



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX PARA LA COMERCIALIZACION  
LOCAL DE ROPA PARA BAILARINES PRODUCIDA EN QUITO**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el título Licenciatura en Administración de Empresas con mención en Marketing

Profesor Guía

Johanna Pinargote

**Autora**


**Sofía Pilar Cevallos Paz**

**Año**

**2010**

### DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente."

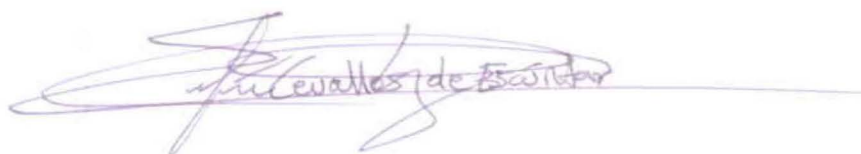


Johanna Pinargote

CI: 130864567-8

**DECLARACION DE AUTORIA**

"Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes".



**Sofia Pilar Cevallos Paz**

CI: 171757264-6

## **“AGRADECIMIENTOS”**

Empezaré por agradecer a DIOS absolutamente por todo lo que tengo, la vida, amor, salud, inteligencia, aptitudes para desenvolverme en lo que me apasiona y todo en su conjunto me hace muy feliz y me proporciona infinitos incentivos.

A mi esposo por todo el amor que me da el cual es correspondido, porque se que es el mejor esposo del mundo y único, es el amor de mi vida y por todo lo que hace para demostrarme su amor por mí. Le agradezco por su apoyo incondicional, ha sido camarógrafo, fotógrafo en las entrevistas realizadas en la investigación, por la paciencia que ha tenido sobretodo en los días previos a la entrega de este trabajo de titulación, en algunos días me reemplazó en muchas de las actividades que compartimos con nuestra hija, el fruto de nuestro amor.

Por supuesto a nuestra hija Sofía que también ha sufrido mis desvelos porque mientras ella dormía yo seguía redactando y muchas veces se despertaba con mucho sueño, unas veces en nuestra casa y otras en un lugar extraño a lo que espera ver. Ella es el motivo para todo lo que hago, desde su llegada a mi vientre. Nuestra hija es el regalo más grande y lindo que Dios nos ha dado, es la inspiración para seguir adelante con todos mis proyectos, es una fuerza interna inexplicable que me da valor para cumplir con todo y como me dice mi papá a mí, Sofía es la razón de mi vida.

Sin el apoyo de mis padres no hubiera sido posible nada de lo que he escrito antes porque muy aparte del apoyo económico durante todos mis estudios, les agradezco por ser los mejores padres del mundo y espero satisfacerlos en todo lo que esperan de mí.

Mi hermano tiene un gran corazón y muy noble y muchas veces su forma de reaccionar ante los desafíos que la vida le ha puesto me han servido de mucho para madurar y admirarlo.

Mi abuelito Pluro porque dice que se debe convertir el sufrimiento en oportunidad después viene la recompensa llena de felicidad y muchas de sus frases me dan fortaleza cuando la necesito, una de ellas que recuerdo es "rie y la vida reirá contigo, llora y llorarás solo"

Agradezco por los consejos y enseñanzas brindados a Víctor Dinamarca, Fredy Vásquez, Francisco Rojas, Pedro Romero, Xavier Oviedo, Renzo Aguirre, entre otros pero en especial a Galo Falconí a quien considero y respeto mucho le debo gratitud por todas las veces que estuvo cuando lo necesité que fueron muchas, Rodrigo Gangotena es digno de mi admiración y respeto por esa energía que lleva dentro y es contagiosa, no tuve en toda la carrera ningún profesor con esa dinámica para dictar una clase y que pueda llegar así a sus alumnos, bien merecido se tiene cuando dicen que es un genio por su inteligencia, excelente memoria, locura y excentricismo.

No puedo dejar de nombrar a la C.N.D., Dancing Mood, Confecciones Karina, Gloria Marín, Jaime Orbe, Rossana García, Carlos Comejo, Xavier Chonillo, Erica Olivera, Miguel Angel Romero, Eddy Borges, Julia Vidal, Andrea Jaramillo, Lorena Delgado, Eliana Zambrano, Paúl García, Fernando Cruz, Gabriela Rosero, María Luisa González, Satya Paspuel, Fátima Bassante, Karina Escúntar, Isabel Coellar, Ricardo Mojica, Víctor Cevallos, Marielena Moncayo, Johanna Pinargote pues fueron quienes hicieron posible el desarrollo de la investigación dedicándome todo su apoyo y tiempo, estoy segura que cada uno de ellos conoce la razón y la magnitud que merece mi agradecimiento.

## “DEDICATORIA”

Este trabajo de titulación es el resultado de mucho esfuerzo, sacrificio y disciplina desde que me empecé a formar porque todo es un proceso y para llegar a la universidad tuve que desenvolverme en otras actividades, una de ellas es el ballet, que es un arte que requiere de muchos años de constancia y sin ellos no hubiera sido posible realizar la investigación adecuada para el desarrollo del tema planteado. Por esta razón la persona que merece que le dedique este trabajo de titulación y mucho más es mi MAMA porque desde que era chiquita me decía que todo se puede en la vida, que para todo hay solución y en todo momento tuve el apoyo incondicional emocional y económico para todo lo que quería hacer pero especialmente en el ballet que es mi profesión principal. Le agradezco por todas sus amanecidas forrándome cuadernos y libros y por hacerme la lonchera incluso hasta la secundaria y por todas las cintas y elásticos que me cosió en mis zapatillas de media punta y punta y todo lo que no alcanza en este espacio que las dos sabemos. Bailar es uno de mis motivos para cumplir mis sueños porque primero está el amor que le tengo a mi hija, a mi esposo, a mis papás y a mi hermano, por esto también incluiré en esta dedicatoria sus nombres Sofía, Fabián, PILAR, Jorge y Gustavo.

## RESUMEN

El objetivo de la investigación del adjunto trabajo de titulación es determinar las estrategias idóneas de marketing mix para la comercialización local de ropa para bailarines producida en Quito.

Para el desarrollo del objetivo expuesto anteriormente el camino fue trazarse objetivos específicos que conduzcan al progreso de este y se citan a continuación:

- Entender lo que es danza, saber cuál es la ropa necesaria para practicar esta disciplina, qué usos le dan los bailarines a su indumentaria, conocer el proceso de confección de esta clase de vestuario, la evolución de este arte y la presente demanda de prendas por los danzantes.
- Identificar y analizar la oferta (competencia) de vestuario utilizado en danza que existe actualmente en Quito, los canales de distribución, promoción, proveedores, costos y precios, sustitutos; y el comportamiento del consumidor.
- Diseñar las estrategias de marketing mix para introducir la ropa de bailarines al mercado quiteño.

La metodología de la investigación fue el apoyo en diversas herramientas como entrevistas, focus groups, encuestas escritas y telefónicas puesto que se encontraba presente la necesidad de levantamiento de datos que no existían respecto a la conducta de los bailarines como consumidores. También se utilizaron fuentes de información secundarias como libros e internet.

En la capital se sitúan únicamente dos tiendas que disponen de este tipo de productos. Al existir una oferta reducida de estos artículos, se han desencadenado algunas consecuencias. El poder adquisitivo de los bailarines no es el suficiente para que las variaciones en los precios les sea indiferente, por este motivo ante la necesidad de estos artistas las costureras se han convertido en la competencia de los dos almacenes de accesorios para danzarines: *Adagio* y *Capezio*.

Este trabajo de titulación contiene un análisis substancial de la demanda presente, los precios elevados, costos de producción, la oferta reducida, los altos impuestos para la importación de este tipo de prendas solicitadas por bailadores porque al mismo tiempo han generado un nicho de mercado explotable.

Las estrategias de Marketing Mix (producto, precio, distribución y promoción) que se deberían aplicar para tener éxito en la comercialización local de ropa para bailarines producida en Quito son derivación de la investigación realizada.

## SUMMARY:

The general objective of the investigation of this thesis work is to determine the most suitable marketing mix strategies for the local sale of dancing apparel produced in Quito.

In order to develop the objective mentioned before, the route to follow was to trace specific objectives which lead to the progress of the work and are cited below.

- Understand what is dance, know what is the necessary clothing to practice this discipline. What are the uses that dancers give to their clothing. Learn the process for the making of this type of clothes. The evolution of this art and the present demand by the dancers for this kind of apparel
- Identify and analyze the supply of the clothing used for dancing that exists actually in Quito. The distribution channels, promotion, the suppliers, costs and prices, substitutes and the consumer's behavior
- Outline the marketing mix strategies to introduce the dancing clothes to Quito's market.

The method used for the investigation was the backing in various tools such as interviews, focus groups, written and phone investigations due to the fact that the necessity of information about dancer's behaviors as consumers which did not exist was present. Other secondary sources such as books and internet were also used.

In Quito, there are only two stores that offer these types of products. Due to the absence of supply for these articles, we have some consequences. The economic situation of the dancers does not let them buy the product if there is a variation on the price. For this reason, due to the necessity of this artists, independent seamstresses have become the principal rivals of the two stores that supply this clothing: *Adagio* and *Capezio*.

This thesis contains a substantial analysis of the present demand, high prices, costs of production, reduced supply, and the high taxes for the importing of this types of garments wanted by the dancers because at the same time they have generated a valuable market.

The marketing mix strategies (product, price, distribution and promotion) that should be applied to succeed in the local sales of clothes for dancers produced in Quito are derived from the investigation carried out.



## INDICE

<b>1. Capítulo 1</b>	<b>1</b>
<b>1.1. La Danza</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Descripción de la ropa</b>	<b>5</b>
1.2.1. Ropa para bailarinas	6
1.2.2. Ropa para bailarines	12
<b>1.3. Usos</b>	<b>13</b>
<b>1.4. Proceso de confección de ropa</b>	<b>19</b>
<b>1.5. Demanda de indumentaria de danzantes</b>	<b>24</b>
1.5.1. Evolución de la danza	24
1.5.2. Demanda	25
1.5.3. Tamaño del mercado de bailarines	32
1.5.4. Consumo	36
<b>2. Capítulo 2</b>	<b>39</b>
<b>2.1. Análisis de la competencia</b>	<b>39</b>
<b>2.2. Canales de distribución</b>	<b>48</b>
<b>2.3. Canales de promoción</b>	<b>49</b>
<b>2.4. Proveedores</b>	<b>51</b>
<b>2.5. Productos Sustitutos</b>	<b>55</b>

2.6. Análisis de costos y precios	56
2.7. Análisis comportamiento del consumidor	59
<b>3. Capítulo 3: Estrategias de MKT MIX</b>	<b>78</b>
• <b>Estratgia de Producto</b>	<b>78</b>
Stock Mínimo	84
• <b>Estrategia de Precio</b>	<b>89</b>
• <b>Estrategia de Distribución</b>	<b>95</b>
• <b>Estrategia de Promoción</b>	<b>103</b>
<b>4. Conclusiones</b>	<b>106</b>
<b>5. Recomendaciones</b>	<b>108</b>
<b>6. Bibliografía</b>	<b>109</b>
<b>7. Anexos</b>	<b>111</b>

## INTRODUCCIÓN

La misión de la investigación realizada para contribuir a la elaboración del presente trabajo de titulación es determinar las estrategias pertinentes de marketing mix para la comercialización local de ropa para bailarines producida en Quito.

Para plantear las estrategias idóneas de marketing mix para la comercialización local de prendas de vestir para danza producidas en Quito es muy importante considerar un análisis profundo que responda a las necesidades de los bailarines.

El contenido del análisis efectuado se basó en la importancia del principal objetivo específico, entender qué es la danza y todo lo que abarca esta palabra pues esto involucra conocer el proceso de confección de esta clase de vestuario y la evolución de este arte.

Una vez que se maneja el significado de la danza y se ha logrado comprender a quienes la practican y sus necesidades, se procedió la indagación con respecto a la demanda y oferta de prendas utilizadas por danzantes.

El éxito para comercializar la indumentaria se encuentra en la estrategia, por esta razón es indispensable su formulación considerando el proceso óptimo, es decir mediante el análisis de una previa investigación que tiene bien marcados y claros sus objetivos y así llegar a la determinación de las estrategias correctas de producto, precio, distribución y promoción para introducir la ropa de bailarines al mercado quiteño con éxito.

# 1. CAPITULO 1: DANZA Y SU EVOLUCION, PROCESO DE CONFECCION, CUÁNDO, DÓNDE Y CÓMO SE UTILIZA INDUMENTARIA DE BAILARINES, DEMANDA DE LAS PRENDAS ADECUADAS PARA PRACTICAR ESTE ARTE

## 1.1. LA DANZA

El significado de la danza es muy complejo y a la vez sencillo pues muchas personas confunden la danza con ballet, con el folklore de cada país, con danza contemporánea y no tienen conocimiento que la respuesta a ¿qué es danza? puede ser tan simple y con dos palabras: movimiento del cuerpo, aunque esta palabra abarca algo mucho más extenso y dentro de esta encontramos varios géneros que es con los que se está confundiendo su concepto.

La respuesta más adecuada de danza es serie de movimientos cadenciosos del cuerpo, al son de la voz o de instrumentos musicales. (García, R. 1991: p. 316)

Se trata de la ejecución de movimientos al ritmo de la **música** que permite expresar sentimientos y emociones. Se estima que la danza fue una de las primeras manifestaciones artísticas de la **historia** de la humanidad. (Definición. De, 2008)

Consiste en mover el cuerpo guardando una relación consciente con el espacio (...), el concepto o la idea de la danza trae consigo el de música pero no explícito, (...) no lo pone en palabras (...), *la música y la danza* son acciones en el tiempo- tienen una duración, cubren un lapso, son fenómenos temporales, tienen un principio y un fin.

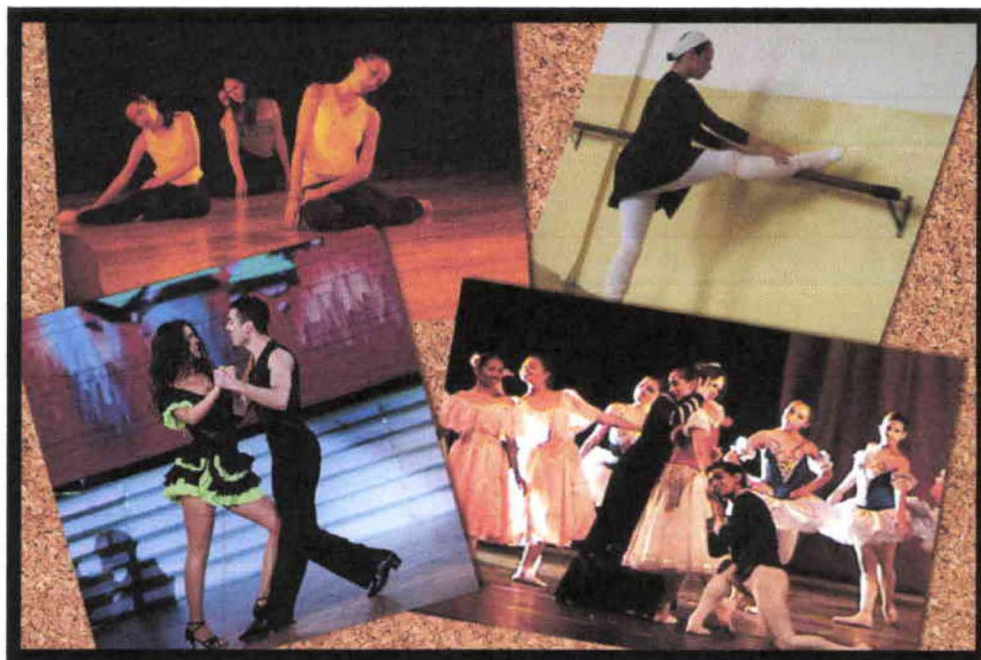
Algunas personas que practican esta disciplina ven a la danza como “el camino para entender la vida y que no puede ser rutina sino algo propio de cada individuo”; como “su comer, su dormir y *al mismo tiempo* exigente en cuanto al

detalle y la limpieza del movimiento, *es decir a la técnica*”; como “una ruptura de esquemas”; como “un manejar energías, transmutar el cuerpo en un fluir, cuando se baila se trata de encontrarse y mirarse uno mismo de piel *hacia adentro* “. (El Comercio, 2010)

Los bailarines conciben a la danza como algo inexplicable que una vez que la conocen y prueban los atrapa,” es una forma de vida, es un lenguaje más abierto y honesto: con el cuerpo, lo que uno siente no se puede *esconder ni mentir*”, es algo que se encuentra muy profundo dentro de cada uno y que día a día les genera diferentes sentimientos y emociones, conjuntamente con otros desconocidos que jamás han sentido antes y en otra actividad. Por lo tanto “el arte va más allá de lo superficial”. (El Comercio, 2010)

#### FOTO # 1.1.

#### DANZA



**Fuente:** C.N.D. e internet. Quito - Ecuador

**Elaboración:** Isabel Coellar

Muchas personas confunden el concepto de danza con folklore, ballet o danza contemporánea pero la realidad es que estos son géneros dentro de la misma y así se detallan a continuación:

1. Danzas autóctonas
2. Danzas populares

La segunda se realiza en la ciudad y se subdivide en:

- 1.1 Danzas folklóricas o regionales y
- 1.2 Danzas populares urbanas

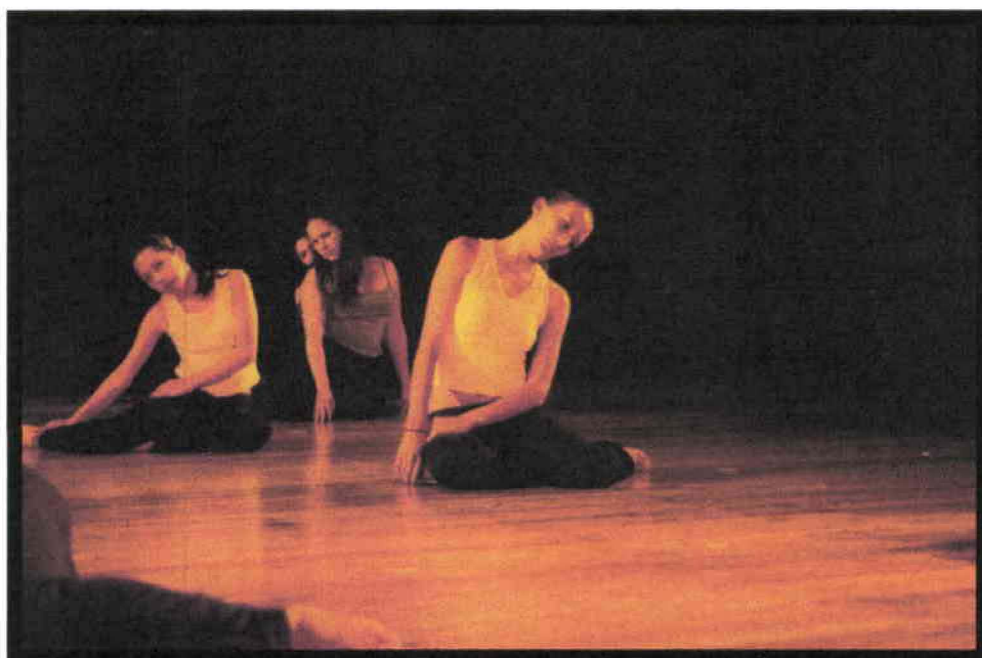
Si se considera las técnicas elaboradas y asimiladas, aceptadas, dominadas a nivel mundial para que los bailarines se adiestren y puedan convertirse en profesionales o especialistas, surgen los siguientes géneros:

3. Danza clásica
4. Danza moderna
5. Danza contemporánea (Julia Vidal, Entrevista: Septiembre 15, 2010)

**FOTO # 2.1.****OBRA CLASICA "PAQUITA"**

**Fuente:** Estudiantes de la Fundación Danzarte - C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Jorge Cevallos V.

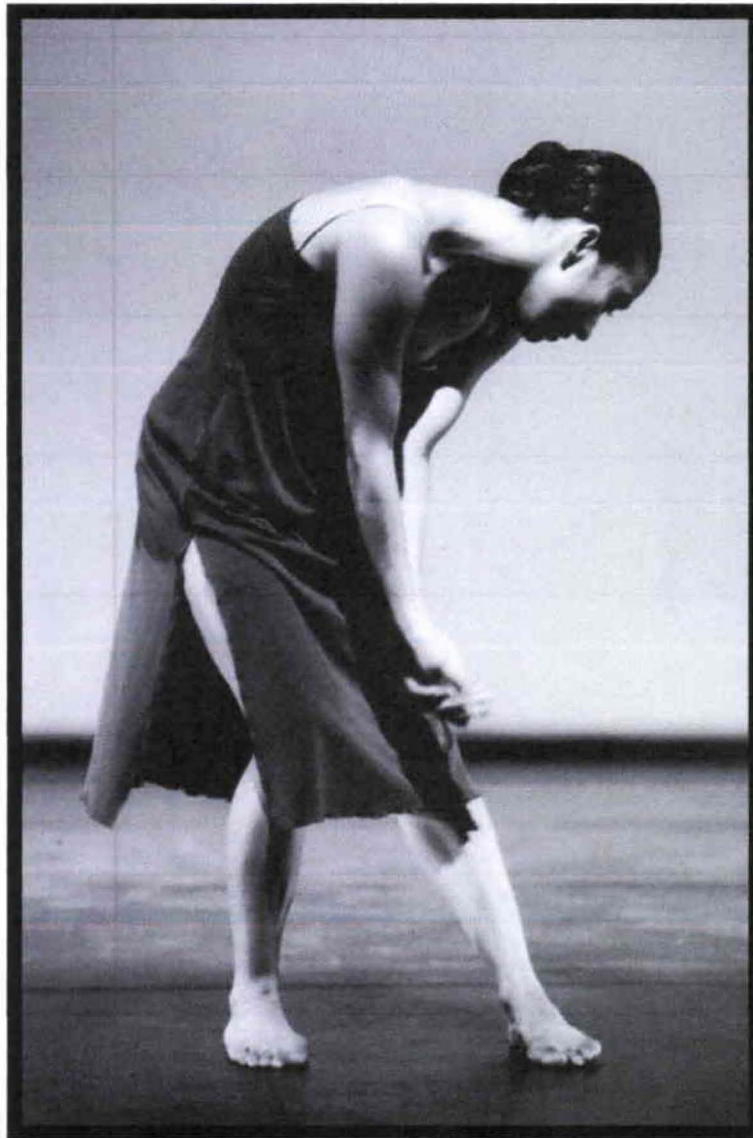
**FOTO # 3.1.****BAILARINES DE DANZA CONTEMPORANEA**

**Fuente:** Bailarines de la Fundación Danzarte de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Anónimo

**FOTO # 4.1.**

**PRESENTACION DE CONTEMPORANEO**



**Fuente:** Andrea Jaramillo, Ex – Bailarina Principal del B.E.C. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Gonzalo Guaña

## **1.2. DESCRIPCION GENERAL DE LA ROPA UTILIZADA POR BAILARINES**

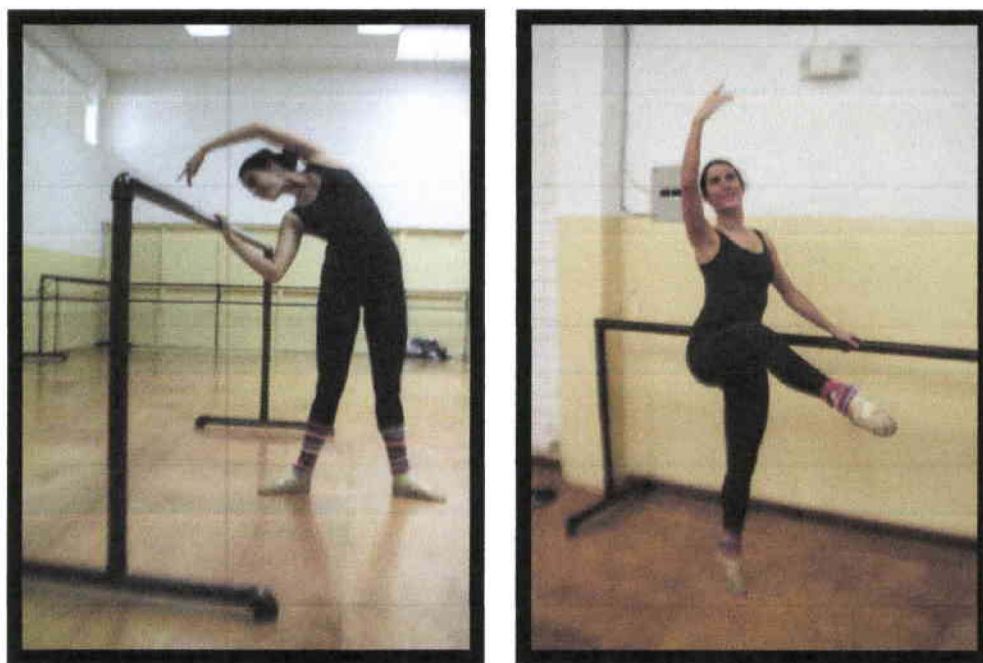
Las mallas de mujer y de hombre por lo general son confeccionadas con tela de diferente calidad. Las mujeres suelen usar tres tipos de mallas, mientras que



los hombres dos. Las bailarinas y bailarines tienen una malla en común, la conocida como enteriza, unitard, esta puede ser larga (hasta el tobillo); o, corta (hasta el muslo), y en cuanto a la parte superior, existen varios modelos: manga larga, manga corta, escotada, con una manga, entre otros. En este caso es posible utilizar la misma tela pues la gran parte de bailarines de ambos sexos compran los distintos modelos pero de igual calidad.

**FOTO # 5.1.**

**MALLA ENTERIZA**



**Fuente:** Margarita Donoso, bailarina del Curso de Capacitación Permanente de a C.N.D. Quito - Ecuador

**Elaboración:** La Autora

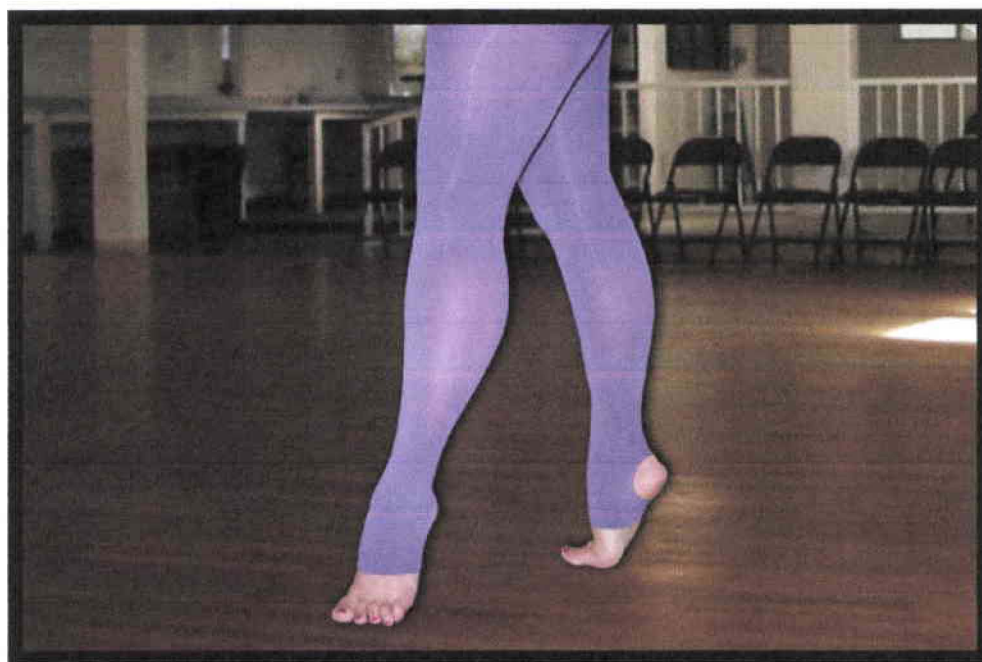
### **1.2.1. ROPA PARA BAILARINAS**

En la mayoría de países las mujeres utilizan dos mallas para sus clases y ensayos: una para la parte superior (con mangas cortas, largas), también

conocida como trusa o camisoles, y otra para la parte inferior o maillot que sólo llega hasta el tobillo o a cubrir el pie pero no más corta.

