mc Clean.

Masculina.



Propuestas para Bebés

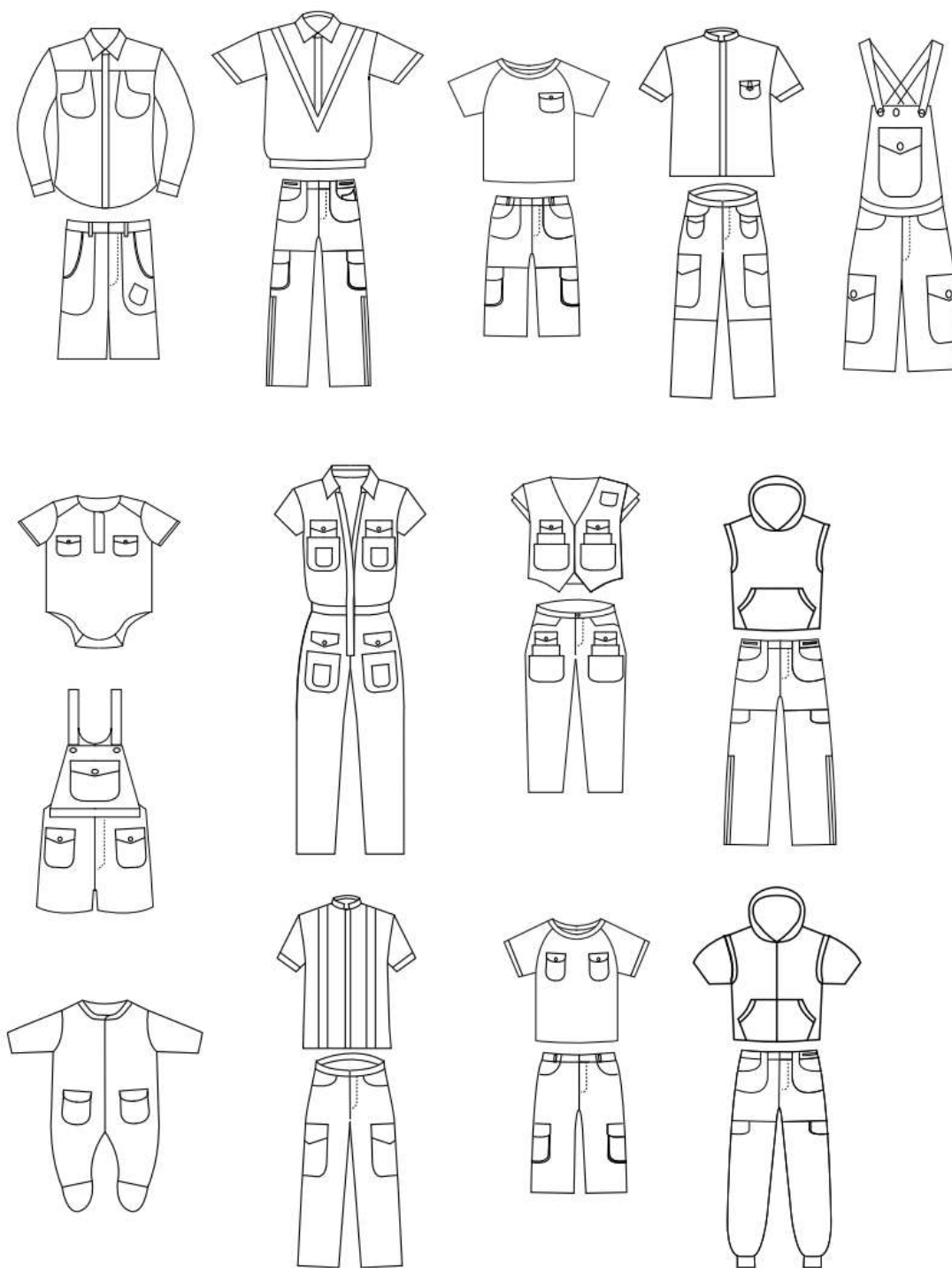
Bosquejos Colección B: Juan García.

Femenina.



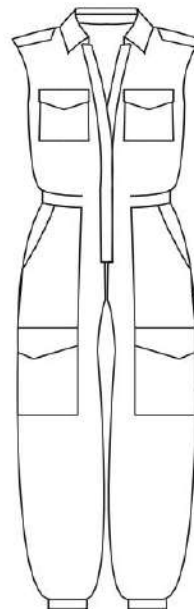
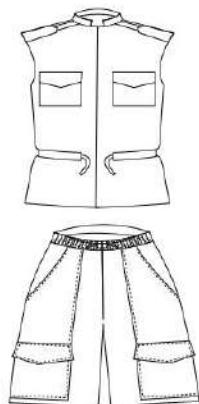
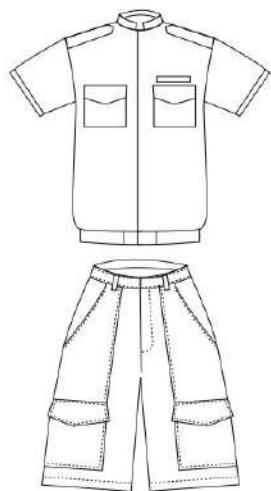
Bosquejos Colección B: Juan García.

Masculina.

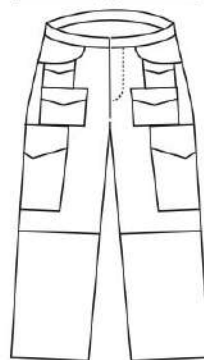
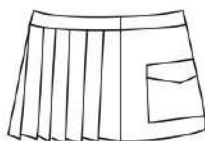
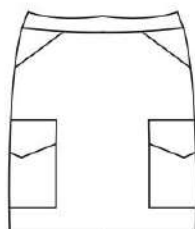
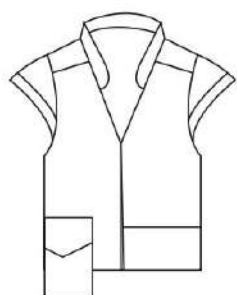


5.6.1.2. Bocetos Seleccionados

Colección 1: Elba Mc Clean



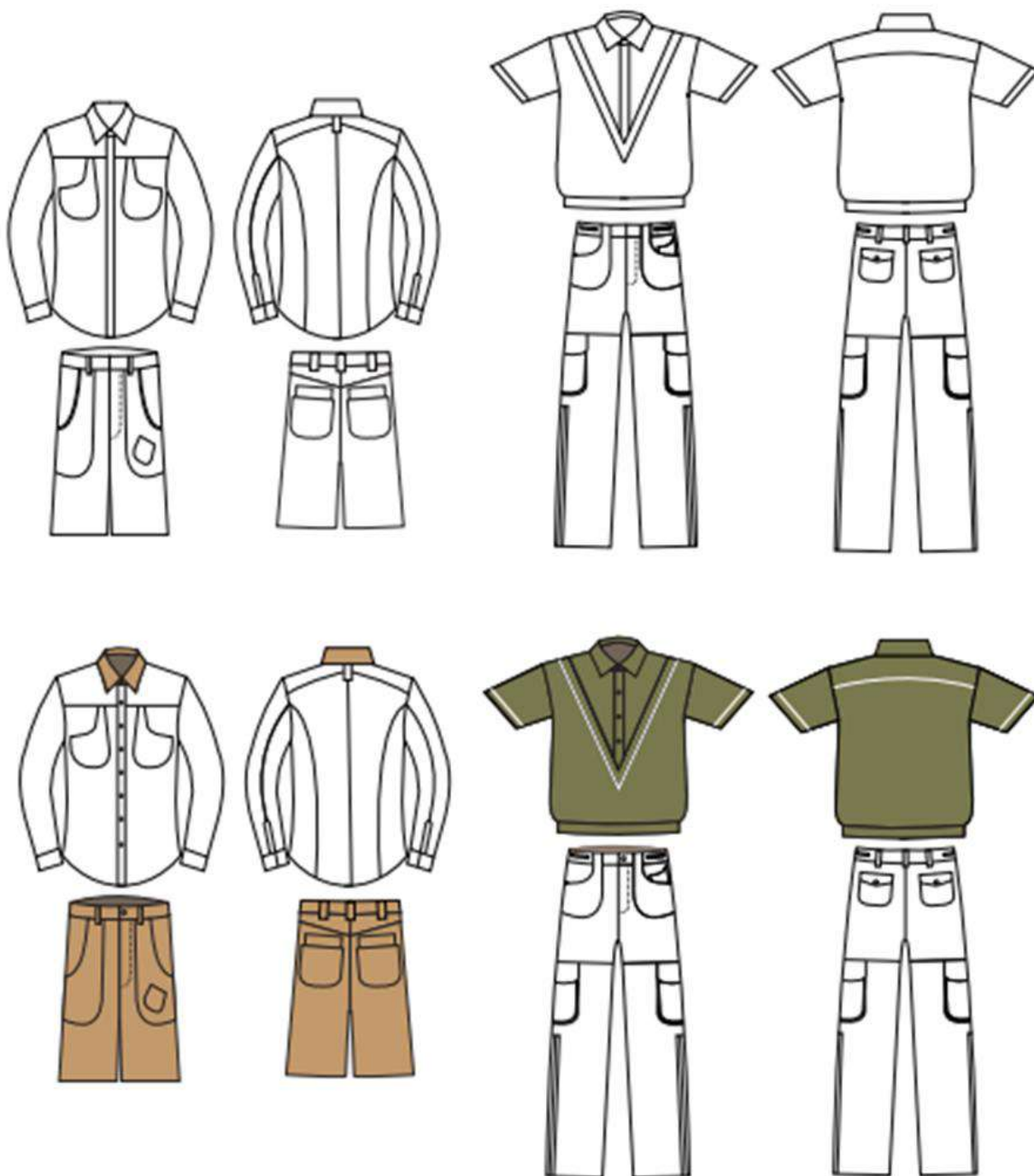
Colección 2: Elba Mc Clean.



Colección 3: Juan García.



Colección 4: Juan García.

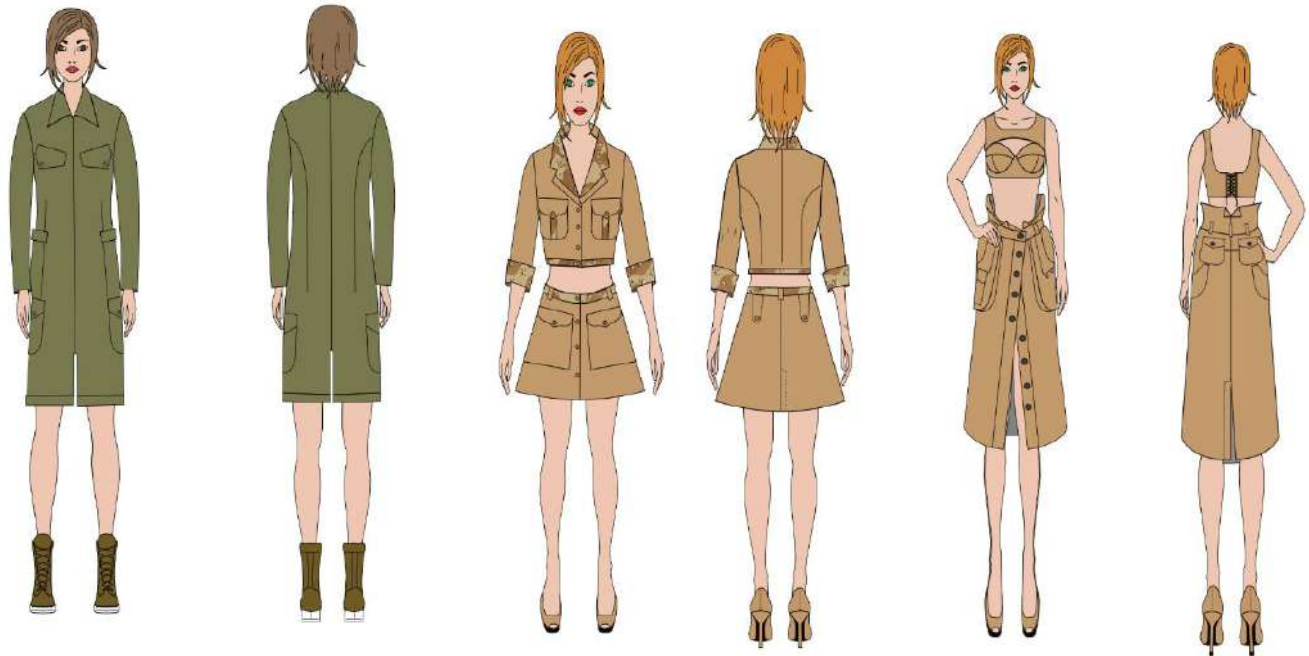


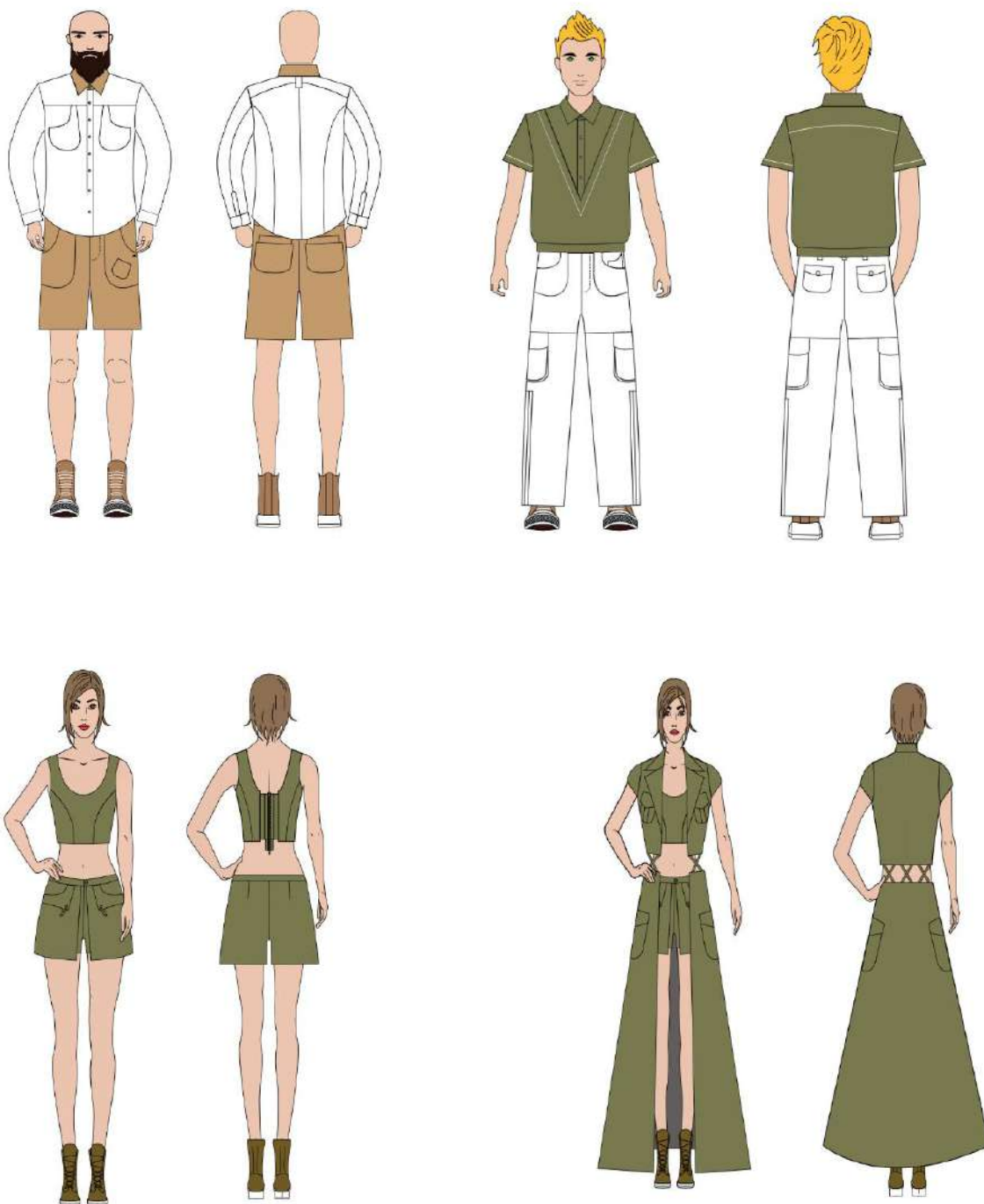
5.6.1.3. Ilustraciones

Ilustraciones de Elba Mc Clean



Ilustraciones de Juan García











5.6.2. Fichas Técnicas.

5.6.2.1. Fichas Técnicas de Descripción General del Producto.

Diseño 1



Empresa	Maclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar

Pieza	Camisa y Pantalón
Código	0523
Género	masculino

Descripción General del Producto
Conjunto camisa y pantalón para caballero Camisa 1- manga corta 2- largo total a la altura de la cadera media 3- elástico ajustador en la cintura 4- bolsillos de parche con relieve y tapas 5- Porta rengos en los hombros 6- incrustaciones de tono oscuro en ruedo de mangas y al nivel del canesú en la espalda 7- detalle para bordado de nombre a la altura del bolsillo izquierdo 8- botones de broche metálicos de presión Pantalón 1- Largo total a la rodilla tipo bermuda 2- Bolsillos delanteros de parche con un bolsillo debajo de delantero con tapas 3- Bolsillos traseros de parche con tapas 4- Pretina tipo jeans de 1 ½ pulgadas de ancho 5- Presillas de 1 pulgada ancho 6- costuras dobles reforzadas 7- Cremallera frontal 8- Botones de broche metálicos de presión
Paleta de Colores
 # 5783 C  # 7516 C

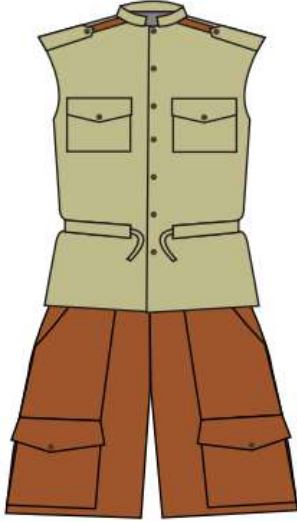
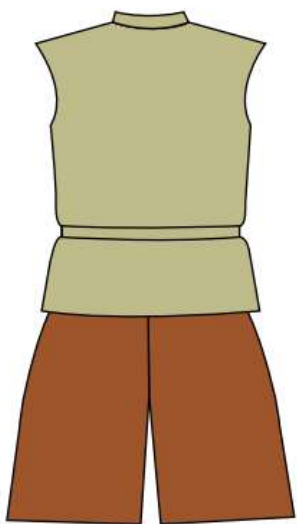


Diseño 2



Empresa	Maclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa y Pantalón
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0524
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	masculino

Descripción General del Producto
Conjunto camisa y pantalón para caballero Camisa 1- manga corta 2- largo total a la altura de la cadera media 3- elástico ajustador en la cintura 4- bolsillos de parche con relieve y tapas 5- Porta rengos en los hombros 6- incrustaciones de tono oscuro en ruedo de mangas y al nivel del canesú en la espalda 7- detalle para bordado de nombre a la altura del bolsillo izquierdo 8- botones de broche metálicos de presión Pantalón 1- Largo total a la rodilla tipo bermuda 2- Bolsillos delanteros de parche con un bolsillo debajo de delantero con tapas 3- Sin bolsillos traseros 4- Pretina tipo jeans de 1 ½ pulgadas de ancho 5- Presillas de 1 pulgada ancho 6- costuras dobles reforzadas 7- Cremallera frontal 8- Botones de broche metálicos de presión
Paleta de Colores  # 5783 C  # 7516 C

