

MODELADO DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DEL DISEÑO DE INDUMENTARIAS EN MÉRIDA

Modeling of the Clothing Design Production Line in Mérida

Recibido: 16/04/2024
Aceptado: 19/08/2024

Alejandro Rassias López. Universidad de Los Andes, Venezuela. rassalex@ula.ve
 <https://orcid.org/0000-0002-6075-5718>

Resumen:

Esta investigación se centra en analizar las particularidades de la cadena de producción del diseño de indumentaria en Mérida. A través de una revisión exhaustiva de la literatura y un análisis contextualizado, se exploran los componentes fundamentales de las cadenas productivas, con especial énfasis en el sector textil. Se profundiza en el proceso creativo del diseño de prendas de vestir y se identifican los eslabones clave que intervienen, desde la conceptualización hasta la comercialización. Con base en el marco teórico y el análisis de la realidad local, a través de encuestas a manufactureras y proveedores de materias primas, se propone un modelo de cadena de producción adaptado a las características específicas actuales en Mérida.

Palabras clave: Diseño, indumentaria, ropa, moda, cadena de producción.

Abstract:

This work focuses on analyzing the particularities in the production line of clothing design in Mérida. Through a comprehensive review of the literature and a contextualized analysis, the fundamental components of productive lines are explored. The creative process of clothing design is explored in depth, and the key links involved, from conceptualization to commercialization, are identified. Based on the theoretical framework and the analysis of the local reality, through surveys of manufacturers and raw material suppliers, a production line model adapted to the current specific characteristics in Mérida is proposed.

Keywords: Design, clothing, clothes, fashion, production line.

Introducción

La industria de la moda, un sector dinámico y en constante evolución, ha experimentado transformaciones significativas en las últimas décadas. En este contexto, comprender los procesos productivos que subyacen al diseño de indumentarias se vuelve fundamental para optimizar recursos, mejorar la competitividad y responder a las demandas de un mercado cada vez más exigente (tabla 1). Anualmente, salen al mercado cien mil millones de prendas. (Stacey, 2024, s/p)

Tabla 1. Producción anual en número de prendas.

Fuente: Compra ahora: La conspiración consumista (2024)

Marca	Producción anual
GAP	12 mil
H&M	25 mil
ZARA	36 mil
Shein	1,3 millones

Shein ha logrado dominar, en un tiempo récord, el mercado de la moda rápida en Estados Unidos, superando a gigantes como Zara y H&M. El modelo de negocio de Shein se basa en: análisis de datos para predecir tendencias, cadena de suministro ágil y eficiente; y, una combinación única de algoritmos y logística. (Oliveros, 2024, s/p).

En Venezuela, y particularmente en el estado Mérida, la producción de prendas de vestir ha sido una actividad económica de relevancia histórica; sin embargo, "la producción actual de la industria del vestido en Venezuela está por debajo del 25% de su capacidad instalada y el sector ha tenido una caída del 80%" (Rimeris, 2022, s/p), esto como consecuencia de la contracción económica del 70% entre los años 2013 y 2022 (BID, 2022).

La falta de estudios detallados sobre las cadenas de producción locales ha limitado la

comprensión de las particularidades y desafíos que enfrentan las empresas del sector. Ante este panorama, resulta imperativo desarrollar investigaciones que permitan visibilizar las dinámicas internas de estas organizaciones y generar conocimiento que contribuya a su fortalecimiento.

El presente estudio tiene como objetivo principal modelar la cadena de producción del diseño de indumentarias en Mérida. A través de un riguroso proceso de investigación, que incluyó la realización de encuestas a empresas manufactureras y proveedoras de insumos (telas y accesorios), se busca identificar los principales eslabones de esta cadena, así como las interrelaciones existentes entre ellos. Asimismo, se analizarán los factores que influyen en la eficiencia y la competitividad de los procesos productivos, considerando tanto el contexto económico y social de la región como las tendencias globales de la industria de la moda.

Al comprender en profundidad la estructura y el funcionamiento de la cadena de producción del diseño de indumentarias en Mérida, se espera contribuir al desarrollo de estrategias de mejora que permitan a las empresas locales incrementar su productividad, diversificar su oferta y consolidarse en el mercado.

1. Las cadenas productivas: transformaciones que crean utilidades.

La cadena de producción es un concepto de la escuela de planificación estratégica (Berkerman y Cataife, 2001). Esta escuela de pensamiento cree que la competitividad de una empresa se explica no solamente por sus características organizacionales internas, sino también por factores externos relacionados con su entorno (proveedores, clientes, distribuidores, entre otros).

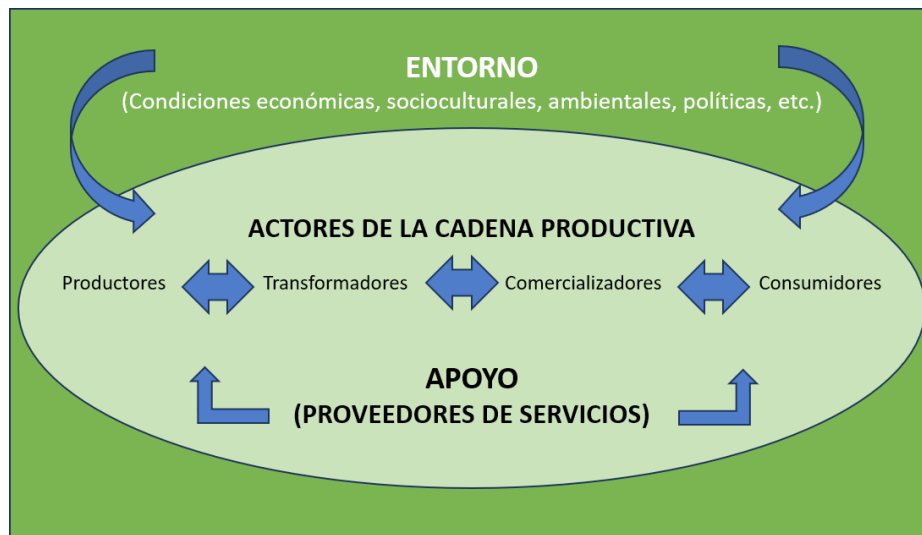


Gráfico 1. Esquema simplificado de una cadena productiva.

Fuente: el autor basado en Ruralter (2006) y Quevedo et al (2021).

Una cadena productiva puede definirse como “un conjunto estructurado de procesos de producción que tiene en común un mismo mercado y en el que las características técnico productivas de cada eslabón afectan la eficiencia y productividad de la producción en su conjunto” (ONUDI, 2004, p. 25). Entonces, como afirma Isaza (2008), la cadena productiva podría caracterizarse como el conjunto de actores integrados alrededor de la producción de un bien o servicio y que van desde los productores de materias primas hasta el consumidor final. (Gráfico 1)

Las cadenas de producción constituyen el entramado fundamental sobre el cual se sustenta la economía moderna. Estas redes interconectadas de empresas, desde proveedores de materias primas hasta distribuidores finales, desempeñan un papel crucial en la transformación de insumos en productos y servicios que satisfacen las demandas del mercado.

Las cadenas productivas se subdividen en elementos, los cuales comprenden conjuntos de empresas con funciones y objetivos específicos dentro del proceso productivo. Las cadenas de producción son sistemas complejos y dinámicos que involucran múltiples actores y etapas.

Para garantizar el funcionamiento óptimo de estas redes y la entrega eficiente de bienes y servicios, es fundamental que cada eslabón de la cadena cuente con objetivos específicos y bien definidos. Estos objetivos actúan como guías que orientan las acciones de cada participante y contribuyen a la consecución de los objetivos globales de la cadena.