**FOTO # 6.1.**

**MAILLOT**



**Fuente:** Bailarina del Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

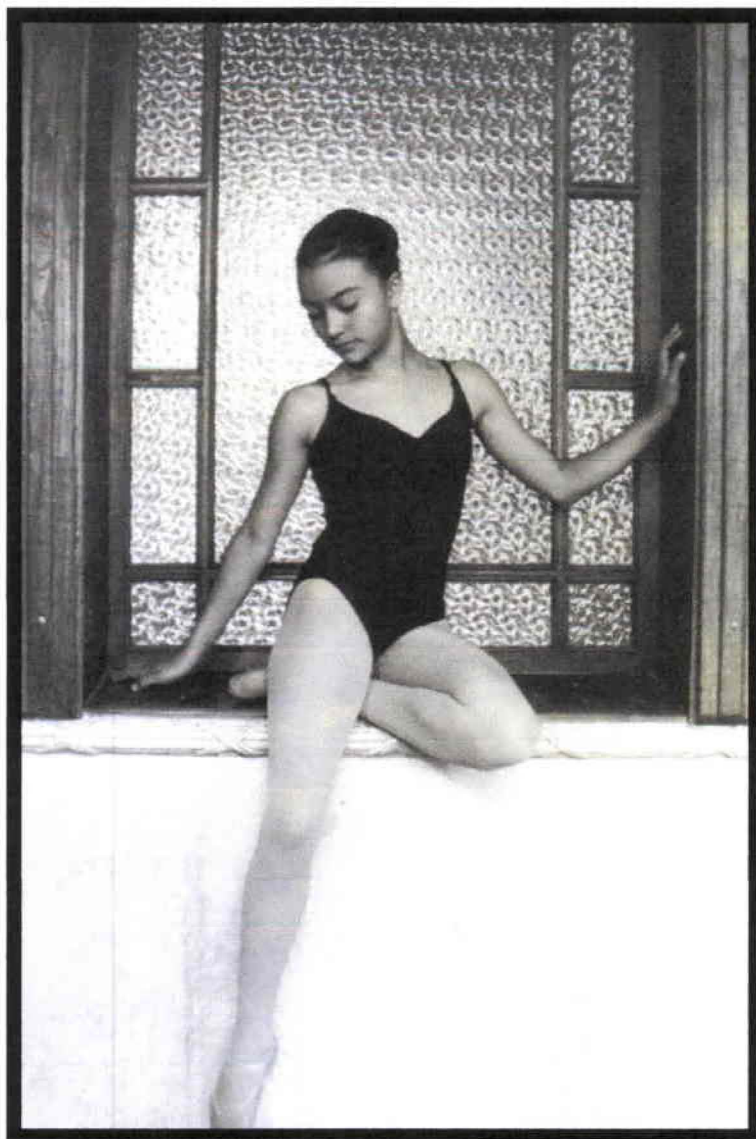
Los leotardos son llamados también trusas pero en el diccionario de ballet leotard significa prenda apretada de una sola pieza que cubre el cuerpo desde el cuello hasta los muslos o hasta los tobillos y algunas veces cubre los brazos hasta las muñecas, es usado para ensayos y en el escenario.

Las mujeres demandan mayormente mallas de “lycra” y “lycra algodón” para la parte superior, y una mezcla de nilón con elastano para la parte inferior.

Otro accesorio utilizado por ellas son las faldas cortas. Las estudiantes por lo general para sus clases adquieren faldas confeccionadas de georget.

**FOTO # 7.1.**

**TRUSA SIN MANGAS**



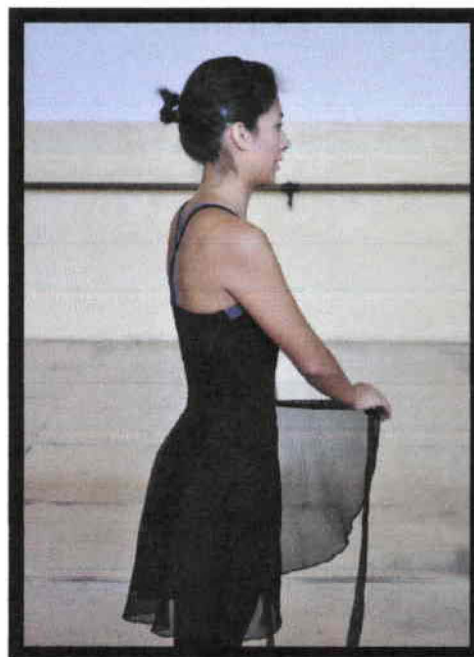
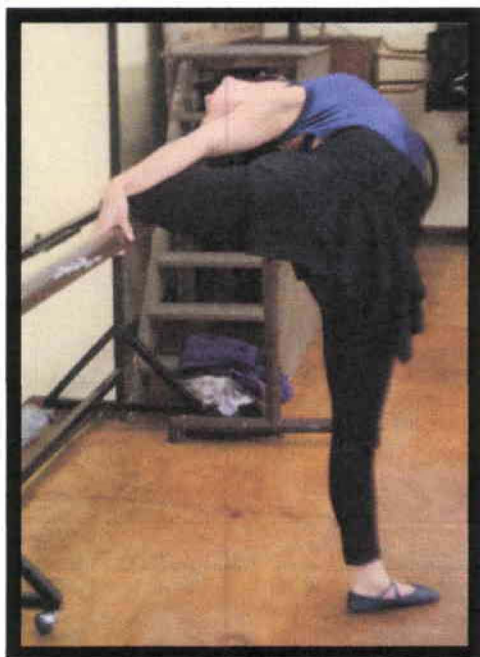
**Fuente:** Andrea Jaramillo. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Gonzalo Guaña

**FOTO # 8.1.****TRUSA CON MANGAS**

**Fuente:** Ex - Alumnas del Instituto Nacional de Danza. Quito – Ecuador

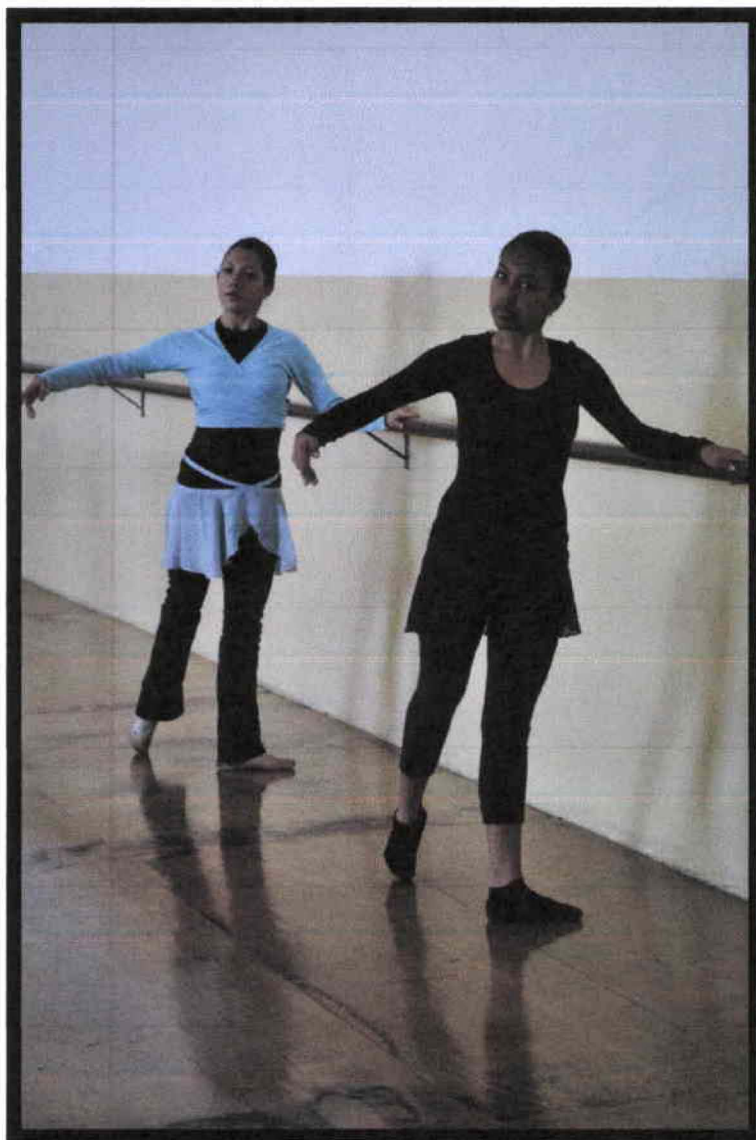
**Elaboración:** Gonzalo Guaña

**FOTO # 9.1.****FALDA PARA ALUMNAS Y UTILIZADAS TAMBIEN POR PROFESIONALES**

**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

FOTO # 10.1.

**FALDA PARA ALUMNAS Y UTILIZADAS TAMBIEN POR PROFESIONALES**

**Fuente:** C.N.D. Quito - Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Una parte de las bailarinas profesionales por lo común utilizan otro tipo de faldas, y en algunos casos shorts, debido a que las faldas de aprendices lucen un poco transparentes y para sentirse cómodas se debe gozar de una figura muy estilizada.

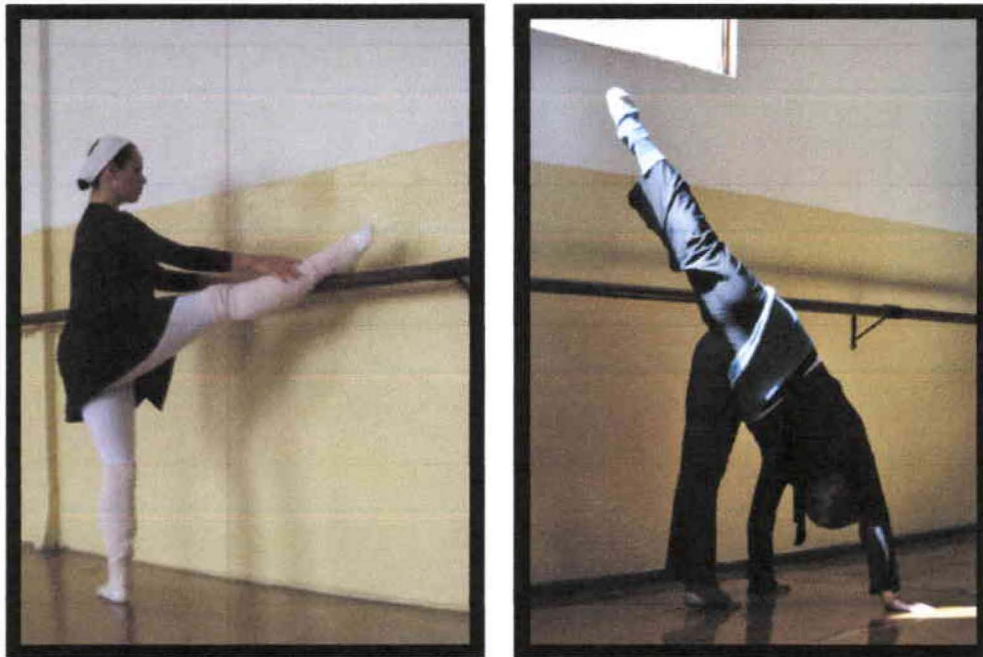
FOTO # 11.1.

**FALDA PARA ALUMNAS Y UTILIZADAS TAMBIEN POR PROFESIONALES**

**Fuente:** C.N.D. Quito - Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Toda danzante que pertenezca a una compañía de danza debe tener cierto peso según la estatura pero algunas se sienten incómodas con sus glúteos y caderas pronunciados, por esta razón la materia prima necesaria para estas faldas podría ser una tela resultado de la combinación de silk, nilón, algodón y spandex y otras como algodón que permiten obtener una prenda sin transparencia.

**FOTO # 12.1****FALDAS UTILIZADAS POR PROFESIONALES**

**Fuente:** Bailarina del Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. Quito – Ecuador

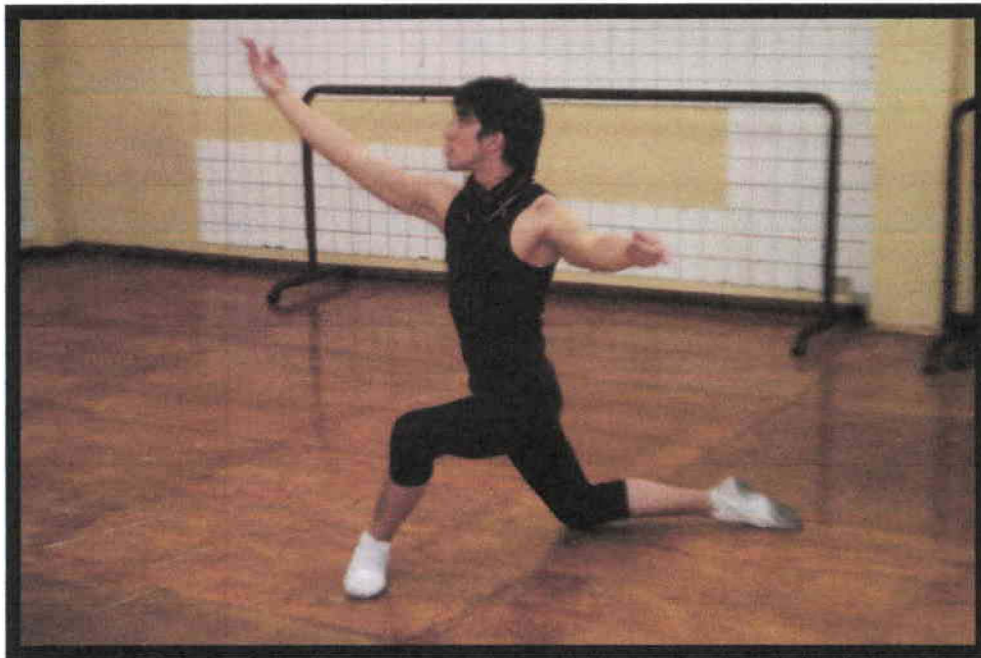
**Elaboración:** Fabián Escúntar M.

Otra parte de las bailarinas prefieren las faldas que utilizan gran parte de las estudiantes. Según algunas bailadoras pesan un poco menos por el tipo de tela con la que se fabrican y así realizan sus movimientos con mayor comodidad.

### **1.2.2. ROPA PARA BAILARINES**

Los hombres utilizan una sola malla para la parte inferior que cubre sus piernas pues en la parte superior suelen llevar una camiseta o un bvd. La misma tela que se emplea para fabricar las mallas de la parte superior de una bailarina puede servir para elaborar la del género masculino pero en su mayoría este prefiere la malla hecha de “lycra algodón.

**FOTO # 13.1.**  
**MALLA INFERIOR**



**Fuente:** Jairo Rodríguez, estudiante del Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. Quito - Ecuador

**Elaboración:** La Autora

## **1.2. USOS**

El ballet clásico es la base que todos los bailarines necesitan para desenvolverse en otros géneros. Una clase de este género se divide en: la barra y el centro. Lo más común es que al finalizar la barra el maestro les de un tiempo a sus aprendices para que realicen un estiramiento en el cual levantan las piernas y todo lo demás que ayude a relajar y estirar los músculos del cuerpos antes de empezar el centro.

Este tipo de indumentaria es usada por los bailarines para sentirse cómodos al realizar su clase porque hacen movimientos muy suaves al inicio que terminan en saltos, giros, cargadas, y así tienen la seguridad de que al levantar una pierna, girar o saltar no se les verán sus partes íntimas o que en una cargada su vestuario no se descoserá.



Los profesores de danza exigen a sus alumnos esta clase de vestimenta porque necesitan ver como trabaja cada músculo del cuerpo del bailarín y así poder dar las correcciones necesarias para que no lesionen su cuerpo con un movimiento incorrecto.

Vestir esta ropa no es una exigencia para los bailarines profesionales, pues ellos tienen la experiencia necesaria para realizar un trabajo adecuado con su musculatura y la madurez para autocorregir lo que el maestro no logre ver en caso de llevar otra vestimenta.

#### FOTO # 14.1

#### BARRA (PRIMERA PARTE EN UNA CLASE DE BALLET)

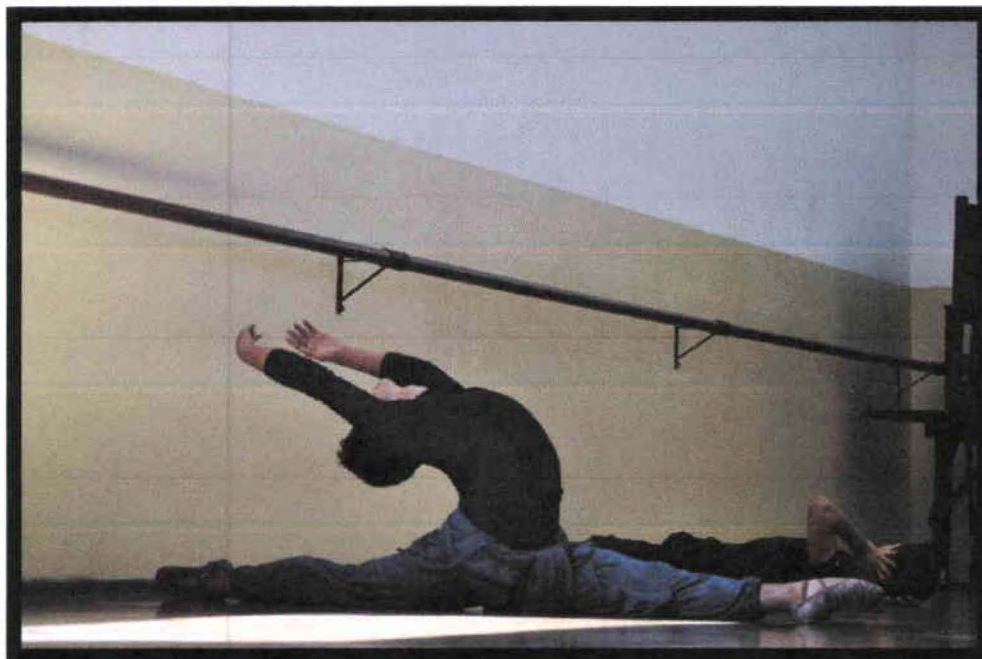


**Fuente:** Bailarina del Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. Quito-Ecuador

**Elaboración:** Fabián Escúntar M.

FOTO # 15.1.

**ESTIRAMIENTO PARA RELAJAR LOS MUSCULOS**



**Fuente:** Paúl García, C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

FOTO # 16.1

**CENTRO (POSTERIOR A LA BARRA Y AL ESTIRAMIENTO)**



**Fuente:** Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. Quito-Ecuador

**Elaboración:** Fabián Escúntar M.

**FOTO # 17.1.**  
**CARGADAS**



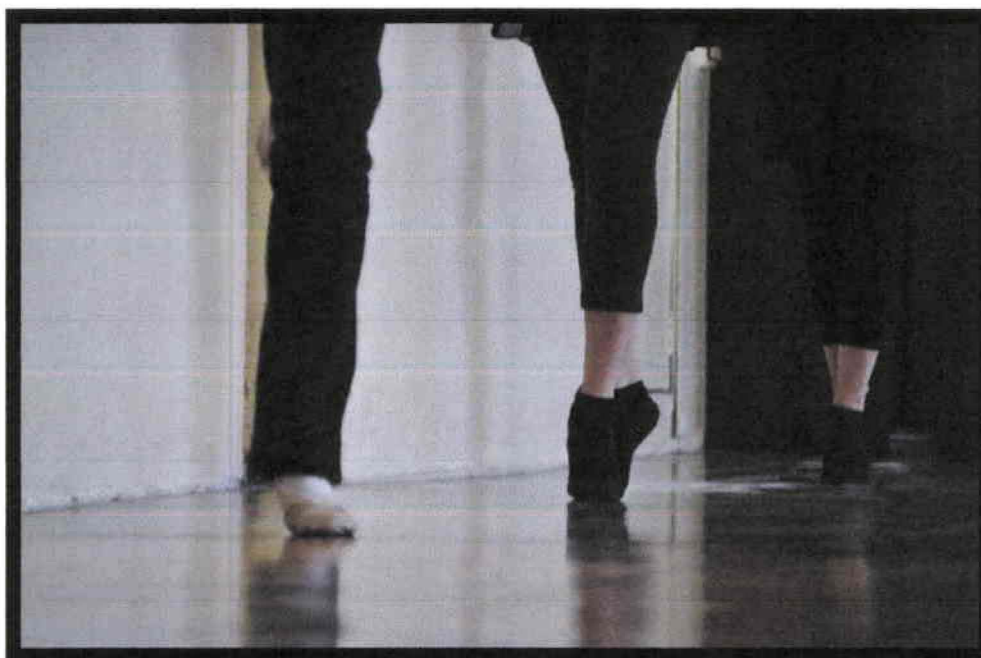
**Fuente:** Lorena Delgado junto a Paúl García, C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

En esta disciplina la mayoría de posiciones son “innaturales”, por esta razón es muy fácil lastimarse y del mismo modo son muy cómodas si se las hace de la manera correcta, además de ayudar a mantener el cuerpo muy sano.

Un claro ejemplo de postura poco común en los bailarines es la danza en punta de pie, los danzarines clásicos pasan más de 5 horas al día con sus piernas rotadas hacia afuera y los danzantes de todos los géneros con su columna completamente erguida.

**FOTO # 18.1.**  
**PIERNAS ROTADAS HACIA AFUERA**



**Fuente:** Bailarinas de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Todas estas características además de la figura esbelta son las que permiten distinguir a un bailarín del resto de personas porque la forma de sentarse, caminar e incluso la manera de estar de pie es totalmente diferente a la de la gente común.

**FOTO # 19.1**  
**BAILARINA CLASICA**



**Fuente:** Bailarina del Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Este vestuario es utilizado en las clases de danza y en ensayos para presentaciones. Parte de estas prendas se puede emplear en el escenario como: mallas para la parte inferior de hombre y mujer y enterizas. Por lo general las trusas no son las mismas para una coreografía porque en esta ya se usa la falda corta o larga pegada a la malla, ya no es opcional llevarla puesta. Para la parte superior de los hombres se elaboran otros modelos e incluso también bailan con el pecho descubierto en algunas ocasiones.

Las bailarinas suelen usar parte de su ropa de danza combinándola con otra, fuera de sus clases y ensayos, un ejemplo es la malla de las piernas con una falda o vestido de calle y la trusa según el modelo con un jean, overol, short de acuerdo al clima.

Gran parte de los bailarines y bailarinas piensan que por los prejuicios de la gente, sus compañeros o ellos mismos no utilizan fuera de sus actividades de danza ni mallas ni lycras, pues un gran porcentaje del género masculino en danza es homosexual, y por esta razón piensan que si todos saldrían a la calle vestidos así, la mayoría de la gente tendría la errónea idea de que todos son gays. (Bailarines de C.N.D., B.N.E., Dancing Mood, Entrevistas: Julio, 2010) y (Eddy Borges, Entrevista: Julio 19, 2010).

### **1.3. PROCESO DE CONFECCION DE ROPA DE BAILARINES**

Para determinar el proceso de producción de ropa de danza se utilizó como referencia a Confecciones Karina, formada por un joven emprendedor en el área de confecciones para el sector femenino que se inicia únicamente con tres máquinas de coser PFAFF, una recta, un overlock, y una cortadora circular, con dificultades de financiamiento, con domicilio en la ciudad de Quito, que paulatinamente fue creciendo, lo que se refleja en la adquisición de su propio local, en el posicionamiento dentro del mercado de la costa y sierra en el Ecuador, y finalmente en el afecto de clientes y trabajadores.

En lo que respecta al sector de la confección en general, se aprecia que se ha producido en los últimos años un aceptable progreso del sector de confecciones textiles de ropa para mujer, con un grado de competitividad valioso, pues entre los competidores de KARINA FABRICA DE CONFECCIONES tenemos por ejemplo, a Taymar, Charlestong, Almacenes Rose entre los más relevantes y todos aquellos negocios dedicados a la venta de ropa que entran al país sin pagar impuestos y sin control de calidad, es decir los negocios flotantes.

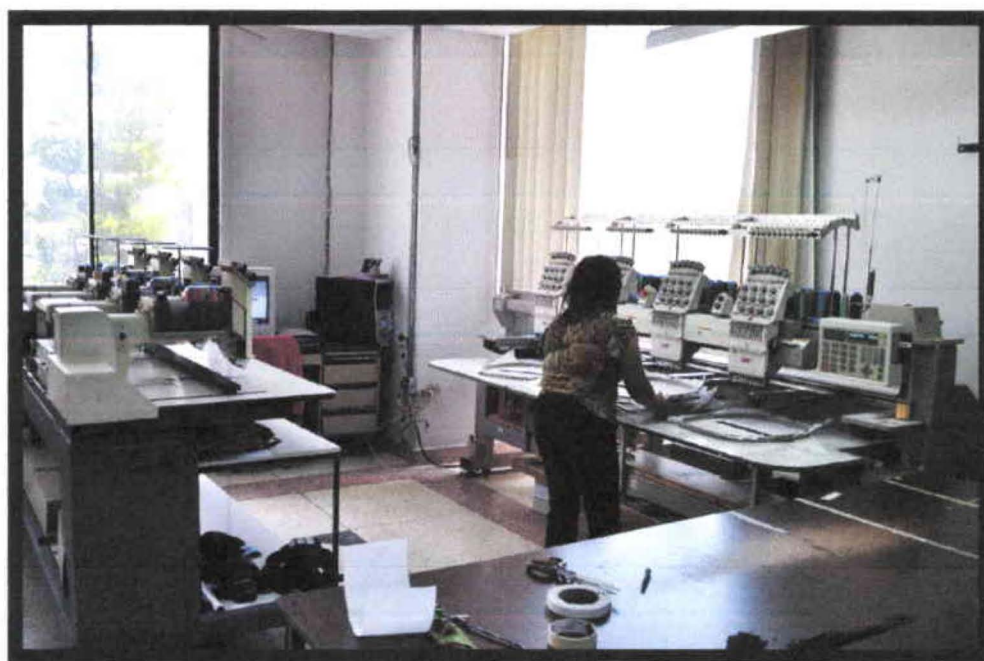
En prospectiva Karina observa como estrategia la renovación constante de tecnología, con nivel competitivo nacional e internacional en cuanto a maquinaria, trata también de diversificar la producción, es decir de ampliar la

producción de ropa. La empresa importa la materia prima para realizar la obtención de las prendas y tiene un alto poder de negociación con sus proveedores. (Fabián Escúntar Villacís, Entrevista: Diciembre 15, 2009)

Normalmente para la elaboración de esta clase de ropa la maquinaria que se maneja es: overlock, recubridora y recta. Las máquinas para la confección son de cinco y cuatro hilos y la que se usa para esta indumentaria es la segunda.

Se solicitó a Confecciones Karina realizar las mallas de prueba necesarias en las que se combinó los tipos de hilo siguientes: uno de seda (polyester) y tres hilos cadena #120 (algodón).

**FOTO # 20.1.**  
**PROCESO DE CONFECCIÓN**

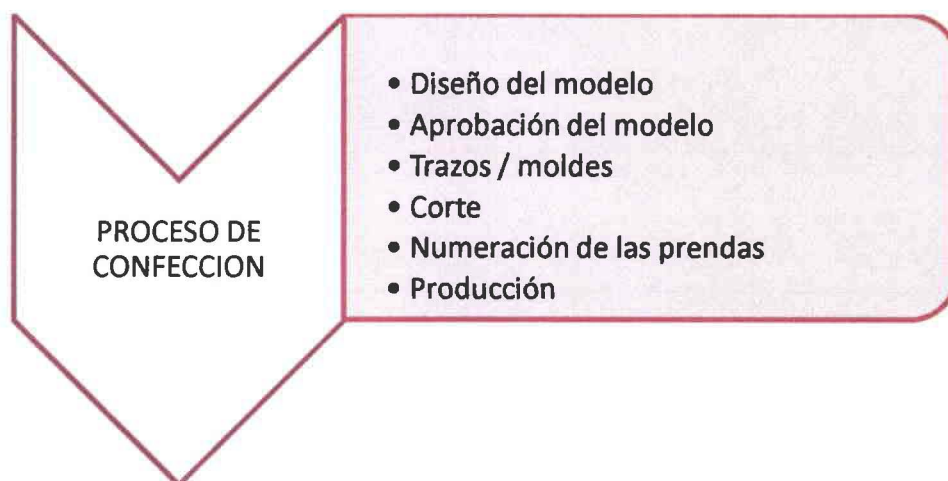


**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Los pasos ideales para fabricar todo tipo de ropa son:

**DIAGRAMA DE FLUJO # 1.1**  
**PROCESO DE CONFECCIÓN DE TODO TIPO DE ROPA**



**Fuente:** Mariana Panchi, Supervisora de Taller de Confecciones Karina. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

En las prendas de danza el proceso varía sólo en el departamento de producción. A continuación se detalla el procedimiento para cada malla.