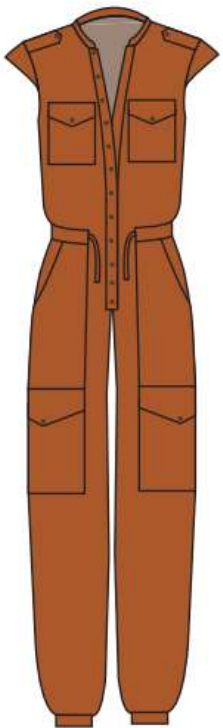
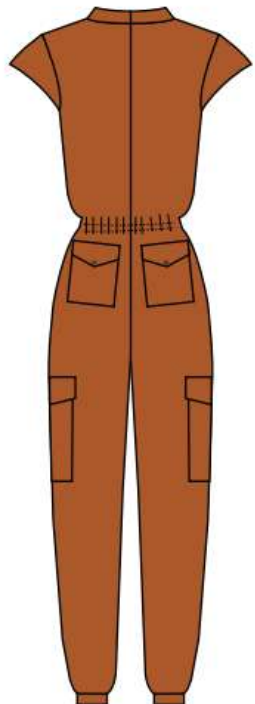



Diseño 3



Empresa	Maclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa y Pantalón
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Genero	masculino

Descripción General del Producto
Overol de dama 1- Pieza de cuerpo completo con pantalón en la parte inferior 2- Mangas cortas de media luna 3- Bolsillos de parche tipo militar con tapas 4- porta rangos en los hombros 5- Elastico en la parte trasera de la cintura 6- Ajustador con cordón en la parte frontal de la cintura 7- Ajustador de botan en los ruedos del pantalón 8- Cuello Nerud (cuello chino) 9- Botones metálicos de presión
Paleta de Colores
 # 5783 C  # 7516 C

Diseño 4



Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Blusa Y falda
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0519
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Descripción General del Producto

Conjunto de blusa y falda para damas

Blusa

- 1- manga corta (media luna)
- 2- largo total a la altura de la cintura
- 3- ajustador en la cintura en la parte trasera
- 4- bolsillo de parche con tapa
- 5- trenzado de presillas de tela camuflageada
- 6- trenzado de camuflaje en el ruedon frontal a altura de la cintura alineado con el bolsillo
- 7- cuello nerud
- 8- botones de de pasta
- 9- canesu trenzado de tela de camuflaje

Falda

- 1- Largo total a la rodilla
- 2- Bolsillos delanteros tipo jeans y bolsas laterales con tapas
- 3- Bolsillos traseros de parche con tapas
- 4- Pretina tipo jeans de 1 ½ pulgadas de ancho
- 5- Presillas de 1 pulgada ancho
- 6- costuras dobles reforzadas
- 7- Cremallera trasera
- 8- Botones de pasta

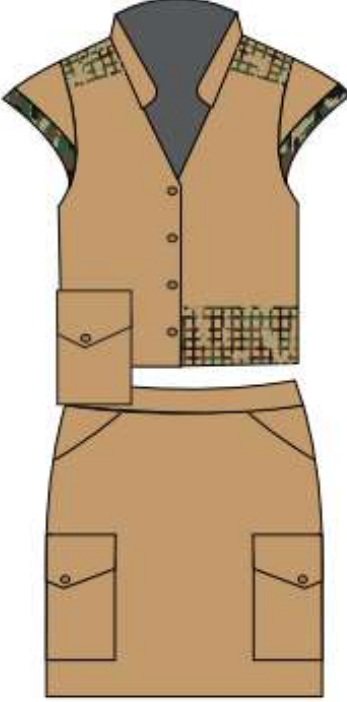
Paleta de Colores



Pantone 7508C



Rapport de camuflage

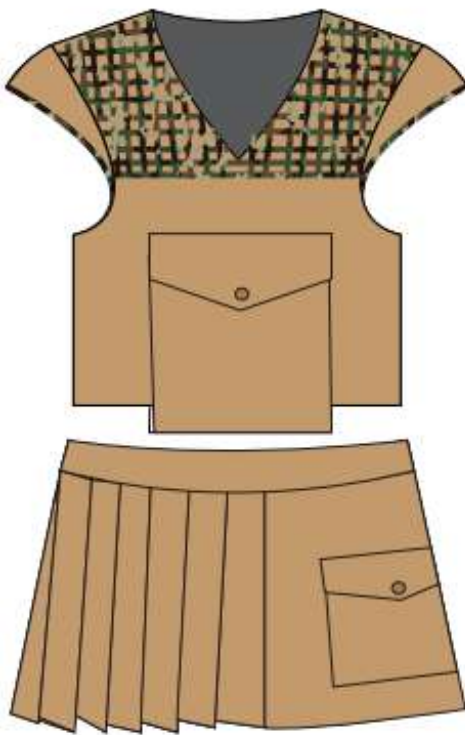



Diseño 5

	Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Blusa Y falda
	Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0525
	Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Descripción General del Producto
Conjunto de blusa y falda para damás Blusa 1- Manga corta (media luna) 2- largo total a la altura de la cadera con aberturas laterales a la cintura 3- Trenzado con rapport de camuflaje en canesú frontal y ruedos de mangas 4- Bolsillo de parche frontal con tapa 5- cuello en V con ribete de sesgo 6- botones escondidos de de pasta en la espalda y broche metálico de seguridad Falda pantalón 1- Largo total arriba de la rodilla 2- Un solo bolsillo de costado con tapa del lado izquierdo 3- Cremallera regular del lado izquierdo 4- Pretina tipo jeans de 1 1/4 pulgadas de ancho 5- Lateral derecho plizado 6- Botones de pasta

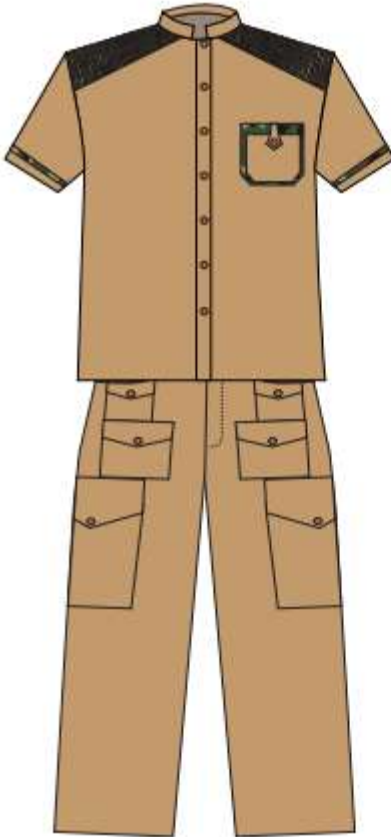
Paleta de Colores
 Pantone 7508C  Rapport de camuflaje



Diseño 6

	Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa y Pantalón
	Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0530
	Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	masculino

Descripción General del Producto
Conjunto camisa y pantalón para caballero
Camisa 1- manga corta 2- largo total a la altura de la cadera media 3- Trenzado con rapport de camuflaje en canesú frontal, bolsillos y ruedos de mangas 4- bolsillos de parche incrustado en el cuerpo de la camisa con flecha para abotonadura 5- Cuello nerud con cotraparte en rapport de camuflaje 6- Aberturas en los costados de la camisa 7- Botones de pasta
Pantalón 1- Largo total nregular 2- Bolsillos delanteros de parche con un bolsillo debajo de delantero con tapas 3- Bolsillos traseros de parche con tapas 4- Pretina tipo jeans de 1 ½ pulgadas de ancho 5- Presillas de 1 pulgada ancho 6- costuras dobles reforzadas 7- Cremallera frontal 8- Botones de pasta
Paleta de Colores  Pantone 7508C  Rapport de camuflage



Diseño 7

	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Overol
	Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 410
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Descripción General del Producto
Overol (corto)
1- Largo total a media pierna 2- Bolsillos delanteros de parche con un bolsillo y tapa 3- Bolsillos laterales de parche con tapas 4- Ajustador en la cintura para entalle 5- Pliegue frotal 6- Costuras dobles reforzadas 7- Cremallera frontal 8- Botones de pasta 9- Basta con dobles
Paleta de Colores  # 5763 C




Diseño 8



Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar

Descripción General del Producto

Conjunto Guerrera y Falda

Guerrera

- 1- Largo total debajo del busto
- 2- Mangas 3/4 con puños
- 3- Solapa y cuello con aplicaciones de rapport de camuflaje del golfo persico (antiguo)
- 4- Bolsillos redondeados con aplicacion de rapport de camuflaje con tapa y boton
- 5- Sesgo de 1/2 pulgada de raapport de camuflaje contorneando la cintura
- 6- Puños de rapport de camuflaje
- 7- Sin forro
- 8- Botones de pasta

Falda

- 1- Largo total a medio muslo
- 2- Abotonadura frontal
- 3- Bolsillos de parche delanteros gandes con relieve
- 4- Presillas de 1 pulgada de ancho en el contorno de la cintura
- 5- Sesgo de 1/2 pulgada de raapport de camuflaje contorneando la cintura
- 7- Presilla auxiliares traseras para sujetar fajon (opcional) con botones
- 8- Abertura trasera
- 9- Botones de Pasta
- 10- Sin forro




Paleta de Colores



Pantone 7508C

Diseño 9

	Empresa:	J G	Nombre de la Línea:	Familia Feliz	Pieza:	Corset y Falda
	Dirección:	Tocumen, Panama	Colección:	UNITED	Código:	G - 425
	Correo:	steriliz@gmail.com	Tipología:	Casual Estilo Militar	Género:	Femenino

Descripción General del Producto Conjunto Corset y Falda Corset 1- Largo total debajo del busto 2- Con copas rígidas 3- Sin mangas 4- Ajuste multi tallas con ojete 5- Para ajustar con tiras de amarre en la espalda Falda 1- Largo total a la altura de los tobillos 2- Abotonadura frontal 3- Bolsillos de parche delanteros con relieve 4- Bolsillos de parche trasero con relieve, tapas y boton 5- Bolsillos auxiliares bajo los bolsillos traseros 7- Presilla de refuerzo entre los bolsillos traseros 8- Presillas en el contorno de la cintura 9- Botones de Pasta 10- Abertura en la costura trasera 11- volado sobre la pretina para subir la linea del talle 12 - Cinturon opcional Paleta de Colores  Pantone 7508C	
--	--

Diseño 10

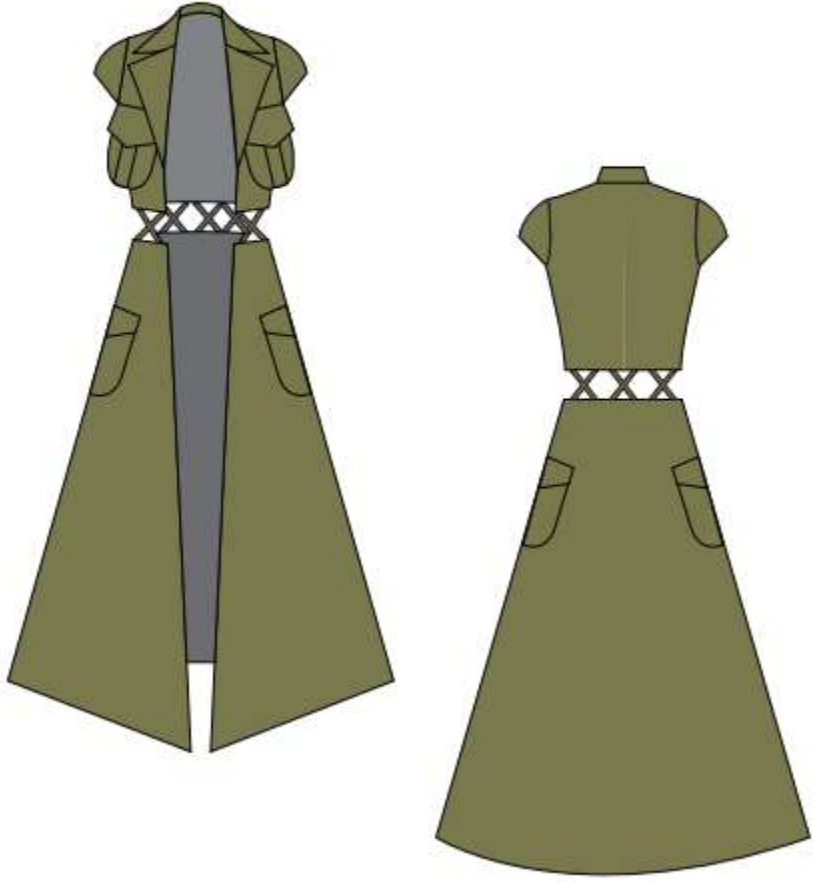
	Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	top y pantalon corto
	Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 415
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Descripción General del Producto Conjunto de top y pantalon corto de dama Top (Tipo Remera) 1- Largo total debajo del busto 2- Escote amplio 3- Sin mangas 4- Costadillo frontal y trasero 5- Cremallera extendida en la espalda 6- Doble tela como forro Pantalon (corto) 1- Largo total a medio muslo 2- Pretina tipo Jeans con boton 3- Bolsillos frontales grandes, colgantes por debajo del largo del pantalon 4- Sobre pieza en la entrada del las bolsas delanteras y presillas para colgar llaves y boton 5- Cremallera de jacker frontal de 6 pulgadas 6- Pinzas traseras Paleta de Colores  # 5763 C	
--	---

Complementos del Diseño 10

	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Sobre Todo
	Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 412
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Descripción General del Producto
Sobre todo
1- Largo total a los tobillos 2- Bolsillos delanteros de parche con relieve y tapa con botón 3- Bolsillos laterales de parche con relieve y tapa con botón 4- Cuello y solapa anchos 5- Mangas cortas de media luna 6- tiras de amarre en la cintura 7- falda línea A o campana 8- Presillas (chicotes) de 1/2 pulgada de ancho dobles y cruzados para unir el top a la falda 9- Botones de Pasta
Paleta de Colores
 # 5763 C

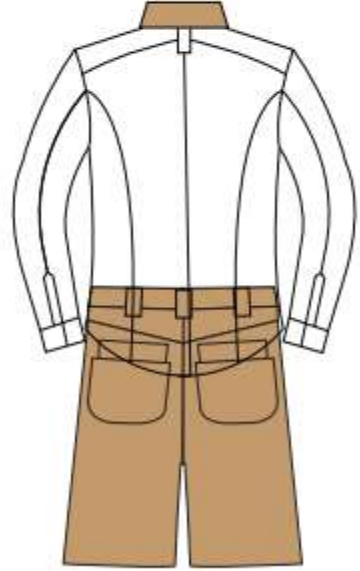


Diseño 11



Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon y Camisa
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 406
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Descripción General del Producto
Panatalon Tipo Bermuda 1- Largo total tipo bermuda 2- Bolsillos delanteros de parche con relieve y bolsillo monedero del lado izquierdo 3- bolsillos traseros de parche doble en cascada 4- Pretina tipo jeans de 1 ½ pulgadas de ancho 5- Presillas de 1 pulgada ancho 6- costuras dobles reforzadas 7- Cremallera frontal 8- Botones de pasta
Camisa regular 1- Manga larga con puños y flechas de 1 pulgada y corte en los costados 2- largo total a la altura de la cadera media 3- Bolsillos de parche colgantes con ribetes de 1/8 de pulgada incrustados en el canesú frontal 4- Corte central en la espalda con costadillos traseros 5- cuello regular con pie de cuello a contra tono 6- botones de pasta
Paleta de Colores  # P 1 - 2-C  # 7508 C

Diseño 12



Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon y Camisa
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 405
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Descripción General del Producto

Conjunto de pantalon y camisa tipo Chompa

Panatalon

- 1- Largo total regular
- 2- Bolsillos delanteros de parche con un bolsillo debajo de delantero con tapas
- 3- Bolsillos traseros de parche con tapas
- 4- Pretina tipo jeans de 1 ½ pulgadas de ancho
- 5- Presillas de 1 pulgada ancho
- 6- costuras dobles reforzadas
- 7- Cremallera frontal
- 8- Botones de pasta
- 9- Cremallera a la altura de largo de bermuda para modificar

Camisa (tipo Chompa)

- 1- manga corta con ribete blanco incrustado
- 2- largo total a la altura de la cadera media
- 3- elástico ajustador en la cintura
- 4- sin bolsillos
- 5- cuello en V con ribete de 1.5 pulgada de ancho y reborde blanco incrustado y contra pieza de frente de camisa regulas con cuello
- 6- incrustaciones de tono blanco al nivel del canesú en la espalda
- 7- botones de pasta

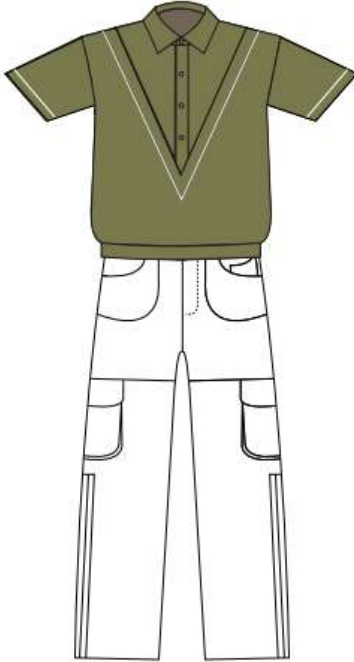
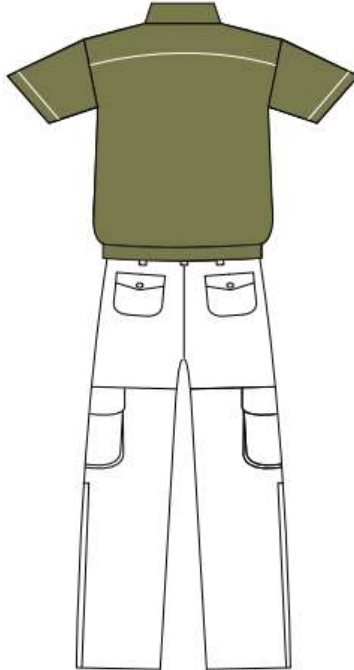
Paleta de Colores



P 1 - 2-C



5763 C

5.6.2.2. Fichas Técnicas de Insumos y sus Características.

Empresa		Mclean Fashion		Nombre de la Línea		Familia Feliz		Pieza		Camisa (tipo Chompa)	
Dirección		Don Bosco Panama		Colección		UNITED		Código		0523 - 1	
Correo		eimcclean19@hotmail.com		Tipología		Casual Estilo Militar		Género		Masculino	