Según Quevedo et al (2021), la importancia de los objetivos específicos en cada eslabón de la cadena de producción radica en los siguientes aspectos:

- **Alineación estratégica:** Los objetivos específicos permiten alinear las acciones de cada eslabón con la estrategia general de la cadena de producción. De esta manera, se evita la dispersión de esfuerzos y se garantiza que todas las actividades contribuyan al logro de los resultados deseados.
- **Optimización de recursos:** Al establecer objetivos claros, cada eslabón puede identificar los recursos necesarios (humanos, materiales, tecnológicos, entre otros) y asignarlos de manera eficiente. Esto permite reducir costos y mejorar la productividad.



Figura 1. Proceso creativo y de confección de modelo para Showroom.

Fuente: Diseñadora de modas María Heredia. IG @mafeeee.r. email: mherediaespana@gmail.com

- **Mejora continua:** Los objetivos específicos sirven como punto de referencia para evaluar el desempeño de cada eslabón y detectar áreas de mejora. Al establecer indicadores clave de desempeño KPI (Key Performance Indicator), es posible medir el progreso y tomar acciones correctivas para alcanzar los objetivos.
- **Coordinación y colaboración:** Los objetivos específicos facilitan la coordinación y colaboración entre los diferentes eslabones de la cadena. Al conocer los objetivos de los demás, los participantes pueden ajustar sus acciones y trabajar de manera conjunta para lograr los resultados esperados.
- **Adaptabilidad:** En un entorno empresarial cada vez más dinámico, los objetivos específicos deben ser flexibles y adaptables a los cambios del mercado. Esto permite a las cadenas de producción responder de manera ágil a las nuevas tendencias y oportunidades.

A manera de ejemplo,

“el primer eslabón dentro de la cadena productiva de textiles y confecciones lo constituyen los cultivadores de algodón; el segundo, los transportadores; el tercero, los centros de acopio; el cuarto, los procesadores de la fibra en hilados

y tejidos; el quinto, los productores de confecciones; el sexto, los distribuidores y comercializadores, y el séptimo y último, los consumidores de prendas de vestir” (Isaza, 2008, p. 10)

Una cadena de producción puede ser competitiva. Cuando los actores de la cadena productiva textil logran desarrollar capacidades y condiciones para mantenerse y aumentar su participación en el mercado de manera sostenible, la cadena es competitiva. La competitividad de una cadena de diseño de indumentarias depende de las habilidades, actitudes, talentos, competencias y visión empresarial (calidad del producto, rentabilidad, entre otros) de sus actores. (Figura 1)

En resumidas cuentas, los estudios sobre las cadenas de producción se han elaborado con el propósito de evaluar la productividad y la competitividad de diferentes sectores económicos, esto con el fin de formular recomendaciones a los actores productivos al momento de emprender una actividad económica.

2. El diseño de indumentarias: más allá de las pasarelas.

Si bien el diseño de modas suele acaparar la atención por su glamour y ostentación, el diseño de indumentaria se presenta como una disciplina más amplia y profunda, con un enfoque que va más allá de las tendencias fugaces y las creaciones exclusivas.

El diseño de indumentaria, o diseño de vestuario,

es la actividad creativa que se ocupa del proyecto, planificación y desarrollo de los elementos que constituyen el vestir, para lo cual se deben tener en cuenta las necesidades humanas, los conceptos técnicos y socioeconómicos adecuados a las modalidades de producción y las concepciones estéticas que reflejan las características culturales de la sociedad (EDH, 2022, s/p).

Esta vertiente del diseño, abarca desde la concepción inicial hasta la materialización final de una prenda de vestir o accesorio (gráfico 2). A diferencia del diseño de modas, que se centra en las últimas tendencias y estilos, el diseño de indumentaria se caracteriza por tomar en cuenta aspectos como la funcionalidad, la durabilidad, la practicidad, la comodidad, la estética, la identidad cultural y la viabilidad de producción.

El diseño de indumentaria ha acompañado a la humanidad desde sus inicios, evolucionando junto a las sociedades y sus necesidades. De hecho, "cuando las bandas errantes de Homo sapiens cazadores-recolectores emigraron a climas más fríos, aprendieron a hacer ropa térmica efectiva compuesta de capas de pieles y cuero, cosidas juntas y muy apretadas con ayuda de agujas" (Harari, 2014, p.117). Entonces vemos que, desde las simples pieles utilizadas por los primeros homínidos hasta los elaborados atuendos de las cortes reales, la ropa ha sido un reflejo de la cultura, la época y el estatus social.

A lo largo de la historia, el diseño de indumentaria ha experimentado diversas transformaciones, impulsadas por factores como los avances tecnológicos, las corrientes artísticas y los cambios sociales. La invención de nuevas técnicas de tejido y confección, la aparición de nuevos materiales y la influencia de movimientos como el Renacimiento o la Revolución Industrial, han marcado hitos importantes en la evolución de la vestimenta; es importante mencionar que, "fue precisamente el sector textil el que sirvió de punta de lanza para la mecanización de las manufacturas en la Revolución Industrial" (Lacruz y Rassias, 2020, p. 5).

Esto se evidencia con la aparición de los "jeans" en 1873. Aunque no fue la primera prenda fabricada en serie, los Levi's 501 son un excelente ejemplo de una prenda diseñada para ser resistente y duradera, y que se produjo en masa para satisfacer a los trabajadores.

La industria textil, impulsada en gran medida por el diseño de indumentaria, es una de las más grandes y dinámicas del mundo. En 2022, la producción global de prendas de vestir alcanzó los 108.000 millones de unidades, con un valor de mercado estimado en 3 billones de dólares (Statista, 2023, s/p)



Gráfico 2. Proceso de diseño y confección de indumentarias

Fuente: elaborado por el autor basado en EDH, 2022, s/p.

Los principales mercados de consumo de indumentaria se encuentran en Asia, Europa y América del Norte. Sin embargo, la producción se distribuye a nivel global, con países como

China, India, Bangladesh y Vietnam concentrando gran parte de la manufactura textil. (Tabla 2)

Tabla 2. Top 10 marcas más valiosas de ropa del mundo de 2023.

Fuente: Kantar BrandZ

Puesto	Marca	Valor aproximado (Millones de USD)	País de origen	Característica destacada	Principal planta de fabricación
1	Nike	30,200	EEUU	Líder mundial en ropa deportiva	Vietnam, China, Indonesia
2	Zara	10,600	España	Fast fashion, moda asequible y de tendencia	España, Portugal, Marruecos, Turquía
3	Chanel	19,386	Francia	Lujo, alta costura, accesorios exclusivos	Francia, Italia
4	Gucci	17,839	Italia	Lujo, moda italiana, diseños icónicos	Italia
5	Adidas	15,660	Alemania	Ropa deportiva, estilo urbano, colaboraciones	China, Vietnam, Indonesia
6	Louis Vuitton	14,792	Francia	Lujo, marroquinería, alta costura	Francia, Italia
7	H&M	14,152	Suecia	Fast fashion, moda accesible para jóvenes	Bangladesh, China, Vietnam
8	Hermès	13,516	Francia	Lujo, artículos de cuero de alta calidad	Francia
9	Uniqlo	12,560	Japón	Ropa casual, calidad, precios accesibles	Bangladesh, Vietnam, China
10	The North Face	11,892	EEUU	Ropa outdoor, aventura, funcionalidad	Vietnam, China

Como se puede apreciar, las 10 marcas más valiosas de ropa están dispersas alrededor del mundo: Estados Unidos, Francia, Alemania, Italia y Japón.

Dicho lo anterior, es importante señalar que Higgins (2019), señala que la indumentaria

puede clasificarse según su función práctica en diferentes categorías, cada una con características y usos específicos (tabla 3). Entre las más comunes se encuentran:

Tabla 3. Clasificación de la indumentaria según su propósito

Fuente: elaborado por el autor basado en Higgins (2019), traducción propia.

