



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto Integrador previo a la Obtención del Título de Ingeniera en
Procesos y Diseño de Modas

TEMA:

“Diseño de accesorios con motivos étnicos nacionales para la optimización de remanentes en la industria del Denim de la empresa Dextex y la curtiduría “Camacho” Dirigido a mujeres de 25 a 30 años de la ciudad de Ambato”.

Autora: Granja Velasco, Sasha Penelope

Tutor: Ing. Paredes Morales, María Cristina

Ambato-Ecuador

Septiembre - 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“Diseño de accesorios con motivos étnicos nacionales para la optimización de remanentes en la industria del Denim de la empresa Dextex y la curtiduría “Camacho” Dirigido a mujeres de 25 a 30 años de la ciudad de Ambato”. Del alumno Granja Velasco Sasha Penelope, Egresada de la Carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Septiembre 2017.

TUTORA



Dis. María Cristina Paredes Morales

C.I: 1804067039

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador, “Diseño de accesorios con motivos étnicos nacionales para la optimización de remanentes en la industria del Denim de la empresa Dextex y la curtiduría “Camacho” Dirigido a mujeres de 25 a 30 años de la ciudad de Ambato”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Septiembre 2017.

LA AUTORA



.....
Sasha Penelope Granja Velasco

C.I. 0202319802

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Septiembre 2017.

LA AUTORA



Sasha Penelope Granja Velasco

C.I. 0202319802

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación sobre el tema, “Diseño de accesorios con motivos étnicos nacionales para la optimización de remanentes en la industria del Denim de la empresa Dextex y la curtiduría “Camacho” Dirigido a mujeres de 25 a 30 años de la ciudad de Ambato”, presentado por la Srta. Granja Velasco Sasha Penelope, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Septiembre 2017

Para constancia firma

.....

Presidente Nombre:

C.I:

.....

Miembro del Tribunal

Nombre:

C.I:

.....

Miembro del Tribunal

Nombre:

C.I:

DEDICATORIA

El presente proyecto va dedicado a mis padres que fueron el motor fundamental en todo el trayecto de mi carrera, a mi hermano Alejandro por siempre brindarme su apoyo incondicional, y sobre todo a nuestro Dios todo poderoso que con su misericordia y amor me acompañado en el desarrollo del proyecto gracias a todos por brindarme su amor y comprensión.

AGRADECIMIENTO

Una gratitud formidable a la Universidad Técnica de Ambato y en especial a la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes la cual formo mis conocimientos y hoy me está permitiendo alcanzar mi sueño profesional.

Además, mi grato agradecimiento a mi tutora Dra. Cristina paredes docente de la facultad que con su profesionalismo me guio y oriento para poder realizar la presente investigación.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
INDICE DE TABLAS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Tema	2
1.2. Antecedentes (estado de arte)	2
1.3. Justificación	5
1.4. Objetivos	7
1.4.1 Objetivo general	7
1.4.2 Objetivos específicos	7

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL.....	8
2.1.1. Remanente.....	8
2.1.2 Tipos de remanentes.....	9
2.1.3 Tipos de desechos.....	12
2.1.4 Industria del Denim.....	14
2.2 Marca referente.....	34
2.2.1 Visionario.....	35

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACION DE MERCADO

3.1. Análisis Externo.....	38
3.1.1. Análisis Pest.....	38
3.1.1.1. Entorno económico.....	38
3.1.1.2. Entorno Legal.....	40
3.1.1.3. Entorno social/cultural.....	42
3.1.1.4. Entorno tecnológico.....	44
3.1.2. Tendencias de consumo.....	46
3.1.3. Segmentación del mercado potencial.....	46
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.....	48
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.....	48
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....	49
3.2. Análisis interno.....	50
3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles.....	50
3.2.2. Análisis FODA.....	50
3.2.2.1. Debilidades.....	50

3.2.2.2. Amenazas	50
3.2.2.3. Fortalezas	50
3.2.2.4. Oportunidades	51
3.2.2.5. Cuadro resumen del análisis FODA.....	51

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo.....	52
4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista	52
4.2. Elección de la muestra	54
4.3. Técnicas de estudio	55
4.3.1. Cuantitativas.....	55
4.4. Elaboración e interpretación de los datos.....	56
4.5. Conclusiones	71
4.6. Marketing Mix: Producto, precio, promoción, plaza y personas.	71
4.6.1. Producto	71
4.6.2. Promoción	72
4.6.3. Plaza	73

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1 Control de calidad.....	75
5.2 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto	75
5.3. Requerimientos de mano de obra.....	76
5.4 Seguridad industrial y medio ambiente.....	76

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del producto o servicio.....	78
6.1.1. Brains toming.....	78
6.2. Perfil del cliente.....	79
6.2.1 Moodboard del perfil del cliente.....	80
6.3 Identidad de marca.....	81
6.4 Uso de la marca.....	81
6.5 Análisis de color de la propuesta.....	82
6.6 Análisis de color de la propuesta.....	89
6.6.1 Paleta de color de la propuesta.....	89
6.6.2 Paleta de color de la propuesta.....	90
6.7. Tendencia: Macro y/o Micro Tendencia.....	90
6.7.1 Microtendencia.....	92
6.8 Concepto de la propuesta.....	93
6.9 Elementos del diseño.....	94
6.9.1 Siluetas.....	94
6.9.2 Proportion y line.....	96
6.9.3 Función.....	96
6.9.4 Detalles.....	96
6.9.5 Estilo.....	97
6.10. Materiales e insumos.....	98
6.11 Sketch o bocetos.....	100
6.12 Fichas técnicas de producción.....	112
6.13 Photo book.....	124
6.14 Costos de producción.....	128
6.14.1 Costos fijos.....	128

6.15 Costos variables	130
-----------------------------	-----

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones	137
------------------------	-----

7.2 Recomendaciones.....	138
--------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	139
--------------------	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Remanente en el proceso de corte en el Denim.....	8
Gráfico N° 2: Trama y urdimbre del Denim	16
Gráfico N° 3: 2x1 Derecha, 2x1 Izquierda	16
Gráfico N° 4: 3x1 Derecha, 3x1 Izquierda.	16
Gráfico N° 5: 2x1 Derecha, 2x1 Izquierda.	17
Gráfico N° 6: Etapas de impacto ambiental de la industria del Denim	23
Gráfico N° 7: Máquinas que causan desperdicios al momento de su confección.....	25
Gráfico N° 8: Etapa de procesos de Lavandería	26
Gráfico N° 9: Partes de una piel.....	29
Gráfico N° 10: Fases del proceso de curtido de la Curtiembre Camacho.....	33
Gráfico N° 11: Loewe	35
Gráfico N° 12: 4 MK	36
Gráfico N° 13: Productos Michael Kors	37
Gráfico N° 14: Productos.....	49
Gráfico N° 16: Pregunta 2.....	57
Gráfico N° 17: Estilo de vida.....	58
Gráfico N° 18: Aspiraciones	59
Gráfico N° 19: Que valora en un producto	60
Gráfico N° 20: Cuando adquiere un bolso	61
Gráfico N° 21: imagen que trasmite	62
Gráfico N° 22: concepto con el que se identifica.....	63
Gráfico N° 23: Material del empaque	64
Gráfico N° 24: Atributos.....	65
Gráfico N° 25: tamaño de bolso.....	66
Gráfico N° 26: Cargaderas	67
Gráfico N° 27: Beneficios.....	68
Gráfico N° 28: Frecuencia de compra.....	69
Gráfico N° 29: Costo.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Tipos de remanentes.....	11
Tabla N° 2: Diferencias entre desecho, remanente, residuo y desperdicio.....	14
Tabla N° 3: Prendas básicas inferiores y prendas superiores.....	21
Tabla N° 4: Desarrollo de la base textil.....	21
Tabla N° 5: Cadena de valor.....	22
Tabla N° 6: Producción trimestral de la Empresa DEXTEX.....	24
Tabla N° 7 : Análisis FODA.....	51
Tabla N° 8: Cuadro población.....	54
Tabla N° 9: Descripción de la Fórmula.....	54
Tabla N° 10: Cuánto percibe de ingresos mensualmente?.....	56
Tabla N° 11: ¿Considera que un bolso es un accesorio indispensable de la mujer actual?.....	57
Tabla N° 12: ¿Con que estilo de vida se identifica?.....	58
Tabla N° 13: ¿Que aspiraciones sociales tiene?.....	59
Tabla N° 14: ¿Que valora usted cuando adquiere un producto?.....	60
Tabla N° 15: ¿Cuándo adquieres un bolso porque lo haces?.....	61
Tabla N° 16: ¿Qué imagen le gustaría tener al usar un bolso determinado?.....	62
Tabla N° 17: ¿Si la marca le ofrece un accesorio, desarrollado con remanentes, cuál sería el concepto que usted identifica a esta clase de producto?.....	63
Tabla N° 18: ¿Con que material le gustaría que sea desarrollado el empaque de este producto?.....	64
Tabla N° 19: ¿Que atributos le gustaría que tenga el producto?.....	65
Tabla N° 20: ¿Qué tamaño de bolso le gustaría?.....	66
Tabla N° 21: ¿Qué tipo de cargaderas le gustaría que tenga el bolso?.....	67
Tabla N° 22: ¿Qué beneficios busca usted en un bolso?.....	68
Tabla N° 23: ¿Con que frecuencia usted compra un bolso?.....	69
Tabla N° 24: ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un bolso elaborado con remanentes de la industria del jean y de las curtiembres?.....	70
Tabla N° 25: Abstracción de collares Saraguros.....	84

RESUMEN EJECUTIVO

La contaminación ambiental que producen las industrias del jean y curtiembres a pesar de generar residuos, desechos, desperdicios y remanentes, la zona local no cuenta con una propuesta en donde el empleo de remanentes tanto de las curtiembres como de la industria del jean sean una propiedad, es aquí donde las industrias se enfocan más para producir y generar ganancias, eso se debe a la falta de información de cómo producir un producto sostenible. Esta situación, hace que las industrias dejen de lado el desarrollo de nuevos productos.

Bajo estos antecedentes, el propósito del estudio es generar propuestas de diseño en una línea de los accesorios, por medio de la optimización de los remanentes de las industrias del denim DETEX y la curtiembre CAMACHO, como empresas referentes del sector. Para ello se realizó un recorrido bibliográfico en cuanto a teorías que sustenten la investigación, así como se realizó un análisis, según la edad y el género, sobre los principales requerimientos de las mujeres con respecto a la estética del bolso. Además, se efectuó un estudio de tipo cuantitativo ya que se determina el porcentaje de remanentes que existen en las industrias y así poder contabilizar la pérdida económica trimestral existente para establecer estrategias, mediante la reutilización de remanentes para la creación de nuevos productos.

La buena interacción de toda la información recopilada permitió la adopción de una nueva estrategia para la reutilización de remanentes de estas industrias, en la que se evidencia la mayor contaminación ambiental y aplicarlos en un accesorio “el bolso” que constituye como el de mayor demanda por las mujeres, tomando como base los verdaderos perfiles de consumidor que hoy se identifica.

PALABRAS CLAVE: INDUSTRIA DEL VESTIDO / DISEÑO EN CUERO / CADENA DE VALOR / RECICLEJE - REMANENTES TEXTILES

ABSTRACT

The environmental contamination produced by the jean and tannery industries, despite the fact generate waste, wastes, waste and remmants, the local area does not have a proposal where the use of remmants from both tanneries and the jean industry is one Priority is here where industries are more focused on producing and generating profits, this is due to the lack of information on how to produce a sustainable product. This situation, makes the industries leave aside the development of new products.

Under this background, the purpose of the study is to generate design proposals in a line of accessories, by means of the optimization of the remmants of the DETEX denim and CAMACHO tannery industries, as sector companies. To do this, a bibliographic tour was carried out on theories that support the research, as well as an analysis, according to age and gender, on the main requirement of women with regard to the aesthetic of the bag. In addition, a quantitative study was carried out, as it will determine the percentage of remmants that exist in the industries and thus be able to account for the existing quarterly economic loss to establish strategies, by reusing the remainder for the creation of new products.

The good interaction of all the information gathered allowed the adoption of a new strategy for the reuse remmants of the industries, which shows the greater environmental contamination and to apply them in an accessory “the bag” that constitutes the one of greater demand for women, based on the true profiles of consumers that are identified today.

KEYWORDS: DRESS INDUSTRY / LEATHER DESIGN / VALUE CHAIN / RECYCLING - REMAINING TEXTILES

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo proyecto integrador se desarrolló con la finalidad detectar en la cadena de valor cuales son los procesos que más contaminan el medio ambiente.