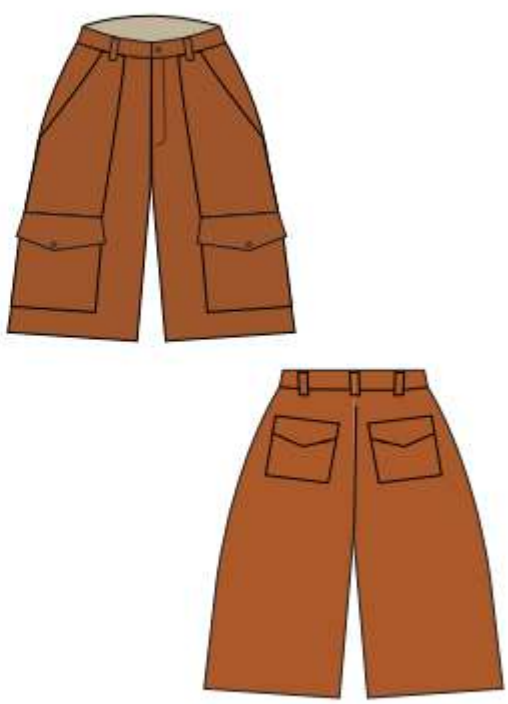
Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 5783 C	Lafayette	telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		Pantone 7516 C	Lafayette	telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Marrón claro	Ben Youssef	Casa Faska	broches metálicos de presión
5	Elastico					
6	Zipper					
7	Hilo		Gris Claro	TSEYU	Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de






Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalón (tipo bermuda)
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523 - 2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7516 C	Lafayette	telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2					
3	Entretela		Gris	Peillon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Marrón claro	Ben Youssef	Casa Faska	broches metálicos de presión
5	Elastico					
6	Apert		Kaky	YKK	Casa Faska	de 8 pulgadas de largo
7	Hilo		Gris Claro	TSEYU	Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa de niño
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523 - 1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 5783 C	Lafayette	telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		Pantone 7516 C	Lafayette	telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Marrón claro	Ben Youssef	Casa Faska	broches metálicos de presión
5	Elastico					
6	zipper					
7	Hilo		Gris Claro	TSEYU	Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de






Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalón (tipo bermuda)
Dirección	Don Bosco Panamá	Colección	UNITED	Código	0523 - 2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7516 C	Lafayette	telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2					
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Marrón claro	Ben Youssef	Casa Faska	broches metálicos de presión
5	Elastico		Blanco	Gritin	Sederia Dallas	de 1 1/2 pulgadas de ancho
6	#per					
7	Hilo		Gris Claro	TSEYU	Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de






Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Overol
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7516 C	Lafayette	telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2					
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Marrón claro	Ben Youssef	Casa Faska	broches metálicos de presión
5	Elastico		Blanco	Gritin	Sederia Dallas	de 1 1/2 pulgadas de ancho
6	Apert					
7	Hilo		Gris Claro	TSEYU	Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de






Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Blusa
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0519 - 1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	codigo	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7508C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		Rapport de camuflaje		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Marron claro		Casa Faska	de pasta de 4 agujeros
5	Elastico					
6	#per					
7	Hilo		Gris Claro	TSEYU	Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de







Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	falda
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0519 - 2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia		Genero	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	codigo	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1	Ripstop	Pantone 7508 C	Lafayette	telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2					
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Marron claro	Ben Youssef	Casa Faska	de pasta de 4 agujeros
5	Elastico					
6	zipper		Kaky	YKK	Casa Faska	de 8 pulgadas de largo
7	Hilo		Gris Claro	TSEYU	Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de






Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Blusa
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0525 - 1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 1		Rapport de Camuflaje		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Kaky		Casa Faska	de pasta de 4 agujeros
5	Elastico		-----	-----	-----	
6	Zipper		-----	-----	-----	
7	Hilo		Kaky		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de

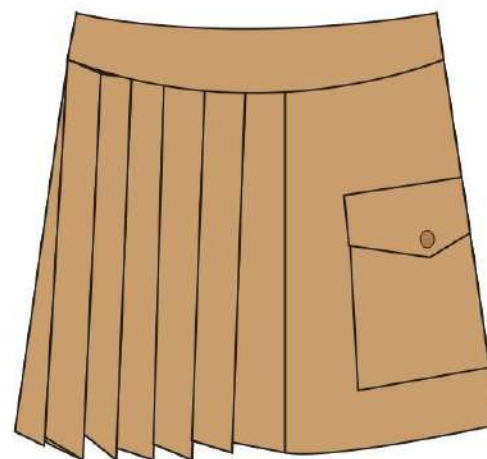




Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Blusa
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0525 - 1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos y sus características

#	Insumo	código	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		-----	-----	-----	
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Kaky		Casa Faska	de pasta de 4 agujeros
5	Elastico		-----	-----	-----	
6	ziper		Kaky		Casa Faska	de 8 pulgadas de largo
7	Hilo		Kaky		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de



	Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa (tipo Chompa)
	Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0530 - 1
	Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos y sus características						
#	Insumo	código	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Tejido - 1		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Tejido - 2		Rapport de Camuflaje		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Kaky		Casa Faska	de pasta de 4 agujeros
5	Elastico					
6	apert					
7	Hilo		Kaky		Casa Faska	spun poliester Calibre .40/2 de

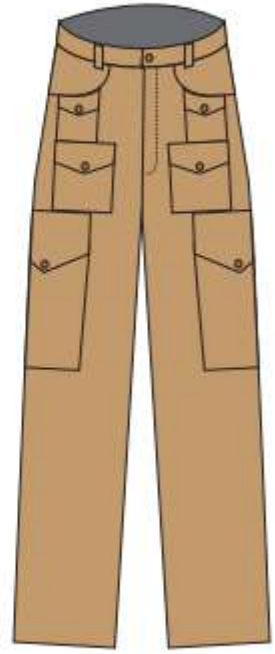






Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon regular
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0531 - 1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Insumos y sus características						
#	Insumo	codigo	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		-----	-----	-----	
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Kaky		Casa Faska	de pasta de 4 agujeros
5	Elastico		-----	-----	-----	
6	zipper		Kaky		Casa Faska	de 8 pulgadas de largo
7	Hilo		Kaky		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Overol
Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 410
Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	codigo	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 5763 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		-----	-----	-----	
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Blanco		Casa Faska	broches metalicos de presion
5	Velcro		negro		Sederia Dallas	de 1 pulgada de ancho
6	ziper		Verde		Sederia Dallas	de 20 pulgadas de ancho
7	Hilo		Verde		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Guerrera
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 430 -1
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	código	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		Rapport de Camouflage		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		kaky		Casa Faska	Botones de pasta de 4 agujeros
5	Lona		-----	-----	-----	-----
6	Cordon		-----	-----	-----	-----
7	Hilo		kaky		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Falda (rapport de camuflaje)
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 430 -2
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	código	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		Rapport de Camuflaje		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		kaky		Casa Faska	Botones de pasta de 4 agujeros
5	Lana		-----	-----	-----	-----
6	Cordon		-----	-----	-----	-----
7	Hilo		kaky		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Corset y Falda
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 425
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		-----	-----	-----	
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Marron		Casa Faska	broches metalicos de presion
5	Lana		crudo	-----	Casa Faska	60 pulgadas de ancho
6	Cordon		Marron	-----	telas Scorpio	Calibre # 8
7	Hilo		kaky		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Top (tipo remera)
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 415 -1
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 5763 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		-----	-----	-----	-----
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		-----	-----	-----	-----
5	Velcro		-----	-----	-----	-----
6	ziper		Verde		Sederia Dallas	de 20 pulgadas de ancho
7	Hilo		Verde		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de






Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon corto
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 415 - 2
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos y sus características						
#	Insumo	código	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 5763 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		-----	-----	-----	-----
3	Entraveta		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Verde		Sederia Dallas	De pasta de 4 agujeros
5	Velcro		-----	-----	-----	-----
6	ziper		Verde		Sederia Dallas	de 8 pulgadas de ancho
7	Hilo		Verde		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de







Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz
Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED
Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar

Insumos y sus características						
#	Insumo	codigo	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 5763 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		-----	-----	-----	
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Verde		Casa Faska	broches metalicos de presion
5			-----	-----	-----	
6			-----	-----	-----	
7	Hilo		Verde		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa (Manga Larga)
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 406 - 1
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

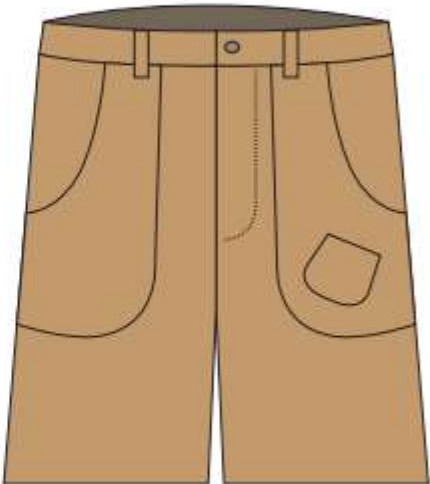
Insumos y sus características						
#	Insumo	Código	Color	Fabricante	Distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone P 1-2 - C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Blanco		Casa Faska	broches metalicos de presion
5	Elastico		-----	-----	-----	
6	ziper		-----	-----	-----	
7	Hilo		Gris Claro		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon (Bermuda)
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 406 - 2
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos y sus características						
#	Insumo	código	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone P 1- 2 - C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		Pantone 7508 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Blanco		Casa Faska	broches metalicos de presion
5	Elastico		-----	-----	-----	
6	ziper		Kaky		Casa Faska	de 8 pulgadas de largo
7	Hilo		Kaky		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa (tipo Chompa)
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 405 - 1
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

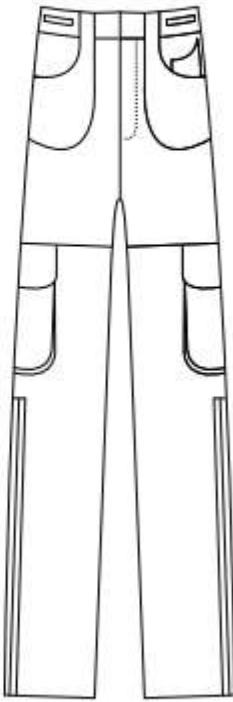
Insumos y sus características						
#	Insumo	código	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone 5763 C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		Pantone P 1 - 2 - C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Blanco		Casa Faska	broches metalicos de presion
5	Elastico		Blanco	Gritin	Sederia Dallas	de 1 1/2 pulgadas de ancho
6	ziper		----	----	----	
7	Hilo		Verde		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de





Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon (Bermuda)
Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 405 - 2
Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Insumos y sus características						
#	Insumo	codigo	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1	Textil - 1		Pantone P 1 - 2 - C		telas Scorpio	60 pulgadas de ancho
2	Textil - 2		-----	-----	-----	
3	Entretela		Gris	Pellon	telas Picopico	45 pulgadas de ancho
4	Botones		Blanco		Casa Faska	broches metalicos de presion
5	Elastico		-----	-----	-----	
6	ziper		Blanco		Casa Faska	de 8 pulgadas de largo
7	Hilo		Blanco		Casa Faska	spun poliester Calibre 40/2 de



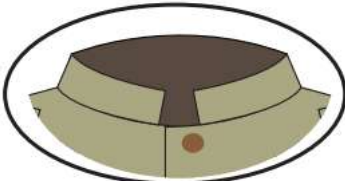
5.6.2.3. Fichas Técnicas de Detalles Relevantes.



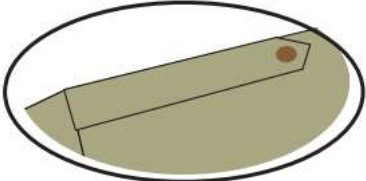
Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa (tipo chompa)
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523 - 1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Detalles Relevantes

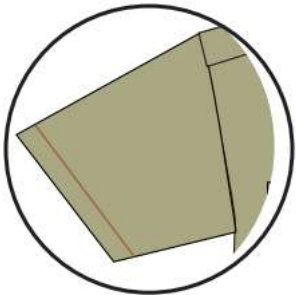




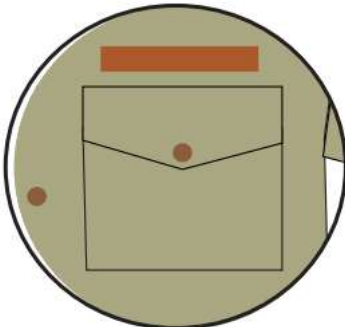
Cuello Nurud (cuello chino)



Porta rango con boton de broche de presion

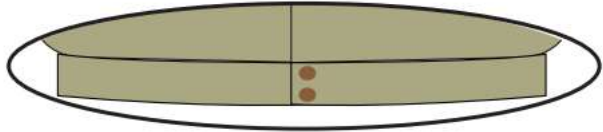


Manga corta con ribete incrustado de contra tono



Bolsillo de parche con relieve y tapa con broche de y con costura en contra tono

Detalle en tela de contar tono sobre el bolsillo izquierdo

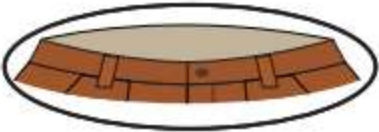


Pretina con elastico a la altura de la media cadera para ajuste

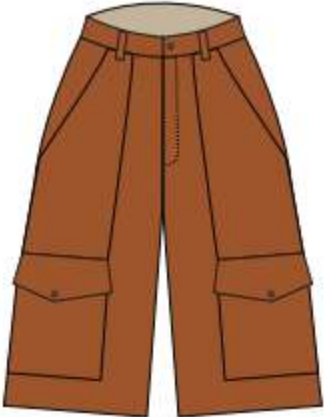


Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalón (tipo bermuda)
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523 -2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Detalles Relevantes



Pretina regular de de Jeans





Bolsillo delantero de parche



Bolsillo trasero de parche con relieve y tapa con boton de broche metalico

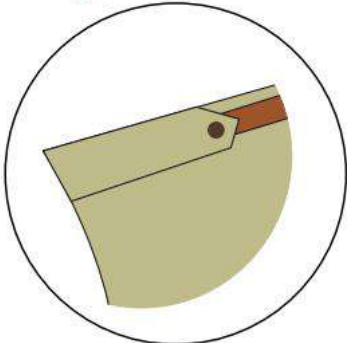


Bolsillo lateral de parche con relieve y tapa con boton de broche metalico

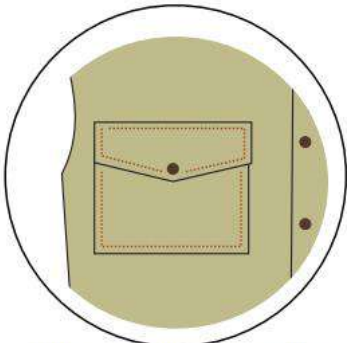


Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523 - 1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

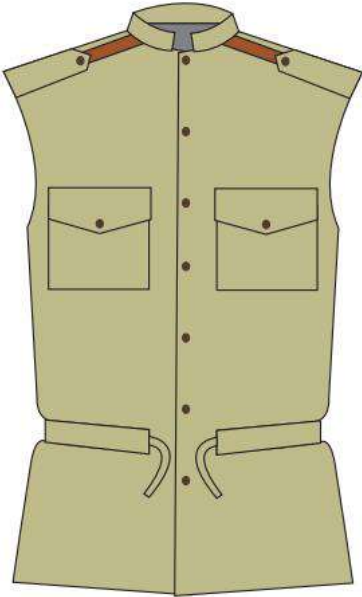
Detalles Relevantes

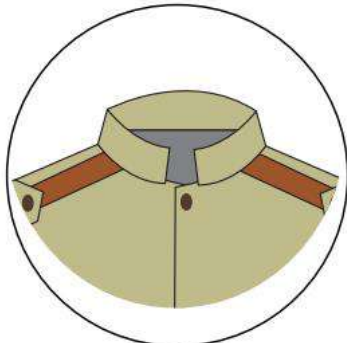


Porta rangos y base en contra tonos

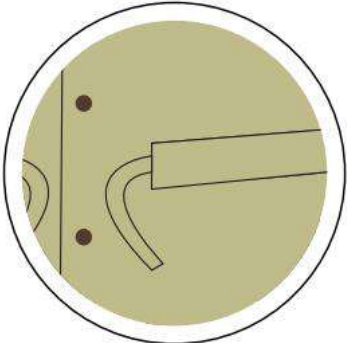


Bolsillos con relieve y con pespuntos en contra tonos





Cuello Nerud (cuello chino)



Ajustador para la cintura hecho de la misma tela

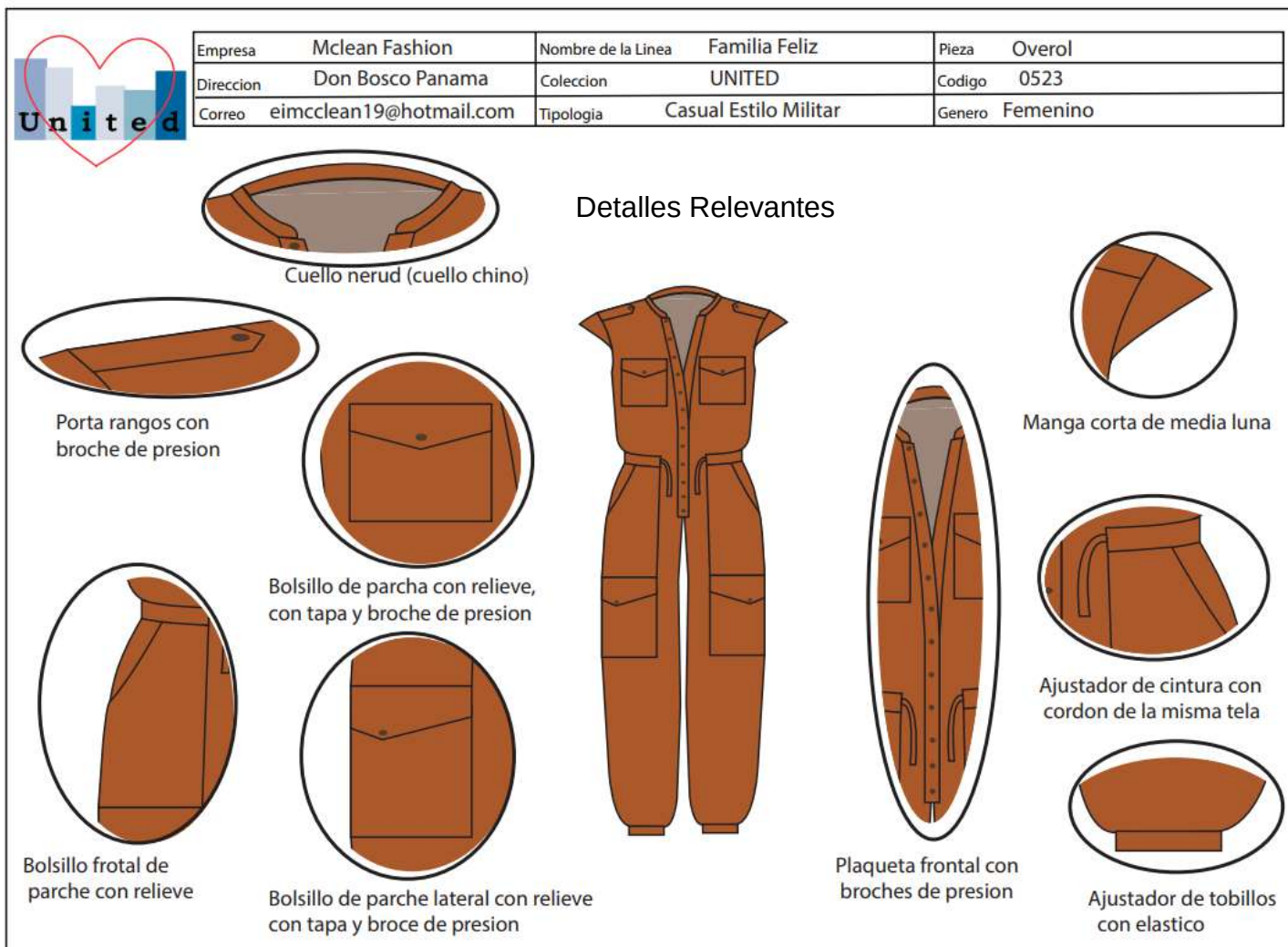
Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalón (Tipo bremuda)
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523 - 2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