Se requiere una costurera para elaborar cada prenda con el siguiente tiempo:

**TABLA # 1.1.**  
**TIEMPOS DE OPERACIÓN**

Trusa	Malla Enteriza	Falda Negra Algodón
14 minutos	13 minutos	10 minutos

**Fuente:** Mariana Panchi, supervisora de taller de Confecciones Karina. Quito – Ecuador

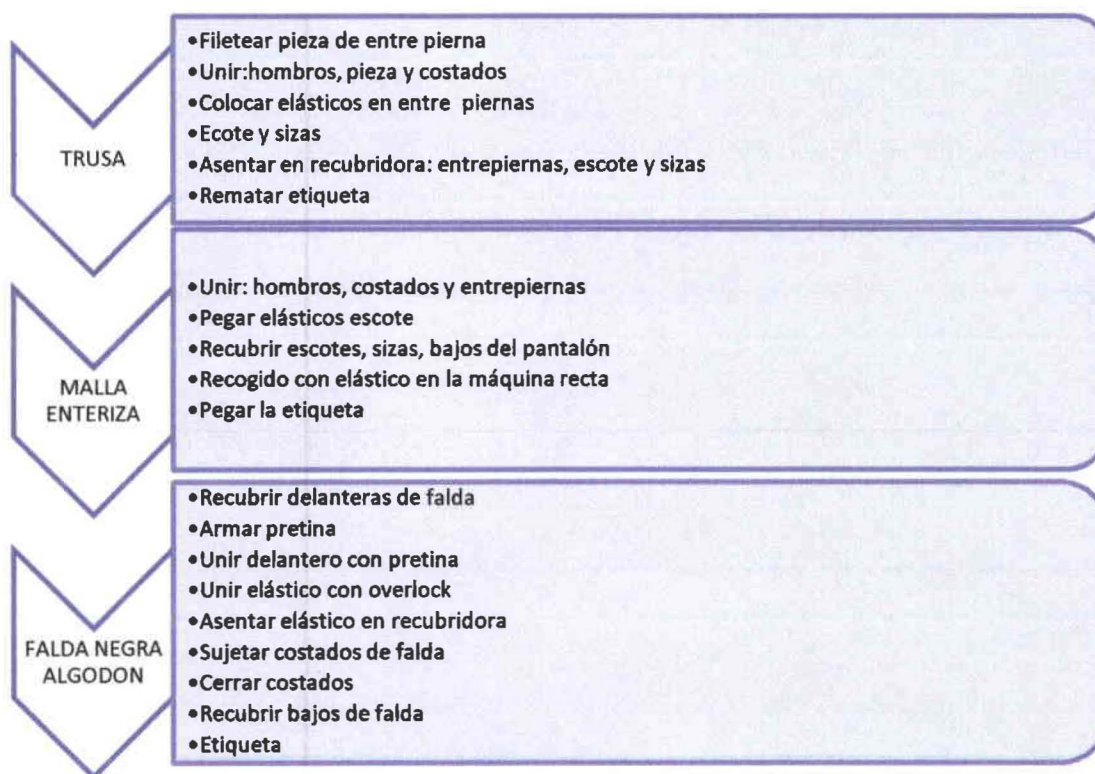
**Elaboración:** La Autora



Las tallas que actualmente se comercializan en el mercado son small, médium, large.

Confecciones Karina tiene la capacidad de elaborar 48 faldas de algodón, 34 trusas y 37 mallas enterizas en un día implicando tan sólo a una costurera para cada prenda. (Mariana Panchi, Entrevista: Julio 13, 2010).

### DIAGRAMA DE FLUJO # 2.1 PROCESO DE PRODUCCION DE PRENDAS PARA DANZA



**Fuente:** Mariana Panchi, Supervisora de Taller de Confecciones Karina. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

## 1.4. DEMANDA DE INDUMENTARIA DE DANZANTES

### 1.5.1. EVOLUCION DE LA DANZA

#### A. A NIVEL NACIONAL

En los últimos años ha sido notorio el aumento de academias de baile no sólo en Ecuador sino también a nivel internacional. Una de las razones tiene que ver con los programas como Bailando por un Sueño realizados en TV, entre otros. Otra de los motivos y consecuencia de estos reality shows es la moda, asimismo sustituir el gimnasio para bajar de peso de una manera diferente.

Todos estos puntos ayudan a elevar el autoestima de muchas personas pues este aprendizaje logra que el ser humano deje hablar a su cuerpo y obtenga una comunicación tal vez de una manera más profunda que la empleada comúnmente.

La escuela Raymond ubicada en la ciudad de Guayaquil es considerada la más importante, puesto que es la única que otorga título de bailarín a nivel bachiller a sus alumnos y también es la ciudad que tiene a su disposición la Universidad Espíritu Santo (U.E.S.), primera y única en el país que posee la Licenciatura en Danza.

En Cuenca se encuentra el Conservatorio de Música José María Rodríguez que cuenta con una tecnología en el área de danza previa a una tesis y la Facultad de Artes Escénicas de la Universidad de Cuenca concede el título con mención en Danza – Teatro y la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” localizada en Loja es muy reconocida por varios bailarines en varias ciudades del Ecuador, está dirigida por el Lic. Mario Jaramillo Andrade cuenta también con un espacio para la danza. (Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión “Núcleo de Loja”, 2009)

## **B. CIUDAD DE QUITO**

Desde este punto en adelante se entenderá que una compañía de danza es integrada por bailarines profesionales, una escuela es la encargada de formar a sus estudiantes para que lleguen a bailar profesionalmente, es decir que vivan de la danza y estos deben cumplir con algunos requisitos para ingresar y por lo general son gratuitas o su pensión es mínima.

Las personas que no reúnen las exigencias para entrar a una escuela pueden entrar a una academia ya que en esta, un gran porcentaje entra por hobby y además es pagada.

### **1.5.2. DEMANDA**

Actualmente la demanda de accesorios de bailarines en Ecuador posee las siguientes características: oferta reducida, precios elevados y altos impuestos para su importación.

## **A. COMPAÑIAS DE DANZA**

Gran parte de los bailarines profesionales de Ecuador conforman el elenco de la Compañía Nacional de Danza (C.N.D.) y del Ballet Nacional del Ecuador (B.N.E.), son las principales compañías de bailarines profesionales que tiene el Ecuador por la técnica de sus danzantes integrantes, además son estas instituciones las que siempre representan al país en todos los eventos internacionales.

La primera deleita al público ecuatoriano con obras montadas por el coreógrafo cubano Jorge Alcolea, los 14 integrantes de esta institución del gobierno toman clases de ballet clásico y contemporáneo pero sus obras son de danza contemporánea.

El segundo está conformado por 80 bailarines, algún tiempo atrás llamado Ballet Ecuatoriano de Cámara, gran parte de bailarines que lo conforman son extranjeros y en su gran mayoría de Cuba, esto beneficia mucho al país por el intercambio de conocimiento que se logra entre el elenco, porque muchos de estos artistas son profesores de niños que se encuentran estudiando esta disciplina y es una ventaja, captar excelentes bases en su aprendizaje pues es de conocimiento general la fama de Cuba por sus danzantes que han llegado a ser primeros en el mundo.

Recientemente el B.N.E. creó las compañías detalladas a continuación:

1. Ballet Ecuatoriano de Cámara (Clásico)
2. Ballet Contemporáneo de Cámara
3. Ballet Metropolitano de Quito (Folklore)

Por otro lado también es penoso que el BNE es lo mejor que tiene el país y es por la razón explicada, aún cuando los ecuatorianos cuentan con muchas aptitudes para la danza pero hace falta la formación que merecen que por el momento el país no la tiene, además de otra manera de pensar en cuanto al arte y el apoyo indispensable de los padres hacia los niños que en algún momento piensan hacer una profesión del arte. (Julia Vidal, Entrevista: Julio 15, 2010).

Se espera que la danza sea vista como lo que es una profesión como cualquier otra o incluso más compleja por la constancia, sacrificio y disciplina que requiere, que cuando a un bailarín le pregunten cuál es tu profesión y este responda bailarín no tenga que escuchar como respuesta la pregunta "pero que más", o "si pero qué profesión?" (Focus Group Bailarines C.N.D., Junio 24, 2010).

Ecuador es un país en desarrollo y poco a poco esto ha ido cambiando pero no es suficiente aún hace falta otra cultura. En este avance lento que está presente la consecuencia es el aumento de academias y escuelas y el apoyo de las personas para los aprendices, por lo tanto el número de danzantes se incrementará y así sus necesidades por la reducida oferta de los artículos que usan en sus clases. (Julia Vidal, Entrevista: Julio 15, 2010), (Focus Group Bailarines C.N.D., Junio 24, 2010).

La guía telefónica de Quito 2006-2007 registra 4 escuelas y academias de ballet y 2 academias de baile. Al revisar la guía del 2010 se encuentran 4 escuelas y academias de ballet y 8 academias de baile, por lo tanto es notoria la evolución de la danza en esta pequeña observación a pesar de que más academias de no reconocidas no se encuentran registradas ni en la Cámara de Comercio de Quito, ni en las páginas amarillas de la guía telefónica.

Algunos bailarines piensan que el tiempo mínimo que debe transcurrir es 10 años, para que el país cuente con maestros que tengan el conocimiento y experiencia que se necesita para formar bailarines a nivel profesional nacidos en Ecuador y otros que 30 años, esto es información de entrevistas durante la investigación a algunos bailarines ecuatorianos y maestros-bailarines cubanos pues en Cuba y en algunos países obtienen el título de maestro-bailarín, ensayista, coreógrafo y bailarín. (Focus Group Bailarines Profesionales C.N.D., Junio 24, 2010) (Julia Vidal, Entrevista: Julio 15, 2010).

## B. ESCUELAS Y ACADEMIAS DE BALLET

En cuanto a escuelas de ballet se pueden mencionar:

1. La Fundación Danzarte fue creada con el apoyo de María Luisa González, directora de la C.N.D., actualmente se localiza en las instalaciones de la misma y es dirigida por Nina Villanueva, cuenta con la inscripción de alrededor de 100 alumnas durante el año lectivo.
2. Giselle bajo la dirección de la ex – bailarina integrante del Ballet Ecuatoriano de Cámara, Camila Guarderas, chilena con un promedio de 75 estudiantes durante el año lectivo, funciona en la actualidad por las tardes en las instalaciones del Ballet Nacional del Ecuador conocido antes como el Ballet Ecuatoriano de Cámara, la escuela Guadalupe Chávez con sucursales en San Carlos, la Jipijapa, Valle y Villaflora, el Instituto Nacional de Danza, es la única escuela que tiene autorización para otorgar título de bailarín en Quito, Metrodanza parte ubicada en el BNE y el resto en la CCE bajo la dirección general de Rubén Guarderas y la coordinación académica de Eddy Borges.

Las compañías y escuelas mencionadas anteriormente son las más reconocidas de Quito por los maestros de gran prestigio con los que cuentan a nivel nacional e internacional para formar a los futuros bailarines ecuatorianos.

3. En Humanizarte y el conservatorio Franz Liszt Alina Díaz, maestra cubana reconocida dicta clases a muchos aprendices que se capacitan además en otras instituciones.

En el internet y caminando por las calles del país se encuentra un número amplio de establecimientos dirigidos por excelentes profesionales pero los principales de Quito son los descritos antes y en algunos también se enseñan otros ritmos como complemento de la formación del alumnado.

### FOTO # 21.1

#### OBRA MONTADA POR LA FUNDACION DANZARTE (LA CENICIENTA)



**Fuente:** Ex - Alumnas de la Fundación Danzarte de la C.N.D. Quito – Ecuador  
**Elaboración:** Pilar Paz M.

### C. ACADEMIAS DE DANZA

- El 30 de julio del 2010 se realizó el Primer Congreso Internacional de Salsa en Ecuador en la ciudad de Quito gracias al auspicio de Tropical Dance y Albert Torres. Esta academia actualmente se encuentra entre las principales y más grandes pues tiene un promedio de 400 alumnos durante el año lectivo y por su gran apoyo a la evolución de la danza.

- Dancing Mood, academia de baile, cuenta con clases de bachata, tango, pop, hip-hop, expresión corporal, ballet clásico, contemporáneo, donde su género principal es la salsa con estilo cubano, rueda de casino, caleño y en línea. Esta escuela fue constituida por Danny Padilla hace dos años con tres salas, 200 alumnos y 2 instructores. En la actualidad cuenta con cuatro salas para sus niveles de los diferentes géneros con 6 profesores y un promedio de 275 estudiantes. El éxito que ha logrado es resultado de los excelentes guías que ha tenido Danny pero también se le puede agregar que fue alumno de Quique Gaitán, jurado de un programa reality show realizado por Ecuavisa.

**FOTO # 22.1.****SEMINARIO - ESTILO CALEÑO IMPARTIDO POR LOS CAMPEONES  
MUNDIALES DE SALSA  
DANCING MOOD**

**Fuente:** Dancing Mood, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Anónimo

En la tabla # 2.1 se muestran los costos para aprender danza en la ciudad de Quito de los establecimientos más conocidos en este medio y estos se dividen en compañías, fundaciones, grupos independientes, escuelas y academias.



## COSTOS PARA APRENDER DANZA (EN USD)

TABLA #2.1

ESTABLECIMIENTOS	ANUAL		VACACIONAL		CASOS ESPECIALES
	MATRICULA	PENSION	MATRICULA	PENSION	
ESCUELA METRODANZA	30	Gratuita			
ACADEMIA BC	20 Anual	40 Mensual			
CURSO DE CAPACITACION PERMANENTE DE LA C.N.D.	20	15 Mensual	NO HAY	NO HAY	
FUNDACION DANZARTE	35 Anual	50 Mensual	Gratuita	50 Mensual	80 Mensual Pre-Profesional
GISELLE	Gratuita	70 Mensual	Gratuita	70 Mensual	
MAESTRA ALINA DIAZ		35			50 Puntas
DANCING MOOD	10	50			60 Primer Mes
TROPICAL DANCE	10 Anual	55 (12 h)	10 Anual	50 (10 h)	
PROARTE TUMBACO	25	50			
PROARTE VILLAFLORES	25	50			
ESCENA	30 Anual	65 Mensual	NO HAY	NO HAY	

Fuente: Encuestas, encuestas telefónicas, entrevistas bailarines. Quito – Ecuador

Elaboración: La Autora

## CONTINUACIÓN TABLA DE COSTOS PARA APRENDER DANZA (USD)

ESTABLECIMIENTOS	ANUAL		VACACIONAL	
	MATRICULA	PENSION	MATRICULA	PENSION
FUTURO SI		20		
FRENTE DE DANZA INDEPENDIENTE		90		
GUADALUPE CHAVES JIPIJAPA	40	56		
ACADEMIA SYLVIA GARCIA (SALSA Y MERENGUE)	5	6 HORA		
ACADEMIA NEW DANCE (SUR)	10	30		
LATIN DANCE CENTER	10	50	10	38
TRIBAL DANCE		30		
ESTUDIO NB		60		

**Fuente:** Encuestas, encuestas telefónicas, entrevistas bailarines. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

### 1.5.3. TAMAÑO DEL MERCADO DE BAILARINES

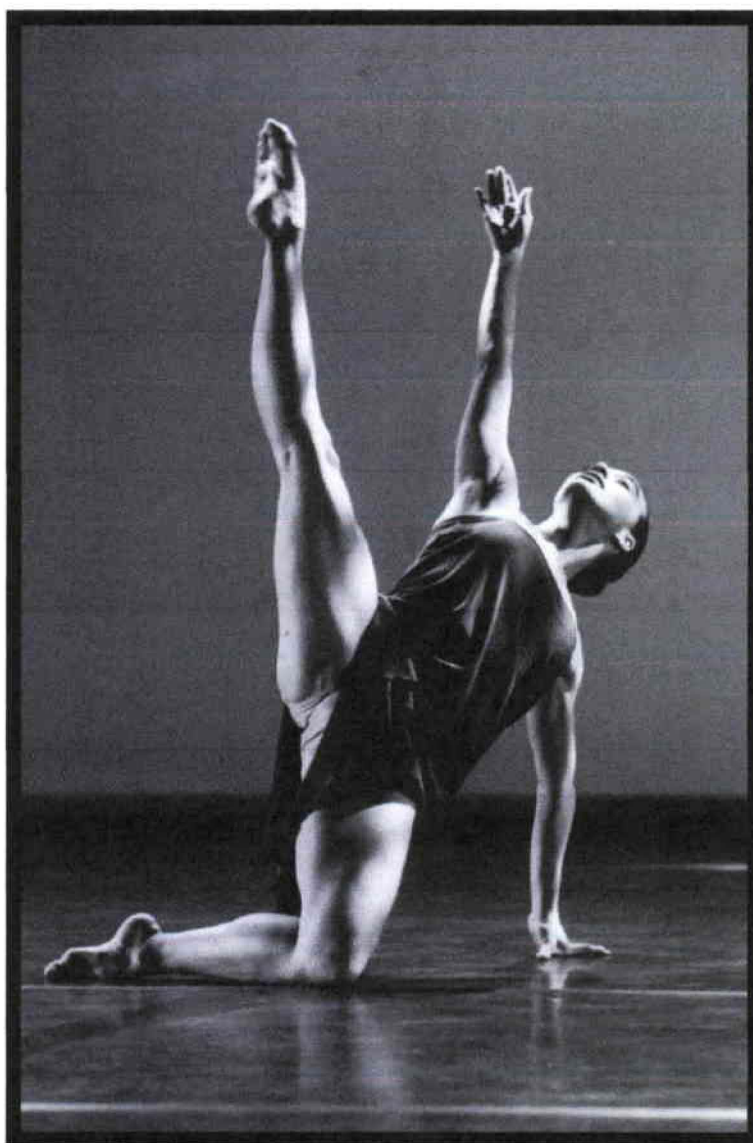
Para establecer el tamaño del mercado de danzantes se sumó el número de bailarines profesionales que integran las principales y más grandes compañías, una porción de bailarines de nivel profesional y pre-profesional que conforman el total de bailarines independientes más un promedio por escuela y academia durante el año lectivo de estudiantes de danza.

En la Superintendencia de Compañías no se encuentran registradas todas las escuelas y academias de danza que actualmente funcionan y con un número considerable de alumnos. (Víctor Cevallos Vásquez, Entrevista: Agosto 30, 2010)

Asimismo hay un gran porcentaje de bailarines independientes, algunos reconocidos, otra parte principiantes pero “están regados por toda la ciudad e inclusive algunos se van a vivir uno o más meses a otras provincias y luego regresan y si no se quedan para probar nuevas experiencias”, por esta razón es muy difícil saber cuánto suma esta parte del mercado. (Andrea Jaramillo, Entrevista: Junio 24, 2010)

**ANDREA JARAMILLO, EX – BAILARINA PRINCIPAL DEL B.EC.**

**FOTO # 23.1.**



**Fuente:** Andrea Jaramillo, Maestra Coordinadora Artística de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Gonzalo Guaña

Ninguna institución de Quito puede conocer el número exacto de personas que practican danza, ni siquiera el Ballet Nacional del Ecuador que cuenta con mucha información por los años de trayectoria y esto es consecuencia de los motivos mencionados antes, ni el S.R.I. podría obtener la información correcta porque los danzantes suelen prestarse las facturas cuando alguien les solicita para contratarles.

Es preciso explicar que algunos de los danzantes trabajan en determinadas ocasiones y no les interesa sacar el R.U.C., prefieren pedir una factura a un amigo si necesita por ejemplo para montar una coreografía para algún colegio en fiestas de Quito. (Anónimo, Entrevista: Junio 24, 2010)

Al número total de bailarines con domicilio en Quito se le ha adicionado el 20% con el objetivo de contabilizar algunos datos de los que en la actualidad no existe ninguna estadística, ni persona que los confirme.

Andrea Jaramillo, Maestra Coordinadora Artística de la C.N.D. afirma “es imposible saber con exactitud cuántas personas hacen danza en un país, no se ha realizado aún el primer censo que especifique el número de bailarines de Quito”, Eddy Borges, Coordinador Académico de la escuela Metrodanza y Julia Vidal, bailarina principal del B.N.E. ratifican las palabras de Andrea y los 3 han convenido en sugerir que el porcentaje más adecuado para tener una idea de los bailadores que practican danza en la capital es sumar el 20% para incluir a los danzarines del sur, valles y afueras de Quito pues ellos manejan información con mayor exactitud con respecto a compañías, escuelas, academias y bailadores independientes del norte.

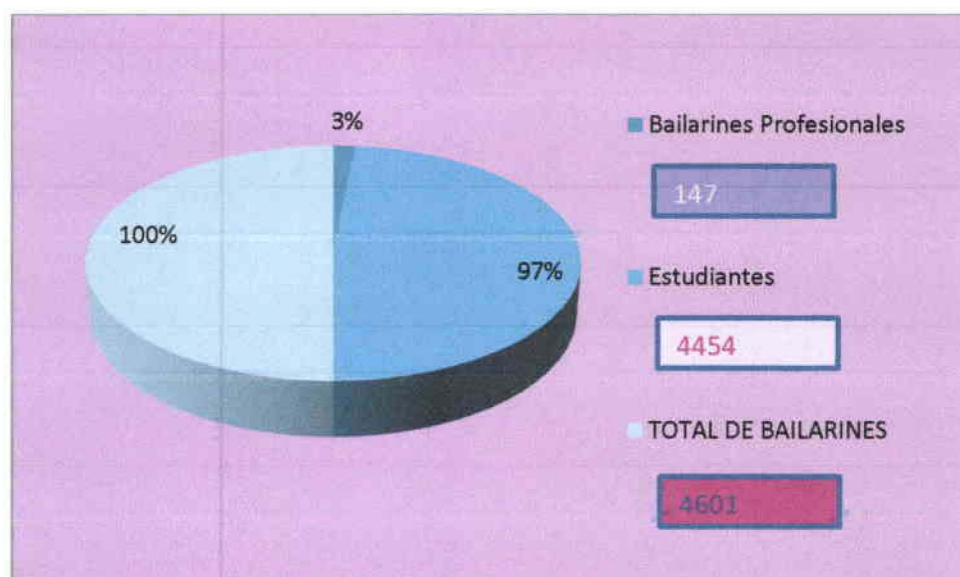
A continuación se detallan los motivos de la proporción agregada:

- Un gran porcentaje de guarderías, colegios y universidades forman clubes de baile en los cuales se exige utilizar el vestuario adecuado. Los integrantes de estos suelen representar a su plantel en concursos reconocidos en el mundo de la danza como el C.I.A.D., como un ejemplo de guardería se localiza a Play Time; de colegios: Howard Gardner, Isaac Newton, La Inmaculada, y muchos más; y de universidades la P.U.C.E. y la U.D.L.A., entre otras. La primera en el presente año participó en el C.I.A.D. con una coreografía de contemporáneo montada por María Luisa González, Directora de la C.N.D. (Sonia Egas, Entrevista: Septiembre 15, 2010)

- La información de escuelas y academias del sur, valles y afueras de Quito no es precisa.
- En algunas escuelas y academias de danza, las únicas personas autorizadas a entregar información confidencial sobre su establecimiento evaden algunas preguntas o se niegan a responder por temor a que el encuestador trabaje para su competencia. Podemos citar a Estudio Nacional de Baile (Carolina Hernández); Escena, ubicada camino a Cumbayá; Proarte (Alejandro Kennedit) con 3 sucursales; entre varios casos más.

Por lo tanto el tamaño del mercado que se muestra a continuación es una aproximación del número total de bailarines que actualmente reside en Quito.

**GRAFICO #1**  
**MERCADO**



**Fuente:** Entrevistas, focus groups, encuestas, encuestas telefónicas, Superintendencia de Compañías, Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

(Para más detalles ver anexo 5)

El número más próximo de danzantes con domicilio en la ciudad de Quito es 4601 y conforman el mercado potencial para la oferta de ropa para bailarines producida localmente. Es preciso aclarar que estos se dividen en bailadores de algunos ritmos y no todos gozan de las mismas aptitudes, técnica y experiencia. Todos estos factores facilitan analizar su conducta porque se puede realizar una segmentación de acuerdo a su nivel, es decir profesional y pre-profesional, aprendices y según el género que practiquen.

Dentro del mercado meta se encuentran apenas 147 bailarines profesionales de: ballet, contemporáneo y salsa específicamente (acuden a alguna compañía de la ciudad para capacitarse) pues hay más pero es difícil identificarlos dentro del total. La diferencia son 4454 y son estudiantes de danza por lo tanto implica varios géneros.

Cabe recalcar que un bailarín de ballet tiene la capacidad y habilidad para practicar cualquier género. Los danzantes entrevistados y encuestados integrantes de la C.N.D. y el B.N.E. reciben clásico todos los días pero explicaron que bailan: jazz, salsa, hip-hop, folklore, baile deportivo, contemporáneo, técnica moderna, tango, flamenco, paso de sevillana, entre otros.

Por la razón explicada en el párrafo anterior es permitido asumir que los bailadores de nivel profesional y pre-profesional practican varios géneros dentro de la danza.

#### **1.5.4. CONSUMO**

En la tabla número 3.1. expuesta a continuación se detalla el artículo y la cantidad que los bailarines suelen comprar en promedio durante un año de acuerdo a su poder adquisitivo y a los precios que se hallan en el mercado.

TABLA # 3.1.

**CANTIDAD DE PRENDAS CONSUMIDAS EN UN AÑO POR LOS  
BAILARINES**

ARTÍCULO	# DE PRENDAS DEMANDADAS POR AÑO
Trusa o Malla Superior	2
Faldas	2
Mallas Enterizas	3

**Fuente:** Entrevistas, focus groups, encuestas en la C.N.D. y el B.EC.

Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

Todos los bailarines entrevistados comentan que si sus ingresos fuesen más altos o los precios más bajos no dudarían en comprar una prenda de danza con mayor frecuencia y combinar su indumentaria de mejor manera para asistir a sus clases.

Andrea Jaramillo, maestra de la C.N.D. y del Curso de Capacitación Permanente de la misma e integrante de uno de los grupos focales realizados coincide con la opinión de sus colegas. Afirma que “cuando bailaba de vez en cuando, muy rara vez, de repente se daba un pequeño gustito y compraba una malla de \$60 o cuando se iba de gira pagaba por ropa de danza de buena marca y que le hubiera encantado encontrar más oferta de este tipo de productos y a mejores precios para utilizar cada día diferentes modelos y colores para verse mejor al practicar danza”.



**FOTO # 24.1****REPETICION DE COLORES DE ATUENDOS EN UNA CLASE (POCA  
VARIEDAD DE MODELOS Y COLORES)**

**Fuente:** Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

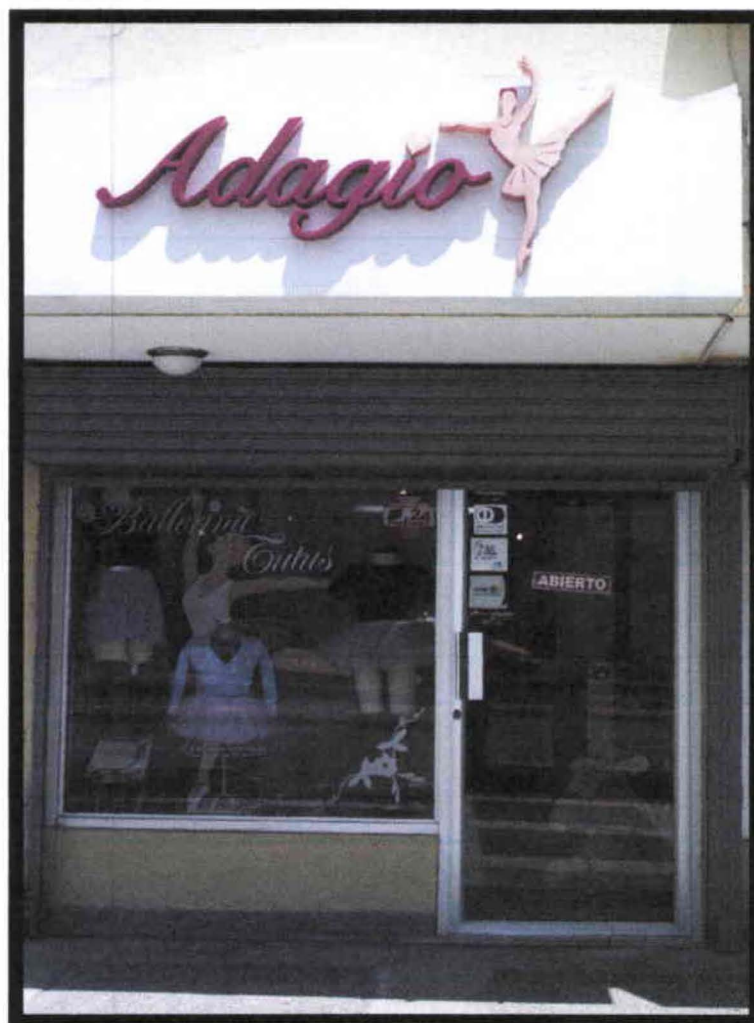
## 2. CAPITULO 2

### 2.1. ANÁLISIS E LA COMPETENCIA

*Adagio* y otra tienda conocida por los bailarines como *Capezio* son los dos almacenes de artículos de danza ubicados en Quito, los cuales no logran satisfacer la demanda existente. El primero se encuentra ubicado en la Av. 6 de Diciembre, diagonal al Megamaxi y hace un año creó su marca *Adagio* pero aún posee accesorios de otras marcas. El segundo se sitúa en la calle Tamayo, detrás del Hospital Baca Ortiz y todos sus productos de venta son de marca *Capezio*.

FOTO # 25.2.