Capítulo I, explica los antecedentes ante la problemática de la contaminación ambiental que surgen de las industrias del jean y curtiembres, a través de este estudio concluir con los objetivos.

Capítulo II, recolectar información de investigaciones previas o similares, escogiendo el enfoque que sea el mejor a la investigación, utilizando sustentación legal y de la misma forma el teórico y así se plantearan la hipótesis de cada variable.

Capítulo III, establece la metodología escogida para la realización de la investigación, las técnicas e instrumentos que se necesitaran para continuar con el proyecto investigativo.

Capítulo IV, procesamiento de la información obtenido sobre la realización de las encuestas elaboradas a las encuestadas, análisis e interpretación de datos a través de tablas y de gráficos, que proporcionan un resultado importante para la investigación.

Capítulo V, Establecimiento de las conclusiones que se obtienen de los objetivos planteados y de la misma manera se establece las recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Tema

“Diseño de accesorios para la optimización de los remanentes de la industria del Denim DETEX y la curtiembre CAMACHO para mujeres de 25 a 30 años en la provincia de Tungurahua”.

1.2. Antecedentes (estado de arte)

El diseño sostenible es una nueva tendencia que está marcando un hito importante tanto en accesorios como en indumentaria, donde los diseñadores realizan nuevos productos con los desperdicios de las empresas, o también llamado como “Ecofashion” que consiste en utilizar los retazos de los cortes de producciones que se dedican a realizar indumentaria, para ejecutar nuevas aplicaciones en productos de diseño sostenible, en cuanto a empresas la Visión 2050 del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador, define una hoja de ruta hacia la sostenibilidad de aquí hacia el año 2050, esta hoja de ruta muestra los retos y las opciones disponibles que nos permite incidir para que las empresas implementen sus estrategias con responsabilidad ambiental y social a nivel nacional para un mundo sostenible, ya que la contaminación ambiental a nivel país sigue creciendo y a la par los sistemas de producción de energía, las industrias y el transporte los cuales son los causantes mayoritarios de la contaminación. Este proviene de diversas fuentes como son las industrias con un 5%. (Alison, 2014)

Muchas ciudades del país conviven junto a fábricas y otras industrias que emanan gases nocivos. Esta cercanía ha ocurrido debido al incumplimiento de leyes que prohíben a las industrias su instalación próxima a los centros poblados,

y al crecimiento de las ciudades lo cual trae como resultado que los sitios antes periféricos hoy estén en medio de la ciudades, como se menciona en la Convención de Viena para la protección de la capa de Ozono, su finalidad es adoptar medidas para proteger la salud humana y el medio ambiente contra los efectos adversos que puedan resultar de las actividades humanas y que modifiquen o puedan modificar la capa de ozono. (Cordova, 2012)

Cabe recalcar que el Ecuador tiene grandes riquezas por su diversidad natural y cultural, la misma que permite al ser humano crear moda sostenible libre de contaminación ambiental, y de esta manera generar conciencia en las nuevas generaciones para que puedan amar y respetar la vida con visión positiva, sin causar daño a la madre naturaleza ya que es el pulmón del ecosistema.

A nivel provincia, la moda sostenible avanza paulatinamente puesto que existe poco conocimiento de esta nueva tendencia; muchos no tienen la cultura de reciclar o reutilizar desperdicios para nuevos productos sostenibles, alrededor de 100 toneladas diarias de basura se arrojan a los ríos, quebradas y canales de riego en Tungurahua. El problema es grave, si se considera que unas 17 mil hectáreas de la provincia están contaminadas por desechos provocando a la ciudadanía enfermedades digestivas, pulmonares, de la piel, leucemia y hasta el cáncer, con una alta incidencia de casos.

Según López R, (2016) indica que

El Río Cutuchi, que viene de la provincia de Cotopaxi, llega a suelo tungurahense con agua contaminada de desechos industriales. Sin embargo, en algunas empresas de la zona como es la empresa “Ralomtex” y sus propietarios Ramiro López y Lourdes Arévalo hacen lo posible por reutilizar los desperdicios que causa la producción de pantys, que es un 15 % de desperdicio por corte. Es por esta razón que la empresa reutiliza los remanentes para nuevos productos sostenibles. (pág. 1)

“La empresa Leonar que se dedica a ropa interior masculina ha empezado por adoptar la modalidad de reciclar y usar los desperdicios de las telas para realizar nuevos diseños y lanzarlos a la venta” (Arebaló L, 2016, pág. 1).

Así también como distintas culturas indígenas y artesanos han buscado nuevas formas de reutilizar los desperdicios como cuero, telas y más dando así un

ejemplo de una vida libre de contaminación al medio ambiente. Se espera que en la Provincia se dé a conocer nuevas alternativas de moda sostenible en las personas puesto que permita reducir la contaminación ambiental en el entorno y por otra parte generar nuevas formas de empleo a la ciudadanía, es por esta razón que la Cámara de Industrias de Tungurahua se maneja el criterio de una “gestión ambiental rentable”, donde se busca mejorar los procesos, reduciendo al máximo los niveles de consumo de energía, agua y químicos. Optimizando la materia prima, lo que significa una reducción de recursos económicos y menos impacto ambiental mediante sistemas de reciclaje a todo nivel. (Manosalvas, 2005)

En el río Ambato, corren grandes cantidades de residuos industriales y desechos domésticos, debido al avance de la población en zonas de expansión urbana y nuevas textileras de la zona; en la parroquia de Quisapincha del cantón Ambato, aproximadamente cuenta con 12.400 habitantes, de los cuales 70% se dedica a la confección de prendas de vestir y otros artículos de cuero, la mayoría son artesanos y no cuentan con procesos sostenibles para la realización de estos productos, como es el caso de la empresa “ Nito” con su propietario Juan Hernández que por más de 10 años se dedica a la producción manufacturera en cuero, manifestó: no se tiene un porcentaje exacto de desperdicios pero cuando realiza calzado es donde mayormente se desperdicia la materia prima, y es de allí donde confecciona monederos para regalar a los clientes que adquieren sus productos y así evitar el desperdicio de recursos. (Fernando, 2005)

En este proyecto se ha tomado en cuenta a estas industrias porque son las que más contaminan el medio ambiente, las curtiembres especialmente por el método utilizado, los tambores de curtición alcanzan elevadas temperaturas por lo que los químicos que se agregan previamente se propagan en el aire a manera de vapor. (Chávez A, 2010, pág. 41)

Esta producción causa problemas de salud que se acarrean con la contaminación del agua, pues la comunidad asegura que existen estragos desde hace medio siglo, la empresa “Fare West” que se encuentra en el Barrio El Tambo, centro principal de comercio de jeans, su propietario Sebastián Carrasco manifiesta regalar los remanentes junto con los desperdicios que quedan al momento del corte para que segundas personas realicen colchones o muchas veces lo botan al basurero puesto que esta empresa desconoce cómo realizar nuevas aplicaciones en productos de

diseño sustentable y así evitar la contaminación y generar más ingresos a la empresa. (Industria que Contamina, 2006)

1.3. Justificación

Las necesidades de los empresarios de no desperdiciar remanentes parten a posibilidades que facultan la innovación o aplicación de nuevos productos, para lo cual se ha planteado este proyecto dirigido a empresarios dedicados a la confección, los mismos que quieren minimizar los desperdicios y optimizar al máximo los remanentes para generar nuevas fuentes de ingreso, creando así confianza y seguridad a las empresas de que estos tendrán un nuevo uso.

En la industria del Denim desde hace más de cinco décadas, uno de los sectores industriales más importantes de Tungurahua es Pelileo. La actividad representa alrededor del 37% de la producción nacional y crece entre el 2 y 3% anualmente, esta producción causa problemas de salud que se acarrean con la contaminación del agua, pues la comunidad asegura que existen estragos desde hace medio siglo de contaminación.

Tomando en cuenta todo lo mencionado se desarrollará la aplicación de diseño sostenible, el cual se fundamenta en el desarrollo de procesos tanto de obtención de materia prima, transformación y comercialización de un producto que disminuyan el impacto ambiental, a través de la optimización de los remanentes de estas dos industrias.

La zona local no cuenta con una propuesta en donde el empleo de remanentes tanto de las curtiembres como de la industria del jean sea una prioridad, siendo un nicho de mercado no explotado. Esto da como oportunidad abrir y expandir este sector productivo con nuevos desarrollos e innovaciones para las empresas que buscan optimizar al máximo los remanentes que generan. Por lo que se ha tomado a las empresas Dextex (empresa manufacturera en Denim) y la curtiembre Camacho, como proveedores de la materia prima (remanentes) para el presente proyecto.

Con el propósito de sumar en cada propuesta valor añadido con la utilización de restos de materiales que resultan de los procesos de corte, en caso de la industria del Denim, y las bandas de cuero con características de calidad deficientes. Certificando así un producto nacional único aportando al país dentro del ámbito productivo y económico. Además, la implementación de motivos étnicos nacionales (cultura Zarguro) en la colgante, permitirá proyectar elementos locales y a la vez promocionar como un producto ecuatoriano.

Como menciona Manzini E, (2015) en su publicación:

La humanidad se encuentra en una gran transición, un proceso de cambio que le permita entender los límites del planeta, lo que obliga a que toda la estructura social se encuentre conectada. A partir de esto, es posible definir al diseño como algo que se fundamenta en la cultura que une lo local con lo global (localismo cosmopolita). (pág. 2)

Esta propuesta cuenta con dos tipos de beneficiarios uno de ellos son los empresarios, de donde se obtendrán la materia prima y datos significativos con respecto al porcentaje de los remanentes que se generan en cada una de las empresas mencionadas. Esta unión de la investigación, la innovación y a través de procesos sostenibles, dará como resultado un alto valor agregado, y una diversificación de productos en el mercado, como respuesta al objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir.

También se beneficiará a los consumidores finales ya que se les proporcionará un producto con identidad en materia prima e insumos acompañados por una gama de colores, formas y estructuras, logrando con esto la exclusividad y distinción del diseño, obteniendo un producto irreplicable en el mercado dando a los consumidores una característica única al momento de usarlos.

La matriz productiva del Ecuador menciona en el Plan Nacional del Buen Vivir en el Objetivo 10 (2013/2017) garantizar la soberanía nacional en la producción y consumo internos, y salir de dependencia primario ex/portadora, además la constitución establece la construcción de un sistema justo, democrático, productivo solidario y sostenible. (Art 276), en el que los elementos de transformación productiva se orienten a incentivar la producción nacional (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, pág. 1).

Bajo este contexto, las estrategias que permitan optimizar al máximo los recursos materiales, deben responder a un contexto ambiental, social, económico y político,

para que puedan sostenerse en el tiempo como proyectos que aporten al desarrollo y transformación de la matriz productiva. Frente a esta necesidad, se plantea desarrollar una marca de accesorios (bolsos) con un enfoque innovador y trascendental, por lo cual el producto poseerá en su estructura física, los materiales que dejan de ser útiles para las empresas mencionadas.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar accesorios para la optimización de los remanentes de las industrias del Denim DETEX y la curtiembre CAMACHO.