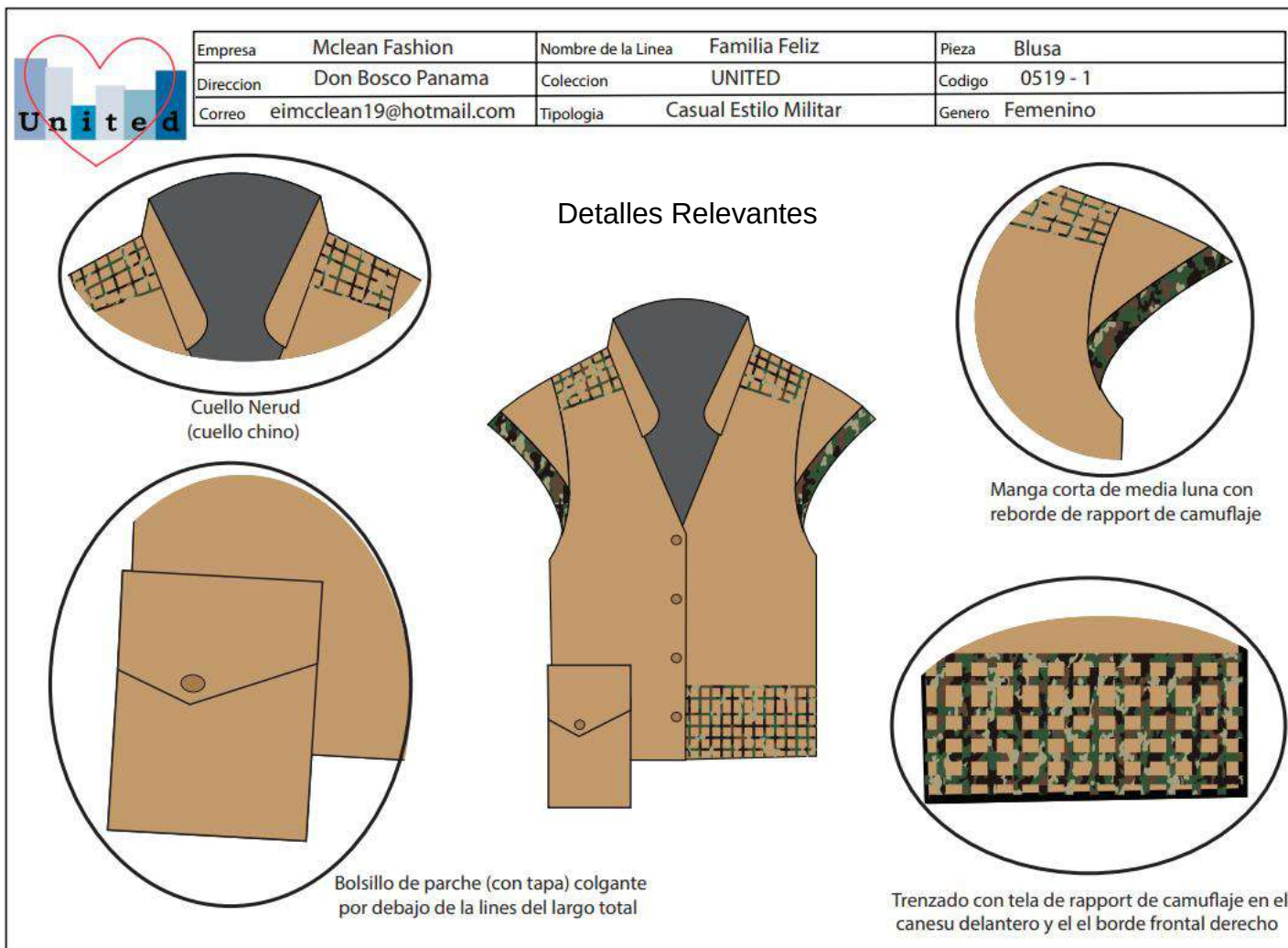
Detalles Relevantes

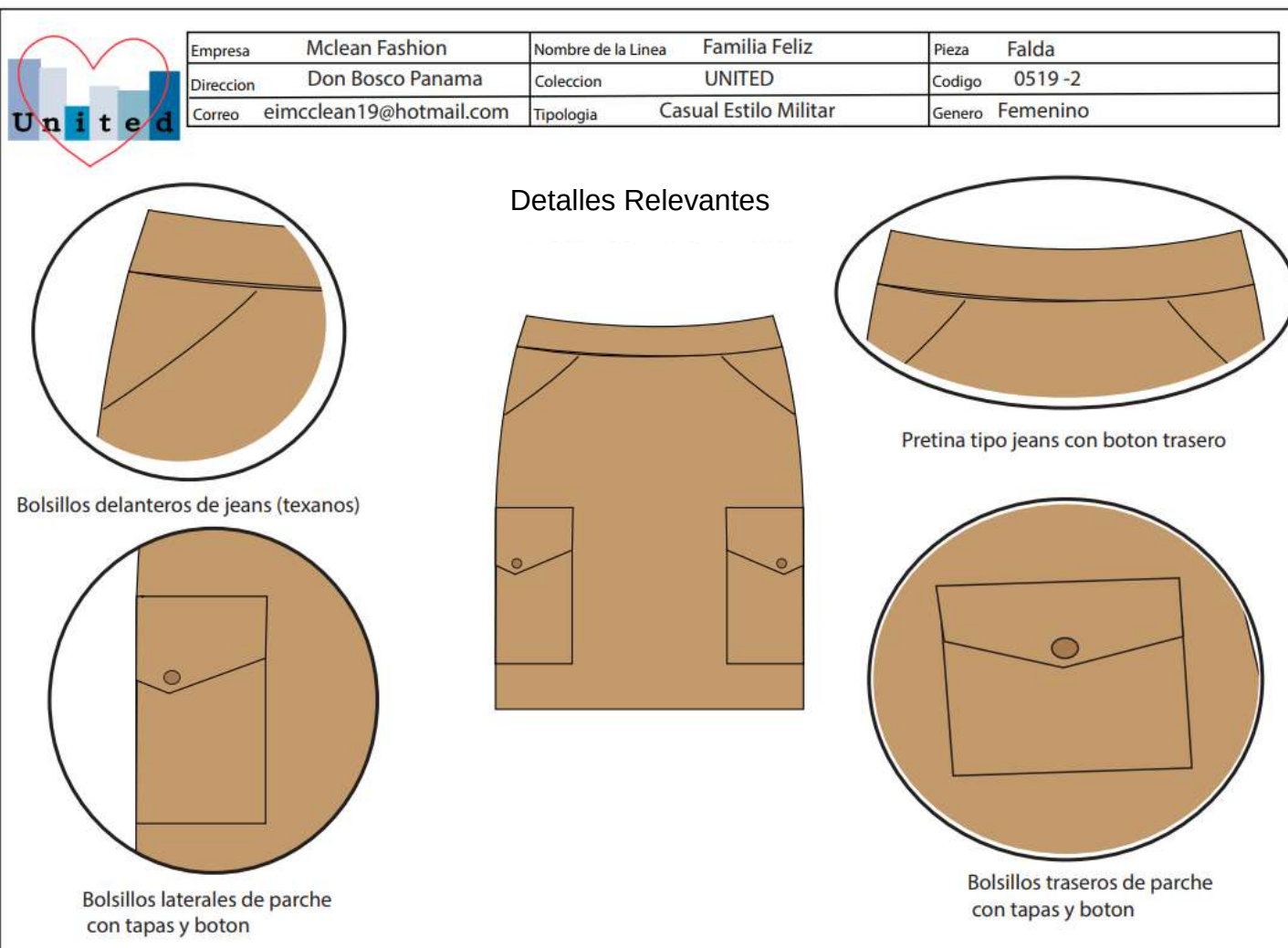
Contura con elastico y cordón ajustador de la misma tela

Bolsillos de parche con Relieve y t apa con broche de presion

Bolsillo superior de parche con perpuntes del mismo color



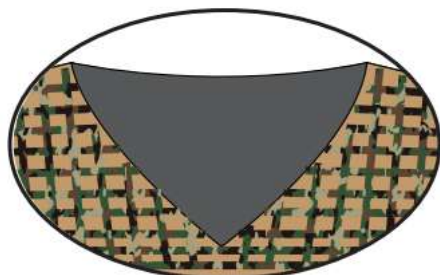




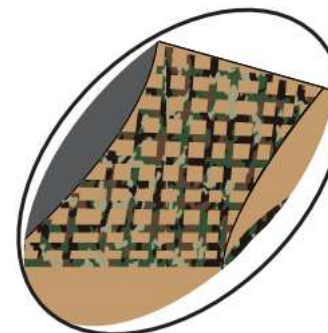


Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Blusa
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0525 - 1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

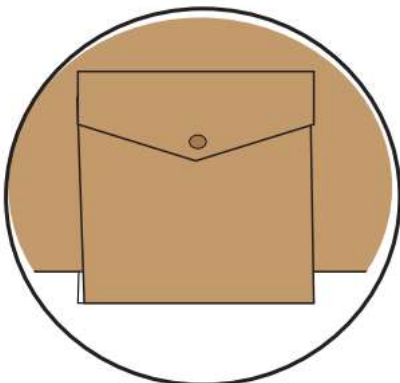
Detalles Relevantes



Cuello en V



Trenzado de tela en rapport de camouflage sobrepuesto sobre el frente a la altura del hombro



Bolsillo de parche colgante con tapa y botón de pasta por debajo de la línea de la cintura

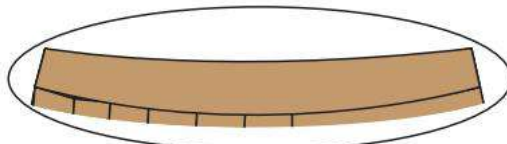


Manga corta tipo media luna con sego de tela de rapport de camouflage

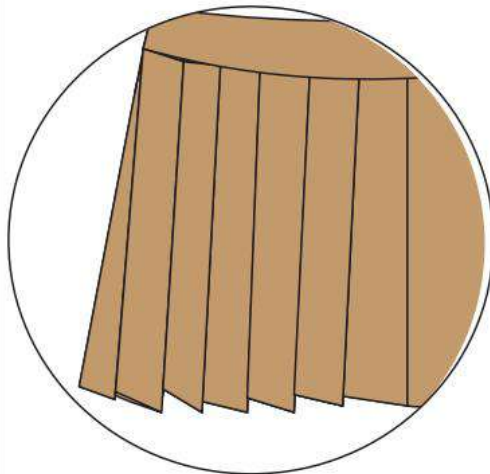


Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Falda
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0525 - 2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

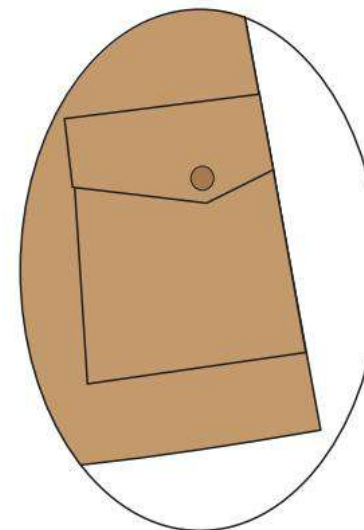
Detalles Relevantes



Pretina regular tipo jeans



Plizado a medio cuerpo

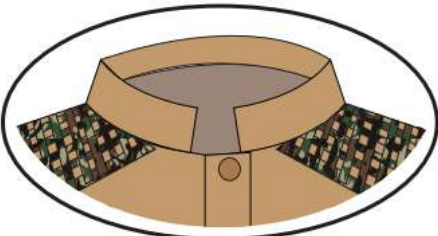


Bolsillo lateral con relieve con tapa y boton de pasta



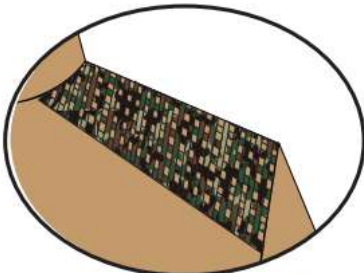
Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Falda
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	05187
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Detalles Relevantes

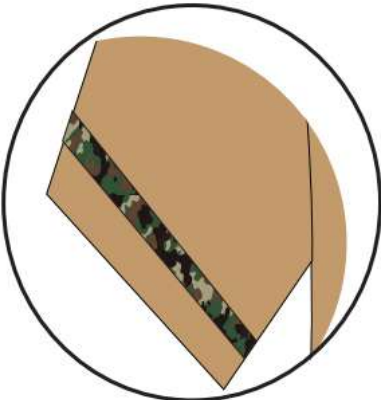


Cuello Nerud
(cuello chino)

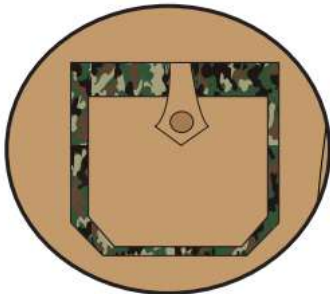




Trenzado de tela de camuflaje
sobrepuesto sobre el hombro



Reborde incrustado de
rapport de camuflaje



Bolsillo de parche sobre puesto sobre un
fondo de rapport de camuflaje incrustado
en el cuerpo de la camisa con flecha para
cerrar con boton

Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalón Regular
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0531 -2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Detalles Relevantes

Pretina regular Tipo jeans (texano)

Bolsillo regular Tipo jeans (texano)

Bolsillo frontal pequeño de parche con tapa y botón con relieve

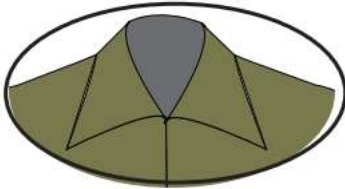
Bolsillo de parche con relieve mediano con tapa y botón

Bolsillo lateral de parche con relieve grande con tapa y botón



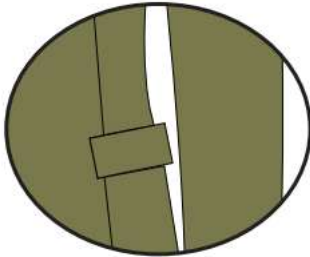
Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Overol
Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 410
Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Detalles Relevantes

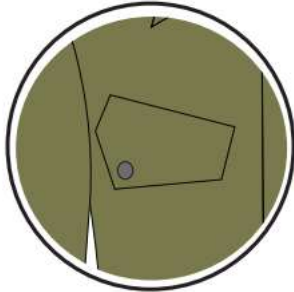


Cuello regular (tipo spot)

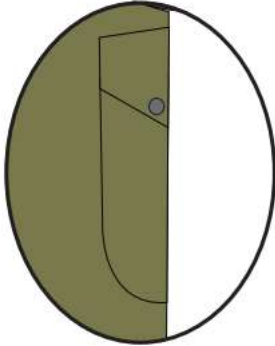




Ajustador en la cintura



Tapa superiores (semi-inclinada) con boton

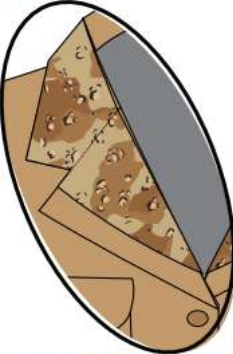


Bolsillo lateral con tapa y boton



Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Guerrera
Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 430 - 1
Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Detalles Relevantes



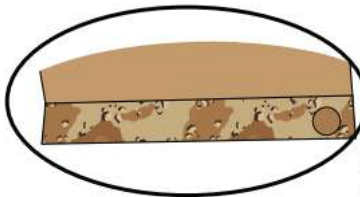
Cuello y solapa con aplicaciones de rapport de camuflaje



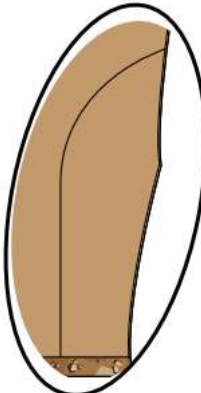
Puños doblados con tela de rapport de camuflaje



Bolsillo con incrustacion de rapport de camuflaje, con tapa y boton

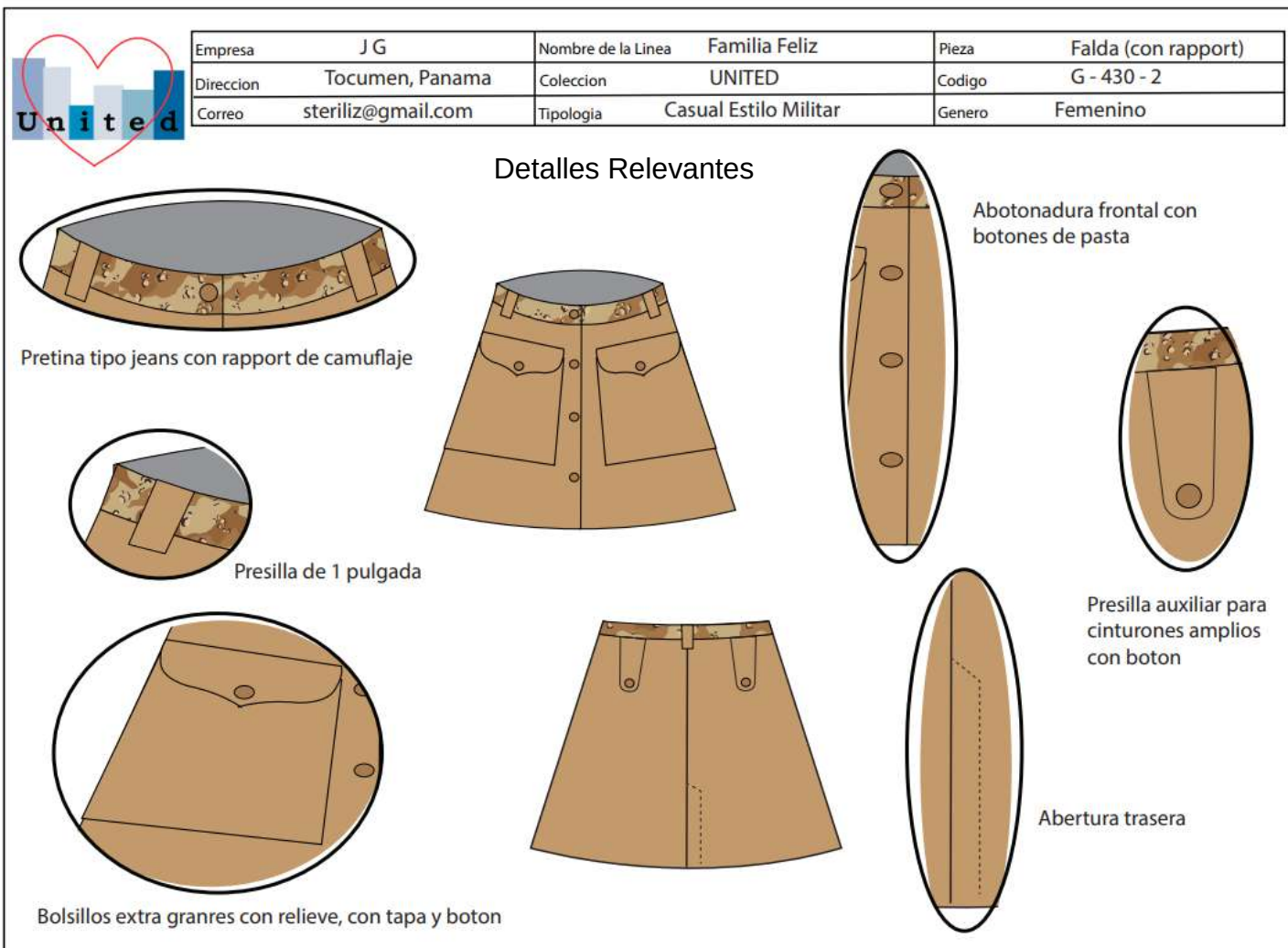


Sesgo de 1/2 pulgada en el contorno de cintura de rapport de camuflaje



Coatadillo en la espalda

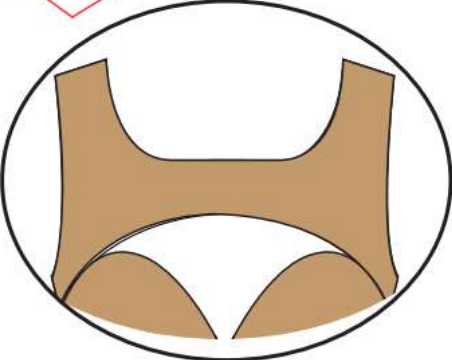






Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Corset
Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 425 - 1
Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