Clasificación	Tipo y propósito
Ropa interior	Prendas que se usan en contacto directo con la piel, como calzoncillos, sostenes, camisetas y calcetines. Su función principal es la higiene y el confort.
Ropa básica	Prendas versátiles y combinables que forman la base del guardarropa, como jeans, camisetas, camisas y pantalones. Su función es cubrir el cuerpo y protegerlo del clima.
Ropa casual	Prendas cómodas e informales que se usan para actividades cotidianas, como salidas, paseos y compras. Incluye jeans, camisetas, sudaderas, zapatillas deportivas, etc.
Ropa deportiva	Prendas diseñadas específicamente para la práctica de ejercicio físico, como ropa de running, yoga, natación o gimnasio. Su función es facilitar el movimiento y el rendimiento.
Ropa formal	Prendas elegantes y sofisticadas que se usan para ocasiones especiales, como eventos sociales, reuniones de trabajo o celebraciones. Incluye trajes, vestidos de noche, corbatas, etc.
Ropa de trabajo	Prendas funcionales y duraderas que se usan para realizar actividades laborales, como uniformes, ropa de protección o ropa de chef.
Ropa de abrigo	Prendas que protegen del frío y la intemperie, como chaquetas, abrigos, bufandas y gorros.
Ropa de playa	Prendas ligeras y frescas que se usan para ir a la playa o a la piscina, como trajes de baño, pareos y sandalias.
Ropa de dormir	Prendas cómodas y holgadas que se usan para dormir, como pijamas, camisones o batas.
Ropa de fiesta	Prendas llamativas y festivas que se usan para ocasiones especiales, como disfraces, vestidos de fiesta o trajes de carnaval.

Es importante destacar que esta clasificación es meramente enunciativa, ya que muchas prendas pueden pertenecer a varias categorías a la vez.

Ahora bien, las prendas de vestir no solo cumplen una función práctica, sino que también se convierten en un lienzo que les permite a los usuarios expresar su identidad individual y colectiva. A través de la ropa, se comunican gustos, valores, preferencias y pertenencia a diferentes grupos sociales o culturales.

El diseño de indumentaria y el diseño de moda son dos disciplinas muy relacionadas entre sí en cuanto que ambas trabajan con ropa. Algunos autores, como Domenech y Zingoni (2014), afirman que ambas vertientes, al compartir un origen común, siguen manteniendo estrechas características:

- **Objetivo común:** Ambas disciplinas buscan crear prendas de vestir que sean estéticamente agradables y funcionales para el usuario.
- **Proceso de diseño similar:** Ambos procesos involucran investigación, ideación, bocetaje, creación de patrones, selección de materiales,

confección y presentación.

- **Habilidades y conocimientos compartidos:** Ambos requieren conocimiento de diseño, patronaje, costura, textiles y tendencias.
- **Base en la creatividad y la expresión artística:** Ambos permiten a los diseñadores plasmar su visión y estilo personal a través de las prendas.
- **Industria de la moda:** Ambos forman parte de la amplia industria de la moda, que incluye desde la creación de las prendas hasta su venta al consumidor final.
- **Influencia cultural y social:** Ambos reflejan y pueden influir en las tendencias culturales y sociales de la época.
- **Importancia para la identidad personal:** Las prendas diseñadas por ambas disciplinas juegan un papel importante en la expresión de la identidad personal de los usuarios.

Sin embargo, existe entre ambos campos del diseño una diferencia fundamental en cuanto a su enfoque, público objetivo, proceso creativo y métodos de producción (tabla 4).

Tabla 4. Diferencias entre el diseño de indumentaria y el diseño de moda (enfoque, público objetivo, proceso creativo y métodos de producción).

Fuente: elaborado por el autor basado en Higgins (2019) y Jalaouy (2021).

	Indumentaria	Moda
Enfoque	Se centra en la creación de prendas funcionales y cómodas que satisfagan las necesidades del usuario. Se considera el aspecto práctico y la durabilidad de las prendas.	Se centra en la creación de tendencias y estilos que reflejen la cultura, la época y la personalidad del diseñador. Se busca crear prendas innovadoras y llamativas que destaquen.
Público objetivo	Se dirige a un público amplio (gran volumen de ventas), con diferentes gustos y necesidades. Se busca crear prendas versátiles que se adapten a diferentes estilos de vida y para realizar cierto tipo de actividades.	Se dirige a un público más específico (volumen de ventas más pequeño), que está interesado en seguir las últimas tendencias y expresarse a través de la ropa.

Tabla 4 (continuación). Diferencias entre el diseño de indumentaria y el diseño de moda (enfoque, público objetivo, proceso creativo y métodos de producción).

Fuente: elaborado por el autor basado en Higgins (2019) y Jalaouy (2021).

	Indumentaria	Moda
Proceso creativo	Suele ser un proceso más técnico y metódico, que involucra análisis de las necesidades del usuario, investigación de materiales y técnicas de confección.	Suele ser un proceso más creativo e intuitivo, que se inspira en diversas fuentes como el arte, la música, la cultura y la naturaleza.
Producción	Suele producirse en serie, utilizando técnicas de producción estandarizadas. Se busca optimizar la eficiencia y los costos.	Puede producirse en serie o de forma artesanal, dependiendo del nivel de exclusividad de la prenda. Se busca crear un producto único y especial, que marque tendencias y otorgue estatus.

A efectos de esta investigación y para modelar la cadena de producción del diseño de indumentarias en Mérida, se considera necesario profundizar lo referente a la manufactura. En la

tabla 5 se pueden notar las diferencias entre el diseño de indumentaria y de modas a nivel de materiales y técnicas de producción.

Tabla 5. Diferencias entre el diseño de indumentaria y el diseño de moda (manufactura).

Fuente: elaborado por el autor basado en Higgins (2019) y Jalaouy (2021).

	Indumentaria	Moda
Materiales	Mayor flexibilidad en la elección de materiales, priorizando la funcionalidad, comodidad y costo.	Énfasis en la estética y las tendencias actuales.
	Uso de materiales duraderos, fáciles de cuidar y lavables.	Uso de materiales de alta calidad, exclusivos o innovadores.
	Se pueden usar telas recicladas o de producción sostenible.	Se pueden usar telas delicadas, lujosas o difíciles de encontrar.
	Prendas a menudo producidas en serie, por lo que se buscan materiales que se adapten a procesos industriales.	Prendas a menudo hechas a mano o cantidades limitadas, permitiendo mayor libertad en la elección de materiales.
Técnicas de producción	Se utilizan técnicas de confecciones estandarizadas y eficientes.	Mayor uso de técnicas de confecciones artesanales y elaboradas.
	Prioriza la prolijidad, la resistencia y la durabilidad de las costuras.	Se busca la perfección en los detalles y acabados.
	Se pueden usar técnicas automatizadas para agilizar la producción.	Técnicas como el drapeado, la alta costura y el bordado son comunes.
	Tiene tallas para todo tipo de cuerpos.	La moda es más excluyente. Falta de opciones para cuerpos diversos.



Figura 2: a) Desfile colección verano (Prêt-à-Porter) y b) chaqueta invernal.

Fuentes: <https://www.carolinaherrera.com/ww/es/> y <https://www.thenorthface.com.mx/>

Basándose en las anteriores categorizaciones, se puede afirmar que el diseño de moda se centra en la creación de tendencias y expectativas. Cuando se diseña moda, se crea una prenda futura que un individuo, a priori no determinado, llevará (figura 2a). Por su parte, el diseño de indumentaria es todo lo contrario. El objeto final viene determinado por el usuario que lo vestirá y también por la función a la que sirve (figura 2b).

Por último, se puede afirmar que el diseño de indumentaria enfrenta hoy en día diversos retos, como la necesidad de conciliar la producción masiva con la sostenibilidad ambiental, la adaptación a las tendencias de consumo cada vez más cambiantes y la incorporación de nuevas tecnologías en el proceso de diseño y producción.