ADAGIO



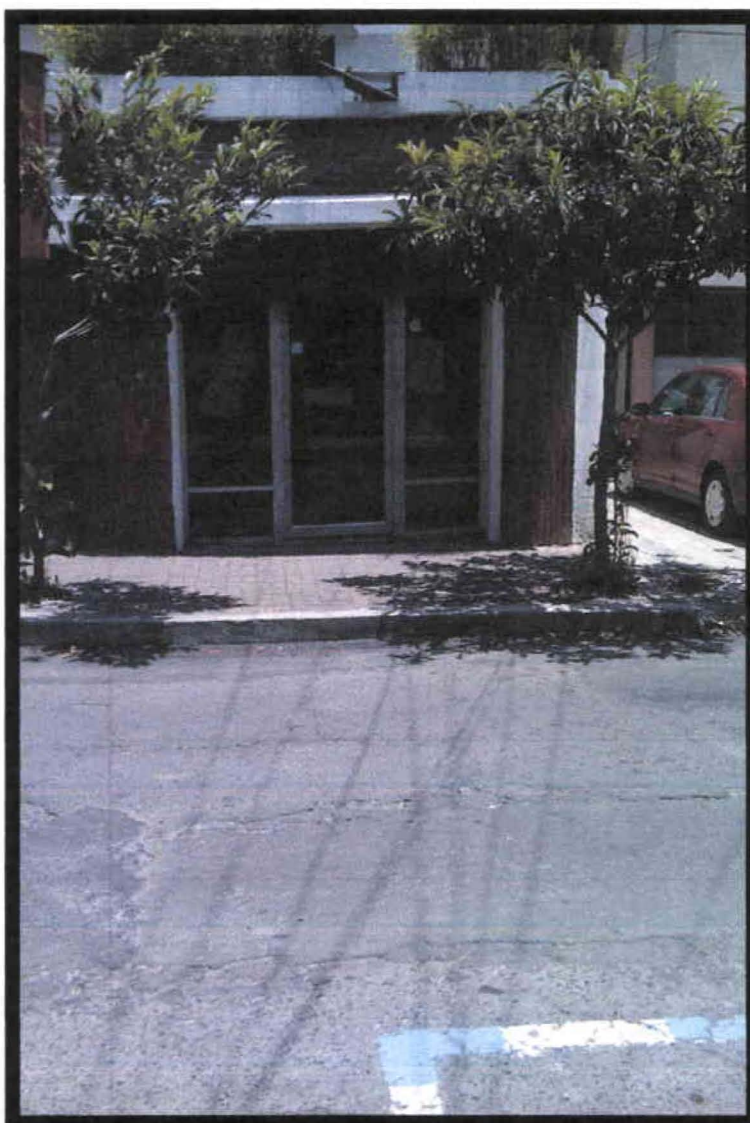
**Fuente:** Observación de la tienda, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

La creación de *Capezio* nació de la necesidad de una bailarina por adquirir su indumentaria. Andrea Tapia, ex - alumna de la academia de ballet *Giselle* tuvo muchos inconvenientes para conseguir la ropa adecuada para tomar sus clases y a causa de esto su madre la señora Patricia de Tapia emprendió su pequeño negocio. (Patricia de Tapia, Septiembre 11, 2010)

**FOTO # 26.2.**

**TIENDA CONOCIDA COMO "CAPEZIO"**



**Fuente:** Observación de la tienda, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Patricia de Tapia, dueña de la tienda conocida como *Capezio*, comenta que este no es el nombre de la tienda. Le conocen así porque ella tiene a la venta productos que en su mayoría son de marca *Capezio* pero una opción para el futuro del nombre de su local es *So Danca*.

Las costureras particulares también forman parte de la competencia porque por la exactitud en las medidas de las prendas de danza y las correcciones que realizan si hay alguna falla han logrado abarcar parte del mercado de bailarines. En cuanto a trusas, mallas enterizas y faldas las costureras están en capacidad de producir el modelo que les pidan, en cualquier talla, tienen algunas opciones de colores, su tela es de buena calidad y si es el deseo del cliente ellas se encargan de conseguirla que sea del gusto del demandante.

**FOTO # 27.2.**

**COSTURERA PARTICULAR**



**Fuente:** Visita a una costurera particular, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

En resumen, la competencia en el mercado de danzantes se encuentra dividida así: 1) costureras, 2) *Adagio* y 3) *Capezio*.

Para una mejor comprensión del porqué de esta preferencia se profundizará a continuación en las razones y para más detalles ver anexo 7.

#### **A. Origen de los productos**

A causa del aumento de impuestos y aranceles la dueña de *Adagio* colocó un pequeño taller de confección de ropa para bailarines pues de esta manera sus costos se reducirían y a la par sus precios. La variación en los mismos fue producto del incremento que sufrieron las tributaciones advalorem, iva e ice de las importaciones.

En el año 2007 las recaudaciones advalorem – iva – ice de las importaciones de vestuario y otras confecciones de textiles sumaron \$28'107,509.25 y en el siguiente año experimentaron un incremento que arrojó \$45'776,177.44, es decir un aumento del 62.86%. . (Aduana del Ecuador, 2004).

Los artículos de venta de la tienda "*Capezio*" son importados y por esta razón algunos de los precios son más elevados comparados con los de *Adagio*.

Para la elaboración de sus prendas, las costureras utilizan telas elegidas por sus clientes cuando estos les proveen de una parte de la materia prima y caso contrario las que ellas tengan a su disposición ó les sea accesible para comprar y entregar el producto terminado en el tiempo requerido por los bailarines

## B. Productos en Stock

**TABLA # 4.2.**

**PRODUCTOS VENDIDOS POR LA COMPETENCIA**

ARTICULO	ADAGIO	CAPEZIO	COSTURERAS
Trusas Adulto	•	•	•
Trusas – Niñas	•	•	•
Maillots – Adulto	•	•	
Maillots – Niñas	•	•	
Faldas	•	•	•
Mallas Enterizas Cortas de Hombre			•
Mallas Enterizas Largas de Hombre			•
Mallas Enterizas Largas de Mujer	•		
Zapatillas	•	•	
Videos	•		
Libros	•		
Polainas	•	•	
Tutus	•		•
Redes	•	•	
Zapatos	•	•	
Castañuelas		•	
Camisetas para Hombre		•	
Camisetas para Mujer	•	•	
Sacos	•	•	
Bolsos		•	
Llaveros	•		

**Fuente:** Visita a las tiendas. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

### C. Servicios Prestados

#### ***Adagio***

- La ventaja que tiene el establecimiento es que si algún cliente no se encuentra satisfecho con los modelos que se encuentran expuestos, este puede elegir otro de los catálogos que dispone la tienda y en poco tiempo se fabrica localmente la prenda sugerida. Cabe mencionar que los catálogos no son elaborados por *Adagio*, si no son de otras marcas porque seguramente sus proveedores anteriores le obsequiaron por ser distribuidor de sus productos en Ecuador.
- También se da la opción a los clientes de importar artículos de los catálogos si es su preferencia pero el tiempo de entrega es de 2 meses. La autora de la tesis tiene la duda si realmente la tienda cuenta con este beneficio pues en dos ocasiones que realizó un pedido, el resultado fue negativo.

Una justificación del establecimiento para el incumplimiento es que la dueña está fuera del país y es la única persona que realiza esta transacción y también desaniman al cliente a pagar el 50% de este pedido porque en primera instancia ofrecen una fecha de entrega y luego sin comprometerse, por cualquier otro motivo el día del despacho de la mercadería se posterga.

Al momento en que el cliente desea realizar el pedido no hay un precio referencial sino que se debe esperar, pues la empleada de la tienda debe consultar a la dueña y luego de esto el demandante debe regresar a la tienda o esperar la llamada de la persona encargada del local para saber el monto de su posible compra.

***“Capezio”***

Este negocio no presta servicios porque la ropa es producida en el exterior y no tiene la opción de realizar enmiendas en su producto ni trabaja bajo pedido.

***Costureras***

- Las costureras ofrecen al cliente la posibilidad de realizar algunas pruebas en el modelo que este ha pedido hasta que se encuentre totalmente satisfecho.
- Además realizan pequeños arreglos a las prendas, un ejemplo es si a un bailarín se le descose una trusa, ellas se lo arreglan en minutos y gratis ó si alguna bailarina bajó de peso, le adaptan la malla a su nueva talla a un costo mínimo (\$3) y en poco tiempo (máximo 3 días.)
- También se encargan de buscar la tela de preferencia del demandante si este no se las lleva en el momento del acuerdo.

**D. Formas de Pago*****Adagio***

Un servicio adicional es separar la mercadería con varios abonos según el poder adquisitivo de cada visitante, el plazo es de 15 días y dependiendo el tipo de cliente hasta 1 mes y al saldar el total del pago se realiza la entrega del pedido.

***“Capezio”***

En esta tienda la única forma de pago es de contado pues no se aceptan tarjetas de crédito, ni hay plazos de pago, ni abonos, ni ningún otro tipo de crédito.



**Costureras**

Estas señoras otorgan un plazo de pago dependiendo el cliente, es decir si le compra seguido o no y si este es conocido o no y además entrega la mercadería antes de que este le haya terminado de pagar e incluso sin abono alguno. Si se realiza un solo pago tiene que ser de contado pues ellas no aceptan cheques ni tarjetas de crédito.

**E. Descuento*****Adagio***

En el caso de que se realicen varias ventas por la recomendación de una profesora o dueña de un establecimiento educativo de danza, la tienda otorga a la misma un descuento entre el 15% y 20%.

***“Capezio”***

En este almacén se realizan descuentos del 5% a partir de la compra de artículos de 6 personas en adelante, es decir si 6 personas acuden a la tienda y compran un par de zapatillas de niña a \$25 u otro producto cada una, estas obtienen la rebaja y el precio final sería de \$23,75.

**Costureras**

La mayoría de las señoras modistas no conceden descuentos porque sus precios son más bajos que los de la competencia y a los bailarines les parecen justos porque están de acuerdo en que sus prendas son de buena calidad y además les brindan facilidad en el pago.

## **F. Segmento al que se dirigen**

### ***Adagio***

Aunque algunos de los accesorios de esta tienda también pueden ser utilizados por patinadores y actores, mediante la observación se pudo comprender que el segmento al que se dirige esta tienda es: bailarines de toda edad de clase media y media alta.

### ***“Capezio”***

En cuanto a este almacén se pudo apreciar que las personas que tienen los medios económicos necesarios para demandar sus productos deben ser en su mayoría de clase media alta y alta y bailarines de cualquier edad.

### **Costureras**

En cuanto a las costureras podemos concluir que se dirigen a los danzantes que no tienen el tiempo necesario para acercarse a una tienda y prefieren que ellas les visiten en la compañía donde bailan y además demandan variedad, en la mayoría de casos bailarines de nivel pre-profesional y profesional que se encuentren en la edad entre los 18 años y 35 años y de nivel socioeconómico medio-bajo, medio, medio-alto y alto.

Parte de las costureras que forman un porcentaje de la competencia se dirigen a personas que necesitan vestuario para funciones que no es el mismo para recibir clase y ensayos, este es especial y no todas las modistas tienen la capacidad para confeccionarlo con excelentes acabados.

## FOTO # 28.2.

## VESTUARIO ESPECIAL PARA FUNCIONES



**Fuente:** Estudiantes de la Fundación Danzarte – C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Jorge Cevallos V.

## 2.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La persona que desee obtener este tipo de accesorios debe acercarse al lugar donde los vendan o fabriquen, es decir a las tiendas *Adagio*, *Capezio* y a las costureras que tienen experiencia en confeccionar este tipo de indumentaria.

La señora Patricia de Tapia, dueña de la tienda conocida como *Capezio* suele acercarse a algunas compañías y escuelas pero únicamente en determinadas ocasiones, un motivo puede ser que se acerque una presentación de la escuela y las alumnas necesitan zapatillas de puntas o un producto que hayan acordado comprarle al mismo proveedor ó si el director de estos establecimientos le solicita que se acerque para hacerle un pedido que en la mayoría de casos debe ser de un monto elevado.

A pesar de que hoy en día hay facilidad para realizar compras por internet, esta herramienta no es elección en Ecuador porque las tiendas localizadas aquí no actúan como distribuidores de *Sansha* y *Capezio*, páginas de mayor acceso, menos aún de otras marcas.

La única manera de adquirir un producto de *Adagio* es acercarse al almacén y comprarlo porque no son distribuidores. Conseguir accesorios de danza por internet o por venta a domicilio no es una opción de esta marca.

### **2.3. CANALES DE PROMOCION**

En la ciudad de Quito para promocionar la venta de este tipo de productos se recurre a los siguientes canales de distribución: las visitas a los establecimientos de danza y el marketing boca a boca.

#### **A. Promoción realizada por la competencia**

Las dos tiendas de artículos de danza no cuentan con suficiente promoción porque la mayoría de bailarines no han visitado la tienda en varios meses y varios no entienden la razón de la variación de precios que hay entre los dos almacenes.

Si *Adagio* realiza promoción, no ha dado resultado alguno pues algunos bailarines no visitan el local porque piensan que los precios elevados se mantienen y no tienen interés ni siquiera por ver por curiosidad los productos del almacén, es decir no tienen conocimiento de la producción nacional de estas prendas.

Es tan notoria la falta de promoción que muchas de las personas que se desenvuelven en este medio no han visitado el local hace 6 meses o más, siendo esta la tienda de mayor concurrencia.

Según varios bailarines ellos supieron de la apertura de "*Capezio*" porque la hija de la dueña de esta tienda, Andrea Tapia (ex – estudiante de la escuela *Giselle*) solía llevarles catálogos ofreciéndoles accesorios de danza en un inicio. Enseguida llegó a sus oídos que en un local en el cual se vendía otra clase de ropa existía un espacio sumamente pequeño donde podían comprar cosas indispensables como zapatillas, mallas y faldas. Con el tiempo se instaló un almacén propio ubicado junto al que compartían y así corrió la voz en el época que Andrea estudiaba ballet. Luego Camila Guarderas, directora de la escuela *Giselle* y ex – bailarina del B.E.C. recomendaba a sus alumnas dónde comprar su uniforme, ellas a otras personas y de esta forma muchos aprendices y profesores estuvieron al tanto del nuevo y único almacén, más no por publicidad.

En el caso de *Adagio* la historia es muy similar la dueña María Beatriz Quiroz fue alumna de Camila Guarderas mucho antes del ingreso de Andrea a la escuela. La única diferencia es que no fue su madre quien emprendió el negocio sino ella mismo que tuvo la visión de hacerlo y logró el éxito esperado. (Andrea Jaramillo, Entrevista: Septiembre 15, 2010)

*Adagio* fue creada posteriormente que *Capezio* y a pesar de que ninguna de las dos realiza promoción todos los bailarines entrevistados y encuestados se encuentran al corriente de su existencia tan sólo porque se comunican entre ellos la forma, el lugar y el precio para adquirir su indumentaria pero aseguran que no recuerdan ningún tipo de publicidad realizada por estas tiendas ni siquiera en el período de inauguración.

Varios danzarines que no tienen mucha experiencia con respecto a las marcas de ropa de danza comentan que “es un abuso, una grosería los precios que encuentran en “Capezio”, que son demasiado altos, que es carísimo”. Una causa de esta apreciación es que hay desconocimiento de que en esta tienda sólo hay productos de marca Capezio y son importados y duraderos por la excelente calidad con la que se fabrican.

Las costureras se han hecho conocer porque algunas de ellas hacen que los danzantes se sientan satisfechos con su trabajo y es decisión de los mismos practicar el marketing boca a boca, es decir un bailarín recomienda a un compañero y alumnos de su clase a la persona que confecciona su ropa y así se forma una cadena y esta es la forma en que la mayoría de danzarines ha llegado a ellas.

#### **2.4. PROVEEDORES**

Para el desarrollo del presente proyecto se considerará como proveedor para la confección local de ropa para bailarines a Confecciones Karina. Para la elección de esta empresa se consideró algunos puntos, entre los principales se encuentran:

- Los años que tiene en el mercado
- Maquinaria de punta
- Experiencia de los diseñadores
- Acabados que poseen sus colecciones
- Tiempo de entrega del producto: 1 día a 15 días según el tamaño del pedido (Fabián Escúntar Villacís, Entrevista: Junio 8, 2010)
- Plazo de pago: Los días otorgados para realizar el pago dependen del monto de la compra y se detallan a continuación.

**FOTO # 29.2.**  
**CONFECCIONES KARINA (MAQUINARIA DE PUNTA)**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

**TABLA # 5.2.**  
**TÉRMINOS PARA PAGOS**

<b>PLAZO (días)</b>	<b>MONTO DE LA COMPRA (\$)</b>
30 días	500
60 días	1000
90 días	1001

**Fuente:** Entrevista a Gerente General de Confecciones Karina, Quito  
– Ecuador

**Elaboración:** La Autora

- Proveedores: Para la indumentaria de danza, Confecciones Karina negociará con las siguientes empresas:
  - ✚ Pat Primo (telas: cottone, centauro)
  - ✚ Merylan (tela: licra llana)
  - ✚ Casa Andrés (telas: licra algodón, licra)
  - ✚ El Barata (tela: georget)
  - ✚ Coats Cadena (hilos)
  - ✚ Tejicotton (hilos)
  - ✚ Pasa (hilos)
  - ✚ Ana López (elásticos)
  - ✚ San Jorge (elásticos) (Jackeline Yáñez, Entrevista: Agosto 23, 2010).



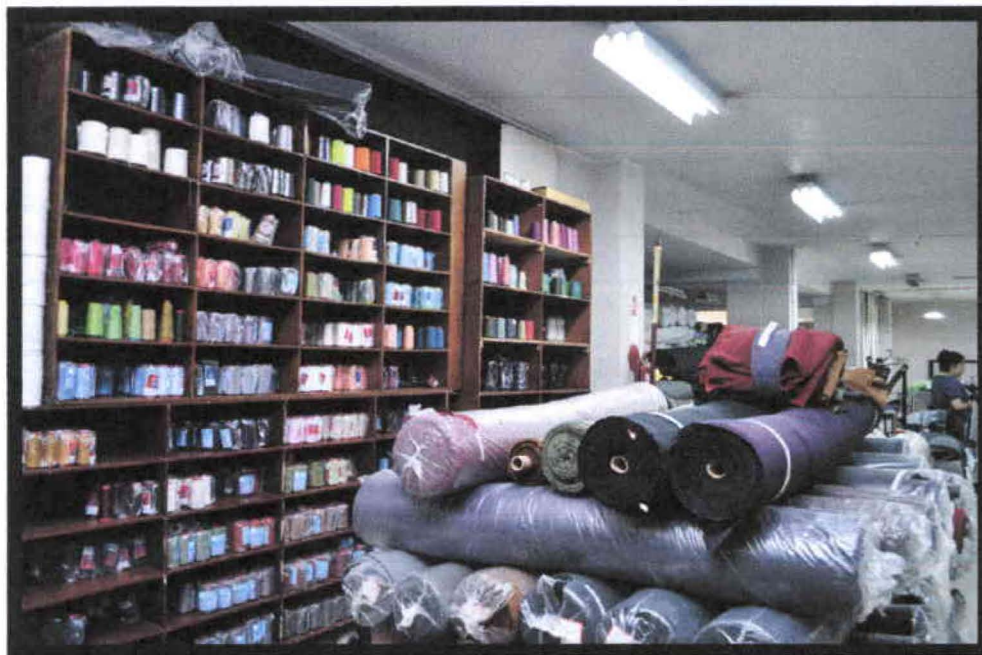
**FOTO # 30.2.**  
**MATERIA PRIMA (TELAS)**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

**FOTO # 31.2.**  
**MATERIA PRIMA (HILOS)**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Las telas empleadas para las muestras de indumentaria planteadas en este trabajo son similares a las de *Sansha* y *Capezio*, varían en la textura. Las telas que utilizan estas marcas para las mallas de danzarines son de mejor calidad.

Sería magnífico alcanzar este nivel de atributos en lo posterior. Fabián Escúntar, Gerente General de Confecciones Karina se comprometió a conseguir el material necesario para lograr una producción igual o mejor a la competencia extranjera pues sus contactos cuentan con la posibilidad de proveerle sus requerimientos con mayor esfuerzo y tiempo. El convenio para llevar a cabo la negociación fue revisar el número de pedidos y el tiempo transcurrido de compra a compra a realizarse.

En el caso de que más adelante se rompa el acuerdo con Confecciones Karina y esta fábrica no pueda surtir las prendas por cualquier motivo, es primordial tener otra opción.

Anny y Danny, y Taymar, empresas dedicadas a la confección de ropa ubicadas en Quito están dispuestas a fabricar este tipo de ropa para convertirse en futuros proveedores de indumentaria para danza según entrevistas a sus gerentes. Existen varias opciones para elegir un proveedor, lo que determina que el poder de negociación de este es bajo.

## **2.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS**

Comercialmente no hay una empresa que brinde sustitutos para este tipo de prendas pero los bailarines suelen adaptar su ropa utilizada para salir a la calle según su necesidad.

Gabriela Rosero, bailarina de la C.N.D. comenta que muchos de ellos han optado por improvisar su propio vestuario, en el caso de ella cuando uno de sus buzos o camisetas de calle están deteriorados por el uso, ella les corta el cuello, mangas, realiza un escote a su gusto y le sirve de adorno y abrigo en su clase. En lugar de mallas diseñadas para ballet, adquiere medias nilón de Ingesa.

A Margarita Donoso, alumna del Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. le parece demasiado cara la ropa de danza y para sus clases utiliza algún pantalón de baño que esté ya muy usado y le realiza algunas adaptaciones en lugar de comprar una trusa.

Andrea Jaramillo, Maestra Coordinadora Artística de la C.N.D. también compra medias nilón Ingesa, les corta en la parte del pie y les pone esmalte para que no se deshilache. Así es como ella consigue un modelo parecido al de una malla maillot original.

## **2.6. ANALISIS DE COSTOS Y PRECIOS**

Para elaborar este análisis se asume que los costos de producción en Confecciones Karina (empresa colaboradora para determinar el proceso de producción de ropa de danza) son equivalentes a los de *Adagio* y las costureras pues estos también producen dentro de Ecuador y así es posible determinar los costos locales.

Se consideraron los precios a disposición en la página web de la marca internacional *Capezio* para establecer los costos de la tienda “*Capezio*” – Ecuador pues todos los productos en stock de este negocio son importados. Los precios del internet pueden ser asumidos como los costos del almacén “*Capezio*” si se toma en cuenta que a este valor se le aplica algún descuento por parte del distribuidor, pero también se debe adicionar un similar porcentaje a los costos de importación.

**TABLA # 6.2.**  
**COSTOS (USD)**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCCION LOCAL (Costureras y Adagio)</b>	<b>IMPORTACION ("Capezio")</b>
<b>TRUSAS</b>	8,22	26,44
<b>FALDAS GEORGET</b>	5,45	18,36
<b>MALLA ENTERIZA LARGA</b>	11,62	31,50
<b>MALLA ENTERIZA CORTA</b>	6,96	22,50

**Fuente:** Visita a Confecciones Karina y página web de *Capezio*, Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

**TABLA # 7.2.**  
**PRECIOS DE LA COMPETENCIA (USD)**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTURERAS</b>	<b>ADAGIO</b>	<b>CAPEZIO</b>
<b>TRUSAS</b>	16,50	28,50	62,50
<b>FALDAS GEORGET Y CHIFFON</b>	7,50	28	23
<b>MALLA ENTERIZA LARGA</b>	30	No hay en stock	60
<b>MALLA ENTERIZA CORTA</b>	25	No hay en stock	No hay en stock

**Fuente:** Visitas a las tiendas de la competencia, Quito – Ecuador (Más detalles en el anexo 13)

**Elaboración:** La Autora

En *Adagio* el precio para trusas es de \$28,50 y es el mismo para cualquier modelo, sin mangas, con manga corta o larga, entre otros. En estas mallas se encuentra variedad en color, diseño y calidad de las telas. Algunas de las prendas son fabricadas con insumos nacionales y otras son producidas con materia prima importada desde Colombia.

Los productos que se halla en estas tiendas son más caros que el límite que están dispuestos a pagar los bailarines sin importarles si son importados o nacionales.

El margen de utilidad mostrado a continuación se obtuvo asumiendo que los costos en Confecciones Karina son similares a los de las costureras y *Adagio* porque la producción de esta parte de la competencia es también nacional. Todos los productos de "*Capezio*" son importados y por esta razón una de las maneras utilizada para obtener la ganancia de este almacén fue relacionarlos con los precios de la página web de la marca *Capezio*, donde se encuentran desde saldos hasta la más reciente colección de esta.

La siguiente tabla muestra la ganancia que obtiene la competencia por los diferentes productos ofertados y adjuntamente se presenta un promedio de la utilidad en general.

**TABLA # 8.2.**  
**GANANCIA POR PRODUCTO (%)**

PRODUCTO	MAGEN DE UTILIDAD		
	COSTURERAS	ADAGIO	CAPEZIO
Trusa	101%	247%	136%
Falda	83%	414%	25%
Malla Enteriza Larga	158%	No tiene en stock	90%
Malla Enteriza Corta	259%	No tiene en stock	No tiene en stock

**Fuente:** Visitas a *Adagio*, *Capezio* y a su página web, costureras, entrevistas y focus groups, Quito – Ecuador (Más detalles en anexo 13)

**Elaboración:** La Autora

TABLA # 9.2.

## MARGEN DE UTILIDAD PROMEDIO (%)

COSTURERAS	ADAGIO	CAPEZIO
150%	330%	84%

**Fuente:** Visitas a *Adagio*, *Capezio* y a su página web, costureras, entrevistas y focus groups, Quito – Ecuador (Más detalles en anexo 13)

**Elaboración:** La Autora

El margen de utilidad obtenido es rentable y aumenta para aquellos de la competencia que fabrican las prendas a nivel local.

También es necesario destacar que la variedad con la que podemos contar en otros países ni siquiera se asemeja a la que se oferta localmente.

Mediante observación se comprobó que en Miami-Florida, Estados Unidos hay mayor facilidad para adquirir estos artículos por la disposición de artículos de bailarines pero una sorpresa fue que lo que se expone en Ecuador son los saldos de estos, o productos en liquidación o con importantes descuentos.

Posteriormente esta mercadería se vende como que hubiera sido adquirida sin descuento alguno, un ejemplo de esto es que zapatillas de media punta que en internet se consigue por \$5 aquí pueden llegar a costar \$35, entre otros.

## 2.7. ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

La información necesaria para determinar la conducta de los bailarines se consiguió con el apoyo de las siguientes herramientas:

**CUADRO # 1.2**  
**HERRAMIENTAS EMPLEADAS PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN**

<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>NUMERO DE VISITAS O SESIONES</b>	<b>NUMERO DE PERSONAS INVOLUCRADAS</b>	<b>LUGAR</b>
<b>ENTREVISTAS</b>	23	17	C.N.D. B.N.E. Confecciones Karina Domicilio de algunos bailarines RG Multimedia Tacos Mexicanos Marthita Sweet & Coffee
<b>FOCUS GROUPS</b>	3	19	C.N.D. Dancing Mood
<b>ENCUESTAS</b>	5	100	C.N.D. B.N.E.

**Fuente:** Visitas a la C.N.D., B.N.E., Confecciones Karina, competencia y a varios bailarines, Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

Los datos de las personas que participaron en el proceso de la investigación con domicilio en la ciudad de Quito se detallan en el cuadro # 2.2 y # 3.2.

**CUADRO # 2.2**  
**DATOS GRUPOS FOCALES**

LUGAR	GENERO	EDAD	NUMERO DE INTEGRANTES	GENEROS QUE PRACTICAN EN COMUN	PROFESIONALES Y/O ALUMNOS	FECHA
C.N.D. DVD 1	Ambos	24	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ballet</li> <li>• Contemporáneo</li> <li>• Salsa</li> </ul>	Alumnos	24 de junio del 2010
		26	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Margarita Donoso</li> <li>• Sonia Egas</li> </ul>			
		22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• David Grijalva</li> </ul>			
		33	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andrea Jaramillo</li> </ul>			
		42	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karina Ordoñez</li> </ul>			
		23	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diana Guayta</li> </ul>			
		20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jairo Rodríguez</li> </ul>			
		20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andy Segarra</li> </ul>			
C.N.D. DVD 1	Ambos	22	3	Varios	Profesionales	8 de julio del 2010
		25	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paúl García</li> </ul>			
		27	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gabriela Rosero</li> <li>• Fernando Cruz</li> </ul>			
DANCING MOOD	Ambos	16	8	Salsa	Alumnos y profesionales	15 de julio del 2010
		22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omar Arguello</li> </ul>			
		22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ana Lía Borja</li> </ul>			
		22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juan Diego Jijaba</li> </ul>			
		34	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diego Padilla</li> </ul>			
		22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cristina Tacuri</li> </ul>			
		22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andrea Tacuri</li> </ul>			
		26	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tatiana Valenzuela</li> </ul>			
28	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wided Vásquez</li> </ul>					

Fuente: Bailarines de C.N.D., B.N.E. y Dancing Mood. Quito – Ecuador

Elaboración: La Autora



**CUADRO # 3.2  
DATOS ENTREVISTADOS**

ENTREVISTADO	EDAD	EMPRESA	IMPORTANCIA	FECHA
Fabián Escúntar Villacís (DVD 1 y 2)	54 años	Confecciones Karina	Gerente General	15/12/2009 08/06/2010 13/07/2010
Mariana Panchi (DVD 2)	50 años	Confecciones Karina	Jefe de Producción	13/07/2010
Julia Vidal (DVD 1)	36 años	B.E.C.	Bailarina Principal	15/07/2010
Eddy Borges (DVD 1)	34 años	B.E.C.	Bailarín Principal	19/07/2010
Lorena Delgado (DVD 2)	25 años	C.N.D.	Bailarina Profesional	27/07/2010
Satya Paspuel (DVD 2)	20 años	B.E.C.	Bailarina Integrante	25/07/2010
Eliana Zambrano (DVD 2)	23 años	C.N.D.	Bailarina Integrante	07/07/2010
Fátima Bassante (DVD 2)	19 años	B.E.C.	Bailarina Integrante	25/07/2010
Flower Andrés Correa (DVD 1)	32 años	Dancing Mood	Ex – Campeón Mundial de Salsa	10/07/2010
Geraldine (DVD 1)	18 años	Dancing Mood	Ex - Bailarina Swing Latino	10/07/2010
Jackeline Yáñez	46 años	Confecciones Karina	Supervisora - Administradora General	23/08/2010 17/09/2010
Fanny Meza	53 años	Confecciones Karina	Subgerente	15/07/2010
Víctor Cevallos Vásquez	60 años	Superintendencia de Compañías	Secretario General	30/08/2010
Andrea Jaramillo	33 años	C.N.D.	Maestra Coordinadora Artística	15/09/2010
Sonia Egas	26 años	C.N.D.	Egresada de la PUCE	15/09/2010
Marielena Moncayo	34 años	Tacos Mexicanos Marthita	Madre de niña estudiante de danza	17/082010
Isabel Coellar	34 años	RG Multimedia	Visitante de "Capezio"	04/09/2010

**Fuente:**Entrevistas realizadas a integrantes de Confecciones Karina, Dancing Mood, C.N.D. y B.N.E. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

Según algunos focus groups, encuestas y varias entrevistas realizados a bailarines profesionales de la C.N.D. y B.N.E., ex – alumnas de la Fundación Danzarte, Escuela Superior del B.E.C. y estudiantes del Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. y Dancing Mood se determinaron varios puntos que merecen ser analizados y se detallan a continuación.