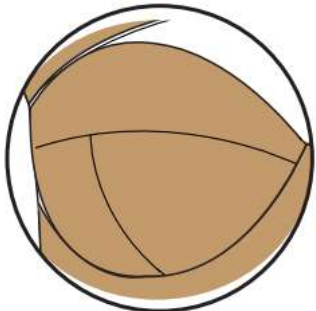
Detalles Relevantes



Extencion sobre el corset para ajustarlo sobre los hoombre



Ajustador multi talla en la espalda



Copa regular con refuerzo

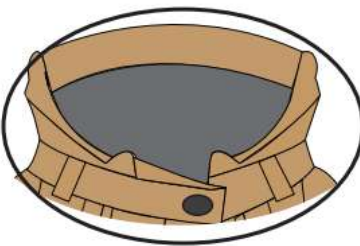


ojetes tipo cordon



Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Falda
Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 425 - 2
Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Detalles Relevantes

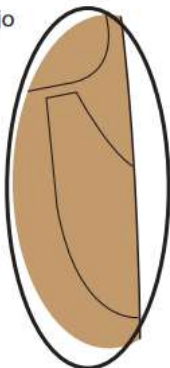


Pretina y extension de pretina de 3.5 pulgadas

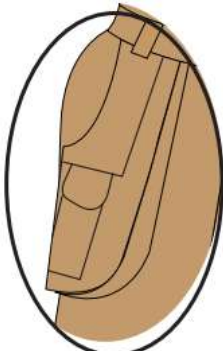




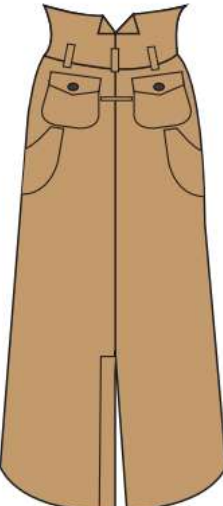
Bolsillo de parche con relieve y tapa con boto

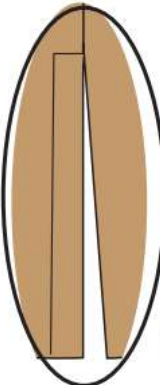


Bolsillo auxiliar debajo del bolsillo trasero

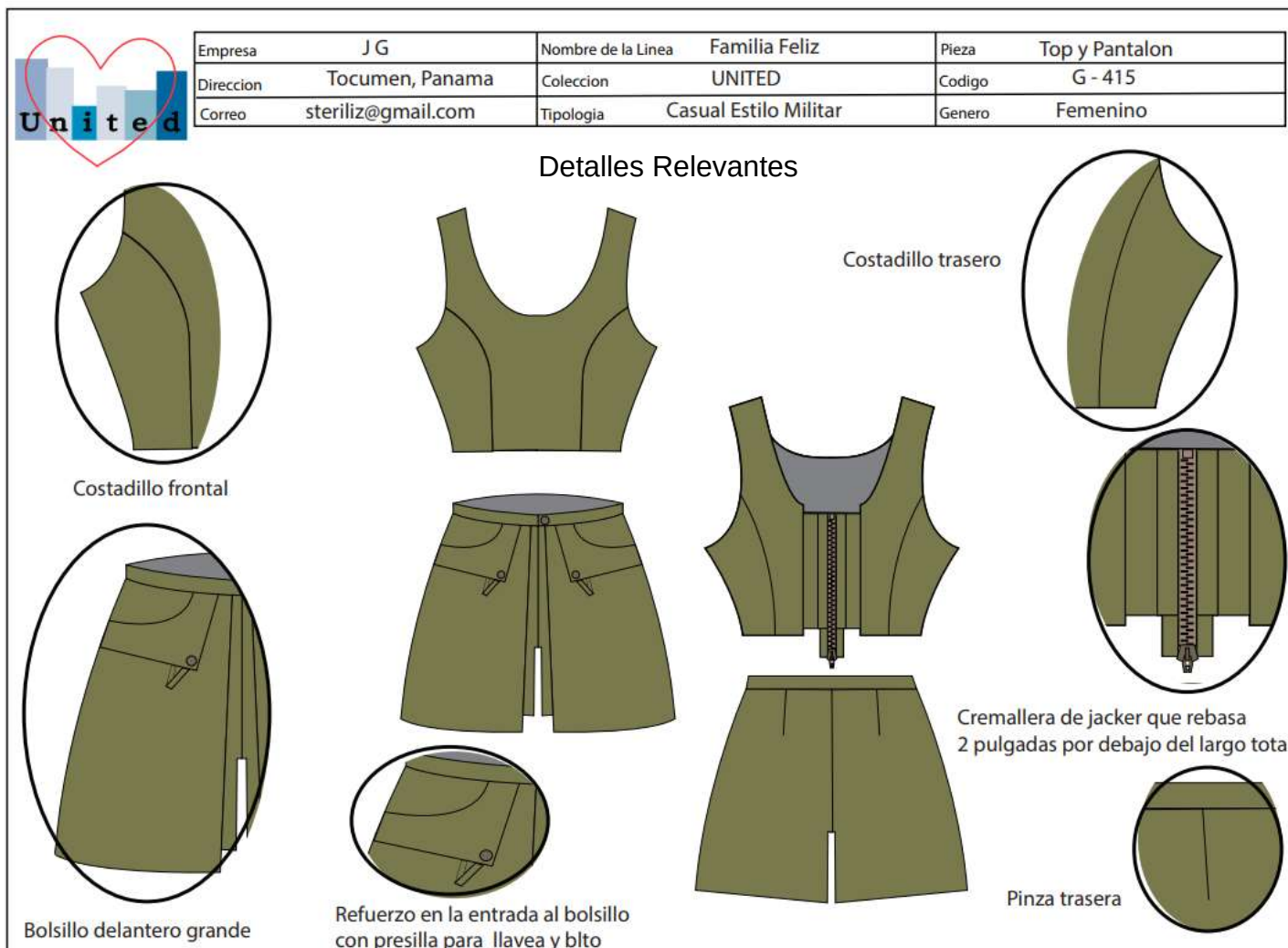


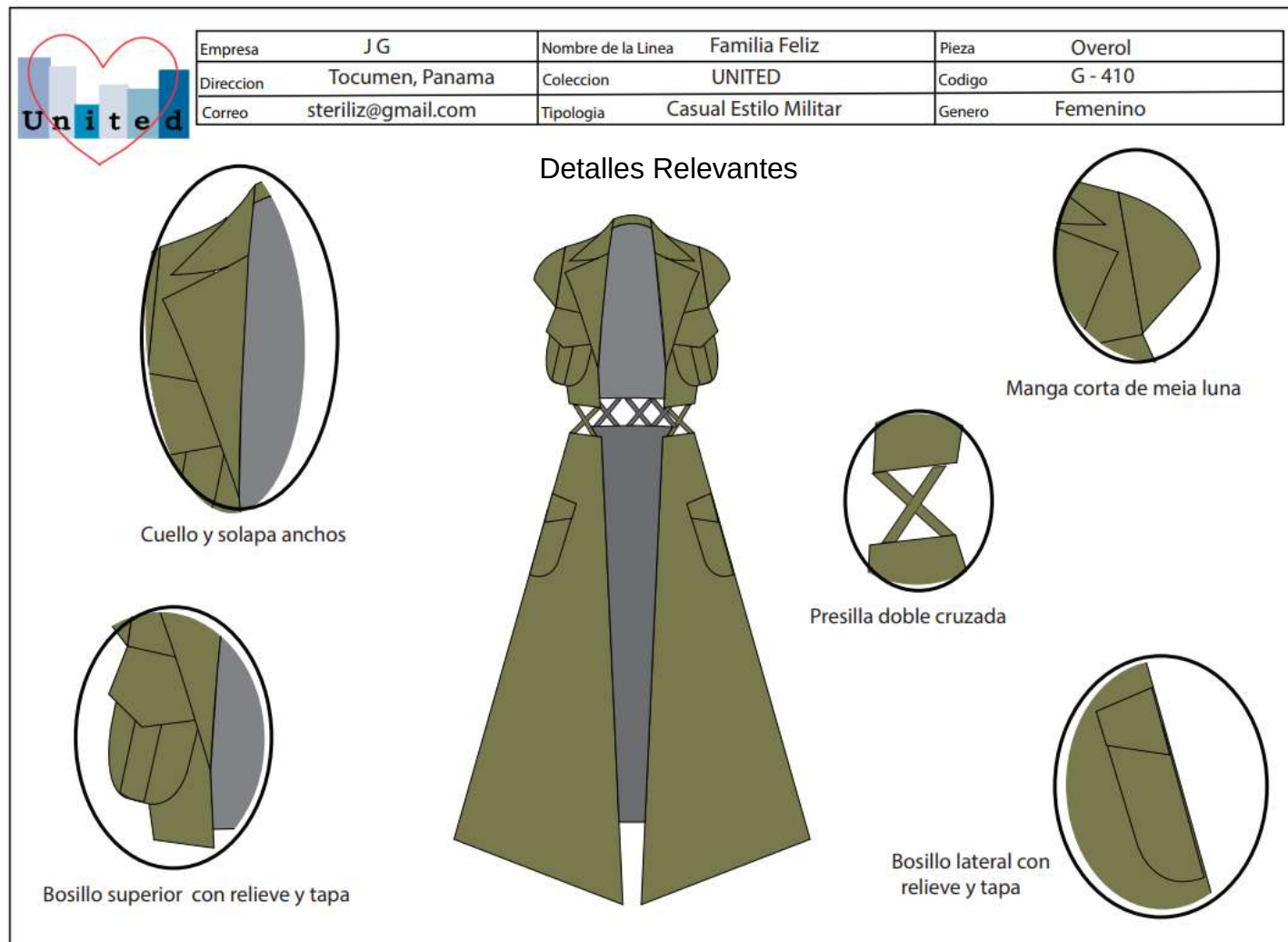
Bolsillo delantero de parche con relieve, refuerzo y sobre bolsillos





Abertura trasera hasta la altura de la rodilla

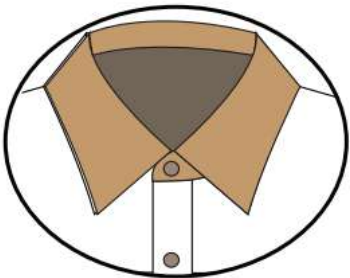






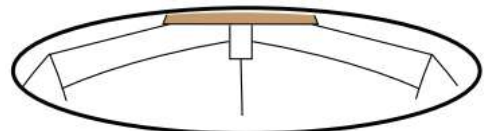
Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa (Manga Larga)
Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 406 - 1
Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Detalles Relevantes



Cuello formal de corte italiano

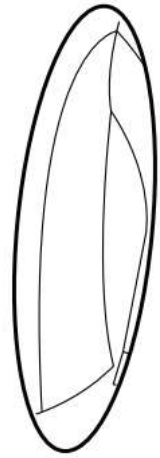




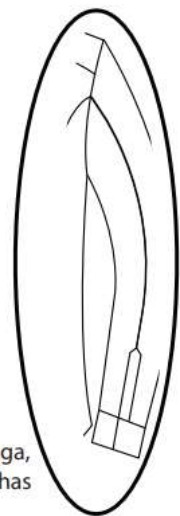
Canesu con crte en angulo



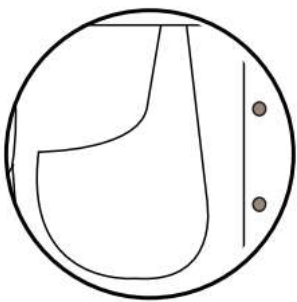
Presilla de i.5 pulg.



Corte en costadillo

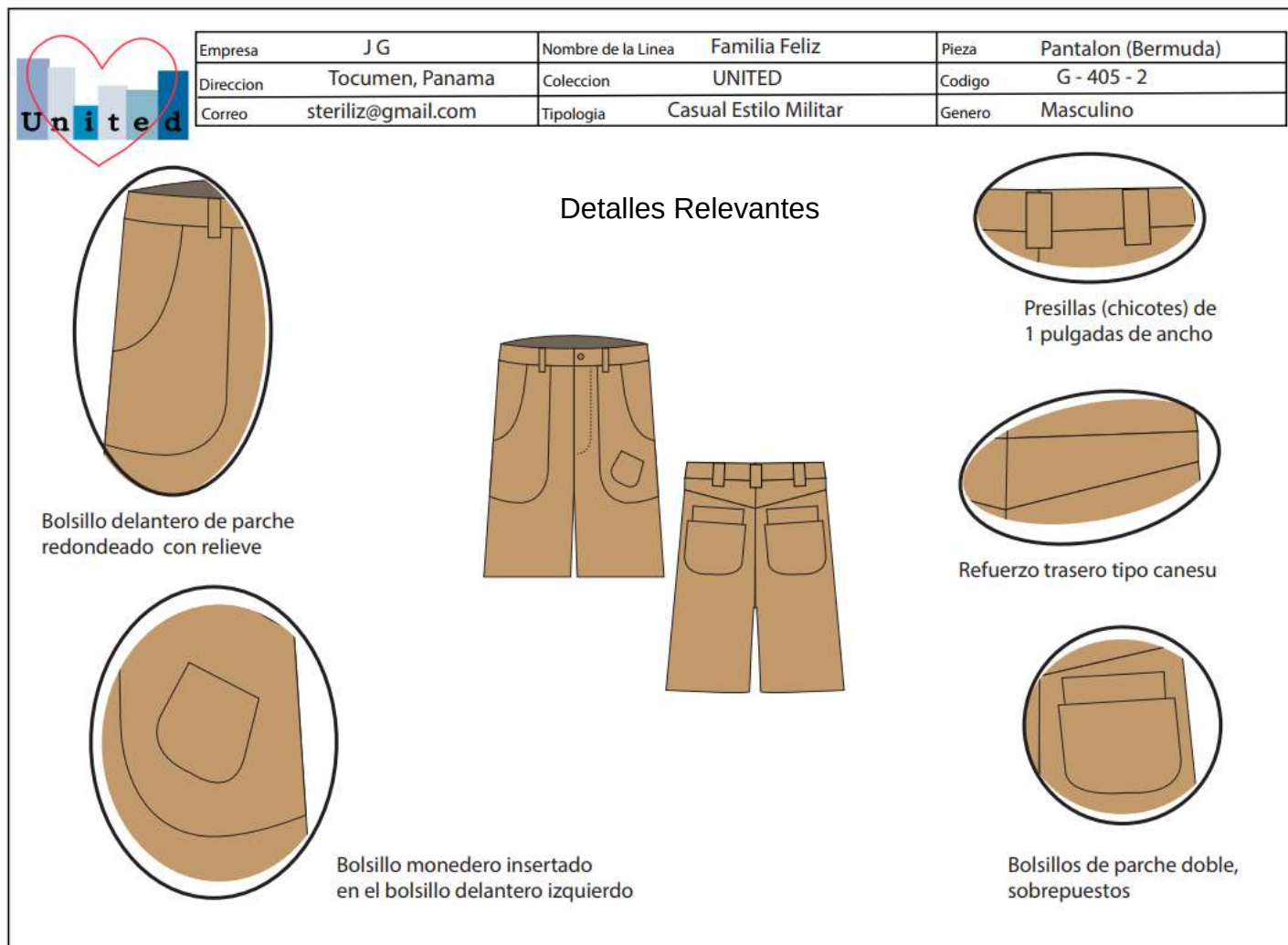


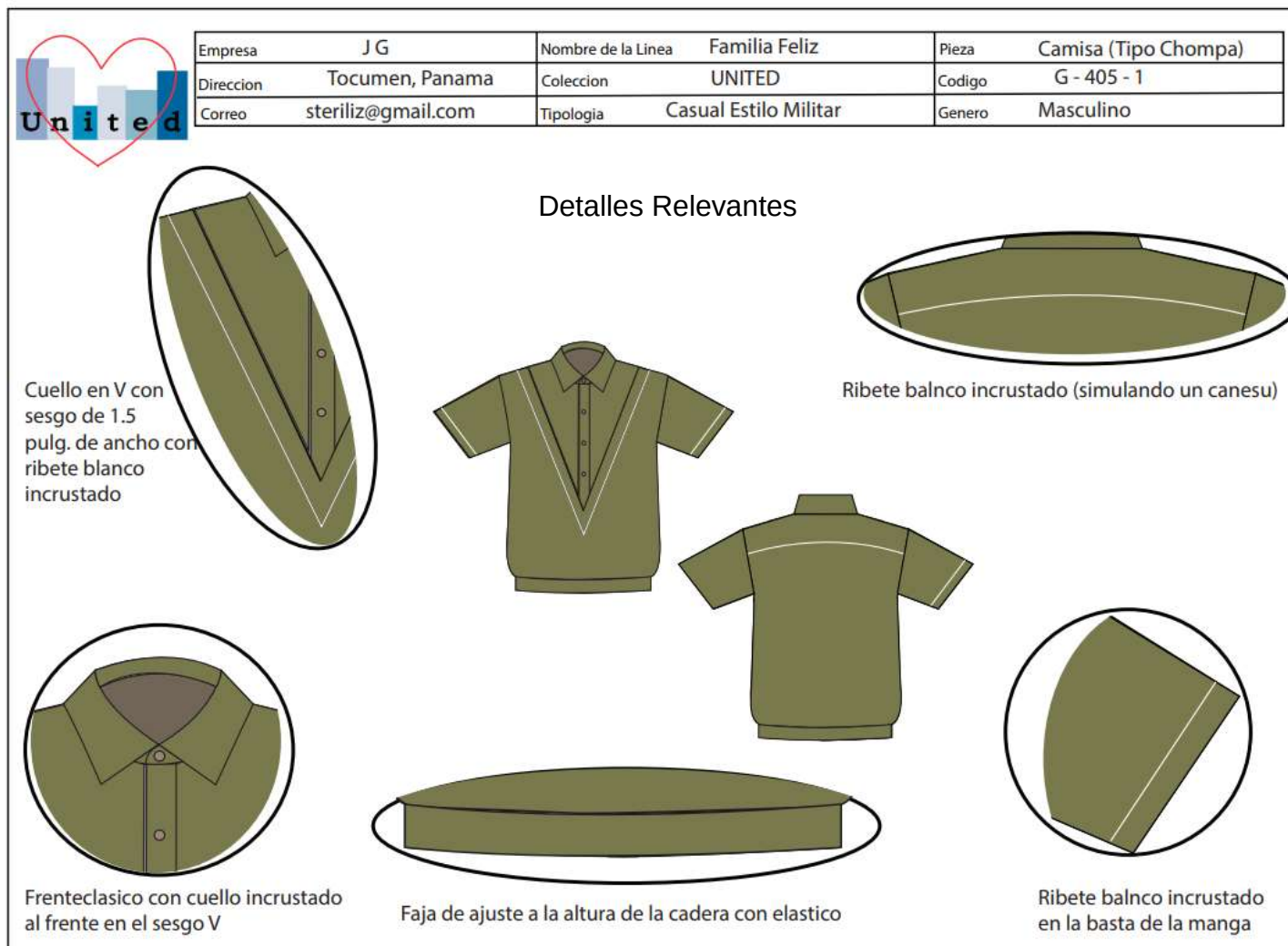
Corte en costado de la manga, puños de 2 pulgadas y flechas