Sin embargo, estos retos también presentan oportunidades para que el diseño de indumentaria se reinvente y se adapte a las nuevas necesidades del mundo. La búsqueda de materiales sostenibles, la implementación de prácticas de producción éticas y la exploración de nuevas

formas de expresión a través de la indumentaria son algunos de los caminos que esta disciplina puede seguir para seguir evolucionando y trascendiendo.

3. Cadena de producción textil: un viaje desde la idea hasta el perchero.

La cadena de producción en el diseño de indumentarias se perfila como un sistema complejo y dinámico, integrado por un conjunto de procesos interconectados que transforman materias primas en productos textiles tangibles. Desde la concepción inicial hasta la entrega final al consumidor, cada etapa se caracteriza por una serie de operaciones y técnicas especializadas, que exigen un profundo conocimiento científico y tecnológico para garantizar la calidad, eficiencia y sostenibilidad del proceso. (Gráfico 3)

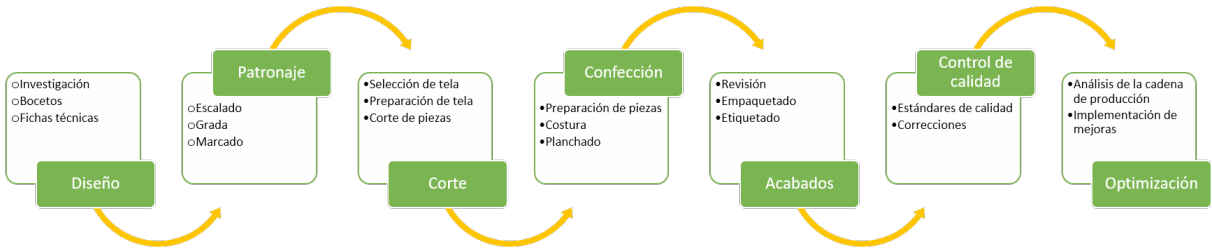


Gráfico 3. Cadena de producción de diseño de indumentarias

Fuente: elaborado por el autor basado en EDH, 2022, s/p.

Todo el sistema productivo y su respectiva cadena de producción tienen sus orígenes en la materia prima. Es por eso que, previo a la etapa de diseño, existen otros procesos involucrados, propios de la industria textil; entre estos podemos mencionar producción de fibra, hilado, te-

jido, tintura y acabado (tabla 6). De igual modo, se han obviado las etapas correspondientes hasta la llegada del producto final al consumidor. Hecha esta salvedad, una cadena de producción de diseño de indumentaria tiene al menos siete grandes etapas (EDH, 2022):

Tabla 6. Procesos, subprocesos y tareas en el diseño de indumentaria

Fuente: elaborado por el autor basado EDH (2022).

Procesos	Subprocesos	Tareas
1. Diseño	1.1 Investigación	Análisis de tendencias de moda.
		Definición del público objetivo.
		Desarrollo de un concepto de diseño.
	1.2 Bocetos	Creación de bocetos a mano o digitalmente.
		Refinamiento del diseño y selección de materiales.
	1.3 Fichas técnicas	Detalle de las especificaciones de cada prenda.
Materiales, medidas, colores, etc.		
2. Patronaje	2.1 Escalado	Convertir el diseño a un patrón a tamaño real.
		Considerar las medidas del público objetivo.
	2.2 Grada	Crear patrones para diferentes tallas.
		Ajustar el diseño para cada talla.
	2.3 Marcado	Indicar en el patrón las piezas a cortar en la tela.
		Optimizar el uso del material.

Tabla 6 (continuación). Procesos, subprocesos y tareas en el diseño de indumentaria.

Fuente: elaborado por el autor basado EDH (2022).

Procesos	Subprocesos	Tareas
3. Corte	3.1 Selección de la tela	Elegir el tipo de tela adecuado para el diseño.
		Considerar la calidad, el color y la textura.
	3.2 Preparación de la tela	Extender la tela sobre la mesa de corte.
		Asegurar que esté bien alineada.
	3.3 Corte de las piezas	Seguir las marcas del patrón.
		Utilizar tijeras o cuchillas especiales.
4. Confección	4.1 Preparación de las piezas	Unir las piezas con alfileres o hilva- nes.
		Marcar las líneas de costura.
	4.2 Costura	Unir las piezas de la prenda con diferentes tipos de costuras.
		Asegurar la calidad y la resistencia de las costuras.
	4.3 Planchado	Planchar las costuras y la prenda finalizada.
		Eliminar arrugas y dar forma a la prenda.
5. Acabados	5.1 Revisión	Inspeccionar la prenda para detectar posibles defectos.
		Asegurar que cumple con las especi- ficaciones.
	5.2 Etiquetado	Colocar etiquetas con la marca, talla y composición de la prenda.
	5.3 Empaquetado	Doblar y empaquetar la prenda de forma adecuada.
		Preparar para su envío o almacena- miento.
6. Control de calidad	6.1 Estándares de calidad	Definir estándares de calidad para cada etapa de la producción.
		Realizar pruebas y controles de ca- lidad.
	6.2 Correcciones	Identificar y corregir errores en la producción.
		Asegurar la calidad final del produc- to.

Tabla 6 (continuación). Procesos, subprocesos y tareas en el diseño de indumentaria.

Fuente: elaborado por el autor basado EDH (2022).

Procesos	Subprocesos	Tareas
7. Optimización	7.1 Análisis de la cadena de producción	Identificar áreas de mejora en la eficiencia y la productividad.
	7.2 Implementación de mejoras	Aplicar técnicas de optimización como Lean Manufacturing (producción ajustada)
		Reducir costos y aumentar la calidad.

En el ámbito del diseño de indumentaria, la selección de materiales y las técnicas de producción se erigen como dos aspectos fundamentales que determinan la calidad, funcionalidad y estética de las prendas. Estos elementos interactúan en perfecta armonía para dar vida a creaciones que no solo visten el cuerpo, sino que también narran historias, evocan emociones y reflejan la identidad de quien las porta.

En relación con la anterior afirmación, Jalaouy (2021) en su libro *Textiles: materiales y procesos de fabricación*, clasifica los tipos de tela según su origen en dos grandes grupos: naturales (fibras provenientes de animales o plantas) y sintéticas (se producen a partir de sustancias químicas y polímeros). Cabe agregar que existe un tercer grupo de telas mixtas que están hechas de una combinación de fibras naturales y sintéticas. Combinan las propiedades de ambos tipos de fibras, creando telas con características únicas.

La elección de la tela para una prenda de vestir es una decisión crucial que depende de un conjunto de factores interconectados, como la función y el estilo deseado, la época del año en que se usará, la comodidad y transpirabilidad buscada, el presupuesto disponible y las preferencias personales en cuanto a estética y sostenibilidad.

Es fundamental considerar el tipo de prenda que se confeccionará, ya sea casual, elegante o deportiva, pues cada una requiere características específicas de la tela. La caída, el drape (pliegues y dobleces) y la textura de la tela juegan un papel importante en el diseño final, mientras que la suavidad, la transpirabilidad y la resistencia son esenciales para la comodidad del usuario.

Otro factor importante es la época del año para la que se diseña la prenda, optando por telas frescas y transpirables en verano y por materiales más cálidos en invierno. El presupuesto también influye en la elección, considerando las propiedades y la durabilidad de las fibras naturales frente a las sintéticas.

Ahora bien, existe una gran diversidad de técnicas de producción que se emplean para darle forma y acabado a los variados tipos de telas. Según Jalaouy (2021), algunas de estas técnicas son:

- **Costura:** técnica que se basa en unir dos o más piezas de tela empleando hilo y aguja.
- **Serigrafía:** técnica de impresión que utiliza una pantalla y tinta para crear diseños en la tela.
- **Bordado:** técnica que utiliza hilo y aguja para crear diseños decorativos en la tela.