- **Preferencia de tiendas**

*Adagio*, tienda de artículos de danza, es la preferida por las bailarinas de nivel profesional porque posee las siguientes características:

(Ver anexo 8 para mayor información)

- Cumple con un horario de atención a sus clientes
- Por su ubicación
- Aunque los precios no se encuentran acorde el poder adquisitivo son más bajos que los de “Capezio”
- La mercadería del almacén está organizada y esta decoración permite a los clientes observar los modelos y tallas que necesiten e incluso es muy fácil porque todos los productos que dispone la tienda están a la vista.

Esta preferencia es basada en experiencias anteriores pues no han visitado ninguno de los dos en mucho tiempo.

Marielena Moncayo e Isabel Coellar visitaron “Capezio” y comentaron que “la atención es excelente, la señora es muy amable, bien linda pero lamentablemente no cumple con un horario de atención, antes de acercarse al almacén es conveniente llamarle por teléfono, la calidad de la ropa se ve muy buena pero el local se ve como desordenado, es oscuro y algunas cosas están

dentro de una vitrina y para probárselas o verlas hay que esperar que la dueña las busque”.

Los danzantes del género masculino eligen *Capezio* porque es la única tienda que ofrece en cuanto a la ropa mallas y camisetas para hombre. (Ver anexo 9 para más detalles)

En la foto # 23 “Capezio” es el almacén que no tiene un letrero que lo distinga y en ese momento no estaba abierto. Para comprobar si esta tienda cumple o no con un horario de atención se realizaron varias visitas y efectivamente la mayoría de veces estuvo cerrada la tienda.

**FOTO # 32.2.**

**“CAPEZIO” (TIENDA DE ACCESORIOS DE DANZA)**



**Fuente:** Visita a la competencia, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

- **Razones de visita a las tiendas**

Según los bailarines profesionales acuden a *Adagio* y a la tienda conocida como *Capezio* únicamente para comprar zapatillas que duran 2 semanas ó hasta 1 mes si se utilizan un promedio de 5 horas al día en el caso de Eddy Borges, bailarín principal del B.E.C., es decir regresan al local mínimo cada mes. Cuando visitan el almacén ni siquiera observan detenidamente los demás productos ofertados porque la variedad y precios disponibles no satisfacen sus necesidades.

- **Razones de compra**

Varios bailarines confirman que asistir a su clase con vestimenta apropiada y además combinada eleva su autoestima y aporta mucho emocionalmente para hacer mejor su clase y de forma contraria si repiten la ropa algunas veces en la semana y aparte esta se encuentra estropeada puede provocar lo contrario.

Todos los danzantes coinciden en que cada uno de ellos "debe sentirse lo mejor del mundo", "bello", "creerse mucho" para obtener los papeles protagónicos en las obras, por lo tanto todo el tiempo se obligan a verse así.

Muy pocos de los bailarines afirman que no necesitan tener en su armario variedad y nueva indumentaria para realizar una clase espectacular con este tipo de incentivo. Eddy Borges, bailarín principal del B.E.C. asegura que todo danzante se caracteriza por gozar de buen gusto.

- **Percepciones de los consumidores respecto al precio**

El sueldo de un bailarín varía por la técnica y aptitudes que cada uno posea, por antigüedad y uno de los requisitos para ser parte del elenco es haber

culminado sus estudios de bachillerato. En la C.N.D. aumenta el sueldo para aquellos danzarines que gocen de una licenciatura en danza, si este se encuentra avalado. En las dos compañías B.N.E. y C.N.D. la remuneración está entre \$250 y \$1000. En el B.N.E. existen categorías y el pago se realiza según la clase en que es ubicado cada bailarín. Las categorías son 1, 2, 3, 4 en la C.N.D. y en el B.N.E. son 1, 2, 3 y en los dos establecimientos 1 es la peor calificación. También reciben \$5 y \$10 por función según la categoría en el B.N.E.

Los bailadores recalcan que los precios de las dos tiendas son elevados y que si tienen que decidir prefieren una costurera. Cuando necesitan alguna prenda y no pueden esperar el tiempo que una modista se demora, acuden a *Adagio*.

La mayoría de danzantes profesionales desconoce que actualmente los precios de *Adagio* bajaron por la reducción de costos que obtuvo a causa de la producción local de ropa.

El resto de danzarines que ha regresado al almacén notaron el cambio de precios pero no se imaginan que la ropa se fabrica en Quito y que la tienda ya no tiene en stock mallas, polainas y faldas importadas.

- **Reacción ante la necesidad**

Eddy Borges, bailarín cubano y principal del Ballet Nacional del Ecuador y Coordinador Académico de la Escuela Metropolitana de Danza comentó que es raro si en *Adagio* hay ropa de baile en stock para el género masculino y acerca de la poca variedad que existe, no sólo en este almacén, sino en Ecuador, por esta razón acude a una costurera particular para que le fabrique su indumentaria.

**FOTO # 33.2.****EDDY BORGES (BAILARIN PRINCIPAL DEL B.E.C.)**

**Fuente:** C.N.D. Quito- Ecuador

**Elaboración:** Fabián Escúntar

En la mayoría de casos los bailarines no retornan a un establecimiento si el mismo no cumple sus expectativas en variedad y precios porque su poder adquisitivo no les permite gastar más de su presupuesto para artículos de danza.

Esta reacción se debe a que su remuneración no es suficiente para asignar un presupuesto mensual para compras en ropa de danza específicamente, Gabriela Rosero señaló que es obvio que si ganara más compraría mucho más para asistir a su trabajo combinando su vestuario.

Los bailarines de ascendencia cubana intercambiaban en su país zapatillas de puntas con mallas o faldas con las personas que les visitaban por cualquier circunstancia, y este trueque no siempre era a cambio de una prenda nueva sino ya utilizada. En la actualidad también se practica este particular en Ecuador con danzantes visitantes de otros países e incluso con los mismos

compañeros pues al encontrarse rodeados de tantos cubanos imitan sus costumbres. Julia Vidal, bailarina cubana señaló que prefiere pagar menos por algo usado y que recientemente le compró unas zapatillas de punta usadas a Satya Paspuel, bailarina ecuatoriana del B.E.C. aunque no era la marca de su preferencia pero se acercaba una función y necesitaba ensayar, además que en Quito no había el artículo que solicitaba.

- **Formas en las que se realizan las compras**

Los profesionales que tienen su propio negocio, o un ingreso extra a la danza o proveniente de la misma y alumnos prefieren acercarse personalmente a una tienda. Aquellos que viven únicamente del arte de bailar y se ven obligados a trabajar a tiempo completo, eligen que un vendedor se acerque al lugar de trabajo, es decir al lugar donde reciben clase y ensayan para sus funciones a ofrecerles la ropa.

La mayoría de danzarines desechan la opción de comprar por catálogo e internet, a no ser que sea indispensable, porque tienen temor a que cuando se realice la entrega del pedido, las prendas elegidas no les luzcan como pretendían.

Los bailarines que han realizado compras por catálogo e internet en determinadas ocasiones y conocen su talla en cada artículo y marca optarían por esta forma de compra por el ahorro de tiempo y porque piensan que van a tener a su disposición muchos más diseños que si un vendedor les visita con muestras.

Gran parte de los danzantes descartan la idea de realizar transacciones por internet por miedo a ser embaucados en el momento del pago o entrega de la mercadería porque aún no entienden bien el manejo de este sistema, no saben

como verificar que una página web es fiable y por los casos que han existido de estafa, sobre todo con tarjetas de crédito.

(Ver anexo 10 para mayor información)

- **Tipo de consumo**

Las tallas en ropa de danza que se encuentran actualmente con facilidad en el mercado son small, médium y large. En cuanto a los colores hay diversidad en trusas y faldas pero en maillots y mallas enterizas es difícil conseguir variedad de tonos.

Los maillots ofertados son de los siguientes colores:

- Palo de rosa
- Carne o piel
- Blanco

La adquisición de la tela para confeccionar mallas para la parte inferior es dificultosa y por esta razón *Adagio* no fabrica este tipo prenda pero vende maillots hechos en otro país. La tienda conocida como *Capezio* importa estas mallas. Es posible que sólo se oferten maillots en matices así por las siguientes razones.

Por lo general en las escuelas y academias de ballet se exige a las estudiantes de los primeros niveles trusa negra, maillot rosado o blanco, zapatillas de color carne, blancas ó rosadas y falda negra. En los niveles intermedios tienen un poco de libertad para utilizar otros accesorios y en los últimos años de la carrera prácticamente es decisión de los aprendices el uso de su uniforme en algunos establecimientos.



Las mallas enterizas tanto de hombre como de mujer son fabricadas en color negro o gris y a los bailarines les gusta que estas mallas sean de dos colores.

- **Diferencia de la forma de consumo de bailarines profesionales y alumnos**

Julia Vidal, bailarina principal cubana del B.N.E. asegura que “el ballet es una disciplina para ricos”. Explica que al final del año lectivo se realiza una presentación en la mayoría de academias y en otras inclusive se hace más de una función por año, en fechas festivas como Navidad y Fiestas de Quito.

El vestuario debe ser pagado por los padres de las alumnas, un ejemplo es el tutu (\$100) y las zapatillas de puntas (\$100) sin tener en cuenta el resto de accesorios y el precio del teatro o entradas.

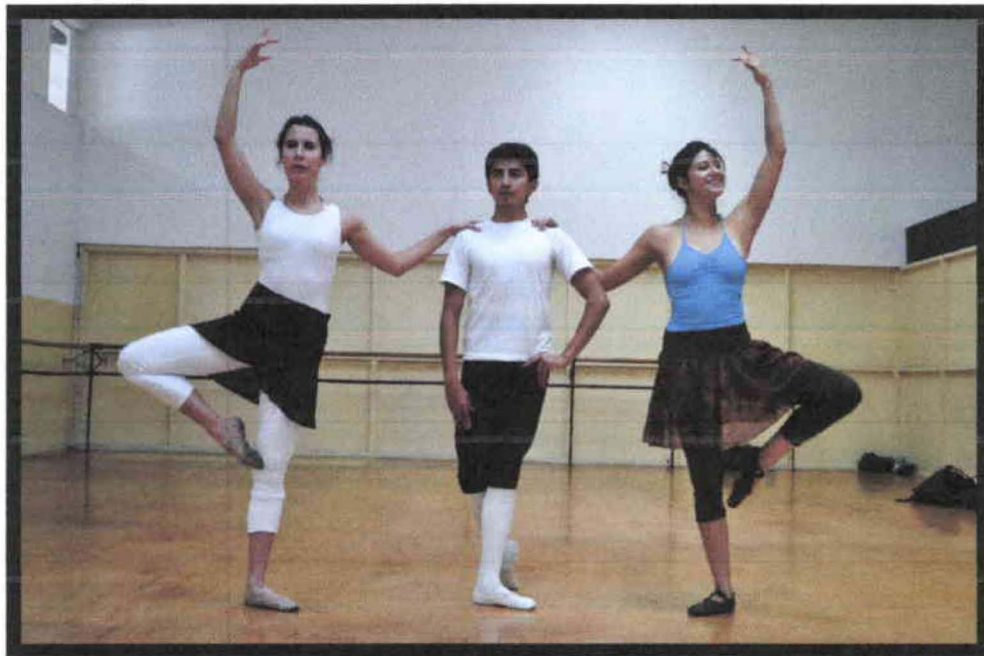
En el caso de las compañías el costo de montar una coreografía y llevarla al escenario es sumamente alto, mucho más que el de una academia pero la diferencia radica en que estos gastos son cubiertos por el estado.

Las compañías cubren el costo de vestuario para cada función mas no la indumentaria necesaria de cada bailarín para realizar sus clases. Por los puntos explicados antes es que el comportamiento de consumo cambia de profesionales a alumnos.

*Capezio*. Ocurre lo contrario con los bailarines profesionales que cubren todos sus gastos sin apoyo alguno.

**FOTO # 35.2.**

**BAILARINES DE NIVEL PRE - PROFESIONAL**



**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Otra diferencia entre alumnos y profesores es la particularidad en la forma de compra de artículos para danza. El tiempo disponible es el principal factor en el momento de adquirir sus accesorios.

El horario mínimo de trabajo de la mayoría de danzarines es de 8:30 am a 2:30pm en una compañía, luego se dirigen a almorzar y aunque no todos después imparten clases por las tardes. Una parte son empleados, otra son dueños de academias y el resto se dedican a otras labores, algunos a teatro, música o algo que se encuentre dentro del arte y otros a una profesión completamente distinta.

- **Escasa demanda en malla enterizas de mujer**

Las mallas enterizas no son muy demandadas por las mujeres por algunas razones:

- Para sentirse cómodas se debe gozar de una figura muy estilizada aún cuando toda danzante que pertenezca a una compañía debe tener cierto peso según la talla pero algunas se sienten incómodas por sus glúteos y caderas pronunciados
- No hay muchas opciones para combinar porque la mayoría son diseñadas en un solo color
- La tela de producción de las enterizas no tienen la misma elasticidad que una maillot.

- **Necesidades insatisfechas de las bailarinas**

En el mercado cuando se halla trusas de color carne y blanco suelen llevar un forro en la parte del busto pero si son de otros colores no. Las bailarinas explicaron que en el ballet no se utiliza ropa interior y por este motivo se sienten satisfechas en el momento que una costurera les cose sus mallas con forro no sólo en tonos claros sino en todos.

Otra observación fue que en algunas marcas las cintas que vienen con las zapatillas de punta son brillosas y que si deciden comprar en un bazar en la mayoría de los casos ocurre lo mismo. Por tradición en esta disciplina no se debe usar los accesorios con centelleos, es decir en puntas, maillots, trusas y faldas a excepción del tutu (una falda corta de ballet usada por una bailarina) y a no ser que la regisseur (*un director responsable de poner en escena una obra teatral tal como un ballet*) necesite para complementar la escenografía en una presentación. (Mara T., 1987: p. 118.)

Existe variedad en telas lycra y la que los bailarines prefieren también tiene un poco de brillo y por esta razón la indicación que ellos le dan a la persona quien realiza su vestuario es confeccionar con la tela al reverso, la malla de cualquier modelo, cuando es bajo pedido. Las mismas bailadoras pintan sus puntas con base, maquillaje de mujer, cosen sus cintas del lado contrario al brillante y además tinturan sus maillots para obtener el tono más opaco al original.

- **Preferencia en el sector de ubicación de la tienda**

Todos los bailarines coinciden en que lo ideal sería la apertura de un local en el sector de su trabajo porque es más fácil para ellos acercarse a la tienda después de sus ensayos.

Otro motivo es que en ciertas ocasiones necesitan algún accesorio de este tipo de urgencia, un ejemplo es si se les rompe un maillot o si un grupo de compañeros acuerdan usar para una de sus funciones una malla del mismo modelo, entonces es conveniente que todos se acerquen al negocio para saber si hay disponibilidad de tallas y colores.

- **Preferencia en marcas**

Dentro de las marcas más conocidas a nivel internacional de ropa para bailarines en orden del posicionamiento que tienen en la mente del consumidor ecuatoriano se encuentran: (Entrevistas, Focus Groups, Encuestas. 2010)

1. *Capezio*
2. *Sansha*
3. *Bloch*
4. *Leo's*

La mayoría de los bailarines enumeran las marcas mencionadas antes sin detenerse a pensar, a partir de la quinta les cuesta más trabajo recordar el nombre de la marca y algunos danzantes siguen diciendo las marcas que conocen tomándose más tiempo y otros llegan sólo hasta la cuarta, pero ninguno ha mencionado todas las que siguen a continuación: (Dance.com Shop, 2008)

- *AMB Design*
- *Body Wrappers*
- *Bunheads*
- *Dance Paws*
- *Dasha*
- *Dancer Only*
- *Danskin*
- *Eurotard*
- *Gaynor Minden*
- *Grishko*
- *Horizon*
- *I-Flex*
- *Motionwear*

*Sansha* y *Capezio* son las que se hallan con mayor facilidad en Ecuador. Resultado de entrevistas, observación y varios focus groups, existe preferencia por la marca *Sansha* ya que cuenta con mayor variedad y precios más bajos en relación a *Capezio*.

Gran parte de los bailarines en los grupos focales comentó que los artículos *Capezio* son de mejor calidad, pero lastimosamente los precios son demasiado elevados en comparación a las otras marcas que existen dentro del país, mencionando que una de las causas eran los aranceles a las importaciones y que en años anteriores era la marca más cara pero que en la actualidad

prácticamente les es imposible adquirir productos a este precio. (Aduana del Ecuador, 2004).

- **PRECIOS IDEALES PARA LOS DANZANTES**

Los precios que están dispuestos a pagar las personas que se tomó como muestra de investigación realizada se detallan a continuación.

**TABLA # 10.2**

**PRECIOS QUE LOS BAILARINES ESTAN DISPUESTOS A PAGAR (\$)**

ACCESORIO	PRECIO MINIMO (TELAS DE TERMINO MEDIO)	PRECIO MÁXIMO (TELAS DE LARGA DURACION)	PRECIO AL QUE COMPRAN EN CAPEZIO	PRECIO AL QUE COMPRAN EN ADAGIO	PRECIO AL QUE COMPRAN A LAS COSTURERAS
<b>Malla Superior</b>	17	23	62,50	28,50	16,50
<b>Faldas</b>	10	13	23	28	7,50
<b>Malla Enteriza Larga</b>	24	30	60	No hay en stock	30
<b>Malla Enteriza Corta</b>	16	17	No hay en stock	NO hay en stock	25

**Fuente:** Entrevistas, focus groups, encuestas a bailarines de C.N.D., B.N.E. y Dancing Mood. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

En la tabla # 10.2 se logra apreciar que la brecha entre la expectativa y lo que se encuentra en el mercado de danzantes en cuanto a precios es grande. Es por este motivo que muchos de los bailarines tan sólo al saber cuánto deben

pagar por el producto que van a buscar a una de estas tiendas deciden no regresar a la misma.

El poder adquisitivo de los danzarines marca la diferencia que existe entre lo que realmente pueden pagar estos artistas y esta se hace más grande en “*Capezio*” que en *Adagio*. Cabe recalcar que la razón de esta variación de precios entre tiendas es porque la primera importa los productos y la segunda los produce localmente.

Por otro lado es preciso resaltar que a los bailarines no les interesa en lo más mínimo el origen de los productos, ni conocer el motivo del precio; el único criterio de evaluación para comprar su vestuario es la calidad y un precio justo pues si valoran el tiempo que les dura una malla y si esta se desgasta en menos del previsto no la vuelven adquirir por más barata que esta sea.

La mayoría de bailarines no han regresado en algunos años a visitar la tienda “*Capezio*” ni siquiera por curiosidad para ver si ha llegado nueva mercadería por su punto de vista en cuanto a precios y aunque *Adagio* tiene más bajos tampoco ha logrado captar sus visitas durante algunos meses.

En conclusión, las costureras son quienes cumplen de mejor manera las expectativas que tienen los danzantes pues lo que cobran ellas por coser su indumentaria se encuentra dentro del rango de lo que están dispuestos a pagar y en muchos casos en el punto inferior y con prendas confeccionadas con telas de mejor calidad de lo que les parece justo.

### 3. CAPITULO 3: ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX PARA INTRODUCIR LA ROPA DE BAILARINES AL MERCADO QUITEÑO

Las estrategias de marketing mix que se detallan a continuación son resultado del análisis plasmado en los dos primeros capítulos, es decir responden a la investigación efectuada a lo largo de este trabajo.

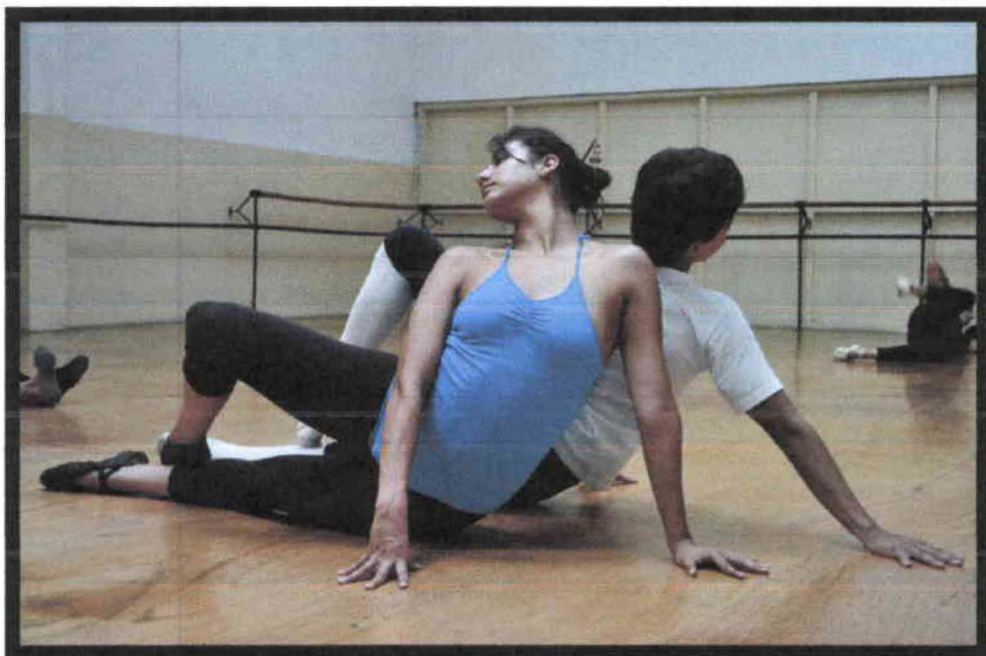
- **Estrategia de Producto**

Los productos a comercializar son:

1. Trusas
2. Faldas
3. Malla enteriza larga para mujer y hombre
4. Malla enteriza corta para hombre

**FOTO # 36.3.**

**MUESTRA ELABORADA EN CONFECCIONES KARINA (TRUSA)**

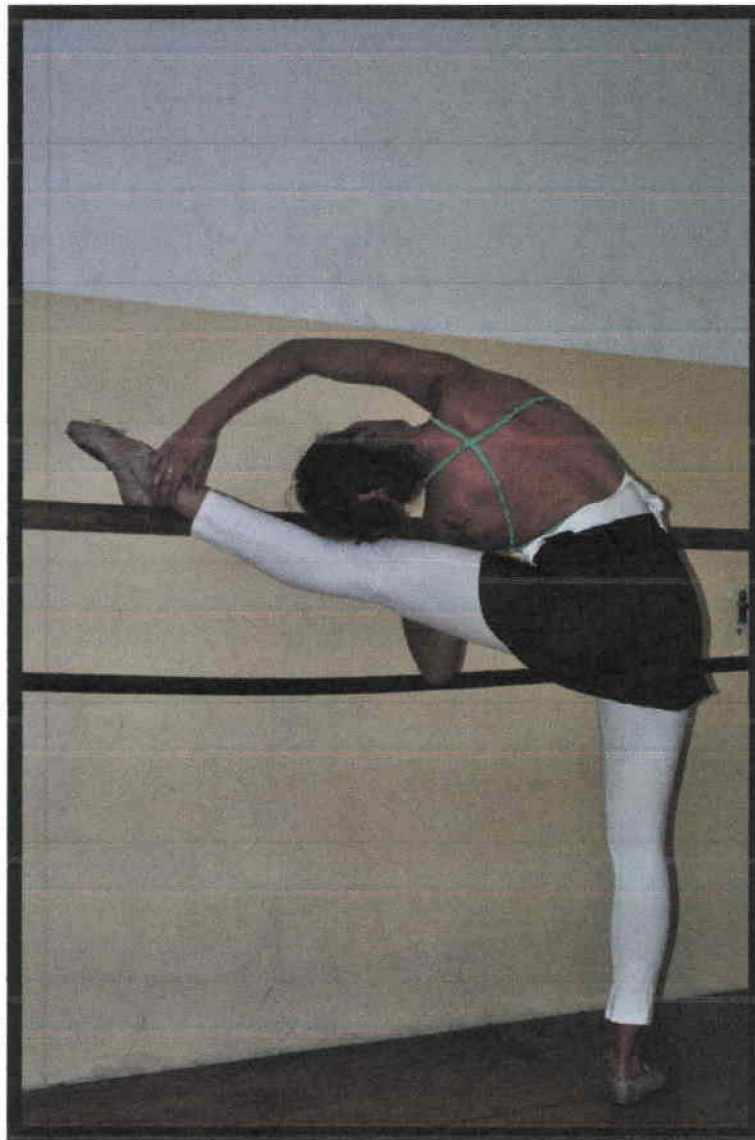


**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica



FOTO # 37.3.  
MUESTRAS FABRICADAS EN CONFECCIONES KARINA (MALLA  
ENTERIZA BLANCA Y FALDA NEGRA)



**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

**FOTO # 38.3.**  
**MUESTRA ELABORADA EN CONFECCIONES KARINA (MALLA INFERIOR**  
**DE HOMBRE)**



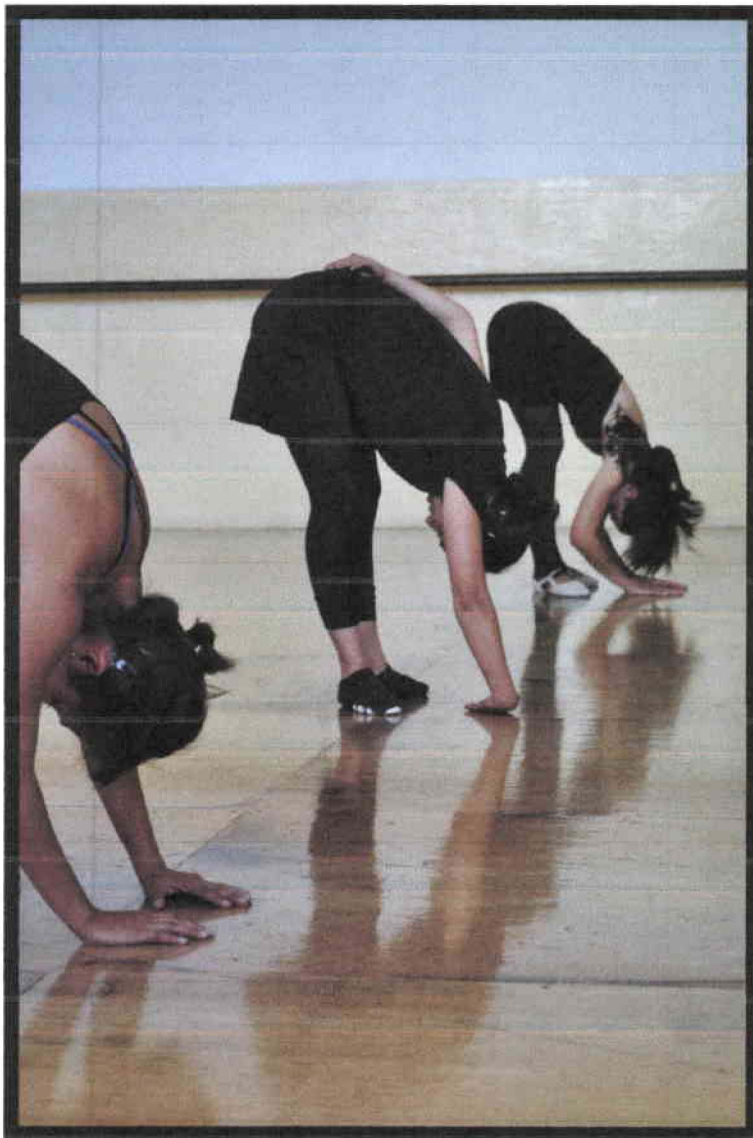
**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

A continuación se plantean algunas sugerencias que se han tomado de los gustos y preferencias del consumidor:

- Producir trusas y faldas de color negro en mayor cantidad que en los otros tonos porque en la mayoría de escuelas y academias es parte del uniforme el uso de esta malla.

**FOTO # 39.3.**  
**VARIAS BAILARINAS CON FALDA Y TRUSA DE COLOR NEGRO EN UNA CLASE**



**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

- Introducir una prenda diferente al mercado quiteño. Gran parte de las bailarinas no utilizan malla enteriza y una de las razones es que son calurosas, por lo tanto sería ideal diseñar una malla enteriza corta para mujer que llegue hasta la rodilla como posible lanzamiento de un nuevo producto.