Bolsillo de parche con relieve y ribete



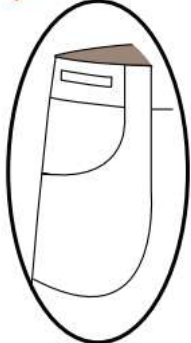




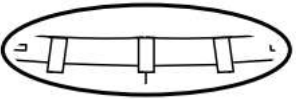


Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalón Largo
Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 406 - 2
Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

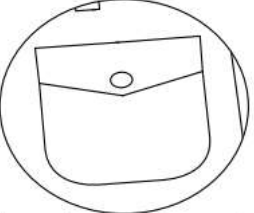
Detalles Relevantes



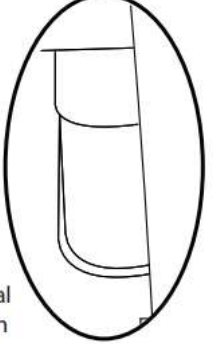
Bolsillo de parcha con relieve y reborde con ribete



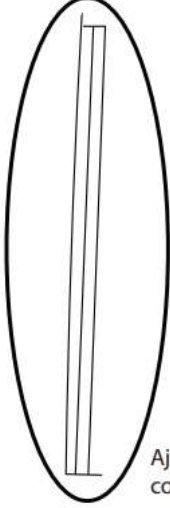
Presillas (chicotes) de 1 pulgada de ancho



Bolsillo de parche con relieve, reborde con ribete y tapa con botón



Bolsillo de parche lateral con relieve, reborde con ribete y tapa con botón



Ajustadores laterales con cordones

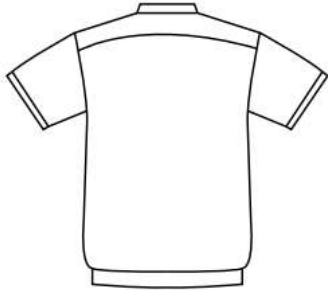


Bolsillo monedero tipo Jeans del lado izquierdo

5.6.2.4. Fichas Técnicas de Costos.

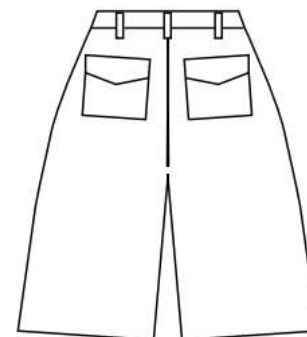
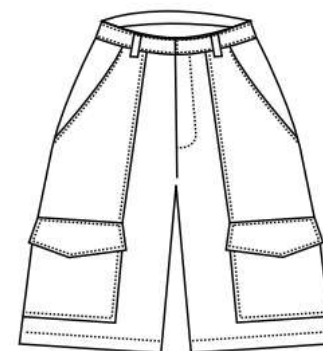
	Empresa	Maclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Camisa (tipo chompa)
	Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0523-1
	Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	2	2.50	5.00	5.00
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	1.00	1.00	1.00	1.00
Botones de broche metalicos	10	0.30	3.00	3.00
hilo calibre 40/2	1 conos	1.50	1.50	1.50
Total				10.80
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				4.00
confeccion				6.00
limpieza y acabados				2.00
placado				0.90
Total				12.90
Costos Mano de Produccion				23.70
Costos de Venta				
Costo total				32.70
% de ganancias				15.20
Precio de venta al por mayor				33.00
Precio al detal				38.00

	Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalón (tipo bermuda)
	Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523-2
	Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

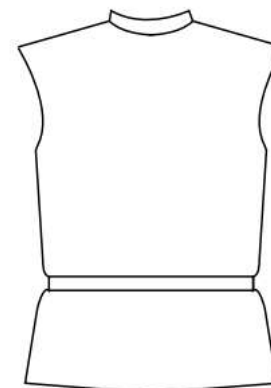
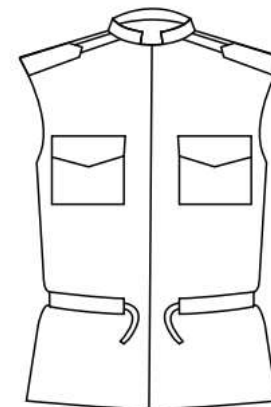
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	1.5	2.50	3.75	3.75
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	-----	-----	-----	
Botones de broche metalicos	5	0.30	1.50	1.50
hilo calibre 40/2	1 conos	1.50	1.50	1.50
cremallera	1	0.60	0.60	0.60
Total				7.65
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				3.00
confeccion				5.00
limpieza y acabados				1.50
plancado				0.60
Total				10.10
Costos de Produccion				17.75
Costos de Venta				
Costo total				24.50
% de ganancias				6.75
Precio de venta al por mayor				25.00
Precio al detal				35.00





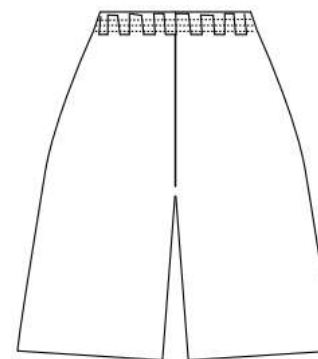
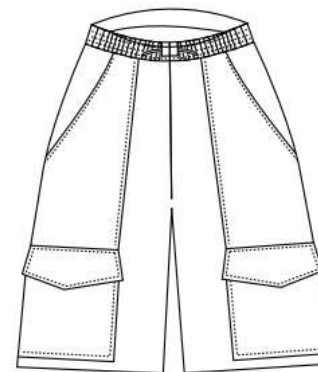
Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	camisa de niño
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0523-1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	1.5	2.50	3.75	3.75
Etretela fusional	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	-----	-----	-----	
Botones de broche metalicos	5	0.30	1.50	1.50
hilo calibre 40/2	1 conos	1.50	1.50	1.50
cremallera	1	0.60	0.60	0.60
Total				7.65
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				3.00
confeccion				5.00
limpieza y acabados				1.50
placado				0.60
Total				10.10
Costos de Produccion				17.75
Costos de Venta				
Costo total				24.50
% de ganancias				6.75
Precio de venta al por mayor				25.00
Precio al detal				35.00



	Empresa	Mclean Fashion		Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Pantlon (tipo bermuda)
	Direccion	Don Bosco Panama		Coleccion	UNITED	Codigo	0523-2
	Correo	eimcclean19@hotmail.com		Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

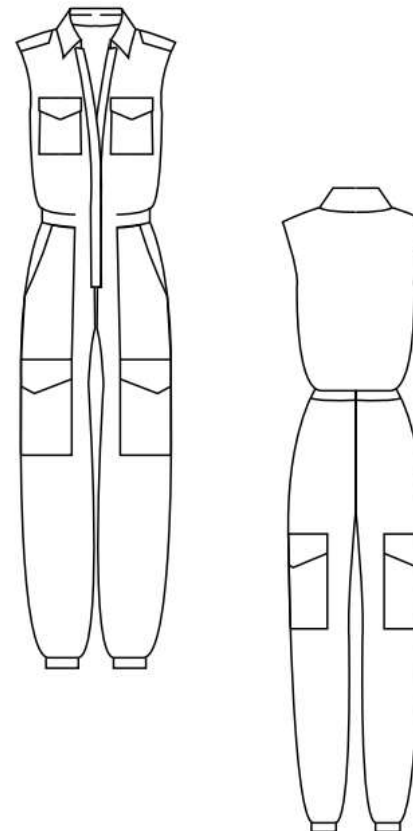
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	1.5	2.50	3.75	3.75
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	-----	-----	-----	
Botones de broche metalicos	5	0.30	1.50	1.50
hilo calibre 40/2	1 conos	1.50	1.50	1.50
cremallera	1	0.60	0.60	0.60
Total				7.65
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				3.00
confeccion				5.00
limpieza y acabados				1.50
plancado				0.60
Total				10.10
Costos de Produccion				17.75
Costos de Venta				
Costo total				24.50
% de ganancias				6.75
Precio de venta al por mayor				25.00
Precio al detal				35.00





Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Overol
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0523
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

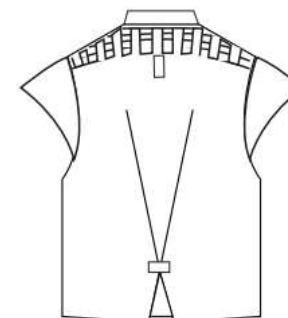
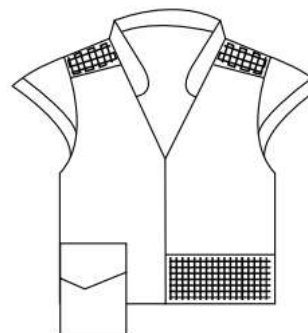
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	3.50	2.50	8.75	8.75
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	0.50	1.00	0.50	0.50
Botones de broche metalicos	14	0.30	4.20	4.20
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				16.75
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				12.00
limpieza y acabados				4.00
plancado				1.75
Total				23.50
Costos Mano de Produccion				40.25
Costos de Venta				
Costo total				40.25
% de ganancias				15.20
Precio de venta al por mayor				55.45
Precio al detal				65.00





Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Blusa
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0519-1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

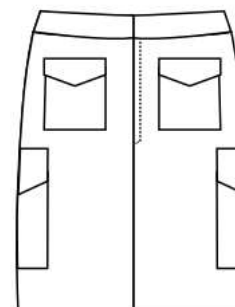
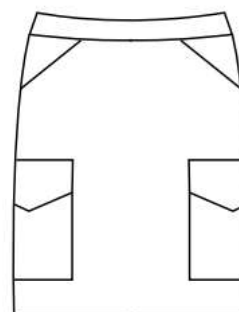
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Ripstop	2.00	2.50	5.00	5.00
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Botones de pasta	6	0.20	1.20	1.20
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				9.50
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				10.00
limpieza y acabados				2.00
plancado				0.75
Total				18.50
Costos de Produccion				28.00
Costos de Venta				
Costo total				28.00
% de ganancias				10.64
Precio de venta al por mayor				39.00
Precio al detal				45.00





Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Falda
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0519-2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

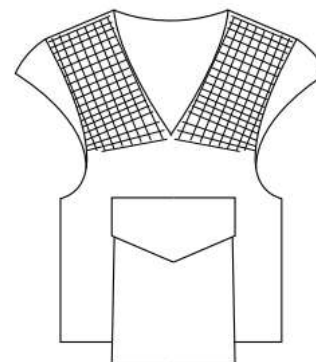
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Ripstop	1.50	2.50	3.75	3.75
Etretela fusible	0.25	1.25	0.30	0.30
Botones de pasta	5	0.20	1.00	1.00
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				8.05
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				8.00
limpieza y acabados				2.00
placado				0.60
Total				16.35
Costos de Produccion				24.40
Costos de Venta				
Costo total				24.40
% de ganancias				9.64
Precio de venta al por mayor				34.04
Precio al detal				42.00





Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Blusa
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0525-1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

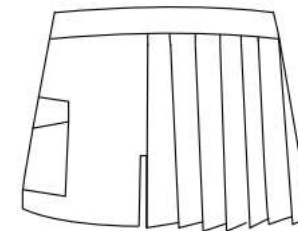
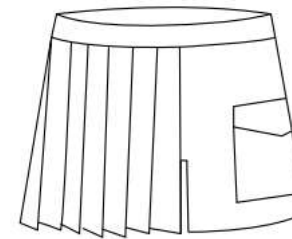
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Ripstop	1.00	2.50	2.50	2.50
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Tela ristop de camuflaje	0.75	2.50	1.85	1.85
Botones de pasta	6	0.20	1.20	1.20
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				8.85
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.00
confeccion				6.00
limpieza y acabados				1.00
plancado				0.50
Total				12.50
Costos de Produccion				21.35
Costos de Venta				
Costo total				21.35
% de ganancias				8.15
Precio de venta al por mayor				22.00
Precio al detal				30.00





Empresa	McClean Fashion	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Falda
Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0525-2
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

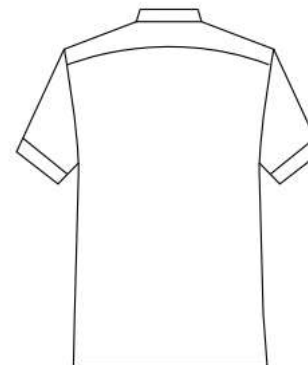
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Ripstop	1.0	2.50	2.50	2.50
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Botones de pasta	2	0.20	0.40	0.40
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				6.20
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				4.00
confeccion				5.00
limpieza y acabados				1.50
plancado				0.60
Total				11.10
Costos de Produccion				17.30
Costos de Venta				
Costo total				17.30
% de ganancias				6.60
Precio de venta al por mayor				24.00
Precio al detal				30.00





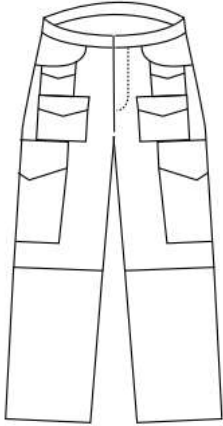
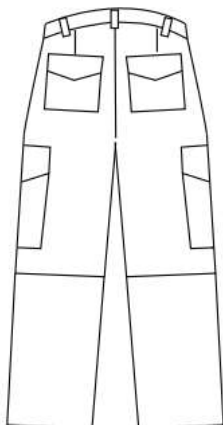
Empresa	Maclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa (tipo chompa)
Dirección	Don Bosco Panama	Colección	UNITED	Código	0530-1
Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Ripstop	1.25	2.50	3.15	3.15
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Tela Ristop de camiflaje	1	2.50	2.50	2.50
Botones de pasta	9	0.20	1.80	1.80
hilo calibre 40/2	1 conos	1.50	1.50	1.50
Total				9.25
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				4.00
confeccion				6.00
limpieza y acabados				2.00
placado				0.60
Total				12.60
Costos Mano de Produccion				21.85
Costos de Venta				
Costo total				21.85
% de ganancias				8.30
Precio de venta al por mayor				30.00
Precio al detal				39.00



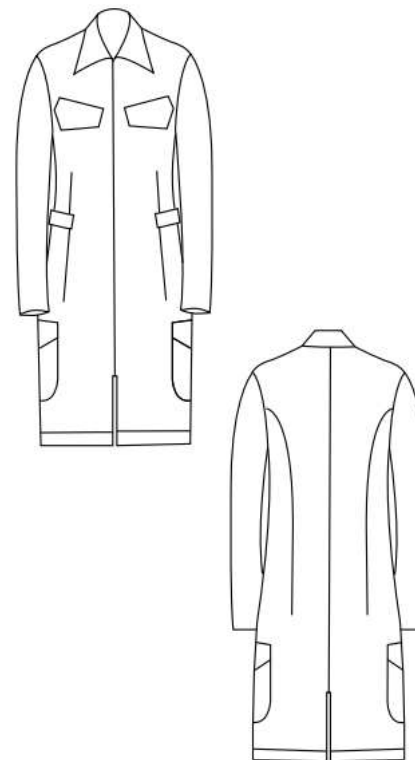
	Empresa	Mclean Fashion	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon regular
	Direccion	Don Bosco Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	0531-2
	Correo	eimcclean19@hotmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Ripstop	2.5	2.50	6.25	6.25
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	-----	-----	-----	
Botones de pasta	9	0.20	1.80	1.80
hilo calibre 40/2	1 conos	1.50	1.50	1.50
cremallera	1	0.60	0.60	0.60
Total				10.45
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				3.00
confeccion				8.00
limpieza y acabados				1.50
plancado				0.60
Total				13.10
Costos de Produccion				23.55
Costos de Venta				
Costo total				9.12
% de ganancias				6.75
Precio de venta al por mayor				30.00
Precio al detal				42.00

	Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Overol
	Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 410
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	2.00	2.50	4.00	4.00
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	-----	-----	-----	-----
Botones de pasta	7	0.20	1.00	1.40
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				8. 70
Costos Mano de Obbra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				12.00
limpieza y acabados				2.00
plancado				0.60
Total				20.35
Costos de Produccion				
				29.05
Costos de Venta				
Costo total				29.05
% de ganancias				11.40
Precio de venta al por mayor				40.45
Precio al detal				50.00



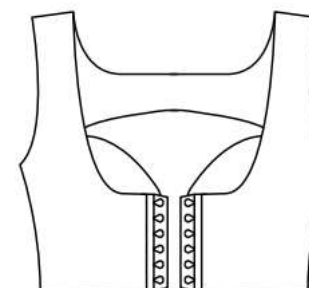
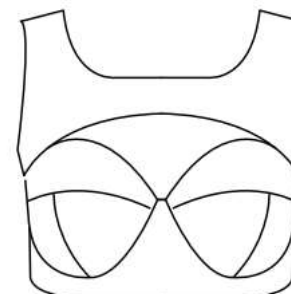
	Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Guerrera y Falda
	Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 430
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	2.5	2.50	6.25	6.25
Eretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	-----	-----	-----	-----
Botones de pasta	14	0.25	3.50	3.50
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				13. 05
Costos Mano de Obbra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				30.00
limpieza y acabados				2.00
plancado				0.60
Total				38.35
Costos de Produccion				51.40
Costos de Venta				
Costo total				51.40
% de ganancias				19.60
Precio de venta al por mayor				71.00
Precio al detal				80.00



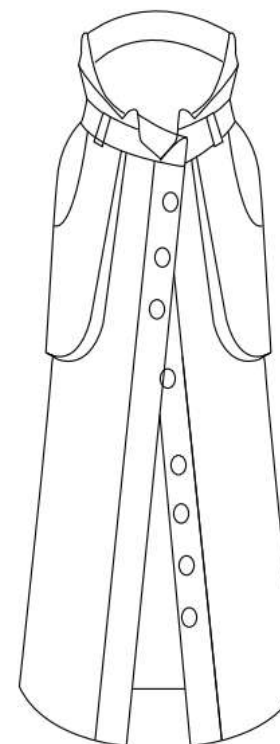
	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Corset
	Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 425 - 1
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	1	2.50	2.50	2.50
Entretela fusionable	1.00	1.25	1.25	1.25
Entretela de lona	0.50	4.00	2.00	2.00
Cordon (cola de raton)	3	0.25	0.75	0.75
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				9.50
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				25.00
limpieza y acabados				2.00
placado				0.60
Total				33.35
Costos de Produccion				42.85
Costos de Venta				
Costo total				42.85
% de ganancias				16.30
Precio de venta al por mayor				59.15
Precio al detal				69.00