1.4.2 Objetivos específicos

- Indagar en los procesos que implican la cadena de valor de la industria del Denim y la curtiembre.
- Identificar los procesos donde se generan remanentes en la industria del Denim y la curtiembre que pueden ser usados en la propuesta.
- Plantear una estrategia de innovación sostenible para la optimización de remanentes.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

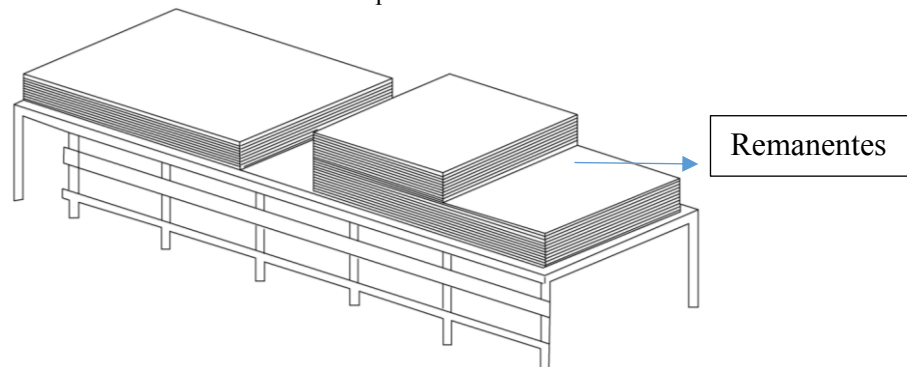
2.1. MARCO REFERENCIAL

2.1.1. Remanente.

El sobrante o excedente que queda de una materia prima o textil en forma de retaso, esto proviene por el mal aprovechamiento muchas veces depende del tipo de prenda que se va a cortar en producción y como consecuencia final quedan remanentes que en la mayoría de los casos son reutilizados ya que son de textiles que aún pueden seguir cumpliendo una nueva función. (Chevignon D, 2013, pág. 108)

En el caso de la industria del Denim el remanente es el sobrante del total de metros que abarca una curva de corte, el primer paso a realizar es tender tela sobre tela hasta cumplir con el número de tendidas que se requiere en la curva así como se indica en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 1: Remanente en el proceso de corte en el Denim



Fuente: (Chevignon, 2013, pág. 108)

2.1.2 Tipos de remanentes.

a) Remantes de origen sintético

Es aquel material que se considera como desecho, y que no es biodegradable, es decir, que naturalmente no puede degradarse, lo inorgánico no tiene origen biológico, es industrializado o fabricado mediante algún proceso de manera artificial, como los plásticos, las telas o el vidrio. (Tecnica & CIT, 2007)

Es un elemento químico que no aparece de forma natural en la Tierra, y sólo puede ser creado artificialmente. Se obtiene mediante síntesis química y reproduce o imita las propiedades y la composición de un producto natural. Proviene de diversos productos derivados del petróleo, así los sintéticos son enteramente químicos: tanto la síntesis de la materia prima como la fabricación de la hebra o filamento son producto del ser humano. Con la aparición y desarrollo de las fibras sintéticas la industria textil ha conseguido hilos que satisfacen la demanda que plantean las nuevas técnicas de tejeduría y los consumidores. (CIT, 2007)

- **Tiempos de Degradación.**

Tarda entre 100 a 200 años en descomponerse, por lo que está considerado el sintético como un material de descomposición muy lenta y a largo plazo, aunque tarda aún más si eso está enterrado bajo tierra ya que su tiempo de degradación aumenta, es por ello que es importante reciclar, de modo que le demos un nuevo uso (Chevignon D, 2013).

- **Contaminación.**

Contaminan en un índice elevado ya que la mayoría están hechos con petróleo los cuales son altamente contaminantes y tienen propiedades tóxicas y cancerígenas, una molécula de CFC(clorofluorocarbonos), HCFC (hidroclorofluorocarbonos) destruye alrededor de 100.000 moléculas de ozono y dura en el aire 150 años, no es biodegradable por lo que es muy contaminante en su degradación y al ser combustionado, elimina gases tóxicos y CO2 causa incendios, las tierras en las que se acumulan se contaminan, la dispersión de estas basuras por el medio

ambiente bloquean la superficie del suelo y afectan a la flora, aunque los más afectados son los animales que ingieren estos desechos por equivocación y mueren intoxicados. Como ejemplos, se tiene: Acrílico, Polietileno, Nylon, Polyester, (Chevignon D, 2013)

b) Remanentes de origen natural

Los remanentes orgánicos son formados por materia viva, es de origen biológico, está constituida por los materiales clasificados como naturales, ejemplo: remanentes de origen vegetal, animal y mineral, en cuanto a vegetal se habla de plantas cultivadas que dan origen a prendas hechas de algodón, bambú, cáñamo entre otros. De origen animal como la alpaca, oveja, vaca, reptiles entre otros esto se usa para prendas de vestir muy explotadas en la parte de producción y comercialización, los de origen mineral son de oro o plata en pocas industrias de la moda realizan prendas de fibras de oro. (Chevignon D, 2013)

También existen desechos de origen natural como madera, jardín, papel, ramas, cascaras, semillas entre otros. Una de las características es que sufren una descomposición natural muy lenta, En general los residuos inorgánicos domiciliarios están compuestos por: papel y cartón, plásticos, metales, elementos de control sanitario (pañales, toallas higiénicas, algodones, etc), vidrios, y otros (madera, trapos, cuero, goma, pilas) y más.

- **Tiempos de Degradación.**

Todo material se considera biodegradable, en cuanto a lo orgánico se demora aproximadamente de 1 semana a 4 meses, pero muchos tardan más tiempo en descomponerse, en condiciones óptimas de descomposición (biodegradación), sea presencia de aire, oxígeno, luz solar y humedad. (Chevignon D, 2013)

En cuanto a textiles los procesos de degradación están agrupados en cuatro categorías generales: físicos, químicos, mecánicos y biológicos. Los cuatro grupos no actúan independientemente, sino que hay una interacción entre ellos, deteriorando el material y su estructura (Chevignon D, 2013).

- **Contaminación**

En cuando a la contaminación de las industrias textiles dedicadas a prendas 100% naturales se cataloga las fibras en función de seis impactos distintos en su proceso de producción, hasta que están listas para transformarse en tejidos: la emisión de gases causantes del cambio climático, su toxicidad en humanos, su eco-toxicidad, su consumo de energía, su consumo de agua y la cantidad de tierra necesaria para los cultivos. De esta forma, se clasifica cada material: El algodón reciclado, el nailon reciclado, el cáñamo de agricultura ecológica y el lino de agricultura ecológica. Para la organización MADE-BY, éstas serían las fibras más respetuosas con el medio ambiente para vestirnos. (Denim, 2013)

Este ranking ambiental tiene muchas limitaciones, pero este es una de las pocas comparativas que analizan todas estas fibras a la vez. También hay que tener en cuenta que el impacto de cada fibra puede cambiar de forma considerable según su procedencia. Como ejemplos de materiales naturales se tiene: Madera, Algodón, Lana, Cáñamo.

Tabla N° 1:
Tipos de remanentes.

Tipo De Remanente	Características	Tiempo De Degradación	Contaminación	Materia Prima
ORIGEN NATURAL	Formados por materia viva. De origen biológico.	Están agrupados en cuatro categorías generales: físicos, químicos, mecánicos y biológicos. Los cuatro grupos no actúan independientemente, sino que hay una interacción entre ellos, deteriorando el material y su estructura.	La emisión de gases causantes del cambio climático, su toxicidad en humanos, su eco-toxicidad, su consumo de energía, su consumo de agua y la cantidad de tierra necesaria para los cultivos.	algodón bambú Cáñamo Lana madera
ORIGEN SINTÉTICO	Inorgánico no tiene origen biológico. Es fabricado mediante algún proceso de manera artificial.	Material de descomposición muy lenta y a largo plazo	Contaminan en un índice elevado ya que están hechos con petróleo los cuales son altamente tóxicas cancerígenas	Acrílico Polietileno Nylon Polyester Aramidas

Fuente: (Coats, 2017)

2.1.3 Tipos de desechos.

Los desechos se denominan comúnmente “Basura” y representan una amenaza por su producción excesiva e incontrolada, ya que, contribuyen a la contaminación de las aguas, la tierra, el aire. Además, ponen en peligro la salud humana y la naturaleza en general. (Yauli, 2011)

- a) **Sólidos biodegradables.** - Son aquellos desechos que se pueden descomponer por medio de la acción de microorganismos, a través de un sistema natural aeróbico. Estos organismos son: lombrices, los hongos y las bacterias. (Yauli, 2011)

- b) **Desechos químicos.** - Son un problema que acarrea muchos gastos a las industrias, debido a las sustancias químicas nocivas que producen en sus procesos de fabricación. Los desechos químicos deben estar de acuerdo con las leyes tanto nacionales como internacionales, según la región. Así de este modo, es posible clasificarlos como residuos peligrosos o no peligrosos para la salud y para la conservación del medio ambiente. (Yauli, 2011)

- c) **Desechos sólidos industriales.** - Son los residuos generados por la industria, el comercio, la artesanía y el transporte: Los desechos sólidos industriales son parte de la recogida selectiva de residuos domésticos y similares, pero los términos y condiciones de tratamiento son los mismos, estos residuos no tienen agentes tóxicos o peligrosos y la manipulación o el almacenamiento no requieren precauciones especiales. (Yauli, 2011)

- d) **Desechos sólidos tóxicos.** - Pueden ser causa de varios efectos nocivos sobre la salud de los seres humanos y otras especies de animales. En general, los desechos sólidos tóxicos pueden deteriorar desde los suelos, pasando a la cadena alimenticia y acabar llegando, por supuesto, al hombre. Los desechos tóxicos pueden acelerar la proliferación de las

bacterias. La particularidad de este tóxico es que tarda varios años en biodegradarse y desaparecer. (Yauli, 2011)

e) **Desechos líquidos.** - Desde siempre el proceso de curtición estuvo relacionado con la contaminación de las aguas, debido a que emplea grandes cantidades en todas sus etapas. Las aguas residuales se van cargando con proteínas solubles liberadas por los cueros y con remanentes químicos de los productos utilizados, que afectan el medio ambiente de distinta forma. (Yauli, 2011)

- **Desperdicio.**

Son las piezas que quedan entre molde y molde cuando se realiza un trazo de producción, esto siempre pasa ya que los moldes son de varias dimensiones y al juntarlas en un mismo trazo hace que entre si exista un espacio mínimo de desperdicio comúnmente es un 10% por corte de producción. (Yauli, 2011)

- **Residuo**

Provenientes de las descargas de líquidos que provocan las lavanderías junto con químicos que genera el proceso del lavado del jean esto hace que exista contaminación ambiental y también afecta muchas veces a la salud de los trabajadores de planta. (Yauli, 2011)

Tabla N° 2:

Diferencias entre desecho, remanente, residuo y desperdicio

DESECHO	REMANENTE	RESIDUO	DESPERDICIO
<ul style="list-style-type: none">• No pueden volver a ser reutilizados.• Puede ser de origen doméstico.• Son tóxicas, peligroso para el medio ambiente, al cual no es posible reciclar.	<ul style="list-style-type: none">• Retazos que quedan del resultado de un corte.• Estos si pueden volver a ser reutilizados para nuevos productos ya que son de larga durabilidad.	<ul style="list-style-type: none">• Provenientes de las descargas de líquidos de lavanderías cuando se realiza el proceso de lavado del jean.	<ul style="list-style-type: none">• Son piezas muy pequeñas que quedan entre molde y molde cuando se realiza un trazo.

Fuente: (Barrados A, 2009)

2.1.4 Industria del Denim.

La industria del Denim a nivel mundial evoluciona en el mercado de la moda, le permite continuar en vigencia temporada tras temporada quedando al margen de los juegos de la moda que hacen que las prendas aparezcan y desaparezcan de manera sucesiva. Además de brindar funcionalidad, cotidianeidad, espontaneidad y durabilidad, también otorga autenticidad, transformando al indumento que está hecho con él, en una prenda para cualquier época, dentro de una cultura de producción y consumo masivos. (Chevignon, 2013, pág. 98)

Consecuentemente, el Denim como género textil, es fiel a las necesidades del vestir y su presencia, en las marcas de indumentaria. Dejó de estar confinada únicamente al pantalón cinco bolsillos, prenda a la cual se suele atribuir su éxito, por eso se debe reconocer que su comercialización es uno de los negocios más rentables dentro del mundo textil. Esta industria en un contexto nacional, está concentrada específicamente en la provincia de Tungurahua en el cantón Pelileo. Este es conocido como la ciudad azul, precisamente porque su dinámica económica se debe a que existen varias empresas manufactureras familiares que producen indumentaria en base a éste textil. Las industrias se fueron manifestando por la enseñanza de maestros a sus aprendices los cuales se fueron independizando y abriendo sus propios talleres. (Chevignon D, 2013)

En la actualidad, el tejido empresarial que se ha desarrollado en Pelileo abarca desde la transformación de la materia prima, procesos de tintorería, acabados y

comercialización. Por lo cual éste sector, se enfrenta con grandes retos, puesto que el nivel de contaminación es un dato preocupante para las autoridades reguladoras y para la población. Bajo éstos antecedentes, toda la esfera productiva necesita de estrategias, proyectos, métodos que les permite cumplir con las políticas y leyes.

- **Anatomía del Denim**

El término Denim se refiere a la tela de algodón asargado, de trama blanca y azul que se empezó a fabricar en la ciudad francesa de Nimes. Su característica esencial es la clásica coloración azul índigo, proveniente de la India. El origen de esta tela, que se utiliza para confeccionar prendas de jean, se remonta al siglo XVI, y no tuvo un único centro de producción, ya que entonces se tejía en Génova, Marsella y todo el Mediterráneo. Según la historiadora (Toussaint M, 1990, pág. 24)

Las fibras de algodón son la base primordial del tejido Denim, generalmente son utilizadas para la fabricación de tejidos suaves y permeables, que se destacan por tener una gran durabilidad, resistencia y absorción. Una de las razones por las que el algodón resulta tan valorado dentro de la industria textil tiene que ver con que solo se pierde el 10% de su peso durante las etapas de procesamiento.