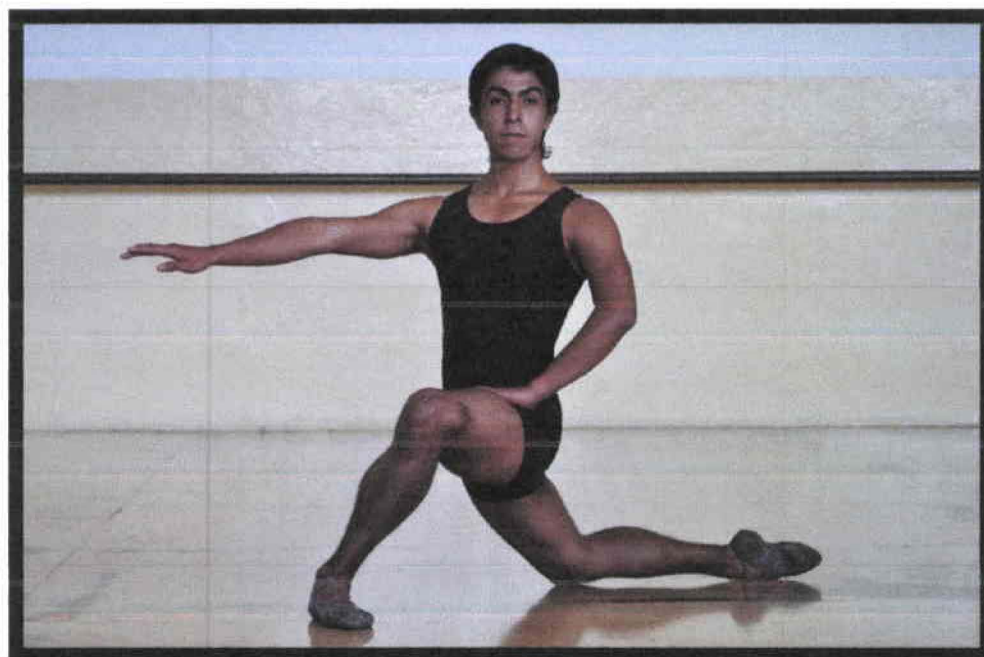
- Ofrecer variedad a los clientes y una de las opciones es confeccionar mallas enterizas en 2 colores según los gustos y preferencias del consumidor. Actualmente las que se halla en Quito son de un solo color y este es otro motivo para su poca demanda.

*Adagio* y *Capezio* no tienen en stock mallas enterizas cortas para hombre a pesar de que son muy demandadas. Por esta razón los bailarines tienen la necesidad de acudir a las costureras. Confecciones Karina realizó pruebas de esta prenda e inmediatamente Eddy Borges, bailarín principal del B.E.C. dio su visto bueno y comentó que los acabados de esta malla son excelentes.

El párrafo anterior concluye que la estrategia de producto debe considerar producir la indumentaria que la competencia no oferte, por ejemplo la malla enteriza corta para hombre o unitard.

#### FOTO # 40.3.

#### MALLA ENTERIZA CORTA

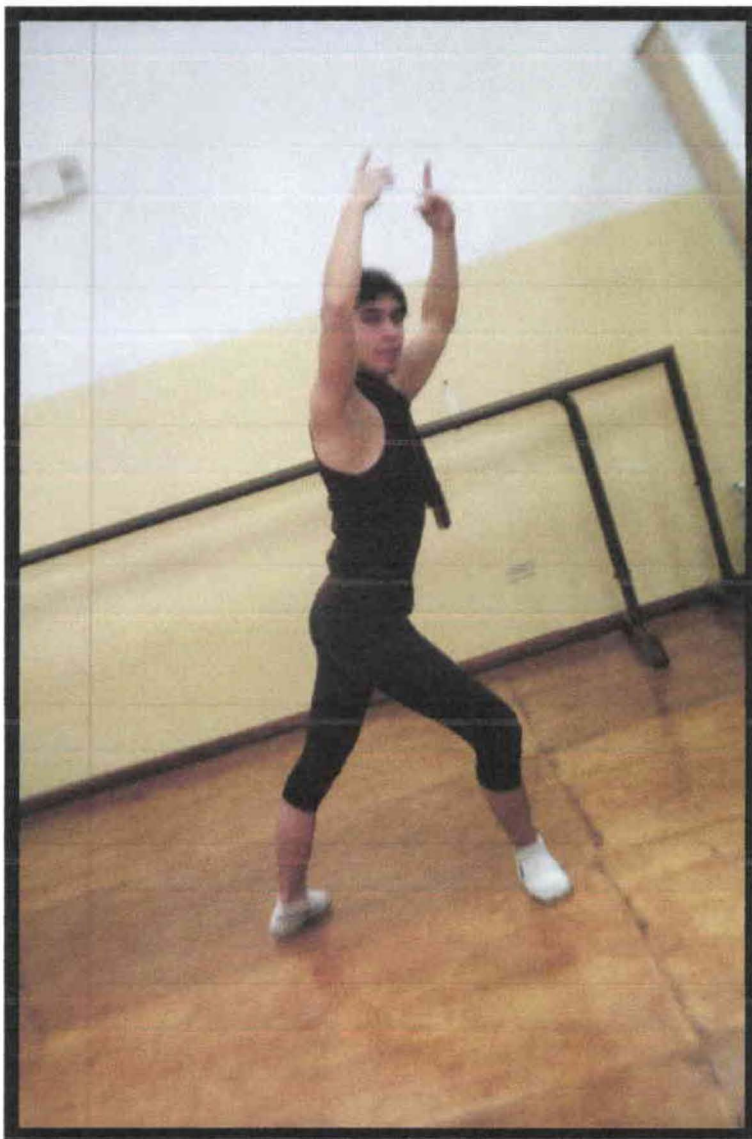


**Fuente:** Paúl García, bailarín profesional de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

FOTO # 41.3.

PRENDAS DE DANZA PARA HOMBRE



**Fuente:** Jairo Rodríguez, bailarín del Curso de Capacitación Permanente de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

**Stock Mínimo:** Mientras Confecciones Karina provea la ropa de danza sería conveniente mantener máximo 20 prendas por cada modelo de diferentes tallas y colores.

Esta estrategia es resultado de una de las políticas de la empresa comprometida a fabricar este tipo de indumentaria pues Fabián Escúntar V., gerente general y Fanny Meza, subgerente advirtieron que para Confecciones Karina no es rentable producir menos de 20 prendas porque poseen una cortadora láser que consume luz y requiere de mantenimiento y al emplear este tipo de maquinaria están en capacidad de cortar 1 o 100 prendas en un sólo paso.

**FOTO # 42.3.**

### **CORTADORA LÁSER DE CONFECCIONES KARINA**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Por lo tanto están dispuestos a diseñar y confeccionar cualquier modelo en distintas tallas y colores pero la condición es que se realicen pedidos mínimo de 20 prendas. Si hay 20 faldas en stock y se vende una no sería prudente proveerse de más porque la nueva oferta sería de 39 y no es conveniente llenarse de mercadería porque ocupa espacio y además constantemente se lanzan nuevos diseños y los clientes prefieren y demandan los modelos de nuevas colecciones.

La cantidad mínima de mallas y faldas que se debe tener a disposición es 5 porque Confecciones Karina posee la materia prima indispensable para fabricar este tipo de indumentaria y Jackeline Yáñez se encargará de informar a sus clientes acerca del stock de insumos para prevenir inconvenientes.

**FOTO # 43.3.**

**SUPERVISORA – ADMINISTRADORA GENERAL DE MATERIA PRIMA Y PRODUCTO TERMINADO (JACKELINE YÁÑEZ)**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

La investigación arrojó muchos resultados valiosos y entre estos se encuentra que no todas las personas que practican danza tienen una figura esbelta a pesar de que así lo exige esta disciplina, por esta razón las tallas que se deben ofertar son small, médium, large, extra large, extra extra large y extra extra extra large a excepción de la malla enteriza larga para mujer que únicamente se producirá en talla única porque esta es utilizada por bailarinas con un cuerpo muy estilizado. (Focus Group C.N.D. Junio 24, 2010).

Para facilidad del lector y lograr una mejor comprensión a continuación se exponen dos tablas con los colores y los nombres de telas con los que es conveniente confeccionar este tipo de indumentaria.

La elección de colores se basó en la escasez de su variedad en el mercado quiteño y tomando en cuenta las preferencias del consumidor.

#### FOTO # 44.3

#### ATUENDO DE BAILARINES COMBINADO CON POCOS COLORES Y REPETIDOS



**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

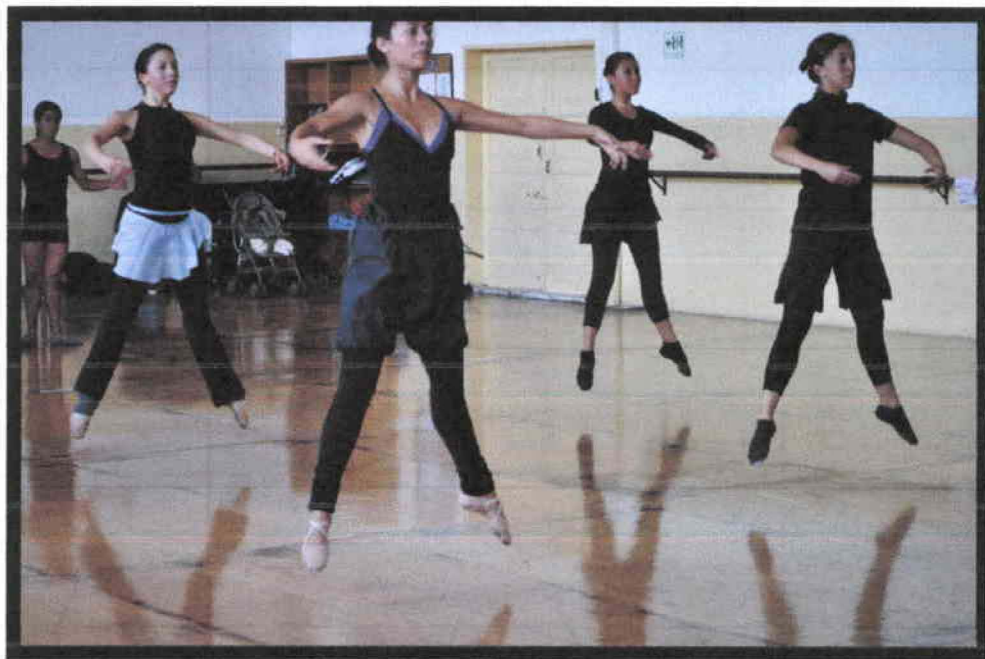
**Elaboración:** Ricardo Mojica



La selección de las telas se realizó tomando en cuenta su peso, la forma de amoldarse al cuerpo y la caída de las mismas en el caso de las faldas. El peso de la indumentaria es el principal criterio de evaluación para la selección de la materia prima porque los bailarines necesitan que este sea mínimo para levantar las piernas y realizar giros y saltos con mayor comodidad.

**FOTO # 45.3**

### **CARACTERÍSTICA DEL VESTUARIO DE BAILARINES (LIVIANO)**



**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

**TABLA # 11.3**  
**TIPO DE TELAS**

TELA	TRUSA	FALDA	MALLA ENTERIZA LARGA -	MALLA ENTERIZA CORTA - HOMBRE
Centauro	•			
Cottone	•		•	•
Georget		•		
Licra	•		•	•
Licra Algodón	•	•		
Licra Llana	•		•	•

**Fuente:** Entrevistas realizadas a integrantes de Confecciones Karina C.N.D. y B.N.E. Quito – Ecuador  
**Elaboración:** La Autora

**TABLA # 12.3**  
**COLORES**

COLORES	TRUSA	FALDA	MALLA ENTERIZA LARGA -	MALLA ENTERIZA CORTA - HOMBRE
Blanco	•	•	•	
Palo de rosa		•		
Rosado	•	•		
Lila	•	•		
Fucsia	•	•		
Rojo	•	•		•
Gris		•	•	•
Negro	•	•	•	•
Azul	•	•	•	•
Turqueza	•	•	•	
Celeste	•	•		
Carne	•		•	•
Café	•	•		•
Combinados (2 colores)			•	•

**Fuente:** Entrevistas realizadas a integrantes de Confecciones Karina, Dancing Mood, C.N.D. y B.N.E. Quito – Ecuador  
**Elaboración:** La Autora

- **Estrategia de Precio**

El precio que los bailarines están dispuestos a pagar depende del tiempo de duración de la tela con la que se fabrican, por lo tanto considerando esto el precio conveniente se encuentra dentro de un rango donde el máximo es un producto de excelente calidad y un precio cómodo con materia prima de menor calidad.

**TABLA # 13.3**  
**MARGEN DE UTILIDAD ESPERADO**

Producto	COSTO (\$)	PRECIOS QUE REQUIERE EL MERCADO META (\$)		PRECIOS (\$)			MARGEN DE UTILIDAD CON LOS PRECIOS REQUERIDOS POR EL MERCADO META	
		CÓMODO	MÁXIMO	COSTURERAS	ADAGIO	CAPEZIO		
<b>Trusa</b>	8,22	12	22	16,50	28,50	62,50	107%	180%
<b>Faldas</b>	5,45	10	13	7,50	28	23	83%	139%
<b>Malla Enteriza Larga</b>	11,62	24	30	30	No hay en stock	60	107%	158%
<b>Malla Enteriza Corta</b>	6,96	16	17	25	No hay en stock	No hay en stock	130%	144%

**Fuente:** Entrevistas, focus groups, encuestas realizados a integrantes de Confecciones Karina, Dancing Mood, C.N.D. y B.N.E. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La Autora

Para establecer un precio que satisfaga al productor y al consumidor se debe analizar la ganancia que desea alcanzar la empresa y lo que estimen gastar los danzarines en esta clase de ropa. Por lo tanto si el costo de una trusa es \$8,22 y los bailarines están dispuestos a pagar entre \$12 y \$22, el margen de utilidad para el primer precio sería de 107% y si se vende al segundo valor, siendo este el máximo se obtendría un 180% de ganancia según la prenda.

El rango para obtener los precios debe colocar el precio de las costureras en el límite inferior y el precio máximo que están dispuestos a pagar los bailarines como superior, de esta forma se satisface las expectativas y necesidades de los danzantes y además se plasma una estrategia de precios menor que la de *Adagio* y *"Capezio"* pues los productos que se halla en estas tiendas son más caros que el límite superior derivado de información otorgada por los bailarines sin importarles si son importados o nacionales. Por lo tanto se logra competitividad en precios.

En Confecciones Karina se utiliza tecnología de punta para confeccionar las prendas y estas gozan de excelentes acabados. Además el proceso de producción es más especializado que el de las costureras y *Adagio* pues la empresa cuenta con 33 años de experiencia en el mercado y 3 departamentos para fabricar la ropa (1. Diseño, 2. Corte, 3. Producción). Esta es la razón para que el precio no sea menor que el impuesto por las costureras.

**FOTO # 46.3.**  
**AREA DE DISEÑO**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador  
**Elaboración:** Ricardo Mojica

**FOTO # 47.3.**  
**AREA DE CORTE**



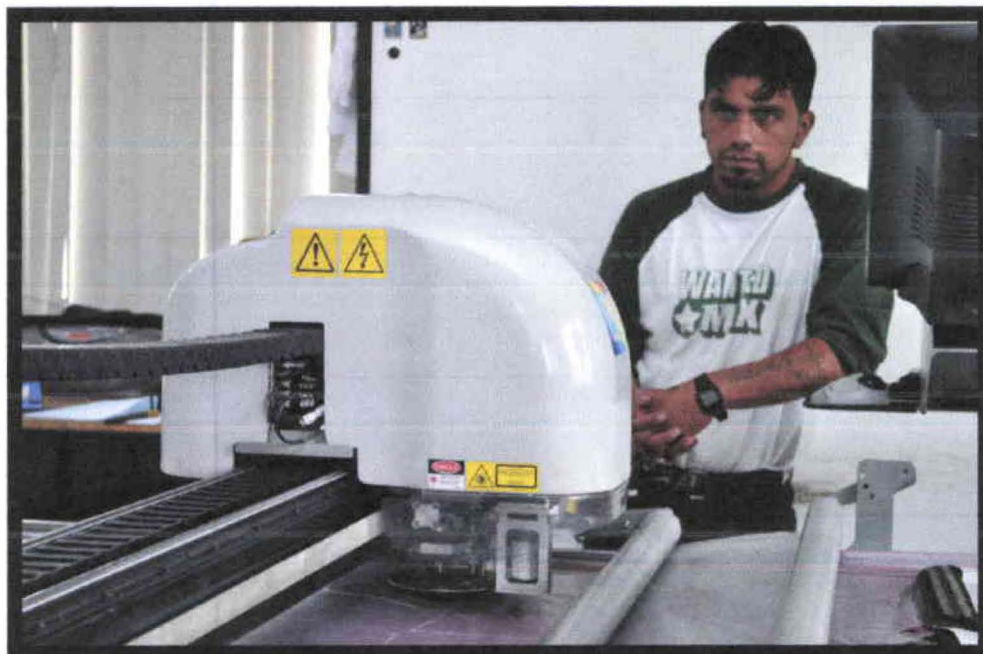
**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador  
**Elaboración:** Ricardo Mojica

**FOTO # 48.3.**  
**AREA DE CORTE**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador  
**Elaboración:** Ricardo Mojica

**FOTO # 49.3.**  
**AREA DE CORTE**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador  
**Elaboración:** Ricardo Mojica

**FOTO # 50.3.**  
**AREA DE PRODUCCION**



**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

La calidad de las telas utilizadas en las muestras elaboradas por Confecciones Karina no es la misma que la de las mallas importadas de marca *Capezio* porque en Ecuador no se puede encontrar esas telas ya que son una combinación de algunas telas y es sumamente costoso hacer un pedido de esta clase.

Además en Ecuador no hay empresas con la capacidad tecnológica para realizar algo similar (producción de materia prima), es decir para obtener una calidad igual es necesario realizar una investigación adicional para contactar nuevos proveedores.

FOTO # 51.3.

**TELAS DISPONIBLES EN CONFECCIONES KARINA**

**Fuente:** Confecciones Karina, Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

Las telas adquiridas por Confecciones Karina para la elaboración de estas prendas no son nacionales y aunque son de muy buena calidad no está al mismo nivel de las que se utilizan en otras marcas internacionales de ropa de danza que no se halla en Ecuador a excepción de *Capezio*. Por lo tanto el precio debe ser más alto que el cómodo e inferior o igual que el máximo si se toman en cuenta las expectativas del consumidor.

La estrategia planteada promete que la rentabilidad de la comercialización de indumentaria para danza, es atractiva y de llevarse acabo el margen de utilidad obtenido sería ratificador.



**FORMA DE PAGO:** Cuando las ventas sean pequeñas se aconseja que el pago sea de contado, pero si el monto de una compra es alto sería conveniente optar por una estrategia de crédito que se encuentre entre 15 y 30 días de plazo.

En el caso de compras pequeñas y grandes se sugiere recibir tarjetas de crédito porque se beneficia el demandante y el oferente pues la empresa obtiene los fondos inmediatamente se realice el depósito del boucher y el cliente tiene la posibilidad de diferir sus pagos según su necesidad.

- **ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION**

Según la investigación realizada los bailarines coinciden en que lo ideal sería la apertura de un local en el sector de su trabajo (lugar donde acuden a practicar danza a cambio de un sueldo) porque es más fácil para ellos acercarse a la tienda después de sus ensayos.

Otro motivo es que en ciertas ocasiones necesitan algún accesorio de este tipo, de urgencia, un ejemplo es si se les rompe un maillot o si un grupo de compañeros acuerdan usar para una de sus funciones una malla del mismo modelo, entonces es conveniente que todos se acerquen al negocio para saber si hay disponibilidad de tallas y colores.

Por lo tanto, la ubicación ideal de la tienda sería el norte de la ciudad de Quito entre la Av. El Inca y la Av. N.N.U.U. de norte a sur y entre la Av. Eloy Alfaro y Av. 10 de Agosto de este a oeste porque en este sector se encuentran ubicadas las principales compañías del Ecuador y la mayoría de escuelas y academias de danza de Quito.

Es necesario aclarar que en las instalaciones del Ballet Nacional del Ecuador funcionan por las tardes la academia Giselle y una parte de la escuela

Metrodanza, es decir en el mismo edificio durante todo el día asisten un promedio de 300 bailarines.

Lo mismo ocurre en la Compañía Nacional de Danza, en la mañana practican danza los bailarines profesionales e integrantes del curso de capacitación permanente de la C.N.D. y por las tardes labora dentro de la misma institución la Fundación Danzarte.

### FOTO # 52.3

#### COMPAÑÍA NACIONAL DE DANZA (BAILARINES PROFESIONALES)



**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

**FOTO # 53.3**  
**CURSO DE CAPACITACIÓN PERMANENTE DE LA C.N.D.**



**Fuente:** C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** Ricardo Mojica

El Grupo Cuervos ha sido conformado como compañía y academia, cuenta con un área en el centro comercial El Unicornio donde acuden los danzantes de las dos.

Para más detalles con respecto al número de estudiantes de cada escuela ubicada en el mapa se puede recurrir al anexo 5.

A continuación se expone un mapa donde se observa la posible demanda y para identificarla dentro del croquis se ha elegido el color azul y el rojo que para ubicar a *Adagio* (competencia). No se considera a *Capezio* porque esta tienda no se sitúa en este sector.

## MAPA #1

### UBICACIÓN IDEAL PARA UN NEGOCIO DE PRODUCTOS PARA DANZA



**Fuente:** Entrevistas, Focus Groups, Encuestas Telefónicas

**Elaboración:** Isabel Coellar

Se deben aplicar diferentes estrategias de distribución para cada segmento de danzantes porque la preferencia en la forma de adquirir el producto varía de acuerdo al poder adquisitivo y tiempo del que disponga cada uno y considerando la elección que ha realizado cada bailarín se crearon las siguientes estrategias.

**a) Estrategia para llegar a bailarines de nivel pre-profesional y profesional**

En primera instancia sería conveniente asignar a una persona la responsabilidad de visitar a los danzantes a la compañía, escuela o academia donde bailen para mostrarles los productos de la nueva tienda de ropa para bailarines.

En la visita, la persona encargada deberá disponer de un modelo de cada producto y al menos de 3 colores en cada talla porque estas prendas no pesan demasiado y sería suficiente con un bolso grande de mano.

También deberá mostrar un catálogo con la calidad de telas y los colores en stock para la confección de la indumentaria de danza y otro catálogo con fotos de todos los modelos a disposición en el almacén y otros de muestra para saber qué aceptación tendrían en caso de lanzarse al mercado y las recomendaciones para elaboración de nuevos diseños para sacar a la venta.

Las fotos para los catálogos se tomarán a bailarines que bailen en Ecuador y serán las originalmente tomadas.

Esta estrategia convendrá únicamente hasta que los bailarines tengan conocimiento de la calidad de la tela de producción y los acabados de estas prendas y además la marca haya logrado un posicionamiento en la mente de los danzantes entre las marcas que se hallan dentro de Ecuador.

## **b) Estrategia para llegar a los estudiantes de danza de todo nivel en danza**

Los padres de los niños aprendices de danza que proveen a sus hijos de la indumentaria necesaria para tomar sus clases y los estudiantes que son independientes económicamente deberán acercarse a la tienda y además se les debe dar la opción de comprar por catálogo o por internet.

El catálogo exhibirá la calidad de telas y los colores en stock para la confección de la indumentaria de danza, otro catálogo mostrará fotos de todos los modelos a disposición en el almacén. Las fotos para los catálogos se tomarán a bailarines que bailen en Ecuador y serán las originalmente tomadas.

La tienda debe ser dividida en 2 secciones para su decoración, una para atraer al género femenino y otra que sea del agrado del género masculino pues este segmento se siente y piensa que está completamente desatendido por la competencia. Para las bailarinas se debe utilizar colores pasteles como palo de rosa que es el más utilizado en ballet, lila, celeste, blanco y fucsia. En el caso de los hombres se debe aplicar un color carne, blanco, negro, café, según como combinen mejor, que son los que prefieren para vestir sus mallas.

Además es necesario que el almacén tenga mínimo 2 vestidores y estos deben crear un sentimiento en la mente del consumidor que ni ellos mismos puedan explicarse y una forma para alcanzar esto es generar un recuerdo de cuando se encuentran en su espacio para practicar danza, es decir los vestidores deben ser adecuados tal como son la mayoría de camerinos de un bailarín: amplios, con muchos espejos, elegantes, con cuadros de danzarines famosos e inclusive dependiendo el presupuesto se podría adaptar luces bajas como el de un escenario.

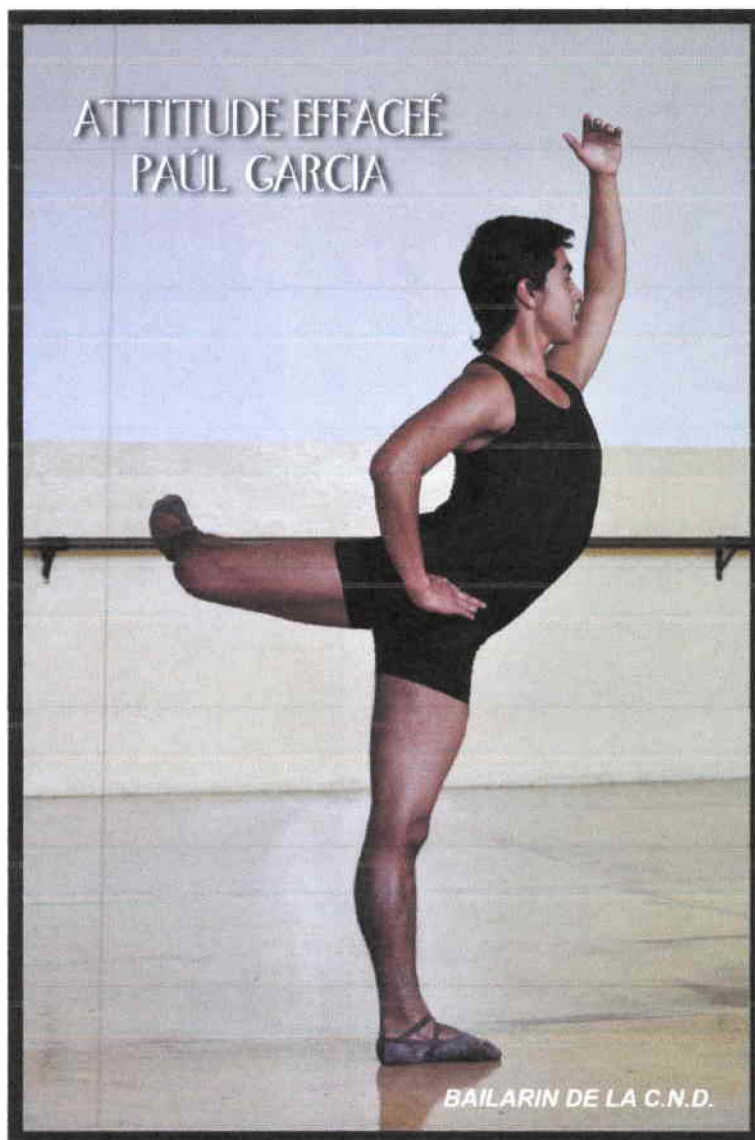
En el local debe sonar un género de música, en el vestidor uno diferente y en el baño otro porque a los bailarines les gusta mucho la música y hacer juicios de

esta. Por ejemplo: mientras en el vestidor está sonando un tango, en el baño se puede escuchar un blues y en el resto del local la canción del Lago de los Cisnes. Esto debe ser variado y alternado y se deben utilizar canciones que produzcan una mezcla de emociones en los bailarines.

Es indispensable que la mercadería exhibida, todo el tiempo se mantenga organizada y alumbrada por luces con colores atractivos para los danzantes. Parte de los productos deben ser expuestos en maniqués y cuando el cliente los vea sea como encontrarse con un bailarín despampanante. Asimismo sería favorable conservar una cantidad mínima de productos mostrados, pero a la vez de todos para captar mayor atención que si estuvieran amontonados porque es más cómodo elegir cuando hay menos cosas y además variadas.

En toda la tienda deben mostrarse cuadros que contengan: obras y danzantes reconocidos a nivel internacional, breve información de figuras ecuatorianas que han influenciado para la evolución de la danza, un bailarín que actualmente baile y sea reconocido en el medio y el título que indica el nombre de la posición en que se encuentre este y la manera correcta de escritura para describir esta pose, un código que únicamente conozcan los bailarines de salsa y una pequeña explicación de cómo hacerlo. A continuación se expone un ejemplo de la foto que podría ir enmarcada que exhibe un paso y su designación.

**FOTO # 54.3**  
**ATTITUDE EFFACEÉ**  
**PAUL GARCIA**



**Fuente:** Bailarín de la C.N.D. Quito – Ecuador

**Elaboración:** La autora

**Edición:** Isabel Coellar



Para que una estrategia de distribución tenga éxito es primordial que la página web tenga a disposición fotos de la tienda que indiquen sus vestidores, decoración y todo lo que sea de provecho para la gente que esté interesada en conocer el almacén antes de acercarse personalmente al mismo. En el caso de la que ya lo conoce cuando se encuentre navegando en su página les sea posible imaginarse que están en persona dentro de él, de igual manera en esta deben constar la dirección y teléfonos.