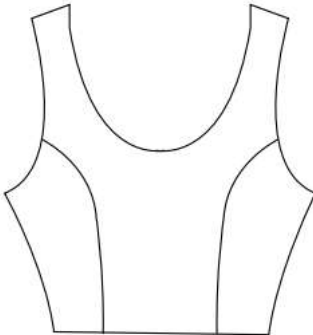
	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Falda
	Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 425 - 2
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

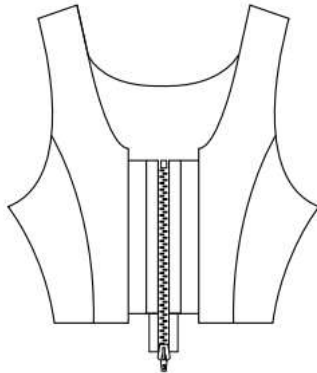
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	3	2.50	12.50	12.50
Eretela fusional	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	-----	-----	-----	-----
Botones de pasta	14	0.25	3.50	3.50
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				19.30
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				15.00
limpieza y acabados				2.00
placado				0.60
Total				23.35
Costos de Produccion				42.65
Costos de Venta				
Costo total				42.65
% de ganancias				16.25
Precio de venta al por mayor				58.90
Precio al detal				68.00



	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Top (tipo remerita)
	Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 415 - 1
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	1.50	2.50	3.75	3.75
Eretela fusional	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	-----	-----	-----	-----
Cremallera de jacker	1	1.40	1.40	1.40
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				8.45
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				8.00
limpieza y acabados				2.00
placado				0.60
Total				16.35
Costos de Produccion				24.85
Costos de Venta				
Costo total				24.85
% de ganancias				9.44
Precio de venta al por mayor				35.04
Precio al detal				40.00

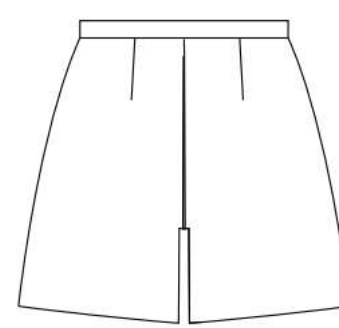




	Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon corto
	Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 415 - 2
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Femenino

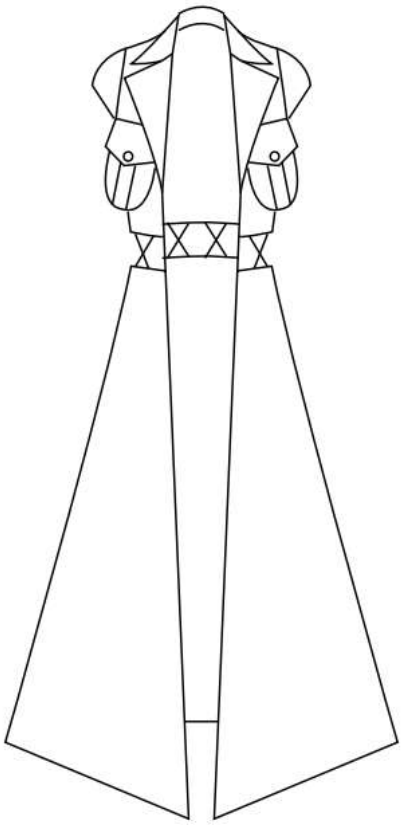
Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	1.50	2.50	3.75	3.75
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Botones	1	0.20	0.60	0.60
Cremallera	1	0.80	1.40	1.40
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				8.45
Costos Mano de Obbra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				8.00
limpieza y acabados				2.00
plancado				0.60
Total				16.35
Costos de Produccion				24.85
Costos de Venta				
Costo total				24.85
% de ganancias				9.44
Precio de venta al por mayor				35.04
Precio al detal				40.00





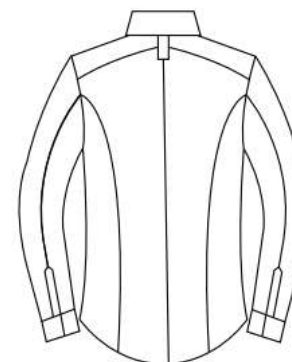
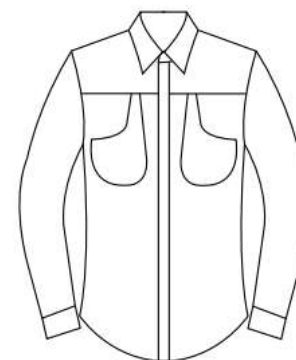
	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Sobre todo
	Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 410
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Femenino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	4	2.50	10.00	10.00
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	----	-----	-----	-----
Botones de pasta	4	0.20	0.80	0.80
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				14. 10
Costos Mano de Obbra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				15.00
limpieza y acabados				2.00
plancado				0.60
Total				23.35
Costos de Produccion				37.45
Costos de Venta				
Costo total				37.45
% de ganancias				14.25
Precio de venta al por mayor				52.70
Precio al detal				60.00



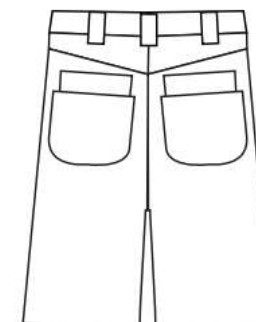
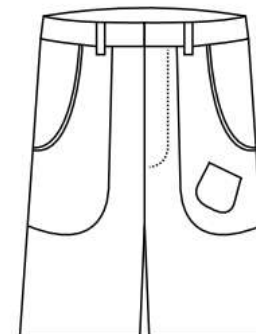
	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa
	Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 406 - 1
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Manta Dril	1.50	2.50	3.75	3.75
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
Botones de pasta	7	0.20	1.00	1.40
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				8.45
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				8.00
limpieza y acabados				2.00
placado				0.60
Total				16.35
Costos de Produccion				24.85
Costos de Venta				
Costo total				24.85
% de ganancias				9.64
Precio de venta al por mayor				34.04
Precio al detal				42.00



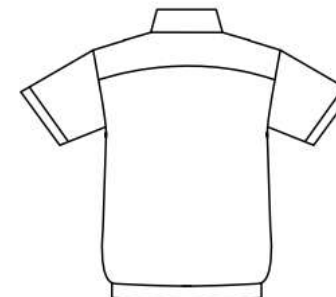
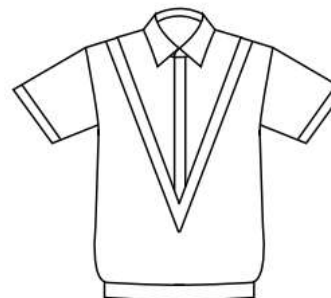
	Empresa	J G	Nombre de la Linea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon (tipo Bermuda)
	Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 406 - 2
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Ripstop	1.50	2.50	3.75	3.75
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
cremallera	1	0.60	0.60	0.60
Botones de pasta	1	0.20	0.20	0.20
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				7.85
Costos Mano de Obbra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				8.00
limpieza y acabados				2.00
plancado				0.60
Total				16.35
Costos de Produccion				24.20
Costos de Venta				
Costo total				24.20
% de ganancias				9.64
Precio de venta al por mayor				34.00
Precio al detal				42.00



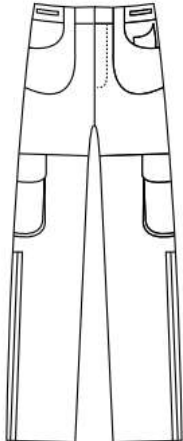
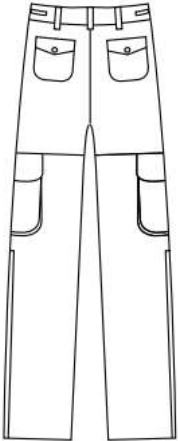
	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Camisa (Tipo Chompa)
	Dirección	Tocumen, Panama	Colección	UNITED	Código	G - 405 - 1
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipología	Casual Estilo Militar	Género	Masculino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Scall o Drill de tuill	1.50	2.50	3.75	3.75
Eretela fusible	0.25	1.25	0.30	0.30
Elastico de 35 mm	1.00	1.00	1.00	1.00
Botones de pasta	7	0.20	1.00	1.40
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				9.45
Costos Mano de Obra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				8.00
limpieza y acabados				2.00
placado				0.60
Total				16.35
Costos de Produccion				25.85
Costos de Venta				
Costo total				25.85
% de ganancias				9.64
Precio de venta al por mayor				35.04
Precio al detal				45.00



	Empresa	J G	Nombre de la Línea	Familia Feliz	Pieza	Pantalon Largo
	Direccion	Tocumen, Panama	Coleccion	UNITED	Codigo	G - 405 - 2
	Correo	steriliz@gmail.com	Tipologia	Casual Estilo Militar	Genero	Masculino

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Tela Manta Drill	2.50	2.50	6.25	6.25
Etretela fusionable	0.25	1.25	0.30	0.30
cremallera	1	0.60	0.60	0.60
Botones de pasta	5	0.20	1.00	1.00
hilo calibre 40/2	2 conos	1.50	3.00	3.00
Total				11.15
Costos Mano de Obbra				
Patronaje escalado tendido y corte				5.75
confeccion				8.00
limpieza y acabados				2.00
plancado				0.60
Total				16.35
Costos de Produccion				27.50
Costos de Venta				
Costo total				27.50
% de ganancias				10.45
Precio de venta al por mayor				38.00
Precio al detal				48.00

5.7. Parte - 5 Desarrollo del Prototipo.

5.7.1. Desarrollo del Prototipo.

Para el desarrollo del prototipo fue necesario buscar en varias tiendas que venden textiles, fue un tanto difícil pues no se encontraron telas que fueran más frescas y apropiadas para nuestro clima. Nuestra paleta de color nos dificultaba lo que se buscaba. Finalmente se encontró algunas opciones que permitió trabajar y lograr los prototipos.

Cada prenda presentaba un nivel de complejidad lo que hizo que se trabajarán algunos detalles con anticipación, pero se lograron los objetivos propuestos con cada una.

En cuanto a los insumos, fue una búsqueda incesante, ya que en algunos casos se estaban agotando, pero con persistencia se encontraban, sobre todo porque los diseños demandaban colores y detalles específicos como es el caso de los broches.

La confección se llevó a cabo sin contratiempo, tomando en cuenta la calidad que requiere. Al final se obtuvo una propuesta que cumplía con lo que dictaba la moda actual, para el gusto de todos, por sus detalles y por lo impecable de sus costuras.

5.7.2. Evaluación del Diseño.

Con esta propuesta se resuelve de forma sencilla el problema de diseño ya que al principio era mucho lo que había que resolver, pero al final se logró el objetivo principal que era proyectar la unión familiar por medio del diseño de vestuario lo que hace que el mismo sea realmente funcional; apropiado para diferentes gustos y edades además de estar acorde con lo que dictan las tendencias de la moda 2024.

Proyectar la unión familiar a través del vestuario.	
PROBLEMA	SOLUCIÓN
Falta de identificación y proyección de valores.	Familia unificada a través del vestuario, proyección de valores.
Diferentes morfologías.	Diseños que toman las características propias de cada miembro de la familia como; edad, sexo, morfología, entre otros.
Diferentes edades.	
Diferentes sexos.	
Diferentes gustos e intereses.	
Unificar sin uniformar a la familia.	Se unifica a la familia sin necesidad de uniformar los, se logra a través de estilos, colores, cortes, estampados, textiles, entre otros.
Seguir tendencias de la moda actual.	Vestidos de acuerdo con las tendencias de la moda PV 2024.

Cuadro No. 8 Comparación o validación de diseños. Fuente: Elaboración propia (Juan García – Elba Mc Clean).

5.7.2.1. Validación de Propuesta por Usuario.

Diseño 1



Diseño 2



Diseño 3



Diseño 4



Diseño 5



Diseño 6



Diseño 7



Diseño 8



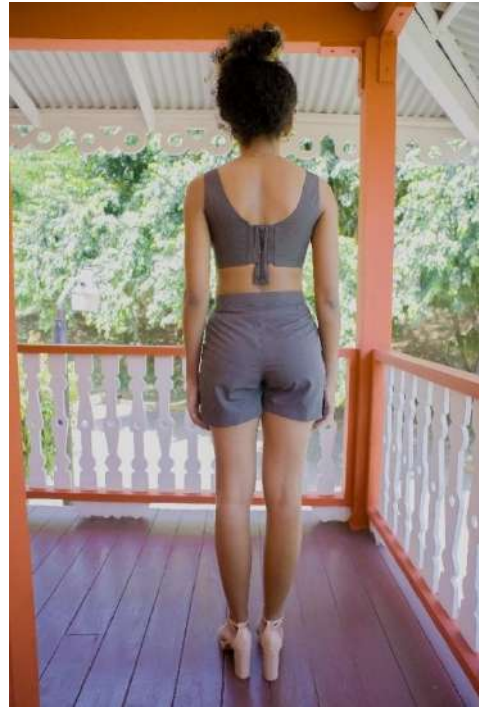
Diseño 9



Complemento del Diseño 9



Diseño 10



Complemento del Diseño 10



Diseño 11



Diseño 12



Familia 1



Familia 2



Familia 3



Familia 4



CONCLUSIONES

En el desarrollo de este trabajo se ha contado con una serie de contenidos, conceptos, opiniones y aportes que permiten llegar a conclusiones enriquecidas por toda la experiencia que el mismo brinda para poder cumplir con los objetivos propuestos en un principio.

- En Panamá las personas ven con agrado el vestir coordinados con sus familias, ya que muchos de ellos ya han tenido la experiencia, pero necesitan más opciones, en cuanto a la tipología y la ocasión y los posibles escenarios donde se interactúa junto a la familia.
- Las familias comparten momentos juntos que son especiales y que desean algo especial para destacarse como familia, en fiestas, paseos, para navidad, entre otras, pero tienen limitado el acceso a vestidos porque las tiendas del país lo que más ofrecen son pijamas navideños con esas características, en donde puedan proyectarse como una familia unida y donde reine el consenso tomando en cuenta el criterio de cada miembro.
- Cada familia al utilizar vestidos coordinados para grupos familiares establece ideologías que se maneja en la familia, así como el mensaje que se envía a sus miembros y a los observadores, pues el uso, aunque sea esporádico de ese tipo de vestimenta demuestra que hay un nivel de tolerancia, respeto, y otros valores que cada miembro está dispuesto a practicar sin abandonar su individualidad. Pero todo esto le da un sentido de pertenencia a un grupo, en este caso, su familia.
- El concepto de diseño está propuesto para que las familias se proyecten como un grupo de personas que tienen una identidad como familia, en donde reina la armonía y la integración plena de cada uno de sus miembros, todo tomando en cuenta todo nuestro entorno dentro de nuestro contexto.
- Las tipologías que más requieren las personas en vestidos coordinados para grupos familiares, es el deportivo casual y el casual ya que los dos se pueden

usar en diferentes momentos de la vida de las personas, que buscan vestidos que sirvan para diferentes ocasiones.

- El impacto ante la proyección del uso de vestidos coordinados para grupos familiares será inmediato y con la colección propuesta todas las miradas se dirigirán al grupo de personas que la usan ya sea que lo vean en persona o en redes sociales, porque es notable la armonía y la unidad, observa, sin necesidad de uniformar a sus miembros.

RECOMENDACIONES

Después de investigar y realizar nuestra propuesta de diseño, de acuerdo con la solución de problemas de diseño, proponemos las siguientes recomendaciones.

- Seguir investigando sobre el tema para que más persona opten por iniciativas que rescaten los valores en las familias que, el vestido sirva como siempre para cumplir con su función de proteger el cuerpo, pero también como transmisor de ideologías dentro de y a familias y los amigos también.
- Proponer más opciones de vestidos coordinados para las familias y las diferentes ocasiones donde puede usarlo para más ocasiones como fiestas, cabalgatas, ropa de playa entre otras.
- Incentivar los desfiles de modas con familias reales para incentivar a las personas para que utilicen este tipo de vestuario en donde no hay necesidad de vestir a todos por igual, sino que usando elementos de diseños que unifique sin uniformar.
- Realizar una colección de pijamas navideñas con temas que tengan relación con la forma como celebramos, los panameños la Navidad para que no sigamos consumiendo este tipo de producto que nos aleja de nuestras costumbres y tradiciones navideñas y también para otras celebraciones.
- Llevar la idea a centros comerciales y talleres de moda con una propuesta bien justificada en donde se demuestre la aceptación que tienen este tipo de vestuario dentro del mercado local para que puedan adquirirlos y que lleguen a el público de las diferentes clases sociales del país, resaltando que a través de este se transmiten valores como el respeto, la tolerancia, el amor, la unidad entre otras.
- Promover a través de redes sociales el concepto de diseño para que las familias se proyecten como un grupo de personas que están unidas sin perder su

individualidad donde hay unión sin imponer, pero con armonía e integración plena de cada uno de sus miembros.

REFERENCIAS ICONOGRÁFICAS

1. Bibliografía.

- Bogdanski, T., Santana Elizalde, E. P., Portillo Arvizu, A. D. (2017). La Familia como Sistema. *Vida y Familia*. Ensayo, UNIDAD Editorial Digital. Recuperado de https://www.google.com.pa/books/edition/Vida_y_Familia/noyNAwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0&kptab=editions.
- Durango, A. (2014). La influencia de las redes sociales en las rutinas de la sociedad. En *Las Redes Sociales* (pp. 6–14). Ensayo, IT Campus Academy. Recuperado de https://books.google.com.pa/books?id=sORqCwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s.
- Hernández-Sampieri, R., Baptista Lucio, M. del P., & Fernández Collado, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill/Interamericana.
- Juul, J. (2015). *Los Valores para la familia son hoy las pautas para las relaciones de pareja y la educación de los hijos*. Maeva.
- Iglesias Martínez, J. (4 de febrero de 2016). *El Papel de las marcas de moda en la Construcción de la Identidad personal*. Tesis Doctorals en Xarxa. <https://www.tdx.cat/handle/10803/369847>
- Rosado, Y. (2015). *SOS Adolescentes fuera de control en la era digital*. Penguin Random House Grupo Editorial.