Cada fibra de algodón está compuesta por alrededor de 20 o 30 capas de celulosa, que se encuentran enrolladas en forma de resortes. La fibra se encuentra preparada para convertirse en hilo una vez que las cápsulas de las semillas se abren, permitiendo el secado de las fibras y su posterior trenzado (Valer R, 2001, pág. 14).

El Ingeniero textil peruano que ha llevado a cabo varias investigaciones acerca de la fibra de algodón, afirma que el algodón es una fibra que tiene bastante durabilidad, presentando resistencia media, que se acrecienta cuando está húmeda. Cuanto más larga es la fibra, mayor es la fuerza que posee al entrar en contacto con otras fibras en el proceso de torcimiento, lo cual provoca que la fibra se ponga rígida y tenga una mayor resistencia. Pese a esta resistencia, el algodón al humedecerse, puede convertirse en una tela elástica. (Valer R, 2001)

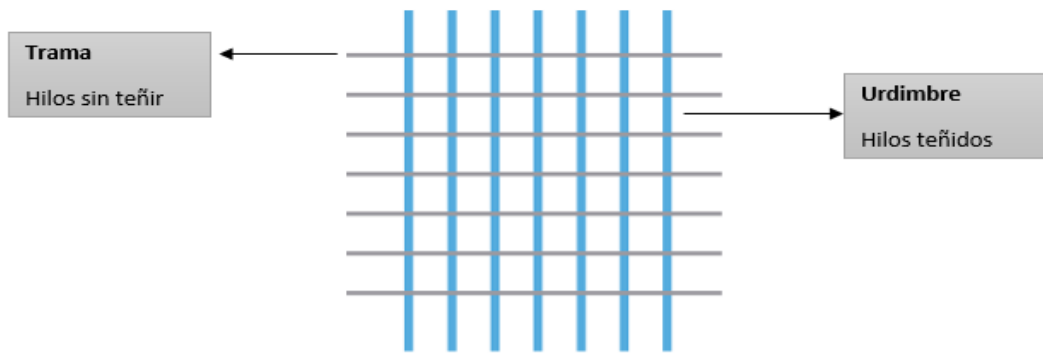


Gráfico N° 2: Trama y urdimbre del Denim

Fuente: (Chevignon, 2013)

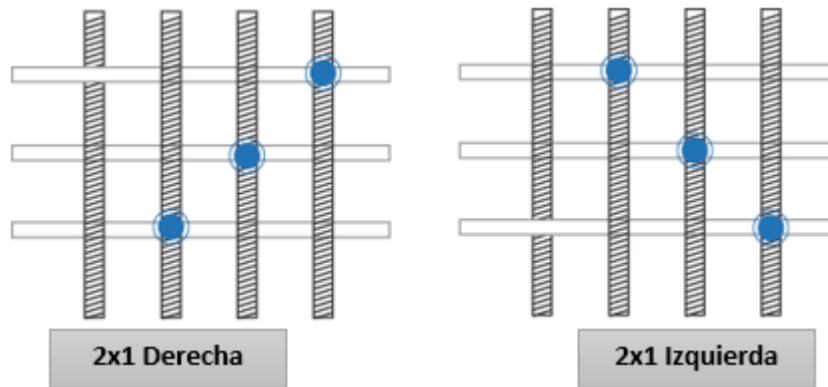


Gráfico N° 3: 2x1 Derecha, 2x1 Izquierda

Fuente: (Chevignon, 2013)

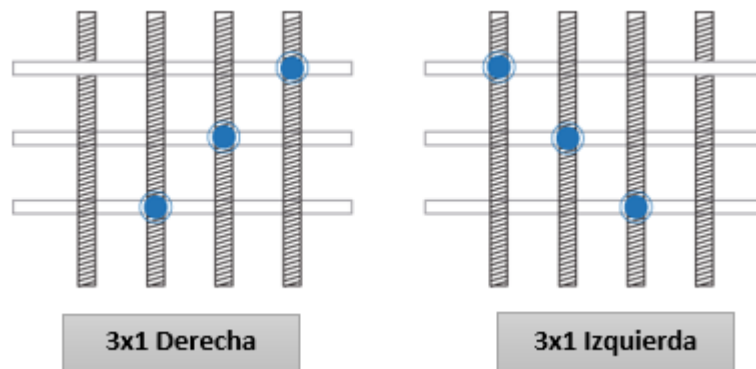


Gráfico N° 4: 3x1 Derecha, 3x1 Izquierda

Fuente: (Chevignon, 2013)

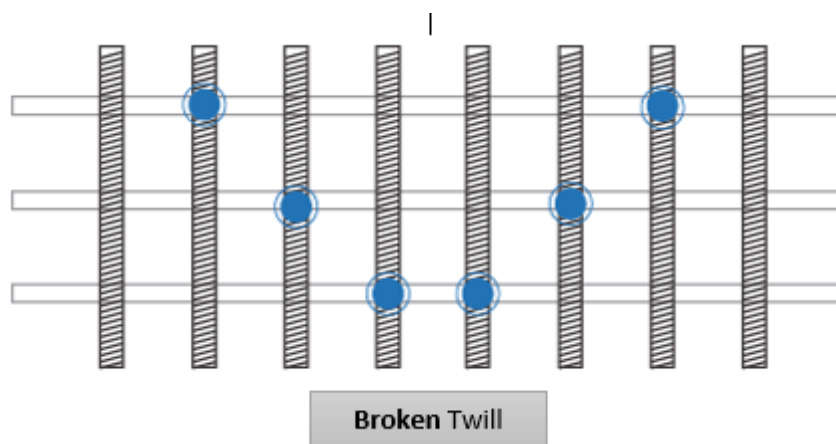


Gráfico N° 5: 2x1 Derecha, 2x1 Izquierda.

Fuente: (Chevignon, 2013)

- **Combinaciones de fibras para la construcción del Denim.**

Las fibras que se describirán a continuación son aplicadas en el momento de confeccionar el tejido de Denim, modificando su estructura, otorgándole un valor agregado a la hora de competir con otros textiles dentro del mercado de la moda. (Perez, 2012)

- Poliuretano:** Esta fibra, clasificada dentro del grupo de elastómeros, que dan a las tipologías elasticidad, proporciona propiedades de estiramiento y recuperación de las telas, proporciona confort, ajuste, retención de forma, durabilidad y libertad de movimientos. (Perez, 2012)
- Además de los atributos ya mencionados, se puede destacar su resistencia a las arrugas y la agradable apariencia que tienen prendas que la contienen. Cabe destacar que cualquier fibra, sea esta natural o sintética, puede mezclarse con la fibra Lycra. Cuenta con una efectividad en la transformación de los tejidos, que basta utilizar una cantidad muy pequeña, un 2% es suficiente, que puede ser incorporada de diversas maneras. Fue descubierta por el químico Joseph Shivers en 1959. (Perez, 2012)

- c) Es en los años setenta se introdujo de lleno en el mundo de la moda. En primer lugar, fue empleada en las mallas y jeans utilizados por la juventud de esta década. (Perez, 2012)
- d) **Tencel:** Esta fibra está hecha con celulosa de la madera del eucalipto, es suave como la seda, agradable como el lino, tan resistente y fácil de cuidar como el algodón. Los textiles a base de Tencel absorben la humedad y la reparten de forma homogénea por toda la prenda. Esta fibra genera equilibrio térmico además de este atributo, el Tencel, es biodegradable, o sea que su producción permite emplear mecanismos de reciclaje y sostenibilidad. La planta de la que proviene crece de manera rápida, no necesita manipulación genética o riego artificial y puede alcanzar los 40 metros de altura. (Perez, 2012)
- e) **Polialgodón:** Es una fibra natural fusionada con una fibra sintética que al unirse los dos se vuelve muy resistente y autodesarrugable, lo que permite conseguir un tejido suave y resistente a la vez, casi siempre la composición del polialgodón es 65% poliéster y 35 % algodón. (Chevignon D, 2013)
- f) **Polialgodón con elastano:** es una fibra sintética conocida por su gran elasticidad y resistencia. Científicamente se le conoce por ser un copolímero uretano-urea formado en un 95% por poliuretanos segmentados (Spandex) a base de un éter polibutenico (un polímero amorfo), que actúa como un muelle entre los grupos funcionales del poliuretano formando así largas cadenas, obteniéndose así filamentos continuos que pueden ser multifilamento o monofilamento.

La diversidad de combinaciones de fibras que hoy en la actualidad ofrece las textileras, hacen que se busquen estrategias para optimizar los remanentes y desperdicios que se generan en los procesos productivos en la transformación de la base textil. Esto se justifica, ya que al ser composiciones con fibras orgánicas

(algodón, tencel) y fibras sintéticas (poliéster, elastano), la única forma para separarlas sería mediante reacciones químicas. Esto provocaría un mayor impacto, toda vez que se utilizarían químicos. (Chevignon D, 2013)

Bajo esta problemática, la optimización de los remanentes y desperdicios de todo este abanico de opciones que ofrece los proveedores de Denim, es una estrategia que permite darle mayor tiempo de vida útil al textil y a la vez ampliar la línea de productos.

- **Tipo de Denim**

Existen varios tipos de Denim tales como:

- **Denim de algodón sarga:** Es el denim tradicional. Está hecho con 100% de algodón sarga. Este tipo de tela tiene un patrón diagonal y es bien conocida por su densidad y resistencia. El denim generalmente se mezcla con otros tejidos. (Chevignon D, 2013)
- **Denim crudo:** El denim crudo es oscuro, no se ve gastado, es duro y muy resistente, cuando más lo usas, más se ablanda y su color se desvanece. (Chevignon D, 2013)
- **Denim de orillo (selvage):** El denim de orillo tiene bordes suaves y un tejido ajustado, este tipo de tela es más costosa que los otros tipos de denim y se fabrica en telares antiguos, por lo que requiere de más tiempo de fabricación. (Chevignon D, 2013)
- **Denim elastizado:** El Denim elastizado es sin duda el más cómodo. Es muy similar al tradicional, pero también tiene spandex. Como no es rígido, se estira y puedes moverte con más libertad que con otros tipos de Denim. (Denim, 2013)
- **Denim de poliéster:** El Denim más formal es el de poliéster, este es fácil de lavar, es liviano y muy resistente a las arrugas. Es el tipo

de tela apropiada para usar en el trabajo en los que puedes llevar ropa casual. (Perez, 2012)

- **Denim de ramio:** El Denim de ramio es resistente a las bacterias y al moho, a menudo se mezcla con otras telas como el algodón, el poliéster y el spandex. Al mezclarse con otras Fibras, el Denim de ramio se vuelve resistente a las arrugas. Este tipo de Denim mantiene su forma y no se encoge cuando se lava. (Perez, 2012)
- **Denim orgánico:** Se fabrica con algodón 100 por ciento orgánico y está pensado como producto ecológico útil para ayudar a salvar la tierra. Si el consumo de algodón y el uso de pesticidas siguen incrementándose, puede dañar al planeta de manera irreversible. (Perez, 2012)

- **Productos en Denim.**

Las tipologías hechas en Denim se han convertido en prendas básicas del vestir de la sociedad desde el siglo XIX, provocando modificaciones en las costumbres y en las relaciones sociales. En la actualidad incluso se inclina a varias líneas como son; sport wear, pret a porter, casual wear y alta costura y jeanswear.

Dentro de la variedad de prendas que en la actualidad se desarrollan a base del Denim, tenemos lo siguiente:

Tabla N° 3:
Prendas básicas inferiores y prendas superiores.