- Teñido: técnica que se utiliza para colorear la tela.
- Sublimado: técnica que permite imprimir la imagen en el material con tinta de sublimación.
- Estampado de vinilo: técnica que se utiliza para transferir diseños vinílicos a la tela.
- Termosellado: técnica que utiliza calor y presión para unir dos piezas de tela sin costuras. (Figura 3)



Figura 3: termosellado de costuras.

Fuente: <https://plumaslascruces.com/termosellado-de-costuras/>

Tabla 7. Maquinas especializadas empleadas en la producción de indumentaria.

Fuente: Maicoser.

Etapa	Maquina	Uso
Corte	Sesgo	Crear rollo de sesgo (adornar o reforzar bordes de una prenda)
	Extremos	Cortar extremos de tela de forma precisa, para evitar desperdicios.
	Banana	Cortar muestras de hasta 10 capas.
	Circular	Cortar todo tipo de material en confección, hasta 30 capas.
	Vertical	Cortar a precisión, recomendable para usos desde 20 capas en adelante.
	Tiras	Cortar cintas y remata con calor.
Confección	Plana	Pegar marquillas, cierres, perilla, tapa cuellos, bolsillos y presillas.
	Fileteadora	Sobrehilar los bordes de piezas de prendas.
	Recubridora	Pegar sesgo, asentar costuras, realización de ruedos, sesgo aéreo.
	Collarín	Asentar contornos circulares reducidos o estrechos.
	Bordadora	Realizar dibujos para bordar patrones específicos sobre las telas.
	Botonadora	Colocar botones de todo tipo en cualquier prenda.

Tabla 7 (continuación). Maquinas especializadas empleadas en la producción de indumentaria.

Fuente: Maicoser.

Etapa	Maquina	Uso
Confección	Patronadora	Coser patrones de costura electrónica.
	Zigzadora	Coser en zig zag para evitar el deshilachado del borde de una tela.
	Presilladora	Asegurar las costuras de las prendas que estén sujetas a esfuerzos o tensiones.
	Ojalera	Realizar ojales.
	Cerradora	Encintar cuellos.
	Empretinadora	Pegar pretinas o perillas.
Planchado	Calderín	Dejar las prendas sin arrugas

Con motivo de los drásticos cambios tecnológicos, ha cambiado la forma en que entendemos, percibimos, imaginamos y experimentamos el mundo. De allí que haya una oportunidad para que los diseñadores de ropa planteen nuevas soluciones a nuevos problemas de diseño y, en ese sentido, crear nuevos discursos sobre qué es el diseño integral de indumentarias y, desde esa perspectiva, afrontar las nuevas tendencias socioculturales de consumo. Entendiendo que "las relaciones entre diseño y cultura son cruciales para entender cómo se producen los objetos vestimentarios y las ideas o conceptos que estos proponen en el campo de la significación" (Fiorini, 2020, p. 54).

En las metodologías tradicionales de diseño, las etapas giraban en torno al estudio de problemas de diseño y sus condicionantes. Podemos afirmar que en la actualidad existen exigencias más profundas desde la relación: diseño-usuario-experiencia-discurso; ya que:

- El consumidor actual es más consciente, exigente y crítico. Busca prendas que no solo sean estéticamente agradables, sino que también brinden una experiencia de uso positiva y estén alineadas con sus valores e identidad.

- La moda ha pasado de ser un producto a ser una experiencia. Los diseñadores no solo deben crear prendas, sino también narrativas y universos que atraigan a los consumidores y generen conexiones emocionales.

- La comunicación es clave en el diseño de indumentarias. Las prendas comunican mensajes sobre la personalidad, el estilo de vida y los valores del usuario.

- En un contexto donde la sostenibilidad y la ética son cada vez más importantes, los consumidores buscan prendas que se produzcan de manera responsable y que reflejen sus valores.

- La industria de la moda es altamente competitiva. Para destacarse, las marcas deben ofrecer productos que brinden una experiencia de usuario superior y que se comuniquen de manera efectiva con su público objetivo. En la actualidad, el Fast Fashion es el que más ingresos genera al mundo de la moda. No solo por los precios más accesibles, sino también por la diversidad de ofertas, tallas, diseños, colores, etc. (Riezu, 2021)

Para finalizar, se puede destacar que la cadena de producción de diseño de indumentaria es un proceso complejo y dinámico que requiere de la coordinación y colaboración de diversos agentes (tabla 8). La eficiencia y la calidad del producto final dependen en gran medida de la

correcta gestión de cada una de las etapas del proceso.

Tabla 8. Agentes involucrados en el diseño de indumentaria.

Fuente: elaborado por el autor basado Jalaouy (2021)

Etapa	Agente	Rol
Diseño	Diseñador de indumentaria	Crea el concepto inicial de la prenda, define el estilo, los materiales y la silueta.
	Ilustrador de moda	Realiza bocetos y dibujos técnicos de las prendas.
	Patronista	Desarrolla los patrones de las prendas a partir de los bocetos y dibujos técnicos.
	Muestrista	Confecciona prototipos de las prendas para verificar el diseño y el ajuste.
Producción	Proveedor de materiales	Suministra las telas, hilos y otros materiales necesarios para la confección de las prendas.
	Cortador	Corta las telas según los patrones.
	Confeccionador (costurero)	Une las piezas más grandes y básicas siguiendo los patrones y las instrucciones de unión.
	Terminador (cerrador)	Ponen cierres, elásticos, botones y ojales. En algunos casos también las etiquetas.
	Planchador	Plancha las prendas para eliminar las arrugas y darles un acabado profesional.
	Controlador de calidad	Inspecciona las prendas para verificar que cumplen con los estándares de calidad establecidos.
Comercialización	Organizador de eventos	Organiza los desfiles, los lanzamientos y la comunicación directa con el cliente y casas distribuidoras.
	Mayorista	Compra las prendas al fabricante y las revende a minoristas.
	Minorista	Vende las prendas al consumidor final.
	Marketing y publicidad	Promocionan las prendas a través de diversos canales, como la publicidad, las redes sociales y las relaciones públicas.

Tabla 8 (continuación). Agentes involucrados en el diseño de indumentaria.

Fuente: elaborado por el autor basado Jalaouy (2021).

Etapa	Agente	Rol
Otros actores	Consultor de moda	Asesora a las empresas en el desarrollo de sus colecciones y estrategias de negocio.
	Tecnólogo textil	Investiga y desarrolla nuevas tecnologías para la producción textil.
	Experto en sostenibilidad	Asesora a las empresas en la implementación de prácticas sostenibles en su cadena de suministro.

En un entorno cada vez más competitivo y globalizado, las empresas del sector textil se ven obligadas a innovar y optimizar sus procesos de producción para poder ser competitivas. La adopción de nuevas tecnologías y metodologías, así como la gestión eficiente de la cadena de suministro, son claves para el éxito en este sector.

Es importante señalar que la cadena de producción de diseño de indumentaria no es estática, sino que se encuentra en constante evolución. Los cambios en las tendencias de consumo, las nuevas tecnologías y las regulaciones ambientales son algunos de los factores que obligan a las empresas a adaptar sus procesos de manera continua.

En definitiva, la cadena de producción de diseño de indumentaria es un tema complejo y fascinante que ofrece un amplio abanico de posibilidades de investigación. El estudio de este tema es fundamental para comprender el funcionamiento de la industria de la ropa en Mérida (Venezuela) y para identificar las oportunidades de mejora que existen en los diferentes procesos involucrados.

4. Metodología para la recolección de la información

4.1. Población: Para la definición de la población objeto de estudio se tomaron como referencia las empresas (se categorizaron en manufactureras y proveedoras de insumos) registradas en los Servicios Municipales de Administración Tributaria de los Municipios Libertador, Campo Elías y Sucre (Estado Mérida), y que tengan su sede en la Zona Metropolitana; debido a que esta fuente constituye una lista organizada en forma de directorio, que incluye el nombre de la empresa, persona de contacto, registro de información fiscal, teléfono de contacto, correo electrónico y dirección fiscal.