2. Infografía.

20 tipos de telas para que utilices al crear tu colección de moda. Tipos de tela: revisa los principales en esta lista de A a Z. (s.f.). <https://audaces.com/es/blog/tipos-de-telas-lista-de-la-a-z>

Acibeiro, M. (24 de octubre de 2023). ¿Qué son las redes sociales y para qué sirven? Blog. <https://es.godaddy.com/blog/que-son-las-redes-sociales-y-para-que-sirven/>

Álvarez, M. (1 de noviembre de 2019). *Se lleva vestir como mamá y papá.* about espanol. <https://www.aboutespanol.com/exito-de-la-moda-para-vestir-igual-que-tus-hijos-2902602>

Aranguren, E. (1998). La Moda de la Familia - Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2698845.pdf>

BBVA. (21 de diciembre de 2023). Qué es y cómo reconocer la moda sostenible. BBVA NOTICIAS. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-y-como-reconocer-la-moda-sostenible-conviviendo-con-el-planeta/>

Bello G., A. (10 de febrero de 2016). *La Democratización de la Moda.* El Planeta Urbano. <https://elplanetaurbano.com/2016/02/la-democratizacion-de-la-moda/>

Clarín.com. (12 de marzo de 2017). *La pareja japonesa que desde hace 37 años se viste en composé.* Clarín. https://www.clarin.com/entremujeres/moda/lo-mas-trendy/pareja-japonesa-hace-37-anos-viste-compose_0_HkBcD0Mol.html

Colino. (7 de octubre de 2020). *Ropa Igual Para Madres e Hijas: Las marcas que te ayudan a ir a juego y 21 looks ideales.* Tendencias.

<https://www.trendencias.com/tendencias/looks-ninas-madres-marcas-que-te-ayudan-a-ir-a-juego-21-looks-ideales>

¿Cómo era la vida familiar en la prehistoria? La web de la familia. (12 de junio de 2023).

<https://alivianate.org/familia/como-era-la-vida-familiar-en-la-prehistoria/>

Concepto, Características, tipos y cómo aplicarla... La responsabilidad. (23 de octubre de

2018). <https://laresponsabilidad.com/>

Cotoli: Little Big Ones. Cotoli. (12 de marzo de 2023). <https://cotoli.es/>

C.P. Moreda. (3 de mayo de 2017). *La línea del tiempo a través del vestido.* C.P. Moreda -

Ayer - Asturias). <http://colegiopublicomoredaasturias.blogspot.com/2017/05/la-linea-del-tiempo-traves-del-vestido.html>

Duque, K. (1 de marzo de 2013). Torre Banco Panamá / Herreros Arquitectos. ArchDaily en español. <https://www.archdaily.cl/cl/02-240795/torre-banco-panama-herreros-arquitectos>

Editorial Etecé. (15 de julio de 2021). *Riesgos y Peligros de las Redes Sociales (Informe*

Completo). Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/riesgos-y-peligros-de-las-redes-sociales/>

Editorial Etecé. (19 de noviembre de 2023). *Redes Sociales - Qué son, Tipos, ejemplos,*

ventajas y riesgos. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/redes-sociales/>

EFE. (22 de septiembre de 2016). Cuando el estilo militar invadió La Moda.

FashionNetwork.com. <https://mx.fashionnetwork.com/news/Cuando-el-estilo-militar-invadio-la-moda,926501.html>

El vestido en la prehistoria: De La Piel Desnuda Al Símbolo de estatus. (s.f.).

https://www.researchgate.net/publication/308265514_El_vestido_en_la_Prehistoria_de_la_piel_desnuda_al_simbolo_de_estatus

Equipo editorial, E. (25 de septiembre de 2020). *Familia - Concepto, Tipos, evolución, valores y Características*. Concepto. <https://concepto.de/familia/>

Familia, E. en. (19 de abril de 2023). *¿Qué entendemos por respeto y por qué es tan importante?* Educamos en Familia.

<https://www.educamosenfamilia.com/post/2020/03/25/-qu%C3%A9-entendemos-por-respeto-y-por-qu%C3%A9-es-tan-importante>

Familia en la era de las redes sociales. Educamos en Familia. (12 de febrero de 2020).

<https://www.educamosenfamilia.com/post/2018/01/17/familia-en-la-era-de-las-redes-sociales>

Ferenga, K. (22 de septiembre de 2023). Max Mara para la Temporada Primavera-verano 2024: Una ninfa urbana en la guerra por el verde. Revista de la ciudad.

<https://citymagazine.si/es/max-mara-para-la-temporada-primavera-verano-2024-ninfa-urbana-en-la-guerra-por-el-verde/>

Fernández Silva, C. (22 de abril de 2015). *Cuerpo Regulado, Caótico y Liberado: La autorreferencia en el uniforme militar y el uniforme escolar*. P R O Y E C T O M E D U

S S A. <https://proyectomedussa.com/cuerpo-regulado-caotico-y-liberado-la-autorreferencia-en-el-uniforme-militar-y-el-uniforme-escolar/>

Flores, J. J. C. (10 de junio de 2011). *Los Valores En La Familia*. Monografias.com.

<https://www.monografias.com/trabajos86/valores-familia/valores-familia>

González, L. (25 de octubre de 2020). *La Familia y la moda*. iQual Online.

<https://iqualonline.com/blogs/news/la-familia-y-la-moda>

Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 122–124. Recuperado de

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513/1521>.

Jeluiho. (23 de febrero de 2020). *Cuero ¿En qué época fue el primer curtido?* Convocatorias De Trabajo. <https://dcuero.online/en-que-epoca-se-utilizo-mas-el-cuero/>

Klepicić, J. (6 de octubre de 2023). Familia en la era de las redes sociales. Educamos en Familia. <https://www.educamosenfamilia.com/post/2018/01/17/familia-en-la-era-de-las-redes-sociales>

La Agencia de Tendencias WGSN pronostica los colores para el pv 2024. Pinker Moda - Últimas noticias sobre Moda. (18 de mayo de 2022). <https://pinkermoda.com/wgsn-colores-para-pv-2024/>

Lischke, H. (1 de febrero de 2023). Cómo llevar el estilo cargo en 2023 sin que te veas como una novata de los 90. Vogue. <https://www.vogue.mx/moda/articulo/como-llevar-el-estilo-cargo>

Lugo, J. J. (12 de junio de 2023). *Moda y Clases Sociales: La Autodefinition del Ser Humano*. ideasDi.com | Revista digital de diseño, interiorismo y moda. <https://ideasdi.com/disenio-de-indumentaria/moda-y-clases-sociales/>

Maiorano, M. (16 de febrero de 2017). *Desde la edad media hasta la actualidad breve historia de la moda*. Academia.edu. https://www.academia.edu/31464903/Desde_la_Edad_Media_hasta_la_actualidad_Breve_historia_de_la_moda

Martínez, C., Quinchanegua Berna, J. P., Hernández León, Y. A., & Castillo, (26 de junio de 2014). *La Familia y su posición Como Clase Social*. Prezi.com. <https://prezi.com/clgk-cfblltc/la-familia-y-su-posicion-como-clase-social/>

Materiales Textiles En La Moda: Ecoetiquetas. Blog de DSIGNO. (5 de julio de 2016).
<https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/la-importancia-de-los-materiales-textiles-en-la-moda>

Medina Rosales, K. D. (6 de abril de 2017). *Redes Sociales y su impacto en la familia*. Diario La Tribuna. <https://archivos.latribuna.hn/2017/04/06/redes-sociales-impacto-la-familia/>

México, P. (14 de septiembre de 2023). Informe de Tendencias de Colores de Moda Pantone®: Semana de la Moda de Nueva York Primavera 2024. PANTONE.
<https://pantonemx.com/fashion-color-trend-report-ny-spring-2024/>

Múñiz, M. (22 de mayo de 2022). *Familias burbuja o por qué criamos en soledad (y cuatro clavos a los que agarrarse)*. EL MUNDO.
<https://www.elmundo.es/yodona/madres/2022/05/25/627bbb7f21efa0e75e8b45db.html>

Muret, D. (27 de junio de 2023). Las 10 Tendencias de la Moda Masculina para la primavera-verano 2024. FashionNetwork.com. <https://pe.fashionnetwork.com/news/Las-10-tendencias-de-la-moda-masculina-para-la-primavera-verano-2024,1530916.html>

Nelly, P., & Nelly, P. (27 de junio de 2022). *La responsabilidad desde La Familia*. Colegio Amador. <https://amador.edu.do/2022/04/27/la-responsabilidad-desde-la-familia/>

Neto, C. (10 de abril de 2020). *11 tipos de familia que existen en la sociedad actual*. Diferenciador. <https://www.diferenciador.com/tipos-de-familia/>

Okdiario. (10 de junio de 2019). *Historia: Descubre cuándo nace la familia*. okdiario.com.

<https://okdiario.com/curiosidades/cuando-nace-familia-4213330>

Oliveira Sánchez, L. (31 de marzo de 2023). *Los Peligros y Riesgos de las redes sociales*.

NordVPN. <https://nordvpn.com/es/blog/peligros-de-redes-sociales/>

Peiró, R. (1 de marzo de 2020). *Redes Sociales - Definición, Qué Es y Concepto*.

Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>

¿Qué es la burbuja social? CAMOC. (15 de enero de 2021).

<https://www.camoc.com.uy/5369/que-es-la-burbuja-social/>

Queija, A. P. (18 de octubre de 2019). *Familias en composé. Las Influencers ponen de moda*

vestirse todos iguales. LA NACIÓN. <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/familias-compose-las-influencers-ponen-moda-vestirse-nid2296361>

Recuperar la normalidad, ¿Más que una esperanza? CAF. (s.f.).

<https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/06/recuperar-la-normalidad-mas-que-una-esperanza/>

Ropa familiar a juego, la moda que arrasa en Internet ¿lo conocías? Igualitos Ropa Familiar.

(27 de febrero de 2023). <https://ropafamiliar.com/>

Santos, D. (26 de enero de 2024). *Qué es TikTok: Cómo usarlo y por qué unirte en 2023*.

Blog de HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/tiktok>

Scofield, M. (18 de agosto de 2022). *Cómo llevar los pantalones cargo de Forma Elegante de los 20 a...* Harper's Bazaar.

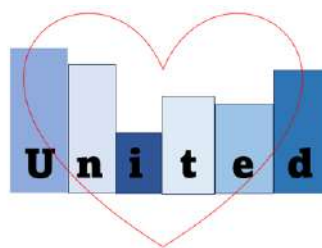
<https://www.harpersbazaar.com/es/moda/tendencias/a40904455/pantalones-cargo-favorecedores-edad-tendencia-como-llevar/>

Torre Banco Panamá. Archivo BAQ. (2014). <https://arquitecturapanamericana.com/torre-banco-panama/>

Valores familiares: Qué son y cuáles son. Significados. (s.f.).

<https://www.significados.com/valores-familiares/>

Veruskha, V. (29 de enero de 2011). La Importancia del color en la moda. La importancia del color en la moda. <https://personalshopping4u.blogspot.com/2011/01/la-importancia-del-color-en-la-moda.html>



ANEXOS

Universidad de Panamá
Facultad de Arquitectura y Diseño
Escuela de Diseño de Modas

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS No. 1

Técnica: Entrevista.

Tipo de Instrumento: Hoja de encuesta.

Población: Consumidores en Centros comerciales.

Descripción del Instrumento: Hoja de encuesta, aplicada a personas que compran vestidos para toda la familia.

La presente investigación es realizada por los estudiantes Juan García con cédula de identidad personal 8-276-763 y Elba Mc Clean con cédula de identidad personal 8-233-50 y el trabajo está bajo la supervisión de docentes con amplios conocimientos de moda y diseño.

El objetivo de la investigación es recolectar datos que nos permitan el análisis de los resultados para realizar propuestas que mejoren los productos que ofrecemos en nuestras tiendas de vestidos.

Agradecemos de antemano su participación en nuestro estudio asegurándose que todos los datos aportados por ustedes serán de uso exclusivo para la investigación.

Indicaciones: seleccione y responda de forma objetiva las interrogantes.

1. ¿Cuántos miembros tiene su familia?

2 ----- 3----- 4 ----- 5----- 6----- 7 o más

2. ¿Alguna vez usted y su familia han tenido la necesidad de adquirir vestidos coordinados para todos?

SI _____ NO _____

3. ¿Considera usted que vestir de forma coordinada contribuye a proyectarse como una familia en la que hay amor y unidad?

Si ----- No -----

4. ¿Cree usted que es de utilidad la identificación de la burbuja social en estos tiempos y en el futuro?

Si ----- No -----

5. Le gustaría; ¿enviar, compartir o subir fotos de la familia vestida de forma coordinada?

Si ----- No -----

6. ¿Considera usted que, en las tiendas por departamento de nuestro país, se ofrecen vestidos coordinados para toda la familia?

Si ----- No -----

7. ¿Desea comentar algo?

Agradecemos su colaboración

Universidad de Panamá
Facultad de Arquitectura y Diseño
Escuela de Diseño de Modas

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS No 2

Técnica: Entrevista.

Tipo de Instrumento: Hoja de encuesta.

Población: Consumidores E.V.E.

Descripción del Instrumento: Hoja de encuesta, aplicada a personas que compran vestidos para toda la familia.

La presente investigación es realizada por los estudiantes Juan García con cédula de identidad personal 8-276-763 y Elba Mcclean con cédula de identidad personal 8-233-50 y el trabajo está bajo la supervisión de docentes con amplios conocimientos de moda y diseño.

El objetivo de la investigación es recolectar datos que nos permitan el análisis de los resultados para realizar propuestas que mejoren los productos que ofrece nuestras tiendas de vestidos,

Agradecemos de antemano su participación en nuestro estudio asegurándose que todos los datos aportados por ustedes serán de uso exclusivo para la investigación.

Datos generales:

1. Edad: _____ años
2. Cargo actual: _____

Indicaciones: seleccione y responda de forma objetiva las interrogantes.

3. ¿Cuántos miembros tiene su familia? (Con la que vive).

2 ----- 3----- 4 ----- 5----- 6----- 7 o más-----

4. ¿Alguna vez usted y su familia han usado vestidos coordinados para grupos familiares?

SI _____ NO _____

5. ¿En qué ocasiones han tenido la necesidad de adquirir este tipo de vestidos coordinados para toda la familia?

a. Para fiestas ----- b. Para diario ----- c. Para paseos -----

d. Para Navidad ----- e. Para tomarse una foto -----

e. Ninguna de las anteriores.

6. ¿Considera usted que vestir de forma coordinada contribuye a proyectarse como una familia donde hay amor y unidad?

Si ----- No -----

7. ¿Cree usted que es de utilidad la identificación de la burbuja familiar en estos tiempos y en el futuro?

Si ----- No -----

8. ¿Le gustaría enviar, compartir o subir fotos de la familia vestida de forma coordinada?

Si ----- No -----

9. ¿Qué tipo de vestuario utilizará prendas de vestir coordinadas para la familia?

a. Ropa casual b. Ropa deportiva casual c. Ropa para dormir

c. Ropa de playa c. Ropa para fiestas

10. ¿Considera usted que, en las tiendas por departamento de nuestro país, se ofrecen vestidos coordinados para toda la familia?

Si -----

No -----

11. Desea comentar algo

Agradecemos su colaboración

Instrumento No. 3 TABLA DE COTEJO (Aplicada a tiendas por departamentos).

Items/Tiendas por Departamento									
		Conway	Dorians	El Costo	El Titán	La Onda	El Machetazo	Madison	Stevens
Ofrecen Vestidos Familiares.	Sí								
	No								
¿En qué departamentos ?	Bebé								
	Niña								
	Niño								
	Dama								
	Caballero								
Tipología de Vestuario.	Casual								
	Deportiva								
	Playa								
	Dormir								
	Fiesta								
Estilos, Temas o Estampados.	Anotar lo observado								

Fichas Técnicas



Empresa	Nombre de la Linea	Pieza
Direccion	Coleccion	Codigo
Correo	Tipologia	Genero

Descripción General del Producto
Paleta de Colores



Empresa	Nombre de la Línea	Pieza
Dirección	Colección	Código
Correo	Tipología	Género

Insumos y sus características						
#	Insumo	código	color	fabricante	distribuidor	Observaciones
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						



Empresa	Nombre de la Línea	Pieza
Dirección	Colección	Código
Correo	Tipología	Género

Detalles Relevantes



Empresa	Nombre de la Linea	Pieza
Direccion	Coleccion	Codigo
Correo	Tipologia	Genero

Insumos	Cantidad	Precio por Metro	Precio Total	Costo Total
Total				
Costos Mano de Obbra				
Patronaje escalado tendido y corte				
confeccion				
limpieza y acabados				
plancado				
Total				
Costos de Produccion				
Costos de Venta				
Costo total				
% de ganancias				
Precio de venta al por mayor				
Precio al detal				

Glosario de Términos

- Atemporal: Que está fuera de tiempo o trasciende. (RAE, 2023).
- Boceto: Proyecto o apunte general previo a la ejecución de una obra artística. (RAE, 2023).
- Bosquejo: Traza primera y no definitiva de una obra pictórica, y en general de cualquier creación intelectual o artística. (RAE, 2023).
- Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. (RAE, 2023).
- Colección: Conjunto ordenado de cosas, por lo común de una misma clase y reunidas por su especial interés o valor. Conjunto de las creaciones que presenta un diseñador de moda para una temporada. (RAE, 2023).
- Coordinados: Unir dos o más cosas de manera que formen una unidad o un conjunto armonioso. (RAE, 2023).
- Creativo: Que posee o estimula la capacidad de creación, invención, etc. Capaz de crear algo. (RAE, 2023).
- Diseño: Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Traza o delineación de un edificio o de una figura. (RAE, 2023).
- Familia: Grupo de personas vinculadas por relaciones de matrimonio, parentesco, convivencia o afinidad. Conjunto de ascendientes, descendientes, colaterales y afines de un linaje. (RAE, 2023).
- Funcional: Dicho de una cosa: Diseñada y organizada atendiendo, sobre todo, a la facilidad, utilidad y comodidad de su empleo. (RAE, 2023).
- Ilustración: Acción y efecto de ilustrar. Estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro. (RAE, 2023).
- Imagen: Figura, representación, semejanza y apariencia de algo. (RAE, 2023).

- Inspiración: Acción y efecto de inspirar o inspirarse. Estímulo que anima la labor creadora en el arte o la ciencia. (RAE, 2023).
- Insumos: Conjunto de elementos que toman parte en la producción de otros bienes. (RAE, 2023).
- Integrador: Que integra (hace que alguien o algo pase a formar parte de un todo). (RAE, 2023).
- Jovial: Alegre, festivo, apacible. (RAE, 2023).
- Militar: Profesar la milicia. (RAE, 2023).
- Morfología: Forma o estructura de algo. (RAE, 2023).
- Pronóstico: Acción y efecto de pronosticar. Señal por donde se conjetura o adivina algo futuro. (RAE, 2023).
- Propuesta: Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin. (RAE, 2023).
- Prototipo: Ejemplar original o primer molde en que se fabrica una figura u otra cosa. (RAE, 2023).
- Referente: Término modélico de referencia. (RAE, 2023).
- Silueta: Forma que presenta a la vista la masa de un objeto más oscuro que el fondo sobre el cual se proyecta. Contorno de la figura. (RAE, 2023).
- Tendencia: Propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines. Que se orienta en determinada dirección. (RAE, 2023).
- Textiles: Dicho de una materia: Capaz de reducirse a hilos y ser tejida. (RAE, 2023).
- Tipología: Estudio y clasificación de tipos que se practican en diversas ciencias. (RAE, 2023).
- Unión: Acción y efecto de unir o unirse. Alianza, confederación, compañía. (RAE, 2023).

- Utilitario: Que busca ante todo la utilidad de las cosas. (RAE, 2023).
- Valores: Cualidad o conjunto de cualidades por las que una persona o cosa es apreciada o bien considerada. (RAE, 2023).
- Versátil: Capaz de adaptarse con facilidad y rapidez a diversas funciones. (RAE. 2023).
- Vestido: Prenda o conjunto de prendas exteriores con que se cubre el cuerpo. (RAE, 2023)