	TIPO DE PRENDA	CONSUMO
PRENDAS INFERIORES	Pantalón	1,25 cm
	Capri	95 cm
	Torero	1 m
	Short	40 cm
	Falda larga	1,5 m
	Falda Mini	45 cm
	PRENDAS SUPERIORES	Blusa Vaquera
Chaqueta Vaquera		1,40 cm
Chaleco		58 cm
Blusón		80 cm

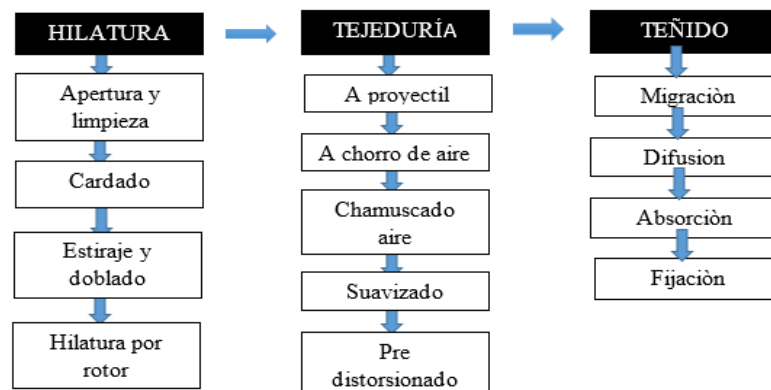
Fuente: Empresa DEXTEX (2017)

- **Cadena de producción de confección de jeans**

Desarrollo de la base textil

El desarrollo de la base textil comenzará con una descripción de las características principales de la fibra antes nombrada, del tratamiento que recibe para su extracción hasta su transformación en hilo, hasta convertirse en una tela. Para ello se investigaron los procesos de hilatura, tejeduría y teñido.

Tabla N° 4:
Desarrollo de la base textil.



- **Cadena de valor de la industria del Denim**

Para la transformación de la materia prima en un producto se debe seguir este proceso sistemático donde permitirá realizar un jean clásico de 5 bolsillos.

Tabla N° 5:

Cadena de valor



El gráfico muestra todo el proceso de confección de una prenda en Denim a partir de la etapa de investigación, concluyendo en la comercialización del producto. Se identifica que las etapas de Trazo y corte de producto, proceso de confección y los procesos de lavandería, son donde se concentran la mayor parte del impacto ambiental que ésta industria provoca. En el caso de la actividad productiva de corte, se identifican que se generan dos tipos de sobrantes: desperdicio (piezas de tela que resultan del espacio generado entre molde y molde) y el remanente (retazo que queda después del tendido). En el proceso de

confección, se tienen desperdicios como resultantes de la máquina overlock. Por último, en los procesos de lavandería se crean residuos líquidos junto con químicos para el desarrollo de lavados.

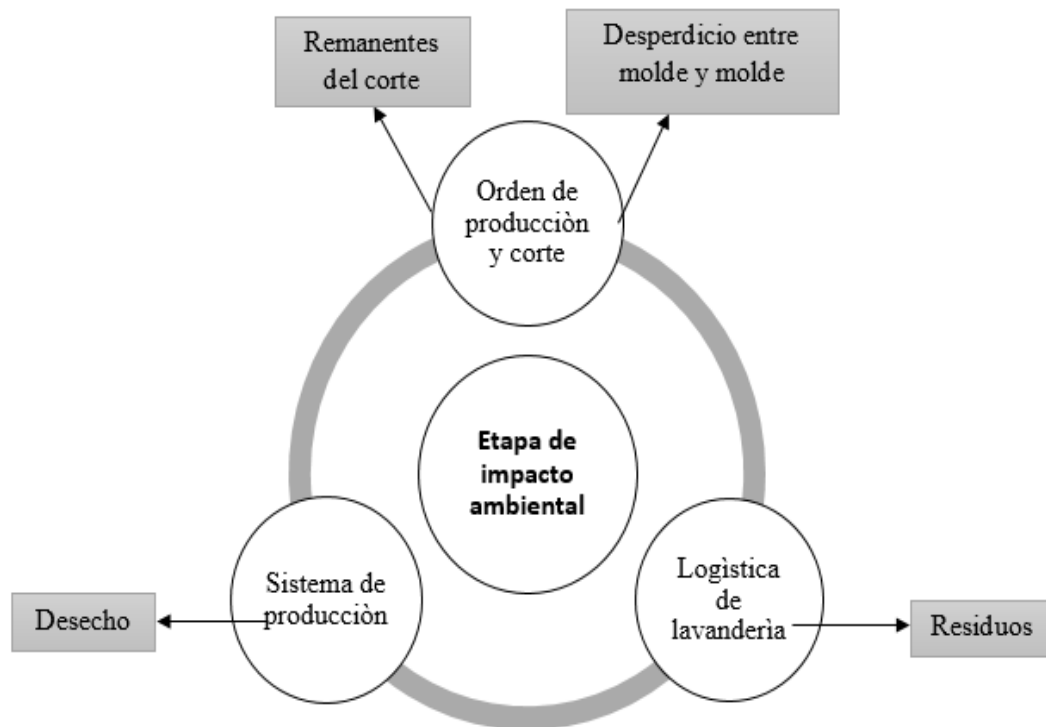


Gráfico N° 6: Etapas de impacto ambiental de la industria del Denim

a) Etapa de trazo y corte de producto

Para la propuesta se trabajará específicamente con los remanentes generados en la etapa de trazo y corte del producto, ya que éstos son de una dimensión que permite su reutilización en el desarrollo de otros productos alternativos.

En el caso de la empresa DEXTEX, el mínimo de desperdicio por corte es de 5 metros y el máximo de 8 metros, estos remanentes los reutilizan muy pocas veces. En algunos casos utilizan para hacer vulcanizados y también en etiquetas o a su vez en colgantes.

La empresa cada 3 meses desarrolla una nueva colección con textiles innovadores. Razón por la cual quedan los remanentes y estos no los vuelven a ocupar para nuevos pantalones, a continuación, se presenta un cuadro de la producción semestral de la empresa.

Tabla N° 6:
Producción trimestral de la Empresa DEXTEX

PRODUCCION TRIMESTRAL DE LA EMPRESA DEXTEX					
Modelo	Consumo	Producción de pantalones	Materia prima	Porcentaje de desperdicio en el trazo	Remanente restante del corte en metros
Ref: 140 (clasico)	1.25 cm	700 unidades	850 m	10%	5 metros
Ref: 141 (Semi clasico)	1.35 cm	700 unidades	945 m	12%	6 metros
Ref: 142 (Media moda)	1.40 cm	700 unidades	980 m	13%	6.5 metros
Ref: 143 (Moda)	1.60 cm	700 unidades	1.120 m	15%	7 metros
Ref: 142 (Doble pretina)	1.70 cm	700 unidades	1.190 m	17%	8 metros
Total	7,3 metros	3.500 unidades de pantalón	5.085 m	67%	32.5 metros

Fuente: (Empresa DEXTEX 2017)

b) Etapa de confección

En esta etapa se transforma el material textil en productos. En este caso se describe el proceso de un pantalón clásico. Comienza con la parte delantera, uniéndose vistas, bolsillos, y todo lo que forma parte de ella. Luego se procede a realizar la parte posterior, unión de piernas y por último el resto, dependiendo de la prenda a armar. A continuación, se

procede a la unión de las partes que la constituyen. Por último, se hacen los detalles como colocar presillas, ojales, botones y remaches a continuación, se describirá la maquinas que causan desperdicios al momento de su confección. (Cheviñon, 2013)

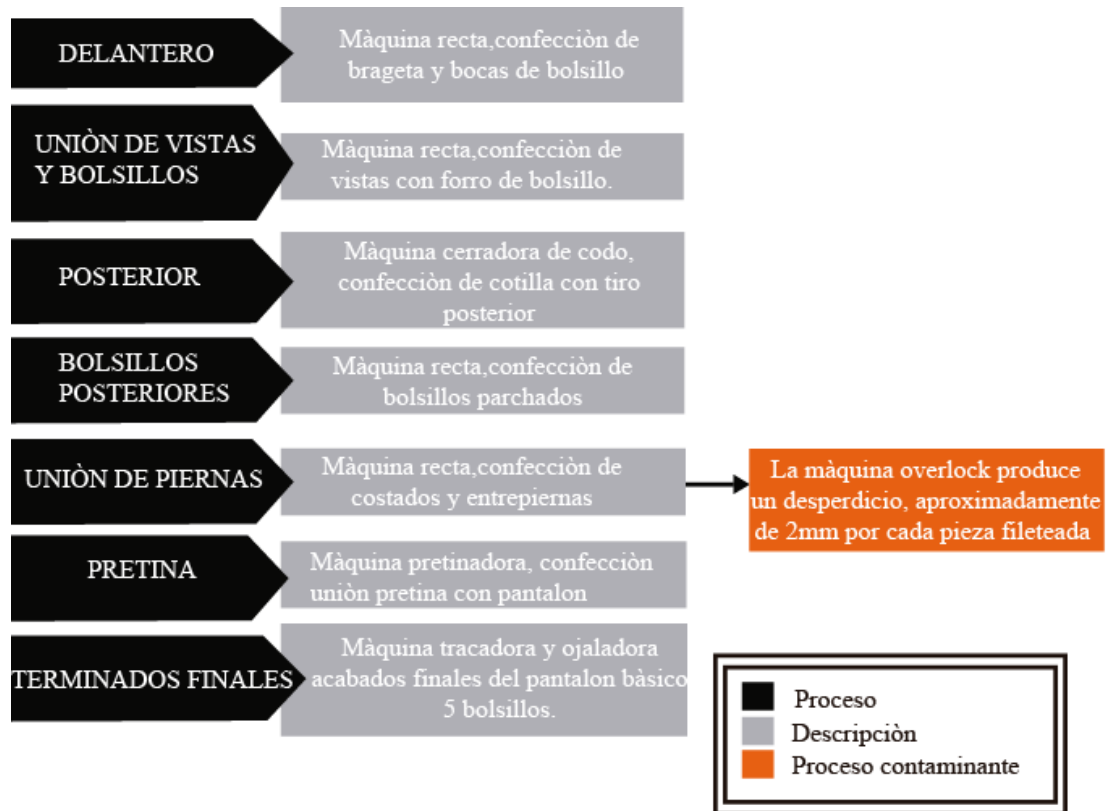


Gráfico N° 7: Máquinas que causan desperdicios al momento de su confección

Fuente: (Chevignon, 2013)

c) Etapa de procesos de Lavandería

Los procesos de lavandería, permiten otorgar de características especiales a las prendas fabricadas con Denim, debido a que ésta base textil en su elaboración pasa por el proceso de engomado, que le da un aspecto estructural al textil. Por lo cual dentro de las actividades operativas del mundo del jeanswear, la etapa de la lavandería tiene mucha importancia. En este punto las prendas adquieren una mejor caída, tacto y confort.

A través del tiempo estos procesos han ido evolucionando para responder a las exigencias del mercado y a las tendencias de moda, lo que ha causado que se haga mayor uso de una variedad de químicos para llegar a dar aspectos vintage, desgastado, de uso, entre otros. Esto provocó que el sector tenga índices significativos de contaminación.

Los antecedentes citados, exigen propuestas que permitan que la industria del Denim disminuya el impacto ambiental que ha tenido en los últimos años. Esto justifica que en todas las actividades de la cadena de valor en la producción de indumentaria en Denim, se debe rescatar proyectos que permitan optimizar los recursos materiales y operativos. Si bien es cierto, el aprovechamiento de los remanentes no tiene una relación directa con esta etapa productiva, pero es necesario tener una amplia visión de todos los procesos, su nivel de impacto ambiental, para de esta manera evaluar en forma general lo que implica producir una prenda en este material.