4.2. Unidad de análisis: La unidad de análisis en la presente investigación estuvo constituida por cada una de las empresas que conforman la población (manufactureras y proveedoras).

4.3. Método de recolección de información: La recolección de información se realizó mediante una encuesta parcial o muestra de tipo probabilístico, de tal manera que fuera susceptible de tratamiento estadístico.

4.4. Marco muestral: El marco muestral de la investigación se elaboró listando las 69 manufactureras y las 21 mercerías, verificando que se incluyeran la dirección y teléfono de las mismas. Las empresas manufactureras se numeraron desde el 01 hasta el 69 y desde el 01 al 21 las proveedoras de insumos (merce-

rías). Para el caso de las proveedoras de telas, existiendo apenas tres empresas (con tienda física) en el caso metropolitano de Mérida, es imperativo aplicar el método de recolección de información a las tres.

4.5. Tipo de muestra y diseño de la muestra:

Se aplicó un muestreo de tipo probabilístico, específicamente el Muestreo Aleatorio Simple, lo cual permitió generalizar (inferir) a la población los resultados obtenidos con base en la muestra.

4.6. Tamaño de la muestra: Se utilizó el procedimiento para el cálculo del tamaño de la muestra en el Muestreo Completamente Aleatorizado en el caso de estimación de la proporción poblacional asumiendo máxima varianza (Scheaffer, Mendenhall y Ott, 1991):

$$N = \frac{Z^2 p \times q}{e^2}$$

Siendo:

N (tamaño de la población) = 69 manufactureras y 21 mercerías. (1)

p = 0,5 (probabilidad éxito)

q = 0,5 (probabilidad fracaso)

e = 0,10 (Error máximo admisible o precisión mínima a exigir de los resultados)

Al sustituir los citados valores en (1) se obtiene: 41 y 18

Es decir, el tamaño de la muestra aleatoria simple para este estudio fue de 41 empresas manufactureras y 18 mercerías, con un error absoluto del 10 % y un nivel de confianza del 95 %.

4.7. Selección de la muestra: La obtención de la muestra para el caso de las manufactureras, se realizó mediante una selección aleatoria simple utilizando la tabla estadística de números aleatorios según los siguientes pasos: se enumeraron 41 celdas en Excel (1 al 41), se introduce la función "aleatoria" y se combina

con la función "jerarquía", esto con el objetivo de evitar números repetidos. Las restantes 28 empresas se ordenaron aleatoriamente, previendo que alguna de las primeras 41 no estuviese dispuesta a completar la encuesta. Para el caso de las mercerías, se aplicó el mismo procedimiento: se listaron del 1 al 18 y las 3 restantes se mantuvieron aisladas, vaticinando una ausencia.

5. Resultados y análisis de la información

Para el desarrollo de esta sección, los actores ofrecieron información de forma individual y/o grupal. Asimismo, reflexionaron juntos y desarrollaron nuevos conocimientos sobre su cadena productiva.

5.1 Resultados: Los resultados del estudio se presentan en el orden en que se planteó el objetivo general de la presente investigación.

5.1.1 Empresas manufactureras.

- Estrato de ocupación¹: Mediana superior 2 (5 %), mediana inferior 5 (12 %), pequeña superior 27 (66 %) y pequeña inferior 7 (17 %).
- Actividad: Abierto 39 (95 %), cerrado temporalmente (en busca de capital) 2 (5 %).
- Registro Mercantil: 41 (100 %).
- Registro marcario ante el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI): Solo 3 (7 %).
- Proceso productivo: 3 (7 %) hacen completo su proceso de diseño y fabricación, 38 (93 %) tercerizan servicios adicionales. De las 41 empresas consultadas, 15 ofrecen servicios tercerizados, siendo los más solicitados: sublimación, bordado y estampado.
- Adquisición de telas: Solo en Mérida 28 (68 %), en Mérida y Colombia 13 (32 %).
- Adquisición de accesorios: Solo en Mérida 24 (59 %), en Mérida y Colombia 17 (41 %).

5.1.2 Proveedores de insumos (mercerías).

- Estrato de ocupación²: Mediana superior 1 (33 %), pequeña superior 2 (67 %).
- Actividad: Abierto 18 (100 %).
- Registro Mercantil: 18 (100 %).
- Registro marcario ante el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI): Solo 1 (6 %).
- Origen de los productos que venden: Nacional

y extranjero 18 (100 %)

- Importador directo: sí 2 (11 %), no 16 (89 %)
- Origen de los productos importados: China, Colombia y México.
- Ingreso de la mercancía foránea: Puerto Cabello (Venezuela) y Colombia.
- Accesorios más vendidos en el área metropolitana de Mérida: ver tabla 9.

Tabla 9. Accesorios más vendidos en el área metropolitana de Mérida.

Fuente: elaborado por el autor. (2024)

Nombre genérico y/o comercial	Variantes	Usos	Procedencia
Botones	Plásticos, metálicos, remachados y de tela	Cierre de prendas y decoración	China, India y México
Cremalleras	Metálico, plástico, invisible y continuo por metro	Cierre de prendas	China, Japón y Corea del Sur
Hilos	De uso general, de bordado, de hilvanar, torzal, elástico y metálico	Coser, bordar y tejer	China, India, Turquía, Colombia y Venezuela
Cintas	Bies, sesgo, velcro, vivos y encaje	Adorno, refuerzo y sujeción	China, Colombia, Corea del Sur y Taiwán
Elásticas	Plana, redonda, tejida, fruncida	Estirar prenda	China, Turquía y Colombia
Broches	Sencillo, doble tapa y tornillo	Cierre de prendas y decoración	China, Corea del Sur y Taiwán

5.1.3 Proveedores de telas.

- Estrato de ocupación³: Mediana superior 1 (6 %), pequeña superior 3 (17 %) y pequeña inferior 14 (78 %).
- Actividad: Abierto 3 (100 %).
- Registro Mercantil: 3 (100 %).
- Registro marcario ante el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI): Solo 1 (33 %).
- Origen de los productos que venden: Nacional

y extranjero 3 (100 %).

- Importador directo: sí 1 (33 %), no 2 (67 %).
- Origen de los productos importados: China, India y Colombia.
- Ingreso de la mercancía foránea: Puerto Cabello (Venezuela) y Colombia.
- Telas más vendidas en el área metropolitana de Mérida: ver tabla 10.

Tabla 10. Telas más vendidas en el área metropolitana de Mérida.

Fuente: elaborado por el autor (2024).

Nombre genérico o comercial	Composición	Origen			Procedencia	Usos
		Natural	Sintética	Semisintética		
Rayón	Celulosa de madera o algodón	X			China	Vestidos, pantalones, blusas
Raso	Seda, poliéster y algodón			X	China	Vestidos, blusas
Polialgodón	Algodón y poliéster			X	China	Uniformes
Tafetán	Seda, poliéster y nylon			X	China	Vestidos, blusas, faldas
Tencel (Lycell)	Celulosa de eucalipto			X	China	Blusas, chemises, camisas, pantalones
Prada	Poliéster, elastano y algodón			X	China	Vestidos, blusas, pantalones, enterizos
Spandex (Lycra)	Polímeros		X		China	Leggins, trajes de baño, camisetas
Poliéster Tafeta	Poliéster		X		China	Chaquetas, rompevientos
Algodón Jersey	Algodón	X			China	Camisetas, franelas, sudaderas
Chifón	Seda, poliéster y nylon			X	China	Blusas, vestidos, enterizos

5.2 Análisis: Con el objetivo de analizar estratégicamente y poder así evaluar la situación actual de la cadena de producción de ropa en Mérida, se construyó (con testimonios de los actores principales) una Matriz FODA (tabla 11) para obtener una visión clara y objetiva de la situación actual.