- **ESTRATEGIA DE PROMOCION**

Las estrategias planteadas a continuación se han basado en los hábitos de los bailarines considerando los lugares que visitan, su conducta y reacción en diferentes circunstancias.

- 1) Es preciso imprimir volantes, dípticos y trípticos donde se indica la misión, visión de la empresa, fotos del almacén, los productos en stock con su respectivo precio. Este tipo de publicidad se entregará en academias, escuelas, compañías y funciones protagonizadas por danzantes.
- 2) En lugares de distracción nocturnos como el Sesaribó y el Aguijón donde acuden gran porcentaje de bailarines se entregará publicidad con los datos de la nueva tienda, como teléfono, horario de atención, página web y ubicación.
- 3) Sería adecuado realizar convenios con María Luisa González, directora de la C.N.D. y Rubén Guarderas, director del B.E.C. para que en cada presentación realizada por estas instituciones de danza se mencione la marca de ropa, se entreguen volantes. Estas compañías para poner en escena sus coreografías y llegar al público nacional e internacional

cuentan con algunos auspicios que van impresos en la parte inferior de afiches y programas que anuncian sus funciones.

El número de presentaciones donde se imprime el auspicio de cada empresa depende de lo significativo de este. Si se creara una tienda de artículos de danza, esta debe realizar pequeños auspicios para que su logotipo sea impreso en la publicidad de estas compañías en una presentación. Conviene elegir la fecha para el acuerdo del auspicio según la importancia de la misma, un ejemplo es agosto, mes de las artes.

- 4) Los bailarines tendrían la ventaja de que en la página web podrían revisar toda la mercadería en stock de la tienda con anticipación de su visita y así pueden ahorrar tiempo.

Se recomienda que la página web tenga espacios para los siguientes vínculos:

- Todos los eventos de importancia de danza que se realizarán en cada mes del año en Quito
  - Fotos tomadas en cada presentación de danza realizada en Quito
  - Fragmentos de videos de obras coreografiadas en Ecuador
  - Información de escuelas de danza (números de teléfono y dirección)
  - Información de profesores, ensayistas y coreógrafos de ballet
  - Sugerencias de cualquier persona, no sólo clientes
  - Quejas de clientes
  - Fotos de los productos en stock
- 5) Corresponde realizar una publicidad especial para danzantes hombres para que se informen de la variedad que tendrán a disposición en la nueva tienda de ropa de danza.

- 6) En los primeros meses durante el transcurso de apertura sería conveniente por cada compra de cierto monto ó si la acumulación de facturas suman determinada cantidad en un mes obsequiar un accesorio para la cabeza tanto para hombre como para mujer. Ejemplo: pañuelo, cintillo, redes, invisibles, elásticos.
  
- 7) Es oportuno realizar convenio con las principales academias y escuelas de Quito como Fundación Danzarte, Giselle, Guadalupe Cháves, Dancing Mood, Tropical Dance y a los integrantes de estas otorgarles descuentos especiales en los productos, de acuerdo a su precio.

#### 4. CONCLUSIONES

- La danza se encuentra en evolución a nivel mundial y los medios de comunicación han influido de alguna forma en este logro e igualmente en los últimos años ha sido notorio el aumento de academias de baile en Quito, esta es una oportunidad para los negocios de accesorios de danza.
- El mercado potencial de la ciudad de Quito es de 4.601 bailarines dentro del cual el 97% son estudiantes y el 3% son danzantes profesionales.
- Los bailarines profesionales y de nivel pre-profesional se comportan y reaccionan ante determinada situación de diferente manera que los alumnos de academias en sus primeros niveles e intermedios, resultado del hábito en compras por su larga trayectoria en esta profesión y el conocimiento y experiencia de marcas por las giras que han realizado fuera de Ecuador.
- Las tiendas *Adagio*, *Capezio* y las costureras son los 3 actores competidores en el mercado de artículos para danza pero los consumidores aún no se encuentran satisfechos.
- La falta de promoción de la competencia ha desencadenado varias consecuencias que le ha afecta de manera perjudicial como:
  - El desconocimiento real de cómo varían de tienda a tienda los precios según los productos
  - La visita de sus clientes a la tienda es únicamente por motivos de fuerza mayor

- La ubicación, precios, horario de atención, organización y decoración del local son factores que influyen en los criterios de evaluación de los bailarines para elegir una tienda.
- La oferta actual de accesorios de danza para el género masculino es reducida en comparación a la que existe para las bailarinas.
- En algunos productos la demanda es escasa, resultado de la ausencia de variedad en modelos y colores y precios.
- Los proveedores para este tipo de vestuario deben contar con maquinaria de punta y mantenerse al día en todo lo referente a tecnología.
- Los niños también demandan este tipo de productos
- Los márgenes de rentabilidad en la comercialización de indumentaria para danza son elevados.
- Se pudo comprobar a través de la investigación que la hipótesis planteada es cierta "La oferta reducida de vestuario para bailarines, los elevados precios y los altos impuestos para su importación han generado un nicho de mercado explotable que hace posible su producción y comercialización local, y el desplazamiento de las importaciones de indumentaria para la danza".

## 5. RECOMENDACIONES

1. Realizar la promoción adecuada que permita informarse a los clientes de la calidad, variedad, precios, forma de pago de los productos de venta más aún cuando se decida efectuar cambios significativos en la reducción de precios con el propósito de recuperar sus clientes antiguos porque los danzantes no retornan a un establecimiento si el mismo no cumple sus expectativas en cuanto a variedad y precios.
2. Importar aquellos productos en los cuales cuyos costos de producción a nivel nacional sean muy elevados porque su fabricación local es muy compleja por la tecnología requerida y la dificultad para localizar, acceder e importar los insumos necesarios.
3. Aplicar diferentes estrategias de distribución y promoción para cada segmento de danzantes porque la preferencia en la forma de adquirir el producto varía de acuerdo al poder adquisitivo y tiempo del que disponga cada uno y considerando la elección que ha realizado cada bailarín se crearon las siguientes estrategias.
4. Realizar una investigación adicional para conocer a profundidad la conducta de aprendices de nivel intermedio y observar e indagar sobre los gustos y preferencias para llegar a ellos de mejor manera.
5. Atender al segmento de danzantes del género masculino no cubierto y ofrecerles variedad en modelos y colores de este tipo de indumentaria.
6. Tener presente los requerimientos de niños que conforman el mercado de bailarines.

## 6. BIBLIOGRAFIA

- Aduana del Ecuador (2004): Recaudaciones ADVALOREM – IVA – ICE de las Importaciones a Consumo Según Uso o Actividad Económica  
[http://www.aduana.gov.ec/contenido/Sig\\_cae/estadisticas/estadisticas.asp](http://www.aduana.gov.ec/contenido/Sig_cae/estadisticas/estadisticas.asp)  
Descargado 06/08/2010
- Alfaro, M. (2008): Investigación de Mercados y Conducta del Consumidor Tecnológico de Monterrey. México
- Benassini, M. (2009): Introducción a la Investigación de Mercados Pearson. México
- Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Núcleo de Loja (2009): Casa de la Cultura Ecuatoriana  
<http://loja.cce.org.ec/index.php?id=905>  
Descargado: 07/09/2010
- Clear Lead Inc: Ropa de la Danza – Dancewear  
<http://www.clearleadinc.com/spanish/bailar-ropa.html>  
Descargado 14/10/2009
- Dance.com Shop (2008): Dance Brand Shops  
<https://shop.dance.com/#/dance-shoe/3/>  
Descargado 26/06/2010
- Danza Ballet (2003): Manual para jóvenes bailarines - Pasos de ballet  
<http://www.danzaballet.com/modules.php?name=News&file=article&sid=104>  
Descargado 14/10/2009

Definición. de (2008): Definición de danza

(<http://definicion.de/danza/>)

Descargado: 14/07/2010

El Comercio (2010): Cinco historias de la danza. Ecuador. 04.06.2010

García Pelayo y Gross. (1991): pequeño Larousse ilustrado. Ediciones

Larousse. D.F., México

Mara, T. (1987): The Language of Ballet Princeton Book Company. Cleveland

and New York, Estados Unidos

Robinat, JR. (2004): La gestión y relación con los clientes Océano. Barcelona,

España

Stanton; Etzel; Walker (2002): Fundamentos de Marketing Mc Graw Hill. D.F.,

México



## 7. ANEXOS

- Anexo 1: Encuestas Ballet Nacional del Ecuador (B.N.E.) (Ver en DVD)
- Anexo 2: Encuestas a bailarines profesionales y estudiantes de la Compañía Nacional de Danza (C.N.D.) (Ver DVD)
- Anexo 3: Filtro para sesiones de grupos (Ver DVD)
- Anexo 4: Publicidad de algunas academias de danza  
(Ver en DVD: Evolución de la Danza)

### ANEXO 5

#### PROMEDIO DE ESTUDIANTES POR CADA ESTABLECIMIENTO DE DANZA

NOMBRE DE LA INSTITUCION	PROFESIONALES	ESTUDIANTES		PROMEDIO	TOTAL AÑO LECTIVO
		ENTRE			
C.N.D.	14				14
B.N.E.	80				80
CURSO DE CAPACITACION PERMANENTE DE LA C.N.D.		15	18	16,5	16,5
FUNDACION DANZARTE		80	120	100	100
ACADEMIA B.C.		26	26	26	26
METRODANZA		150	200	175	175
GISELLE		50	100	75	75
ENSAMBLE		30	30	30	30
HUMANIZARTE		15	30	22,5	22,5
MAESTRA ALINA DIAZ		10	20	15	15
DANCING MOOD	15	270	290	280	295
AKDMIA UNIVERSAL MUSIC		15	30	22,5	22,5
TROPICAL DANCE		300	500	400	400
ACADEMIA SHYRIS		30	70	50	50
PROARTE TUMBACO		150	150	150	150

## CONTINUACIÓN ANEXO 5

CONSERVATORIO FRANZ LISZT		15	30	22,5	22,5
PROARTE VILLAFLORA		150	250	200	200
ESCENA		50	100	75	75
X25		50	100	75	75
FOGO GROUP		50	100	75	75
YESHUA		50	100	75	75
X		40	40	40	40
PARTICULARES		514		514	514
INSTITUTO NACIONAL DE DANZA		50	100	75	75
INSTITUTO SUPERIOR DE DANZA		50	100	75	75
CONSERVATORIO GEORGE GERSHWIN		20	20	20	20
FRENTE DE DANZA INDEPENDIENTE PROF. Y EST.		15	20	17,5	17,5
FUTURO SI		20		20	20
HOWARD GARDNER		17	50	33,5	33,5
ACADEMIA SYLVIA GARCIA (SALSA Y MERENGUE)		50	100	75	75
ACADEMIA NEW DANCE		50	100	75	75
CINNAMON		50	100	75	75
LATIN DANCE CENTER		60	100	80	80
TRIBAL DANCE		50	100	75	75
BAILARINES INDEPENDIENTES		100	100	100	100
ESTUDIO NACIONAL DE BAILE		100	100	100	100
GUADALUPE CHAVES VALLE		150		150	150
GUADALUPE CHAVES JIPIJAPA		80	80	80	80
GUADALUPE CHAVES SAN CARLOS		80	80	80	80
GUADALUPE CHAVES VILLAFLORA		80	80	80	80
GRUPO CUERVOS COMPAÑÍA	15	0		0	15
GRUPO CUERVOS ESCUELA		30	90	60	60
TOTAL ESTUDIANTES Y PROF.	124			3710	3834
TOTAL + 20%	147			4454	767
TOTAL DE BAILARINES					4601

Fuente: Entrevistas, focus groups, encuestas realizados a integrantes de la C.N.D., B.N.E. y Dancing Mood. Quito – Ecuador

Elaborado por: La Autora

#### **ANEXO 6**

**El Dr. Víctor Cevallos Vásquez, Secretario General de la Superintendencia de Compañías aportó a la investigación con la información que se adjunta a continuación para complementar algunas referencias de las compañías, escuelas y academias de danza que se encuentran inscritas.**



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
REGISTRO DE SOCIEDADES  
DATOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA

NOMBRE:	DANCINGMOOD ESTUDIO DE BAILE CIA. LTDA.				
EXPEDIENTE:	164147	FECHA CONSTITUCIÓN:	04/12/2009	NACIONALIDAD:	ECUADOR
RUC:	1792230217001	PLAZO SOCIAL:	04/12/2109	TIPO CIA.:	RESPONSABILIDAD LIMITADA
OFICINA:	QUITO	SITUACIÓN LEGAL:	ACTIVA		

DIRECCIÓN LEGAL:

PROVINCIA:	PICHINCHA	CANTÓN:	QUITO	CIUDAD:	QUITO
------------	-----------	---------	-------	---------	-------

DIRECCIÓN POSTAL:

PROVINCIA:	PICHINCHA	CANTÓN:	QUITO	CIUDAD:	QUITO
CALLE:	AV. 6 DE DICIEMBRE	NÚMERO:	5247		
INTERSECCIÓN:	EL TELEGRAFO	PISO:			
EDIFICIO:		BARRIO:	BATAN ALTO		
TELÉFONO:	2263983	FAX:			
APARTADO POSTAL:		E-MAIL:			

ACTIVIDAD ECONÓMICA:

CIU V. 3:	O9219.0.01				
OBJETO SOCIAL:	UNO) Academia de baile, escuela de danza, la cual impartirá clases de baile de todo género de música; grupales y personales, etc.				

CAPITAL A LA FECHA:

CAPITAL SUSCRITO (USD \$):	400,0000	CAPITAL AUTORIZADO (USD \$):	0,0000	VALOR x ACCIÓN (USD \$):	1,0000
----------------------------	----------	------------------------------	--------	--------------------------	--------

ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA:

IDENTIFICACION	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	FEC. NOMB.	PCR	FEC REG. MERC.	NO. REG. MERC.	ART.	RL/ADM.	DOCUMENTOS
0801723065	PADILLA VACA DANNY XAVIER	ECUADOR	GERENTE GENERAL	07/12/2009	2	07/12/2009	13881	14	RL	Imagen
1715061279	TELLO TOUMA SANTIAGO SEBASTIAN	ECUADOR	PRESIDENTE	07/12/2009	2	07/12/2009	13880	12	A	Imagen

FECHA DE EMISIÓN: 31/08/2010 8:51:30

Ing. Amparo Fernández  
Delegada del Secretario General

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

Usuario: amparof

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
REGISTRO DE SOCIEDADES  
DATOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA

NOMBRE:	DANZAS JAZZ PRODUCCIONES S.A. DANZASJAZZ				
EXPEDIENTE:	132198	FECHA CONSTITUCIÓN:	27/08/2008	NACIONALIDAD:	ECUADOR
RUC:	0992583762001	PLAZO SOCIAL:	27/08/2058	TIPO CIA.:	ANÓNIMA
OFICINA:	GUAYAQUIL	SITUACIÓN LEGAL:	ACTIVA		

DIRECCIÓN LEGAL:

PROVINCIA:	GUAYAS	CANTÓN:	GUAYAQUIL	CIUDAD:	GUAYAQUIL
------------	--------	---------	-----------	---------	-----------

DIRECCIÓN POSTAL:

PROVINCIA:	GUAYAS	CANTÓN:	GUAYAQUIL	CIUDAD:	GUAYAQUIL
CALLE:	GUILLERMO PAREJA ROLANDO	NÚMERO:	8-9		
INTERSECCIÓN:	MANZANA 902	PISO:			
EDIFICIO:	EXPOCOLOR	BARRIO:	CDLA LA ALBORADA		
TELÉFONO:	042889973	FAX:			
APARTADO POSTAL:		E-MAIL:			

ACTIVIDAD ECONÓMICA:

CIUU V. 3:	K7411.0.02
OBJETO SOCIAL:	TERCERA. - OBJETO SOCIAL - LA COMPAÑÍA TENDRA POR OBJETO DEDICARSE A: UNO) SERVICIOS DE ASESORIA INTEGRAL POR CUENTA PROPIA O AJENA, O ASOCIADA A TERCEROS EN LOS CAMPOS JURIDICO, .....

CAPITAL A LA FECHA:

CAPITAL SUSCRITO (USD \$):	800,0000	CAPITAL AUTORIZADO (USD \$):	1.600,0000	VALOR x ACCIÓN (USD \$):	1,0000
----------------------------	----------	------------------------------	------------	--------------------------	--------

ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA:

IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	FECHA NOMB.	PLR.	FECHA REG. MERC.	NO. REG. MERC.	ART.	RI/ADM.	DOCUMENTOS
0904937141	SALEM MACIAS JOSE MIGUEL DOMINGO	ECUADOR	GERENTE GENERAL	01/09/2008	5	10/09/2008	19471	10	RL	Imagen

*Amparo Fernández*

FECHA DE EMISIÓN: 31/08/2010 8:26:46

Ing. Amparo Fernández  
Delegada del Secretario General

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

Usuario: amparof

este contrato los señores: RAMON PATRICIO YEPEZ LOPEZ, mayor de edad, soltero, de nacionalidad ecuatoriana; JOSE MIGUEL DOMINGO SALEM MACIAS, mayor de edad, soltero, de nacionalidad ecuatoriana. Ambos por sus propios derechos.

SEGUNDA: DENOMINACIÓN.- Constituyese en el cantón Guayaquil, la compañía que se denominará DANZAS JAZZ PRODUCCIONES S.A. DANZASJAZZ, la misma que se regirá por las leyes del Ecuador, el presente estatuto y los reglamentos que se expidiere.-

TERCERA: OBJETO SOCIAL.-La Compañía tendrá por objeto dedicarse a: uno) Servicios de asesoría integral por cuenta propia o ajena, o asociada a terceros en los campos jurídico, económico, inmobiliario, financiero, empresarial y para proyectos; dos) Recuperación de cartera judicial y extrajudicialmente; tres) Importación, distribución, comercialización, instalación, montaje, mantenimiento de equipos de amplificación, sonorización, iluminación general y escénica, para teatros, cines, locales abiertos o cerrados, diseño de proyectos, asesoría en el diseño de proyectos, capacitación o cualesquier otra actividad relacionada con el montaje y equipamiento de locales destinados a actividades teatrales, musicales, culturales, auditorios y afines; cuatro) La representación de empresas o firmas comerciales, agropecuarias, industriales, aéreas, nacionales,



publicidad, marketing, relaciones públicas, investigación de mercadeo en el área pública; seis) La promoción, explotación y producción de toda clase de eventos artísticos nacionales e internacionales, todo género de espectáculos públicos, ya sean teatrales, cinematográficos, de televisión y de cuanta manifestación artística contribuya a la elevación de la cultura en general y exposición de cualquier producto industrial; siete) Se dedicará a la educación en todo su nivel con excepción de la superior. Está facultado a manejar academias de teatro, danzas, coreografías, etc. ; ocho) Impresión, encuadernación, grabado y cualquier otro proceso industrial necesario para la edición, por cuenta propia o de terceros, de libros, textos, revistas, publicaciones, cuadernos, folletos, prospectos y en general de publicaciones de carácter literario, científico, pedagógico, religioso, informativo o de divulgación cultural; nueve) Podrá organizar espectáculos artísticos en todas sus distintas facetas. CUARTA: PLAZO.- El plazo por el cual se constituye la sociedad es de CINCUENTA AÑOS (50) que se contarán a partir de la fecha de inscripción de esta escritura en el Registro Mercantil del Cantón Guayaquil. QUINTA: DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía

---

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
REGISTRO DE SOCIEDADES  
DATOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA

NOMBRE:	GRUPO DE DANZA FOLKLORICA VANESSA ALEXANDRA S.A. VANEALEXA									
EXPEDIENTE:	98865	FECHA CONSTITUCIÓN:	08/09/1999	NACIONALIDAD:	ECUADOR					
RUC:	0991519645001	PLAZO SOCIAL:	08/09/2049	TIPO CIA.:	ANÓNIMA					
OFICINA:	GUAYAQUIL	SITUACIÓN LEGAL:	DISOLUC. LIQUIDAC. OFICIO INSC. EN RM							
DIRECCIÓN LEGAL:										
PROVINCIA:	GUAYAS	CANTÓN:	GUAYAQUIL	CIUDAD:	GUAYAQUIL					
DIRECCIÓN POSTAL:										
PROVINCIA:	GUAYAS	CANTÓN:	GUAYAQUIL	CIUDAD:	GUAYAQUIL					
CALLE:	LA K	NÚMERO:	00							
INTERSECCIÓN:	E-LA 44 Y LA 45	PISO:								
EDIFICIO:	BARRIO:									
TELÉFONO:	FAX:									
APARTADO POSTAL:	E-MAIL:									
ACTIVIDAD ECONÓMICA:										
CIU V. 3:	O9214.0.00									
OBJETO SOCIAL:	ART 2 La compañía tendrá por objeto dedicarse principalmente a la representación promoción y comercialización de espectáculos artísticos culturales tales como danzas folklóricas marimba etcétera, se podrá dedicar también a la administración compra venta funcionamiento y alquiler de instrumentos etc etc									
CAPITAL A LA FECHA:										
CAPITAL SUSCRITO (USD \$):	200,0000	CAPITAL AUTORIZADO (USD \$):	0,0000	VALOR x ACCIÓN (USD \$):	0,0000					
ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA:										
IDENTIFICACION	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	FECHA NOMB.	PER.	FECHA REG. MERC.	NO. REG. MERC.	ACT.	RL/ADM.	DOCUMENTOS
0911185163	ALVARADO PALACIOS LUIS ARMANDO	ECUADOR	PRESIDENTE	22/10/1999	5	25/10/1999	18131		RL	Imagen
0912606761	BUILA CASTRO LUIS GUSTAVO	ECUADOR	GERENTE GENERAL	22/10/1999	5	25/10/1999	18132		RL	Imagen

*Amparo Fernández*

FECHA DE EMISIÓN: 31/08/2010 8:25:25

Ing. Amparo Fernández  
Delegada del Secretario General

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

Usuario: amparof



REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
REGISTRO DE SOCIEDADES  
DATOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA

NOMBRE:	GIMNASIO Y ACADEMIA DE DANZA AERORITMO C LTDA									
EXPEDIENTE:	16537	FECHA CONSTITUCIÓN:	20/12/1984	NACIONALIDAD:	ECUADOR					
RUC:	1790677060001	PLAZO SOCIAL:	20/12/2014	TIPO CIA.:	RESPONSABILIDAD LIMITADA					
OFICINA:	QUITO	SITUACIÓN LEGAL:	CANCELACION DE LA INSCRIPCION							
<b>DIRECCIÓN LEGAL:</b>										
PROVINCIA:	PICHINCHA	CANTÓN:	QUITO	CIUDAD:	QUITO					
<b>DIRECCIÓN POSTAL:</b>										
PROVINCIA:	PICHINCHA	CANTÓN:	QUITO	CIUDAD:	QUITO					
CALLE:	CCNU LOCAL S 39	NÚMERO:								
INTERSECCIÓN:		PISO:								
EDIFICIO:		BARRIO:								
TELÉFONO:	000000	FAX:	000000							
APARTADO POSTAL:		E-MAIL:								
<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA:</b>										
CIU V. 3:	M8010.0.01									
OBJETO SOCIAL:										
<b>CAPITAL A LA FECHA:</b>										
CAPITAL SUSCRITO (USD \$):	4,0000	CAPITAL AUTORIZADO (USD \$):	0,0000	VALOR x ACCIÓN (USD \$):	0,0000					
<b>ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA:</b>										
IDENTIFICACION	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	FEC. NOMB.	PER.	FEC. REG. MERC.	NO. REG. MERC.	ART.	RI. ADM.	DOCUMENTOS

*Amparo Fernández*

FECHA DE EMISIÓN: 31/08/2010 8:22:14

Ing. Amparo Fernández  
Delegada del Secretario General

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

Usuario: amparof

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
REGISTRO DE SOCIEDADES  
DATOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA

NOMBRE:	ESCUELA NACIONAL DE BAILE ECUABAILE CIA. LTDA.									
EXPEDIENTE:	2440	FECHA CONSTITUCIÓN:	24/02/2010	NACIONALIDAD:	ECUADOR					
RUC:	1792238056001	PLAZO SOCIAL:	24/02/2060	TIPO CIA.:	RESPONSABILIDAD LIMITADA					
OFICINA:	QUITO	SITUACIÓN LEGAL:	ACTIVA							
<b>DIRECCIÓN LEGAL:</b>										
PROVINCIA:	PICHINCHA	CANTÓN:	QUITO	CIUDAD:	QUITO					
<b>DIRECCIÓN POSTAL:</b>										
PROVINCIA:	PICHINCHA	CANTÓN:	QUITO	CIUDAD:	QUITO					
CALLE:	JOSE DE VILLALENGUA	NÚMERO:	LT.545							
INTERSECCIÓN:	AV. AMERICA	PISO:								
EDIFICIO:		BARRIO:	GRANDA CENTENO							
TELÉFONO:	2551765	FAX:								
APARTADO POSTAL:		E-MAIL:								
<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA:</b>										
CIU V. 3:	O9219.0.01									
OBJETO SOCIAL:	UNO) Academia de baile, escuela de danza, impartir clases de baile de todo género de música; DOS) La importación, compraventa, comercialización, logística, abastecimiento, arriendo y manejo de software, etc.									
<b>CAPITAL A LA FECHA:</b>										
CAPITAL SUSCRITO (USD \$):	400,0000	CAPITAL AUTORIZADO (USD \$):	0,0000	VALOR x ACCIÓN (USD \$):	1,0000					
<b>ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA:</b>										
IDENTIFICACION	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	F.C. NOMB.	PER.	F.C. REG. MERC.	NO. REG. MERC.	ART.	RL ADM.	DOCUMENTOS
1130668496	OSORIO HINCAPIE HUGO ALEJANDRO	COLOMBIA	GERENTE GENERAL	25/02/2010	3	01/03/2010	2198	8	RL	<a href="#">Imagen</a>
1714855382	SERRANO QUEZADA CHRISTIAN ROLANDO	ECUADOR	PRESIDENTE	25/02/2010	3	01/03/2010	2197	8	A	<a href="#">Imagen</a>

*Amparo Fernández*

FECHA DE EMISIÓN: 31/08/2010 8:51:49

Ing. Amparo Fernández  
Delegada del Secretario General

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

Usuario: amparof

RESULTADO DE LA BUSQUEDA DE DENOMINACIONES

	EXPEDIENTE	DENOMINACION	ESTADO
542	<u>FIESTA FOUNTAIN SODA SA</u>	CANCELADA	
6945	<u>FIESTA RESTAURANT RESFIESTA CIA. LTDA.</u>	CANCELADA	
12803	<u>LA CASA DE LA FIESTA COMPANIA ANONIMA</u>	CANCELADA	
22975	<u>RESIDENCIAS Y MOTELES LA FIESTA CIA LTDA</u>	CONSTITUIDA	
25068	<u>ELECTRONICA FIESTA C LTDA</u>	CONSTITUIDA	
28113	<u>HOTEL FIESTA CONTINENTAL FISCONTI CIA.LTDA.</u>	CONSTITUIDA	
36069	<u>CORPORACION MUSICAL ARTISTICA Y PUBLICITARIA FIESTA S.A. COMUFISA</u>	CONSTITUIDA	
40969	<u>PROMOTORA 100 PRE FIESTA CA</u>	CONSTITUIDA	
52546	<u>AVIAFISTRA AGENCIA DE VIAJES FIESTA TRAVEL CIA. LTDA.</u>	CONSTITUIDA	
85882	<u>FIESTA GAMING ECUADOR, FIESTOUR S.A.</u>	CANCELADA	
106674	<u>IMPORTADORA PLANETA FIESTA PLANTFIEST CIA. LTDA.</u>	CONSTITUIDA	
111509	<u>TODO PARA SU FIESTA S.A. FIESTASA</u>	CONSTITUIDA	
154108	<u>FIESTA LATINA FIESLATIN CIA. LTDA.</u>	CONSTITUIDA	
36485	<u>COMPAÑIA MUSICAL ARTISTICA Y PUBLICITARIA FIESTA S.A. COMUFISA</u>	CONSTITUIDA	
5100	<u>TURISMO Y FIESTAS SA TYFSA SA</u>	CONSTITUIDA	
44903	<u>MARISCOS FIESTAS DEL MAR (MARFISMAR) S.A</u>	CANCELADA	
50425	<u>FERNANDAJESSICA SERV DE ALQUILER DE VAJILLAS PARA RECEP Y FIESTAS SOCEN SU CL</u>	CONSTITUIDA	
71213	<u>FIESTAS Y EVENTOS FREDDY'S ALVAREZ S.A.</u>	CANCELADA	
7310512	<u>CHIQUIMAX FIESTAS S.A.</u>	RATIFICADA	
134887	<u>ECUATORIANA DE FIESTAS S.A. ECUAFIESTAS</u>	CONSTITUIDA	
39641	<u>FANTASY FIESTAS CIA. LTDA. FAFIEST</u>	CONSTITUIDA	