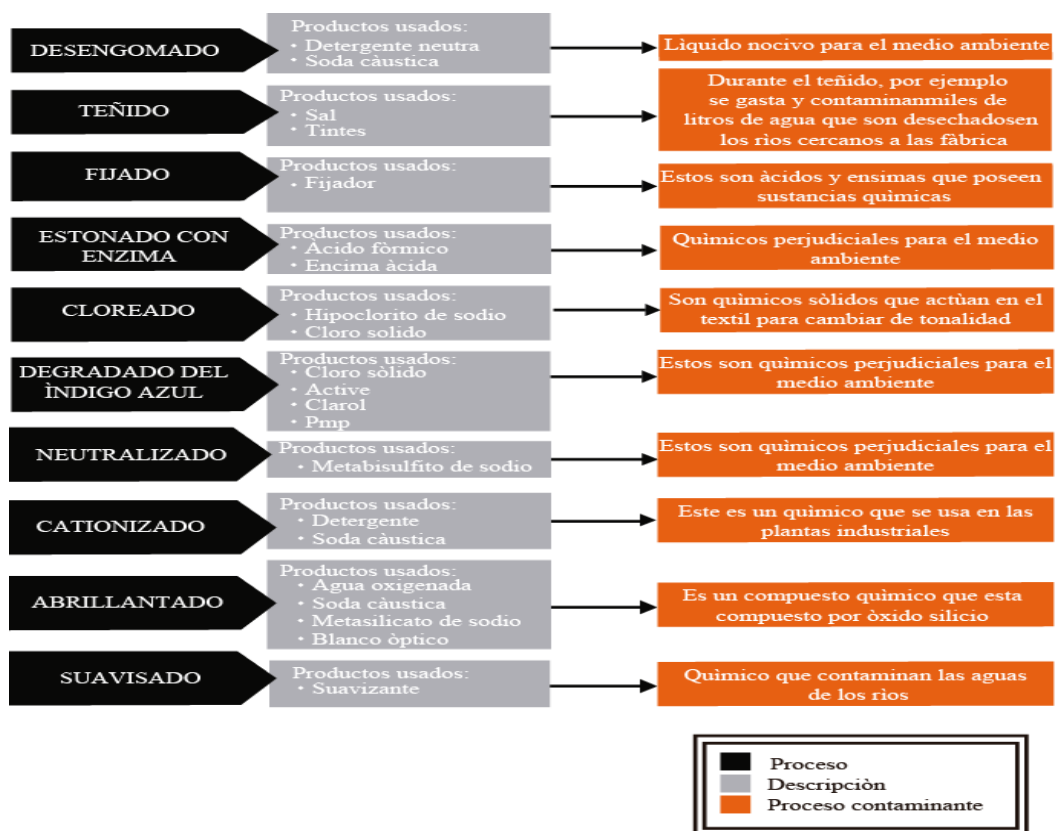


Gráfico N° 8: Etapa de procesos de Lavandería
Fuente: Laboratorio del Denim Ecuador (PIA)

- **Niveles de producción.**

Según el diario El Telégrafo, (2013) desde hace más de cinco décadas, uno de los sectores industriales del Denim más importantes de Tungurahua, es Pelileo. La actividad representa alrededor del 37% de la producción nacional y crece entre el 2 y 3% anualmente, desde hace 35 años esta industria ha sido el motor de la economía. No obstante, desde 2010 hasta mediados de 2013 se registró un importante repunte en la industria textil. Según la Asociación de Comerciantes y Fabricantes del barrio El Tambo (Asofambo), ubicado en el ingreso norte de la urbe, hasta este último año en el cantón se confeccionaba aproximadamente un millón de prendas y el negocio movía cerca de \$ 10 millones.

Hoy la devaluación de monedas de países cercanos y la ideología de consumo del comprador, entre otras razones, han influido de forma directa para que estas cifras se reduzcan hasta en un 50%. Así lo dio a conocer César Villena Carrasco, presidente de Asofambo. “La depreciación del peso colombiano y sol peruano han provocado una fuga de consumidores nacionales hacia mercados de las fronteras norte y sur del Ecuador. Esto, sumado a la preferencia de marcas extranjeras como Lee y Levi’s, e imitaciones de gran calidad, se traduce en una baja producción local”.

3. Niveles de contaminación de la industria del Denim.

El principal impacto negativo involucra al recurso agua, como resultado de las grandes cantidades de agua que demandan las lavanderías que son aproximadamente 80 litros por prenda, y los productos químicos utilizados (ácido acético 44%, hipoclorito de sodio 18%, sosa caustica 5%, y otros 12%) la cantidad y variedad de productos químicos utilizados en las lavanderías, se deben a que son necesarios para lograr la impregnación de color en la fibra, por lo que las aguas de los procesos de lavado pueden contener una variedad de contaminantes tóxicos, como fenoles y cromo. (Gordón M, 2015)

Sin embargo, en base a análisis de agua de las descargas de algunas lavanderías del cantón, no identifica estos contaminantes, y en lugar de ello señala que los parámetros que están fuera de norma, es decir superan los límites permisibles indicados en la norma técnica, son: PH, DBO5, DQO, sólidos suspendidos y sulfuros, y que los parámetros están dentro de norma. Torres C, (2016) también señala que los impactos al componente suelo, están relacionados a los lodos generados en desarenadores del tratamiento primario de aguas residuales y la disposición de embalajes y embaces de los químicos. Torres C, (2016)

En cuanto al factor social que genera preocupación, es la afectación de la salud de los trabajadores de esta industria, esto como resultado de los contaminantes a los que se encuentran expuestos, pudiendo presentarse afectos, agudos o crónicos.

Son partículas de polvo y pelusa de las fibras textiles, neblinas ácido, vapores de disolventes y los óxidos de nitrógeno y azufre que son partículas de las calderas, las zonas circundantes de las fábricas textiles, también son afectadas por la pelusa de fibra por su dispersión a través de las ventanas de las fábricas, esta situación como efecto causa enfermedades respiratorias desarrollada por las personas de las zonas aledañas. (Ordóñez M, 2016, pág. 98)

Industria de las curtiembres.

“En los años 90 se inicia con la fundación de asociaciones, organismos de cooperación y escuelas de capacitación para ser un apoyo para el sector del cuero, uno de los más importantes y recientes es la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador” (Asociación Nacional de Curtidores, ANCE, 2014, pág. 1).

Actualmente se procesan alrededor de 350 mil cueros y pieles al año, la mayor parte de la demanda se orienta al mercado interno del calzado marroquinería y confecciones, y gran parte de la producción de cuero de pieles se exportan (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013), los destinos a donde son exportados las pieles y el cuero son: Italia, Venezuela, Perú y Colombia, por otra parte los productos terminados como el calzado también son exportados a varios destinos como Colombia, Perú, Guatemala y otros destinos, (Salinas V, 2014, pág. 123)

Pieles Cueros. El cuero es la cubierta exterior de un animal maduro o plenamente desarrollado, de gran tamaño, por ejemplo, ganado vacuno y caballar. Gracias a que es tratado químicamente por medio del curtido, se obtiene un material flexible, robusto, y resistente a la putrefacción. (Sterlacci, 2010)

El cuero es apto para realizar todo tipo de accesorios y prendas de vestir, en cuanto a las pieles de los animales para conservar el pelo natural son sometidos a varios tratamientos químicos, haciéndolos de esta manera impermeables y resistentes de la misma manera son utilizadas para accesorios y en su mayor parte para abrigos, su calidad depende del desolle, la flor de material, el curtido, y los acabados. (Sterlacci, 2010)

Partes de una piel.

- **Crupon:** Corresponde a la parte de la piel de la región dorsal del animal, es considerada la parte as homogénea, su peso es de 45% del total de la piel fresca.
- **Cuello:** Corresponde a la parte del cuello y de la cabeza su estructura es muy arrugada dependiendo de la edad del animal, la piel representa un 25 % del peso total de la piel.
- **Faldas:** Corresponde a la parte que cubre el vientre y toma las patas el animal, también un peso del 30% del total (la comunidad de la industria del cuero, 2014), la piel generalmente se usa cortadas para realizar el proceso o también se les utiliza enteras.

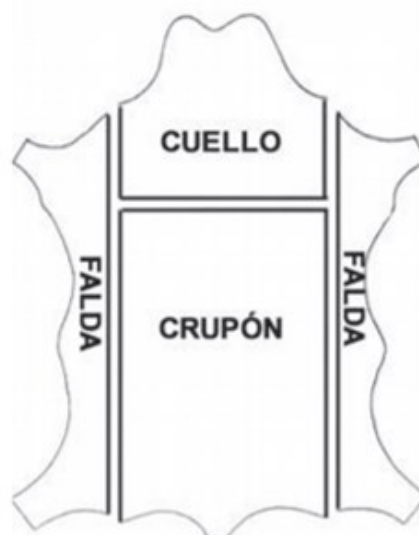


Gráfico N° 9: Partes de una piel
Fuente: (Salinas V, 2014)

4. Proceso de tratamiento del cuero

a. Fase 1: Obtención de la materia prima.

Selección de tipo de Piel

Dentro de la industria de las curtiembres se emplean las pieles de la vaca que se caracteriza por ser densa y gruesa. También el cuero del cordero, siendo el más usado para desarrollar indumentaria por su tacto suave pero su rendimiento es bajo. El cuero de cerdo no es muy habitual, el cual es usado en determinadas ocasiones. Además, existen varios animales que proporcionan pieles para para diferentes funciones ya sea para indumentaria como accesorios y calzado como son: el pitón, caballo, alce, búfalo, caimán entre otros todos estos son muy comunes en la industria de la moda.

Lugar de obtención de la piel

Estos se encuentran en varios países del mundo y el tipo de pieles es de acuerdo tanto al clima como a la calidad del suelo y también todo depende del cuidado que tengan los ganaderos.

Cuando adquirir las pieles

Cuando paren sus crías en primavera, en el mes de abril como es en el norte de Ecuador y en octubre en el sur de este país.

b. Fase 2: Proceso del cuero en los mataderos.

- **Sacrificio del animal.** Se utilizan métodos para que no reduzca el rendimiento del cuero y así evitar acumulaciones de sangre, lo cual acelera la descomposición, reduce la calidad del cuero y el tenido no es uniforme.
- **Desolladura de la piel.** En este proceso el cazador efectúa cortes por todo el cuerpo, retirando la piel tirando de ella está ya sea manual o a máquina

para después lavarlo inmediatamente en agua fría, para así detener el proceso de descomposición.

Curado del cuero

En esta etapa se protege a los cueros de la descomposición, los cueros deben curarse durante 6 horas mediante: refrigeración, secado y la utilización de productos químicos.

Depilado del cuero

Es la eliminación del pelo de los cueros: sumerge las pieles en un baño de cal con pulverización de ácido sulfúrico para así retirar el pelo, los cueros se lavan y limpian, con vinagre para neutralizar la cal

El adobado

Los cueros giran suavemente en bombos con agua sal y ácido sulfúrico, así por dos horas detiene la actividad bacteriana.

c. Fase 3: Proceso del curtido.

En este proceso se usa un mineral denominado cromo que provoca un color azulado en las pieles, el cual genera niveles de contaminación significativos. Sin embargo, el curtido mineral es más rápido que el vegetal, esto justifica que la mayoría de las curtiembres utilicen el cromo para acelerar sus procesos productivos, a pesar de ser muy contaminante. El curtido contiene subprocesos que se describen a continuación.

- **El proceso de curtido se realiza a través de dos métodos tales como:** Sales de cromo por medio de agentes vegetales, pero por lo general las industrias que realizan el curtido industrial lo realizan a base de sales de cromo.
- **Piquelado:** es una preparación previa a la de curtido por medio de la aplicación de ácido fórmico y ácido sulfúrico, esto hace que se fije en las partes internas de la piel dando más conservación del material.

- **Curtido de sales de cromo:** es uno de los métodos más utilizados, pero más dañinos ya que contienen varias sustancias tóxicas el cromo es reutilizado por tanto no es el adecuado para el cuero ya que lo transforma y se pierde la naturalidad y brillo del cuero.
- **Curtido de agentes vegetales:** esto permite la conservación del cuero textura y elasticidad para este método se utiliza hojas, raíces, maderas entre otros.
- **Teñido.** - El teñido es el proceso final para darle un color determinado a los cueros, el cual consiste de los siguientes pasos:
 - **Teñido de las pieles:** Es teñido con curtientes sintéticos con base de anilinas, se aplica en temperaturas altas.
 - **Engrase:** Después de teñir la piel pasa por el proceso de engrase para dar brillo al cuero.
 - **Escurrido:** Es una operación mecánica donde se retira gran parte de la humedad absorbida por el cuero en todo el proceso.
 - **Ablandado:** Proceso de ablandado de la piel para darle más elasticidad.
 - **Secado:** Totalmente obtener el material seco para que se mantenga todo el proceso realizado, a través de unas máquinas al aire libre.

d. Niveles de producción.

La región con mayor acogida en la producción de cuero está ubicada en la sierra ecuatoriana, en la siguiente provincia (Tungurahua, Imbabura, Azuay y Cotopaxi)

En el cuadro inferior muestra que la provincia con mayor producción de cuero con un 75,58%, es Tungurahua, en donde se demuestra el esfuerzo constante de

las industrias, impulsando al crecimiento de cuero a nivel mundial, según la asociación de curtidores (ANCE, 2014) la provincia de Tungurahua cuenta con 1.770 talleres artesanales dedicadas a la confección de prendas de vestir y a la producción de calzado que representa el 75,6 % sus talleres están ubicados en varias zonas de la provincia como es Ambato, Baños, Cevallos y Quisapincha.

a. Fases del proceso de curtido.