Tabla 11. Matriz FODA del sector manufacturero de ropa del área Metropolitana de Mérida.

Fuente: elaborado por el autor (2024).

	Positivos	Negativos
	Fortalezas	Debilidades
Internos	▪ Fácil adaptación a prendas solicitadas por los clientes. ▪ Rápida producción. ▪ No hace falta renovar inventarios (Just in time). ▪ Precios competitivos. ▪ Experiencia en la producción de indumentaria clásica y contemporánea.	▪ Diseños no exclusivos. ▪ Marcas no registradas ante el SAPI.
	Oportunidades	Amenazas
Externos	▪ Apertura para distribución y comercialización en más estados de Venezuela. ▪ Tiendas en línea. ▪ Varias líneas de productos. ▪ Oferta textil idónea.	▪ Nuevos competidores informales. ▪ Subida de impuestos y materia prima. ▪ Crisis económica. ▪ Prolongados racionamientos del servicio eléctrico. ▪ Tiendas de tela ahora también importan y venden polos (camises), franelas y gorras para la elaboración de uniformes.

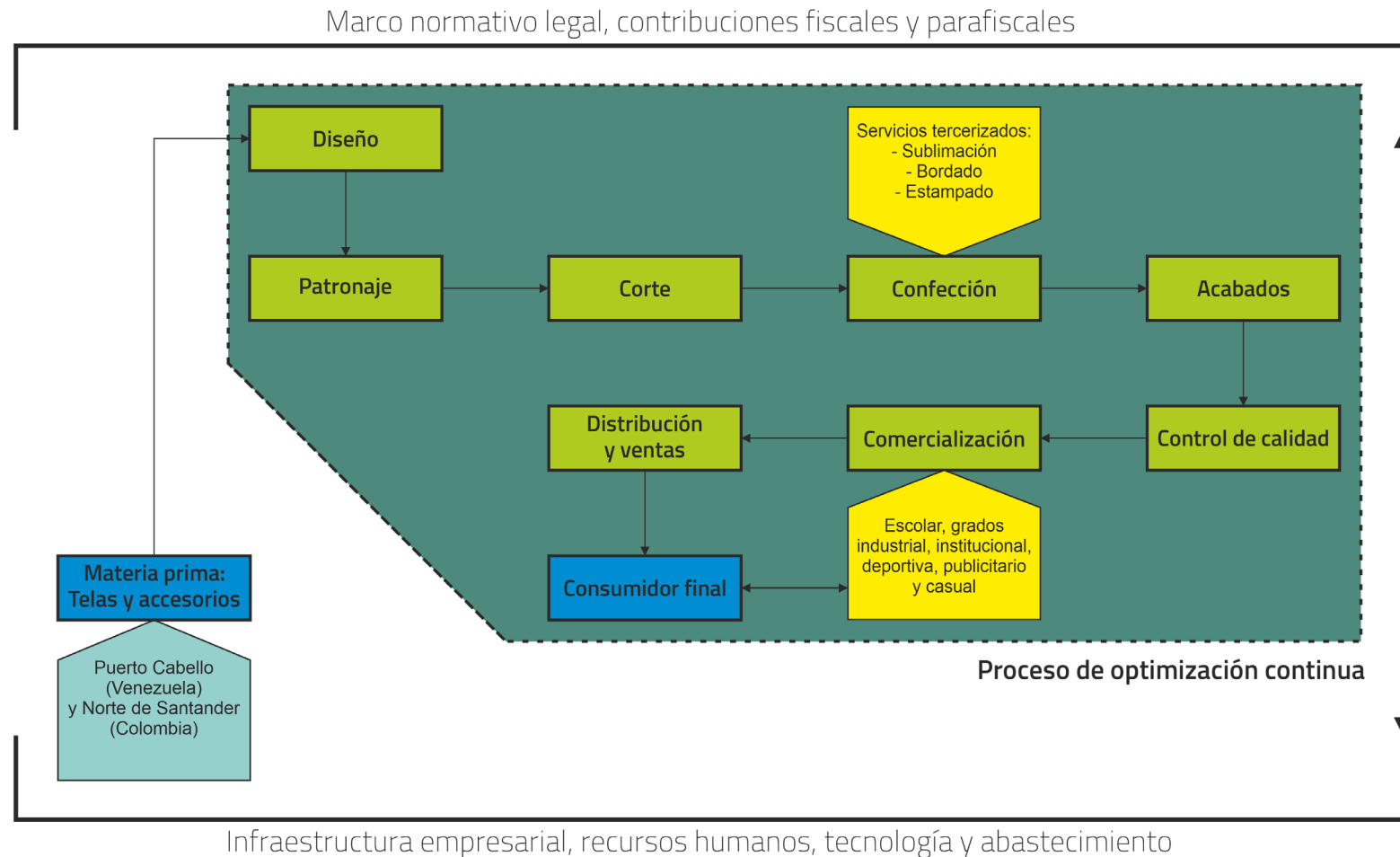
El análisis a través de la matriz FODA permitió identificar las fortalezas y las debilidades en el sector manufacturero de ropa en Mérida. A pesar de la adaptabilidad y competitividad, la falta de diseños exclusivos y marcas registradas representa un desafío. Las oportunidades incluyen la expansión a nuevos mercados, tiendas en línea (redes sociales) y la diversificación

de productos. Para lograr una posición más alta, debe considerarse la inversión en el desarrollo de nuevos diseños, proteger la propiedad intelectual, fortalecer la presencia en línea y monitorear el entorno económico.

6. Propuesta de modelo de la cadena de producción del diseño de indumentarias en Mérida

Gráfico 4. Modelo de la cadena de producción del diseño de indumentarias en Mérida.

Fuente: Fuente: elaborado por el autor (2024).



Reflexiones finales

Los aspectos concatenados para el diseño de indumentarias resultan condicionados por el contexto socioeconómico o los objetivos que justifican su uso. La cadena productiva de indumentaria en Mérida consiste en un sistema complejo de nueve eslabones, donde la materia prima (tela y accesorios) depende totalmente de las importaciones. En la actualidad, los principales exportadores de materia textil son China, la Unión Europea, India y Estados Unidos, “en la actualidad, Venezuela no fabrica este tipo de productos” (Saim, 2017, p. 48).

Actualmente, la capacidad instalada es del 25% y se espera que el rubro textil y de calzado alcance el 43.4% para el próximo año (Conindustria, 2023), sin embargo, aún persisten los principales factores que limitan el crecimiento de esta actividad industrial en el país. La competencia con productos importados, los excesivos tributos fiscales, la escasa capacidad de financiamiento, la poca disponibilidad de divisas, la baja demanda (debido a la crisis económica) y los ilícitos aduaneros, hacen cuesta arriba el diseño y producción de ropa como en épocas pasadas.

Para el año 2000, “400 empresas pertenecían a la Cámara Venezolana de la Industria del Vestido, y para el 2022 solo quedan 20 empresas afiliadas” (Rimeris, 2003, s/p), además, el tema de la rotación textil, y la dificultad de competir con la producción en masa que representa China y el ingreso de sus productos en el mercado venezolano, ocasiona un dumping comercial que resulta en la venta de insumos/productos a precios que difícilmente los productores locales pueden igualar. Es tan precario el volumen de ventas que aspectos tan esenciales como el registro de la marca ante el SAPI, para este año, son prácticamente inexistentes; por lo que existe un estancamiento de este procedimiento, ya que, para el año 2008, como afirmaban Quintero y Zambrano, “las industrias del sector confección textil en el Municipio Libertador del

Estado Mérida no tienen registro de propiedad industrial, aun cuando en su operatividad se generan mecanismos y procedimientos objetos de propiedad industrial como es el caso de la marca y la denominación comercial”.