CERRAR VENTANA

den_ruc	den_nombre	pro_nombre	ciu_nombre	cia_telefono	per_nombre	ciu3
1792238056001	ESCUELA NACIONAL DE BAILE ECUABAILE CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2551765	OSORIO HINCAPIE HUGO ALEJANDRO	09219.0.01
0990118183001	ESPECTACULOS Y CINES SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	640520	MAZON FIGLIOLE FRANKLIN JAVIER	09214.0.00
1792238234001	ADRIAN Y MARIO PRODUCCIONES MUSICALES CIA. LTDA.	PICHINCHA	CAYAMBE	2364690	BERMEO CURAY BYRON MANUEL	09214.0.00
	RUMBEARTE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2883571	RUMBEA CAVEZAS PAULA CRISTINA	09219.0.01
1792243157001	DAMIANA LEVY DANCE STUDIO CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2264552	LEVY DOTTI DAMIANA	09219.0.01
0990355967001	DIVERSIONES Y DISCOTECAS DIVERDISCO C LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2684264	CHIRIBOGA MARTINEZ ANDRES JUAN	09219.0.01
0991450688001	T.P.A.M. CIA. LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2885031	CASTILLA FASSIO MANUEL XAVIER	09214.0.00
0991450688001	T.P.A.M. CIA. LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2885031	ANDRADE VARGAS JORGE FERNANDO	09214.0.00
1792246776001	LINEECUADOR PRODUCCIONES Y EVENTOS S.A.	PICHINCHA	QUITO	3239065	ESTRELLA MEZA ANDREA ELVIRA	09214.0.00
1391773501001	LOMAPRODUCCION S.A.	MANABI	MANTA	087490393	MERA SANTOS GABRIEL FERNANDO	09214.0.00
1391745141001	ALBEKOZA CIA. LTDA.	MANABI	PORTOVIEJO	2652143	ALVAREZ PALMA GLADIS NARCISA	09214.0.00
0691710033001	AMERICAN SHOWS, AMERICANSHOWS S.A.	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	032942287	SILVA RAMOS NILMA MARLENE	09214.0.00
0791721156001	KAHLUADOS S.A.	EL ORO	MACHALA	2963379	SANABRIA RUCAVADO SERGIO ALBERTO	09219.0.01
0990682542001	VISALTUR SA	GUAYAS	MILAGRO	710222	VITERI MOSQUERA JULIO DEMETRIO	09219.0.01
1791059875001	PRORULOPA SESERIBO CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2563598	RUBIANO PROAÑO SEBASTIAN	09219.0.01
1791286537001	ESPECTARPRODUCCIONES CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2248449	ROMAN JARRIN JULIO OSWALDO	09214.0.00
1791286537001	ESPECTARPRODUCCIONES CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2248449	LOPEZ ESPINOZA FAUSTO EDUARDO	09214.0.00
0991364390001	MOMENTOS DISCO MOMENDISC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	527037	LANDETA FLORES FRANCISCO GUILLERMO	09219.0.01
0991364390001	MOMENTOS DISCO MOMENDISC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	527037	LANDETTA FLORES MARCO VINICIO	09219.0.01
1791434579001	TOPSHOWS CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2549112	DEL ALCAZAR PONCE CHRISTIAN	09214.0.00
1791812646001	EVENTS & SERVICES E&S CIA. LTDA.	PICHINCHA	SANGOLQUÍ	2870849	GUERRA CEVALLOS SEBASTIAN JOSE	09214.0.00
1791830067001	CABEZAHUECA PRODUCCIONES CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2444927	DAVALOS ESPINOSA ISABEL	09214.0.00
1391744404001	IMASPROYECT S.A.	MANABI	PORTOVIEJO	052932365	TOLA BODNIZA VIRGINA ISABEL	09214.0.00
1891726801001	SPORTGAMES CIA. LTDA.	TUNGURAHUA	AMBATO	2520733	LOPEZ SEVILLA DIEGO FERNANDO	09214.0.00
0791737923001	NISHABAR S.A.	EL ORO	MACHALA	2932148	SERRANO RIZZO FAUSTO ERICK	09219.0.01
0992223294001	ORPIE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2300948	PROAÑO HIDALGO VICENTE RICARDO	09219.0.01
0992246286001	CISION S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	042889035	RUIZ SANCHEZ EDUARDO MANUEL	09219.0.01
0992308427001	FONTAINE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2296126	FONTAINE VELASCO CHANTAL FRANGOISE	09214.0.00
0992308427001	FONTAINE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2296126	GONZALEZ ITURRIA RICARDO MODESTO	09214.0.00
0992336242001	MADGRU S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2287511	MADINYA VILLAGOMEZ ELOY VICENTE	09214.0.00
0992336242001	MADGRU S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2287511	MADINYA VILLAGOMEZ ALEX VICENTE	09214.0.00
0992341300001	BEMALNE S.A. "BMN CORP"	GUAYAS	GUAYAQUIL	2455703	NEIRA FLORES ANDRES	09214.0.00
0992383607001	CORPORATION SHOW S.A. COESPECTASA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2206538	BAQUERIZO CARRION JOSE JOSE	09214.0.00
0992383607001	CORPORATION SHOW S.A. COESPECTASA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2206538	BAQUERIZO CARRION ROSSANA MARIA	09214.0.00
0992395494001	BURO DE SERVICIOS ZAN 37 S.A. BURZANSA	GUAYAS	GUAYAQUIL		MIRANDA ANDRADE DARIO XAVIER	09214.0.00
0992395494001	BURO DE SERVICIOS ZAN 37 S.A. BURZANSA	GUAYAS	GUAYAQUIL		ESTEVEZ SOTOMAYOR DIANA LEONOR	09214.0.00
0992395516001	KALEIDOS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL		DALMAU YEPEZ JAVIER IGNACIO	09214.0.00
0992395516001	KALEIDOS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL		UGALDE CEDEÑO DANIEL ALBERTO	09214.0.00
0992449411001	IRONWOOD TRADING S.A.	PICHINCHA	QUITO	2234046	OTALORA JIMENEZ DIVA SORAYA	09214.0.00
0992449705001	DINNERPARTY S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2353141	BLOMBERG YONCONG CAROLINA JENNY	09214.0.00

1792231795001	ENCEBELUS PRODUCCIONES C. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	23239021	BOH SERAFINI ENRIQUE	09214.0.00
1792230217001	DANCINGMOOD ESTUDIO DE BAILE CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2263983	PADILLA VACA DANNY XAVIER	09219.0.01
1792229987001	ACTION MANAGEMENT PRODUCCIONES CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	3230463	CUESTA BUCHELI ANDRES RICARDO	09214.0.00
1792236266001	EVENTOSFARAPA CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	098388779	GARCIA LOPEZ FRANCISCO ANDRES	09219.0.01
	EVENTS&ARTS CIA. LTDA.	AZUAY	TURI	2815734	URGILES ENCALADA KARINA MERCEDES	09214.0.00
0190357562001	SENA & SULLIVAN CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA		SENA MICHAEL ANDREW	09219.0.01
0190359948001	JAJ EVENTOS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2831548	CARVALLO CORDOVA JUAN MARTIN	09219.0.01
	PROMOFEST CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2228541	QUEVEDO ALVAREZ ANDRES	09214.0.00

O9214	ACTIVIDADES TEATRALES, MUSICALES Y OTRAS ACTIVIDADES ARTISTICAS.	O9214			5
O9214.0	ACTIVIDADES TEATRALES Y MUSICALES.	O9214.0			7
O9214.0.00	Actividades de producción de conciertos, óperas, espectáculos de danza y obras de teatro, servicios artísticos de cantantes, bandas y orquestas.	O9214.00			10
O9214.0.01	Servicios prestados por artistas, autores, actrices, músicos, escultores, pintores, conferencistas, disertantes, etc., a título individual	O9214.01			10
O9214.0.09	Otras actividades artísticas conexas: agencias de venta de boletos de: teatro, salas de concierto, etc.; diseño y manejo de escenografía, montaje y manejo de equipo de iluminación y sonido, telones de fondo, etc.	O9214.09			10
O9219	OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N.C.P.	O9219			5
O9219.0	OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N.C.P.	O9219.0			7
O9219.0.00	Actividades de parques de diversión y centros similares, espectáculos circenses y de títeres, espectáculos de rodeo.	O9219.00			10
O9219.0.01	Actividades de salas de baile, discotecas e instructores de danza .	O9219.01			10

## ANEXO 7

Este artículo de prensa contiene algunos conceptos de danza originados del pensamiento de 5 bailarines profesionales y fueron utilizados en el primer capítulo con el fin de explicar mejor el significado de danza.

# EL COMERCIO

com

## Cultura



### Cinco historias de la danza



De izquierda a derecha: Omar Aguirre, Lorena Delgado, Sebastián Salvador, Yulia Endara y Emilia Benítez EL COMERCIO

Tiempo de lectura: 5'35" | No. de palabras: 839

Tamaño de Letra: A AA

Redacción Cultura

[cultura@elcomercio.com](mailto:cultura@elcomercio.com)

escena | viernes 04/06/2010

Bajo la dirección de la maestra María Luisa González, con la labor coreográfica del cubano Jorge Alcolea y el talento de 14 bailarines, la Compañía Nacional de Danza (CND) cumplirá 34 años.

Para la celebración el elenco prepara tres funciones en el Teatro Bolívar (ver puntuales).

Desde diferentes orígenes y por diferentes caminos, las historias de sus integrantes se reúnen sobre las tablas, donde cada uno de ellos vive con la ilusión de expresarse a través del cuerpo y del movimiento.

Cinco de ellos, por un momento interrumpen sus ensayos, para hablar de su pasión...

#### **Omar Aguirre, 43 años**

“De peladito, en Guayaquil me gustaba hacer títeres, gestos, bailar salsa y cumbia. Me metí en grupos de teatro, ese fue mi primer contacto con la escena, pero era muy tieso. Entonces entré en Sarao para trabajar el teatro corporal, en un año terminé bailando.

Al principio me llamaba la atención la TV, la fama, pero luego la mente se me abrió y comprendí que el arte va más allá de lo superficial. Hace 5 años audicioné para la CND y pude ser parte del elenco; aquí nos sacamos la madre.



### Las funciones por el aniversario

- La temporada se inicia el miércoles 9, con 'La condición', una creación de Jorge Alcolea. La función será a las 20:00, en el Teatro Bolívar.
- La segunda pieza es 'la consagración de la primavera', sobre la composición musical de Igor Stravinsky. El viernes 25, a las 20:00.
- El 23 de julio, también a las 20:00 se presentarán 'Las lunas de Lorca', de Isabel Bustos, y un el estreno de 'Poéticas del cuerpo'.
- El costo de las entradas es de USD 4, por cada función, o un abono de USD 10, para las tres. Se las puede adquirir en las oficinas de la CND.

La maestra María Luisa es un amor, tiene apertura para los bailarines y Jorge (Alcolea) es un ser creativo. Veo lo contemporáneo como una ruptura de esquemas. Vivo en Quito, a ratos extraño mi ciudad, me gustaría hacer actividad escénica allá, pero es más difícil".

### Lorena Delgado, 25 años

"A los 9 años empecé a bailar en el Conservatorio de Cuenca, con la Sra. Osmara de León. Estuve en el Mississippi Metropolitan Ballet, de EE.UU., por un años; luego estudié con el Ballet Nacional de Cuba. Me vine a Quito a probar suerte. Trabajé 5 años en el BEC y hace año y medio se me abrió la oportunidad de bailar en la CND.

La danza es mi forma de vida, es un lenguaje más abierto y honesto: con el cuerpo, lo que uno siente no se puede mentir. La CND me ha permitido interiorizar en los personajes, darle una intención al baile; es un elenco sólido, constante, maduro, con una propuesta por mostrar.

Me gusta crear coreografías y la enseñanza. Estoy casada con Oscar Santana (también bailarín de la CND), hemos llegado a un equilibrio: nuestra vida social, en pareja se desarrolla en el mismo círculo de artistas”.

**Yulia Endara, 32 años**

“La danza es el camino para entender la vida. Llegué a ella desde chiquita, mi madre me puso en clases de ballet (mis padres eran matemáticos, pero por eso mismo anhelaban el arte), de adolescente las abandoné, hasta que comprendí su importancia y las retome, ahora bailo profesionalmente.

En este camino me ha acompañado mi hermana menor, Yolí, y nos hemos reencontrado como amigas, más que hermanas de sangre, lo somos de espíritu. Este es mi quinto año en la CND. Ha sido una experiencia hermosa, porque es la gran universidad de danza, que no existe aquí.

Sin embargo, llega un momento en que una institución, por más bella que sea, llega a molestar, te das cuenta de que el arte no puede ser rutina, sino algo tuyo. Lo que quiero hacer es danza de entretenimiento: los filósofos por un lado y el arte para los artistas”.

**Sebastián Salvador, 28 años**

“Empecé a bailar a los 18 años, había visto unos videos de ‘break dance’ y me pareció ‘wow’, me flechó. Ingresé en el Frente de Danza Independiente, hice gimnasia, capoeira, siempre me ha gustado bailar, mover el cuerpo.

Desde el 2007 estoy en la CND, me ha parecido súper enriquecedor, es exigente en cuanto al detalle y la limpieza del movimiento, a la técnica. Luego vinieron las presentaciones y me puse nervioso, es estresante hasta que sientes que has hecho las cosas bien y el público lo aprecia.

Nunca pensé que me iba a dedicar a esto, pero la danza me atrapó y aquí estoy. Me han dicho que tengo condiciones, que me expreso con mi cuerpo, pero aún me falta, podría ser más exigente conmigo mismo, que la danza sea mi comer, mi dormir. Estoy casado con una bailarina y he pensado que mi hijo Gaspar siga nuestros pasos; me gustaría”.

#### **Emilia Benítez, 30 años**

“Concibo la danza como un manejar energías, transmutar tu cuerpo en un fluir, cuando bailas tratas de encontrarte a ti mismo, te miras de piel para adentro. Mi historia con la danza empezó a los 10 años, cuando me aburría después de la escuela, decidí ir al Ballet Ecuatoriano de Cámara.

El ballet clásico lo estude por 8 años con el maestro chileno Felipe González. Entré al CND a los 17 años, pero luego me fui al Ballet de Santiago en Chile. Allí percibí el ballet clásico como un infierno competitivo y lleno de jerarquías. Finalmente entré en la Universidad de Chile con una formación académica más amplia, obtuve mi Licenciatura en Danza, estuve en el Ballet Nacional de Chile y luego regresé a la CND.

Aquí me he podido quitar un montón de bloqueos personales, superar baches. Estoy casada y tengo un niño”.

**ANEXO 8  
PREFERENCIA DE TIENDAS POR LAS BAILARINAS**

	<b>NO CONOCE</b>	<b>ADAGIO</b>	<b>CAPEZIO</b>	<b>COSTURERA</b>
<b>JULIA</b>		1		
<b>SATYA</b>		1		
<b>FATIMA</b>		1		
<b>LORENA</b>				
<b>ELENA 27 B</b>		1		
<b>GABRIELA</b>		1		1
<b>ELI</b>		1		1
<b>GERALDINE</b>				
<b>MARGARITA</b>				1
<b>ZONIA</b>		1		
<b>ANABEL</b>				
<b>ALICIA</b>				
<b>KARINA</b>			1	1
<b>VANESA</b>		1		
<b>25-20BALLET</b>	1			
<b>5-34TODO</b>		1		1
<b>2- 34DANZMODERNA</b>		1		1
<b>3-29BALLET</b>				1
<b>4-33BALLET</b>		1		1
<b>6-23BALLET</b>		1		1
<b>7-22BALLET</b>		1		
<b>8-18BEC</b>		1		1
<b>9-18BYCONT</b>		1		1

26 Y 16		1		1
29		1		1
27				1
28		1		
ANDREA		1		1
DIANA 23Y23		1		
10 Y 25			1	1
ANDY Y 20		1		
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>16</b>

Fuente: Entrevistas, focus groups, encuestas realizados a integrantes de la C.N.D., B.N.E. y Dancing Mood. Quito – Ecuador

Elaborado por: La Autora

#### ANEXO 9 PREFERENCIA DE TIENDAS POR LOS BAILARINES

	NO CONOCE	ADAGIO	CAPEZIO	COSTURERA
EDDY			1	1
PAUL			1	1
FERNANDO				1
31-27 BALLET		1	1	
14- 28BALLET	1			1
15-21TODO			1	1
17-33TODO				1
12- 25BALLET				1
13-20BEC			1	1
16-19BEC			1	1
21-45BEC		1	1	
DAVID GRIJALVA 22	1			
JAIRO RODRIGUEZ Y 20			1	
JOSE			1	1
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

Fuente: Entrevistas, focus groups, encuestas realizados a integrantes de la C.N.D., B.N.E. y Dancing Mood. Quito – Ecuador

Elaborado por: La Autora

**ANEXO 10**  
**PREFERENCIA EN LA FORMA DE COMPRA**

	<b>AL TRABAJO</b>	<b>A LA TIENDA</b>	<b>POR CATALOGO</b>	<b>POR INTERNET</b>
<b>EDDY</b>		1		
<b>SATYA</b>	1			
<b>FATIMA</b>	1			
<b>LORENA</b>		1		
<b>PAUL</b>	1		1	
<b>FERNANDO</b>	1		1	
<b>GABRIELA</b>	1		1	1
<b>ELI 32 y 23</b>	1			
<b>MARGARITA</b>		1		
<b>ZONIA</b>		1		
<b>DAVID GRIJALVA</b>		1		
<b>JAIRO RODRIGUEZ</b>		1		
<b>KARINA</b>		1		1
<b>ANDY SEGARRA</b>		1		
<b>25</b>		1	1	
<b>31</b>	1	1	1	
<b>14</b>	1		1	1
<b>15</b>			1	
<b>5</b>	1			
<b>11</b>	1	1	1	
<b>17</b>	1	1	1	
<b>12</b>				
<b>13</b>	1	1	1	1

<b>16</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	
<b>21</b>	<b>1</b>		<b>1</b>	
<b>2</b>		<b>1</b>		
<b>3</b>	<b>1</b>		<b>1</b>	<b>1</b>
<b>4</b>	<b>1</b>		<b>1</b>	
<b>6</b>	<b>1</b>		<b>1</b>	<b>1</b>
<b>7</b>		<b>1</b>		
<b>8</b>	<b>1</b>			<b>1</b>
<b>9</b>	<b>1</b>			
<b>26</b>	<b>1</b>			
<b>29</b>		<b>1</b>		
<b>27</b>		<b>1</b>		
<b>28</b>		<b>1</b>		
<b>ANDREA</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		
<b>DIANA</b>		<b>1</b>		
<b>10</b>	<b>1</b>			
<b>JOSE</b>		<b>1</b>		
<b>ELENA 27 B</b>		<b>1</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>7</b>

**Fuente:** Entrevistas, focus groups, encuestas realizados a integrantes de la C.N.D., B.N.E. y Dancing Mood. Quito – Ecuador

**Elaborado por:** La Autora

**ANEXO 13**  
**ANALISIS DE COSTOS Y PRECIOS**

		COSTOS		PRECIOS		
		LOCALES	CAPEZIO	COSTURERAS	ADAGIO	CAPEZIO
<b>TRUSA</b>		8,22	26,44	16,5	28,5	62,5
<b>FALDA</b>		5,45	18,36	10	28	23
<b>MALLA ENTERIZA LARGA</b>		11,62	31,5	30	NO HAY EN STOCK	60
<b>MALLA ENTERIZA CORTA</b>		6,96	22,5	25	NO HAY EN STOCK	NO HAY EN STOCK
<b>PROMEDIO UTILIDAD</b>						
<b>GANANCIA COMPETENCIA</b>				<b>MAGEN DE UTILIDAD</b>		
COSTURERAS	ADAGIO	CAPEZIO	%	COSTURERAS	ADAGIO	CAPEZIO
8,28	20,28	36,06	100%	101%	247%	136%
4,55	22,55	4,64	100%	83%	414%	25%
18,38		28,5	100%	158%		90%
18,04			100%	259%		
12,31	21,42	23,07		<b>150%</b>	<b>330%</b>	<b>84%</b>
		PRECIOS ESPERADOS		MU ESPERADO		
<b>TRUSA</b>		17	23	107%	180%	
<b>FALDA</b>		10	13	83%	139%	
<b>MALLA ENTERIZA LARGA</b>		24	30	107%	158%	
<b>MALLA ENTERIZA CORTA</b>		16	17	130%	144%	

**Fuente:** Entrevistas, focus groups, encuestas realizados a integrantes de la C.N.D., B.N.E., Dancind Mood, Quito - Ecuador

**Elaborado por:** La Autora



## ANEXO 14

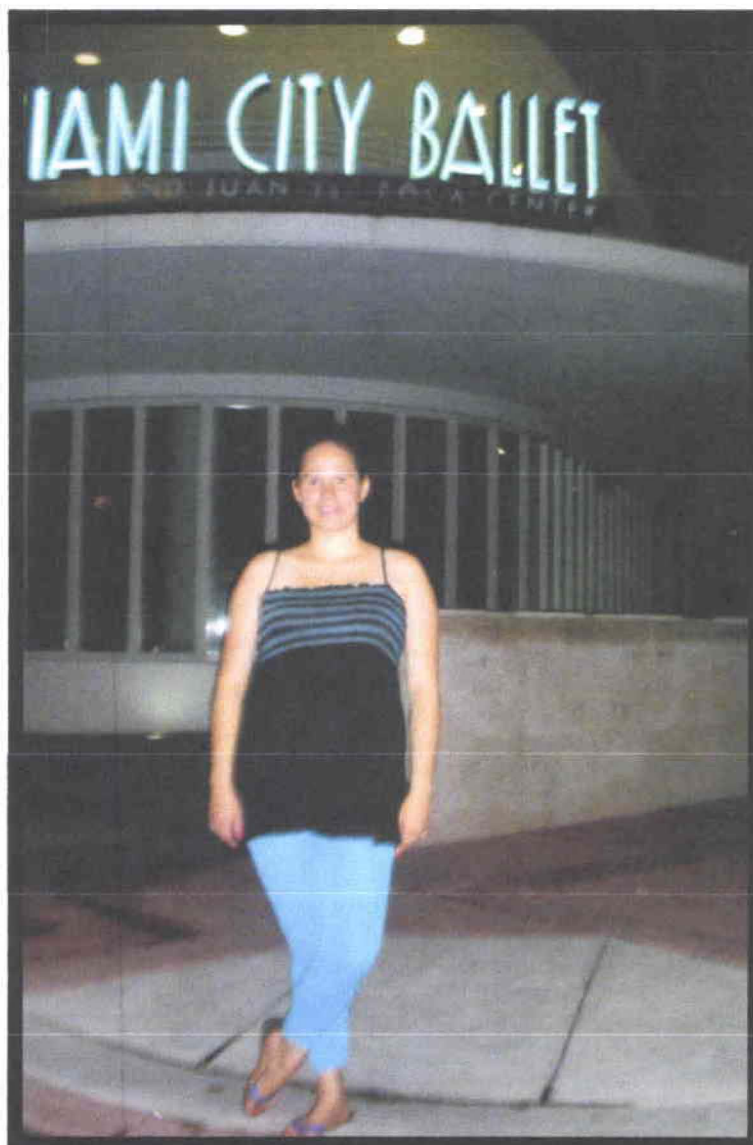
Las siguientes fotos fueron tomadas durante el proceso de investigación en lugares y con personas reconocidas en el mundo de la danza.

### COREOGRAFO FRANCES (VISITA A ECUADOR)



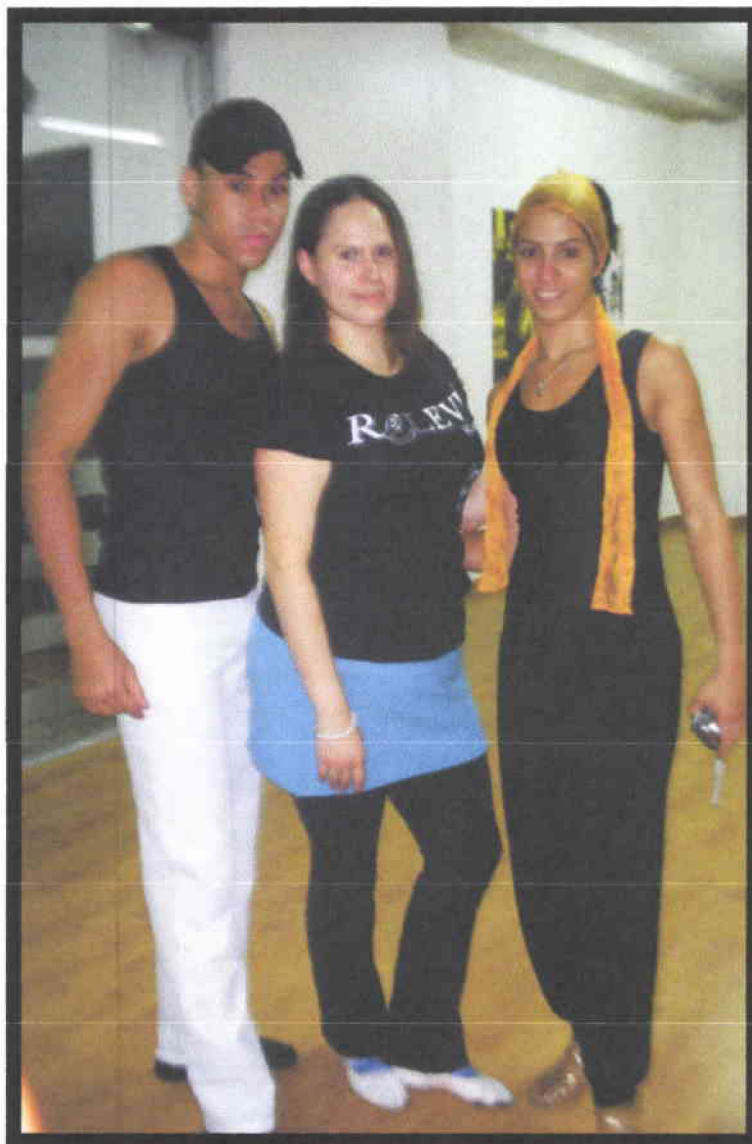
**Fuente:** Seminario de contemporáneo en la C.N.D., Quito – Ecuador

**Elaborado por:** La Autora

**MIAMI CITY BALLET**

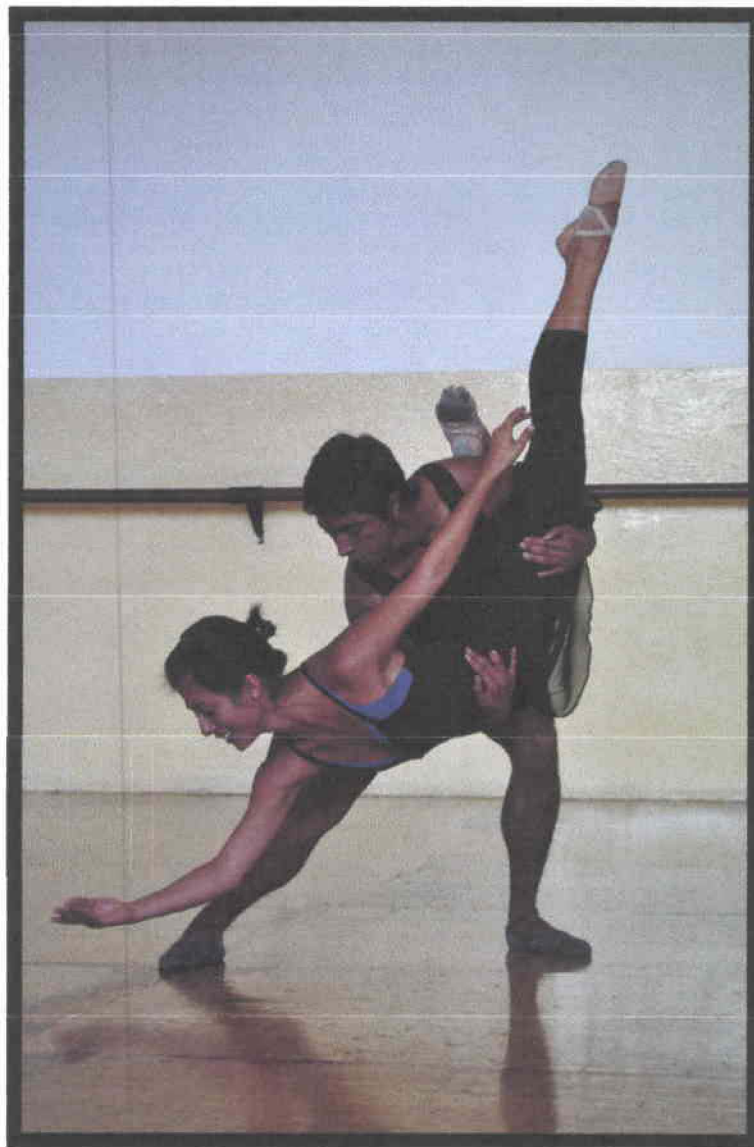
**Fuente:** Visita al Miami City Ballet, Miami, FL – E.E.U.U.

**Elaborado por:** Fabián Escúntar M.

**CAMPEONES MUNDIALES DE SALSA**

**Fuente:** Dancing Mood, Quito – Ecuador

**Elaborado por:** Anónimo

**BAILARINES DE LA COMPAÑÍA NACIONAL DE DANZA**

**Fuente:** Clase de la C.N.D. Quito – Ecuador  
**Elaborado por:** Ricardo Mojica

**FÁTIMA BASSANTE**



**Fuente:** Entrevista a Satya Paspuel y Fátima Bassante, Quito – Ecuador

**Elaborado por:** La Autora