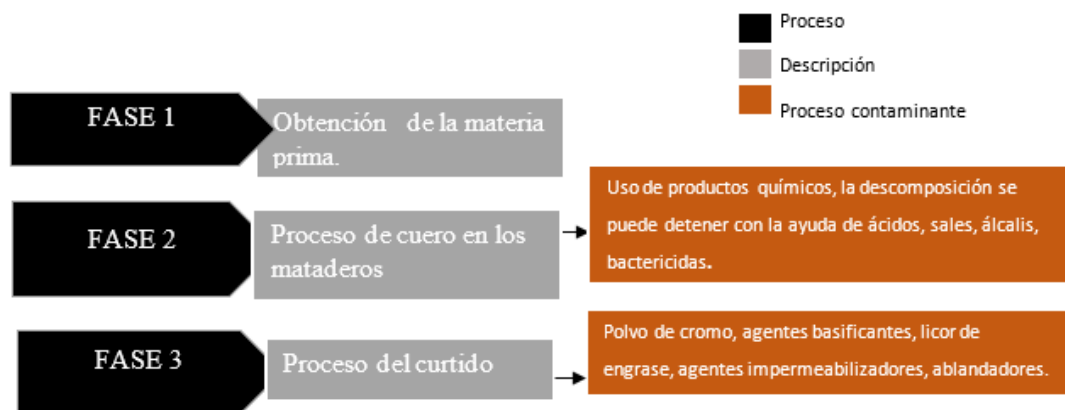


Gráfico N° 10: Fases del proceso de curtido de la Curtiembre Camacho

Niveles de contaminación.

Según el Ministerio de Ambiente del Ecuador existen tres tipos de contaminaciones: Tipo A, para actividades mínimas de impacto. Tipo B-C con actividades contaminantes medias y altas, esto se determina mediante una lista taxativa que maneja el Ministerio. En principales provincias productoras de cuero se encuentra en su mayor parte con un 76 % a Tungurahua en segundo lugar la provincia de Imbabura y en tercer lugar Cotopaxi y Azuay. Estas cuatro provincias son las que más producen cuero a nivel país, lo que muestra que son los más contaminantes. Estas empresas deben tener obligatoriamente estudios de impacto ambiental y planes de manejo de desechos, las dos últimas calificaciones abarcan curtiembres, camales, relleno sanitario, petroleras, entre otras. (Landázuri O, 2012, pág. 4).

Diseño con identidad

El diseño con identidad permite transmitir el modo de comportamiento de un grupo social para que estos que lo conforman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia, estas responden los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de una cultura, es por esa razón que el diseño

con identidad lo hace único y diferente a los demás. Así se puede identificar o distinguir de entre varios grupos sociales, es así que este reúne las siguientes características que son: símbolos, tradiciones, creencias, innovación, creación y diseño.

La cultura Zaraguro se aplicará en el proyecto ya que es un pueblo culturalmente muy bien definido, que sabe lo que representa, lo que es, y lo que quiere para su gente. Estas comunidades conservan las costumbres de sus antepasados. Los accesorios más llamativos de la mujer son los collares elaborados por cientos de mullos y cuentas de múltiples colores y formas todo esto basado en la naturaleza. Por esta razón se ha tomado en cuenta en esta primera colección de bolsos, este será aplicado en las etiquetas con diferentes técnicas de serigrafía, en cuanto a posteriores colecciones se indagará en otras culturas del Ecuador.

2.2 Marca referente.

- **LOEWE**

Enrique Loewe Roessberg, un artesano alemán, que llega a Madrid y se asocia con un taller de marroquinería, realizando así esta marca de bolsos de lujo 100% en cuero natural, que pronto se convierten en los grandes clásicos de la firma. En 1959 Loewe inaugura una tienda en la calle Serrano de Madrid, que modifica por completo el estereotipo de los establecimientos de artículos de lujo. En 1963 empieza la expansión internacional de la marca que abre varias tiendas alrededor del mundo, Loewe reinventa una herencia de 170 años de artesanía e innovación para conducirla hacia el futuro.

En su colección otoño – invierno 2014/2015 fue una fusión de tejidos finos, lanza una colección de bolsos de piel de color Índigo los bolsos que han querido vestirse con un look Denim han sido el Amazona, el Flamenco y Leo. Compuesta por una Edición Limitada en un ante” vaquero” exclusivo, promete ser el accesorio imprescindible en el armario, junto a los jeans. Éste color se caracteriza por parecerse mucho al color de los vaqueros, una tendencia que año tras año sigue siendo tendencia. Cuero maleable y bolsos de ante con piezas de espejos, las

piezas más importantes están asociadas a la piel de la casa y a los colores arena utilizado desde que Ibiza se ha convertido en un elemento clave para Loewe.



Gráfico N° 11: Loewe

Fuente. (Michael Kors, 2016)

2.2.1 Visionario

Michael Kors es un diseñador de moda estadounidense. En 1981 creó su marca de indumentaria homónima, la cual consiguió vender en los almacenes de la Gran Manzana (New York). En 1997, la casa francesa Celine lo contrato mientras que Michael Kors seguir trabajando con los diseños de su propia firma.

Su trabajo ha sido recompensado en varias ocasiones. Por ejemplo, en 1983, recibe el premio Du Pont's first American Original Award y en 1997, es galardonado con el CFDA-el 'Oscar' de la moda- como "Diseñador del Año". En 2001, volvía a recoger este galardón, aunque en esta ocasión como 'Diseñador de Complementos del Año'.

Entre sus clientas figuran conocidas personalidades y rostros del mundo del espectáculo como Aerin Lauder, Sigourney Weaver, Julianne Moore o Gwyneth Paltrow, Daniela Kuntz, Ivelina Stefanova.



Gráfico N° 12: 4 MK

Fuente: (Michael Kors, 2016)

- **Descripción de los productos.**

Esta compañía, con más de 25 años de historia, tiene una amplia variedad de productos a la venta. Desde bolsos a relojes, pasando por zapatos, accesorios, ropa y perfumes. Michael Kors obtiene sus ingresos de tres maneras diferentes. La principal es la venta en tiendas, de donde proviene aproximadamente el 50% de sus ingresos; otra es la de venta mayorista; y, la tercera, a través de licencias.

La expansión de la marca es cada vez más elevada. Podemos encontrar tiendas en las principales ciudades de América, Europa y Asia. Durante los últimos años. Michael Kors creció de manera intensiva y actualmente ocupa la decimosexta posición en el segmento del lujo, según un estudio realizado por Deloitte.

TIPO DE ARTÍCULO	IMAGEN	DESCRIPCIÓN
Reloj		<p>Como diseñador, a Michael Kors se le conoce porque ha sabido combinar como pocos el sentido práctico americano con el "glamour" europeo.</p>
Zapatos		<p>Zapatos creados para una mujer activa, que no renuncia a la sofisticación por vestir diseños funcionales.</p>
Indumentaria		<p>Su objetivo es aunar el "confort" de EE UU, con el lujo de Europa. Así en su pasarela se pueden ver impresionantes abrigos de piel que se combinan con cómodos jeans o prendas de corte sport,</p>
Perfumes		<p>Los perfumes complementan su línea hechos para una mujer sofisticada y cómoda.</p>
Accesorios		<p>Su simpatía y buen humor acompaña a todo lo que crea en este caso gafas para una mujer cómoda y elegante.</p>
Bolsos		<p>Bolsos creados para una mujer que busca el confort y funcionalidad en sus bolsos y así sentirse única y atractiva.</p>

Gráfico N° 13: Productos Michael Kors
Fuente: (Michael Kors, 2016)

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis Externo

3.1.1. Análisis Pest

3.1.1.1. Entorno económico.

Los sectores de textil - confecciones y cuero – calzado han sido industrias que han aportado de una manera significativa a la dinámica económica del Ecuador, ya que constituyen plataformas de empleo y productividad. Su estructura implica una amplia cadena de valor que involucran a otros sectores como es la agricultura y la ganadería. Sin embargo, las empresas irán en la línea de subsistencia, procurando mejorar la eficiencia para pelear las adversidades, que se justifica en la inestabilidad que presentan de acuerdo a los siguientes datos. (Inec, 2016)

El presente análisis utiliza información ofrecida por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2016), y se complementa con datos relevantes de otras fuentes con el fin de establecer la importancia de estos sectores en relación a la economía nacional y a la industria manufacturera en general. (Inec, 2016)

En el sector textil - confecciones los principales productos que se elaboran en el país son telas planas (Denim) y telas de punto (Denim) en lo que respecta a bases textiles. En cuanto a productos terminados se encuentran prendas en tela Denim, suéteres, ropa interior, sábanas, cobijas, toallas, medias nylon, ropa deportiva y de aventura, ropa de niños y bebés, pijamas, entre los más importantes. Todo esto se desarrolla para cubrir la demanda nacional y en un bajo porcentaje a internacional. (Pro Ecuador, 2012)

“El consumo nacional de los hogares ecuatorianos para la compra de productos textiles (hilados y tejidos) y sus confecciones (hogar, vestimenta, calzado y productos elaborados con cuero) es de 2.400 millones de dólares” (Vistazo, 2016).

Esto lleva a que exista un tejido empresarial manufacturera en el área de confecciones y textiles que se caracteriza porque emplea un gran porcentaje en mano de obra, tal es así que 166.000 personas se encuentran empleadas dentro de estas estructuras productivas y 31.186 personas que estarían vinculadas al sector textil y confección, pero bajo la categoría de subempleados. (Pro Ecuador, 2012)

Además, para el año 2015 las exportaciones bajo en un porcentaje de 27,16% en comparación con octubre de 2014. Todo esto da como resultado un aporte al PIB (Producto Interno Bruto) de un 0,84% a septiembre del 2015. (Pro Ecuador, 2012)

El presidente de la Asociación de Industriales del Ecuador Javier Días Crespo menciona que “la compleja situación macroeconómica que atraviesa el Ecuador se traslada rápidamente a los negocios, a la microeconomía, al sector privado. Para la industria textil y confección ecuatoriana este fenómeno ocurre desde 2012, año en el cual cayó un 7,67 por ciento en su Producto Interno Bruto (PIB) real frente al año inmediatamente anterior. “En 2013 y 2014, según las mismas cifras, el sector creció 3,28 y 2,92 por ciento, pero hasta el tercer trimestre de 2015 vuelve a tener un decrecimiento de 2,64 por ciento” (Vistazo, 2016).

Este sector a pesar de enfrentar la inestabilidad económica que presenta el Ecuador, tiene grandes oportunidades siempre y cuando se replantee las estrategias y modelo de negocio para que se pueda diferenciar por la innovación que involucre en el producto, procesos, organización y mercadeo. En cuanto a la industria del cuero-calzado ecuatoriano ha experimentado un fuerte impulso en los últimos años gracias a la política gubernamental de sustitución de importaciones y a los estímulos por promover la producción nacional con calidad de este tipo de bienes. La participación del sector en el PIB es de 0,2%, en 2013 y 2014 se encuentran solo 29 empresas con más de USD 100 000 de ingresos anuales dedicados a esta actividad. (Pro Ecuador, 2012)

Las empresas del sector tienen un ingreso aproximado de 6,98 millones y una participación en los ingresos del total de empresas a escala nacional de 0,18% y, pese a que su rentabilidad conserva un nivel de 3,8%, el sector ha experimentado una reducción en sus ingresos del 2,4% entre el 2013 y 2014. (Pro Ecuador, 2012)

Cabe mencionar que el mercado de calzado en Ecuador es bastante restringido en comparación con otros países, por tener un consumo de calzado per cápita bajo, de aproximadamente 2,3 pares por año cada persona, frente a Colombia, Chile con 3,5 pares, Brasil 3,3 pares, Paraguay con 3,4 pares. Los países como EEUU con 7,9 pares, Francia 6,7 pares e Italia 6,6 pares son líderes en el mundo. La amplia cadena de valor a escala internacional se observa que es en el Ecuador poco diversificada a nivel de procesos y de productos. La dependencia de insumos importados del sector, encarece la producción, y disminuye sus posibilidades de competitividad.

La distribución se ha desarrollado de manera significativa en todas las ciudades del país, estos desarrollos proporcionan varios puestos de trabajo indirectos. El reto está en innovar los modelos de negocio para tratar en lo posible de mantener los trabajos directos e indirectos que genera el sector. (Ekos, 2016, pág. 1)

3.1.1.2. Entorno Legal

En el entorno legal la constitución del Ecuador menciona, garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global para lograr mantener la biodiversidad variada que posee con respecto al mundo. Este es uno de los objetivos que contempla el Plan Nacional del Buen Vivir que tiene como objetivo principal aprovechar los recursos de manera adecuada, mediante su conservación y uso sostenible para lograr una convivencia armónica con la naturaleza, denominando a todo este proceso de transformación - Revolución Ecológica-. En este sentido, se plantean como prioridades la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales, la inserción de tecnologías ambientalmente limpias, aplicación de la eficiencia energética y una mayor participación de energías renovables.