Los cambios en las regulaciones económicas que se plantearon en Venezuela en los últimos años han dado ventaja a la importación de productos textiles para la venta dentro del territorio nacional, dejando de lado la promoción y fomento de la manufactura local. Por ejemplo, la derogación de la Ley de Ilícitos Cambiarios en el año 2018, que permite negociar y comerciar con divisas en el país. También influye la reducción de los impuestos a las personas que quieran importar ciertos productos, como ropa o calzado. Esto ocasionó que las importaciones aumentaran un 14,3% en 2021, luego de 8 años con números negativos (Conindustria, 2023). Incluso algunas marcas locales prefieren producir en otros países como China y, las que producen aquí, lo hacen con materia prima totalmente importada.

En lo que se refiere al intercambio comercial con Colombia, el cierre de las fronteras durante varios años acabó con las ventajas de la Zona de Libre Comercio (sin restricciones arancelarias), que suponía tarifa cero en materia aduanera, en virtud de los lineamientos establecidos en el Pacto Andino (Comunidad Andina de Naciones). De allí que la importación de materia prima (telas de alta calidad y gran variedad de accesorios) desde Colombia sufrió una caída estrepitosa, por lo que el intercambio de mercancías se llevaba a cabo a través de los caminos alternativos (trochas). Esta medida, llevada a cabo por el gobierno venezolano, estimuló el crecimiento del contrabando a través de las trochas, consolidándose como corredores del comercio ilícito, lo cual encareció sustancialmente el precio de las telas colombianas.

Con la reapertura de la frontera en el 2022, surgió la esperanza de que la normalidad re-

gresaría y que las trochas quedarían en el pasado, sin embargo, la escasez de divisas sigue siendo un condicionante fundamental para restablecer el total intercambio de mercancías. Por otra parte, las nuevas medidas anunciadas por el gobierno venezolano, como las imposiciones arancelarias a las importaciones de productos textiles provenientes de India y China, podrían significativamente ayudar a la recuperación de la industria textil venezolana. En ese sentido, la Asociación Textil de Venezuela (ATV) estima que aranceles de 26% para las telas y 40% para los pantalones podrían reactivar la cadena textil venezolana y ofrecer más de 300.000 empleos.

Por lo tanto, las marcas emergentes y ya consolidadas se enfrentan al mensaje que ofrecen estas propuestas gubernamentales, esperando se reduzca la sobreoferta de productos asiáticos. Esto cambiaría las reglas de juego del mercado textil nacional, que deberá adaptarse a las nuevas normas de producción masiva. Sin embargo, según la Cámara Nacional del Vestido, *"la fabricación nacional de prendas de vestir reporta un 12 % menos de producción que en 2023... las importaciones, altos impuestos y crecimiento del sector informal afectaron la producción"* (2024, s/p).

El vestir es una necesidad básica de los seres humanos, por ello nunca le faltará mercado. En Venezuela falta apertura legal y comercial para que los diseñadores y fabricantes puedan dedicarse a concebir e impulsar piezas y productos innovadores, que sean funcionales y de excelente calidad; con lo cual se garantizaría un entorno idóneo para volver a tener una industria estable, generadora de empleos y capaz de desempeñar un papel importante en la economía nacional.

Notas

^{1,2 y 3} Los estratos de ocupación se refieren a la siguiente clasificación del IV Censo Económico (oficialmente vigente) del INE, año 2007-2008.

Gran empresa: con más de 100 personas ocupadas.

Mediana empresa superior: entre 51 y 100 personas ocupadas.

Mediana empresa inferior: entre 21 y 50 personas ocupadas.

Pequeña empresa superior: entre 5 y 20 personas ocupadas.

Pequeña empresa inferior: entre 1 y 4 personas ocupadas.

Referencias bibliográficas

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2022). *Los desafíos para la recuperación de Venezuela y el impacto del COVID-19*. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/los-desafios-para-la-recuperacion-de-venezuela-y-el-impacto-del-covid-19>
- Beckerman, M. y Cataife, G. (2001). *Encadenamientos productivos: estilización e impactos sobre el desarrollo de los países periféricos*. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires. (disponible en [www.aaep.org.ar/espa/anales/resumen_01/bekerman_cataife.htm] -acceso:
- Cámara Nacional del Vestido. (2024). [@mercadosyacion]. (diciembre, 10). [IG]. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/DDZgA9vOEy5/>
- CONINDUSTRIA. (2023). *Producción industrial en Venezuela*. Disponible en <https://conindustria.org/documentos-de-interes/>
- Domenech, S. y Zingoni, G. (2014). *Diseño de indumentaria*. Buenos Aires: IFaD.
- Fiorini, V. (2020). Diseño de indumentaria: Nuevas estrategias de enseñanza y modelos de innovación en el marco del consumo de moda. *Cuadernos del Centro de Estudios de en Diseño y Comunicación*. N° 78, pp. 51 – 60. <https://pub.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/3660>
- Harari, Y. (2014). *Sapiens, de animales a dioses*. Barcelona: Debate.
- Higgins, N. (2019). *Clothing Then and Now*. Minneapolis: Jump, Inc.
- INE. (2010). *IV Censo económico 2007 – 2008*. Caracas: Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo.

- Isaza, J. (2008). Cadenas productivas. Enfoques y precisiones conceptuales. *Sotavento M.B.A.*, ISSN 0123-3734, págs. 8-25 [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5137653>]
- Jalaouy, S. (2021). *Textiles: materiales y procesos de fabricación*. México: Ediciones Nuestros Conocimientos
- Oliveros, A. (2024). [@aroliveros]. (noviembre, 23). [X]. Disponible en: <https://x.com/aroliveros/status/1860384186424787211?t=VIHKFV!wEaRk-30qP3ZzteA&s=19>
- ONUDI. (2004). *Manual de minicadenas productivas, Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial*. República de Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponible en: : [www.unido.org/doc/29104?language_code=es]
- Quevedo, Y., Portela, L., Cabrera, E., y Mata, M. (2021). Sostenibilidad de cadenas productivas: precisiones teóricas. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 461-470. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000600461]
- Quintero, M. y Zambrano, E. (2008). La propiedad industrial, una herramienta de gestión estratégica en las medianas empresas industriales. Caso de estudio: Sector confección textil en el Municipio Libertador del Estado Mérida. *Actualidad Contable FACES*. Año 11, N° 17, Julio-diciembre. Mérida. Venezuela. Pp. 95-110
- Riezu, M. (2021). *La moda justa*. Barcelona (España): Anagrama
- Rimeris, R. (2022). La industria de la moda en Venezuela ante la aparición del COVID-19. (Mendoza, K.) *LEGA*. Disponible en <https://lega.law/lega-in-depth-28/>
- Saim, A. (2017). La industria de la moda en Venezuela. *Debates IESA*, volumen XXI, número 3, pp. 48 – 49.
- SAMAT. (2023). *Registro económico y de emprendedores*. Alcaldía Bolivariana del Municipio Libertador del Estado Mérida.
- SAMAT. (2023). *Registro económico y de emprendedores*. Alcaldía Bolivariana del Municipio Sucre del Estado Mérida.
- SAMAT. (2023). *Registro económico y de emprendedores*. Alcaldía Bolivariana del Municipio Santos Marquina del Estado Mérida.
- Scheaffer, R., Mendenhall, W. y Ott, L. (1991). *Elementos de muestreo*. México, D.F.: Grupo Editorial Iberoamérica
- Stacey, N. (2024). Compra ahora: La conspiración consumista. [Documental]. *Netflix*. Disponible en: <https://www.netflix.com/co/title/81554996>
- Statista. (2023). *Estadísticas mundiales*. Disponible en <https://es.statista.com/estadisticas/1322760/ventas-de-e-commerce-de-ropa-en-mexico-por-tipo-de-vendedor/>