Asimismo, busca prevenir controlar y mitigar la contaminación ambiental en los procesos de extracción, producción, consumo y pos consumo con el fin de

promover los cambios en los patrones de producción y consumo incentivando el desarrollo nacional sustentable. El Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE) ha trabajado bajo Certificaciones y Reconocimientos, cuyo enfoque se centra en el uso eficiente de bienes y servicios ambientales, la prevención de impactos negativos evitables en los sectores estratégico, productivo, de servicios, y académico, aportando a la prevención del sobregiro ecológico mediante la generación de una sociedad ambientalmente responsable.

Es así que se ha desarrollado los siguientes mecanismos como Incentivos Ambientales:

- Certificación Ecuatoriana Ambiental por casos de Producción Más Limpia (P+L)
- Autorización Ambiental por adquisiciones de maquinaria, equipo o tecnología (MET's) destinadas a la Producción Más Limpia
- Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental "Punto Verde" por Buenas Prácticas Ambientales (BPAs) en oficinas
- Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental "Punto Verde" a Construcciones Ecoeficientes.

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. La transformación de la matriz productiva supone una interacción con la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores, con mayor intensidad en conocimientos. Esto promoverá la sustitución de importaciones, desagregación y transferencia tecnológica, conocimiento endógeno, y priorizará la producción nacional diversificada, con visión de largo plazo en el contexto internacional.

Por otra parte en septiembre de 2015, los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en donde se

establece el Objetivo 12 que manifiesta “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles” constituyen una de las cuatro esferas fundamentales en las que es preciso seguir avanzando para lograr su visión para después de 2015: “poner fin a la pobreza extrema en todas sus formas y colocar las piedras angulares para la prosperidad sostenida para todos”

La base de la economía mundial se basa en las actividades de consumo y producción, pero las modalidades de hoy en día están acabando rápidamente con el capital natural, degradando los servicios de los ecosistemas y socavando la capacidad de los países para atender sus necesidades de manera sostenida. El cambio hacia modalidades de consumo y producción sostenibles conlleva aumentar la eficiencia y la productividad en toda la cadena de suministro y el ciclo de vida de los productos, ahora y en el largo plazo.

La eficiencia aumenta y la productividad en toda la cadena de suministro junto con el ciclo de vida esto se da por el cambio de modalidades de consumo y producción sostenibles de los productos ya sea ahora o en largo plazo.

Dentro de esto se establece las siguientes metas:

- Abarcar la eficiencia en el uso y la gestión de los recursos naturales.
- Los efectos ambientales, tales como la gestión de desechos.
- La liberación de contaminantes, en especial de sustancias químicas.
- Se destaca la importancia de la información al consumidor y de la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida.
- Asimismo, se señala el papel que desempeña el sector público mediante las adquisiciones públicas sostenibles.

3.1.1.3. Entorno social/cultural

En cuanto al entorno social cultural es importante que una empresa esté alineada hacia su mercado objetivo y a las necesidades del mismo, pues mayores probabilidades de éxito tendrán esa oferta comercial. Por eso se vuelve prioritario observar el comportamiento del consumo de mercado, para así distinguir los factores que prevalecen dentro de las decisiones de los posibles clientes, e irlos

incluyendo dentro de la estrategia comercial de toda empresa que quiere buscar el éxito.

El consumo de vestimenta en el Ecuador representa un 41%. Cabe recalcar que en los hogares de ingresos altos se inclinan hacia la ropa norteamericana, en cuanto a vestido y calzado El 58% de las personas lo renuevan entre 6 meses y 1 año, aunque un importante 37% lo hace en periodos menores a 3 meses.

Estos datos muestran que Ecuador está dentro del sistema consumista que se ha implantado en el mundo que ha conllevado a un problema que, para que se consuman cosas, es preciso producirlas y, en este punto del proceso, es donde comienza el deterioro del medioambiente. Para satisfacer todos esos deseos materiales es necesario extraer recursos naturales, transformarlos en fábricas altamente contaminantes, transportarlos por todo el planeta, distribuirlos en grandes superficies a las que los consumidores acuden, con una alta probabilidad, en su coche privado y varias veces por semana y gestionar el tratamiento de unos residuos cada vez más elevados. (Álvarez L, 2016, pág. 3)

Esta industria cultural genera un hombre consumidor el cual va a consumir por lo que significa consumir tal producto, no por lo que en realidad valga por su utilidad o necesidad que tenga esa persona de consumirla. Si no que se va a consumir el producto porque representa algo. Lo que se vende son símbolos, ideas que contienen un estilo de vida y luego consumimos los productos que mejor representan ese estilo de vida.

El problema de esto es que consumir estos productos se nos impone como una obligación y de no hacerlo quedaríamos por afuera del entorno, y aún peor, los propios estilos de vida son diseñados por la industria. Los estilos de vida son producidos como mercancía. Todo esto que se nos impone, el estilo de vida, un molde, un estereotipo, una forma de actuar, de sentir, las ideas que se plantean para que las personas no queden fuera del “mundo particular”, se llama estandarización. Esto genera en las personas una falta de personalidad propia, original, una suerte de que todos sean iguales, todos piensan de la misma forma y actúan de la misma forma. Se impone una característica a todas las personas que es la de Consumer.

En este proceso participan distintos interesados, entre ellos las empresas, consumidores, encargados de la formulación de políticas, investigadores,

científicos, minoristas, medios de comunicación y organismos de cooperación para el desarrollo en cuanto al objetivo del consumo y la producción sostenibles que es hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando así las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación durante todo el ciclo de vida.

También es necesario que de una manera sistemática se logre la cooperación entre los participantes de la cadena de suministro, desde el productor hasta el consumidor final. Consiste en involucrar a los consumidores mediante la sensibilización y la educación sobre el consumo y los modos de vida sostenibles, facilitándoles información adecuada a través de normas y etiquetas, y participando en la contratación pública sostenible, entre otros.

3.1.1.4. Entorno tecnológico

En cuanto al entorno tecnológico uno de los objetivos claros de la innovación textil es la contribución con el cuidado al medio ambiente y la reducción de desperdicios textiles, y así obtener un producto nuevo mediante la reprocesamiento de estas fibras. Los países como Alemania, Japón, Estados Unidos y Reino Unido, empezaron con la nueva tendencia del reciclaje llamada “Ecofashion”, esto consiste en utilizar los retazos de telas para la obtención de nuevas prendas.

En la actualidad la tecnología textil ha evolucionado, un claro ejemplo es la obtención de botellas plásticas conocidas como PET ya que de estas se consiguen la tela llamada “fleece”, la misma que se utiliza para la elaboración de prendas deportivas, y también fibras como el algodón y lana para adquirir hilos de mejor calidad.

El Denim lidera un cambio de modelo en la industria textil al conseguir producir por primera vez jeans libres de contaminación. La empresa española líder en desarrollo de tecnologías sostenibles está presente en el mercado colombiano desde hace 15 años y en la feria Colombiatex lanza su último avance: el Light PP

Spray, la solución láser que acaba con el último proceso perjudicial para el trabajador y el medio ambiente que aún no tenía sustituto.

Con el Light PP Spray consigue un ciclo de producción de jeans perfecto que garantiza cero contaminaciones. En 4 años, se ha logrado sustituir con soluciones láser los 4 procesos dañinos para la salud y el medio ambiente que se realizaban en la industria textil: El Sandblast, el Stonewash, el Manual Scraping y ahora elimina esprayado químico con permanganato potásico.

En cuanto a la industria de las curtiembres existen grandes avances en cuanto a la prevención de la contaminación ambiental sobre todo en la última década. La mayoría de los curtidores se toman muy en serio este riesgo potencial trabajando continuamente en métodos con el fin de evitar la formación de cromo VI y prevenir los impactos negativos en el medio ambiente y en las personas la mayor cantidad de cromo posible. El curtido al cromo es un proceso con un fuerte impacto ambiental debido, por una parte, a que contamina de forma importante las aguas residuales y, por otra, a la dificultad de eliminar los residuos sólidos que contienen cromo. Se están realizando una gran variedad de estudios para minimizar el impacto del cromo, cabe destacar: reciclaje de baños, gestión de los residuos cromados, realización de curtido de alto agotamiento y sustitución de cromo por otros productos curtientes.

Actualmente hay muchas iniciativas en este sentido, pero hasta el momento no se han podido alcanzar niveles de calidad, resistencia, etc. del cuero con otros productos distintos del cromo. Sin embargo, otros curtientes utiliza sustancias orgánicas y taninos sintéticos y vegetales, que permiten obtener distintos tipos de cuero que pueden ser aplicables para una gama de productos, quedando otros a ser necesariamente curtidos al cromo.

Otra innovación en procesos de curtido medioambientalmente sustentable tiene que ver con el avance en los procesos de recupero total del cromo de modo tal de reducir, adicionalmente, los costos. En este sentido, las líneas de trabajo giran en torno a las recomendaciones de la Unión Internacional de Sociedades de Técnicos y Químicos del Cuero para minimizar el impacto de los efluentes residuales de la

industria del curtido y optimizar el estado de la tecnología. Otro aspecto importante en el eslabón de curtido, vinculado con el anterior, se relaciona con el ahorro de agua y energía. Esta etapa productiva es intensiva en agua y energía, por lo cual están en curso investigaciones en torno al curtido en seco, al menos para algunas terminaciones, que además implican menor consumo de energía.

3.1.2. Tendencias de consumo

Las tendencias de consumo actual se centran en una población del 50% que son menores a 30 años que pertenecen a la generación de los millennials, son de alta influencia y están más cerca de madurar como inversionistas en negocios sustentables, pagan por bienes y servicios que aseguren ser amigables con el medio ambiente y la sociedad ellos prefieren alimentos que cumplan con ciertos estándares medioambientales.

En cuanto a su vestuario, eligen por consumir marcas preferenciales que otorguen mejores condiciones de trabajo en sus fábricas. Una de sus principales preocupaciones es el calentamiento global o cambio climático, la tecnología también es primordial para su consumo, donde las ventas online son las más relevantes con el 10% en su totalidad. Es una generación que cuenta con menos ingresos que sus padres a esa edad y con tiempos de estudio más largos, por los que muchos viven hasta mayores con ellos. Esto les abre oportunidades para la industria de diversión y estilo de vida. (Pulso, 2014).

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Variables demográficas:

- Edad :25 a 30años
- Sexo: Femenino

Variables socio-económicas:

- Ingreso: Trabajo propio
- Ocupación: Inicio laboral

- Educación: Profesionales
- Nivel socio económico: Medio alto, Alto

Variables psicográficas:

- Personalidad: Sensible al desarrollo del entorno, observa y se deja influenciar por nuevos referentes, conceptos y propuestas
- Estilos de vida: Adicto a los medios productos de la contaminación cultural, comunicación y tecnología en medio de la tradición social.
- Intereses: Empleo
- Gustos: Medios de comunicación, crecer económicamente
- Inquietudes: Economía Salud.

Variables conductuales:

- Lealtad de marca.
- Tipo de usuario son fieles a las marcas buscando en ellas estatus no le importa el precio más que la calidad del producto.
- Nivel de uso: Flexible versátil a la hora de mezclar prendas y accesorios.
- Descripción del mercado objetivo

El mercado objetivo es un consumidor de moda sostenible entre los 25 a 30 años de edad que se encuentran realizando estudios universitarios o que los hayan culminado, que ocupan puestos medios altos con un consumo medio-alto puesto a que sus compras se mueven por las variables de valores sostenibles, calidad y tendencia. Los mercados objetivos tienen la necesidad de despertar una sensibilidad ecológica y apoyo a prácticas justas. Llevan un estilo de vida viajero que gustan de redes sociales, páginas web y sobretodo consumidor de productos ecológicos ya que son sensibles a estos, también son críticos de la marca.

Este grupo cada vez se vuelve más exigente, es por esta razón que las marcas de moda como H&M en su colección “Conscious” y “The Green Room “; representan la sostenibilidad, así también como en compañías vanguardistas que integran la sostenibilidad en todas las variables de su plan de marketing mix y estrategias corporativas. (Cobos V, 2016, pág. 1)

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.

Los consumidores de moda adquieren bolsos en una baja frecuencia cada año. Los datos muestran que las ventas en Estados Unidos alcanzaron su punto máximo en 2011, cuando la mujer promedio se dice que poseía al menos 11 bolsos, y compraba alrededor de dos nuevos bolsos cada año, muchas mujeres compran decenas de bolsos, a veces uno por atuendo, o también se gastan miles de dólares en bolsos de diseñador. En la actualidad el bolso se ha convertido en una necesidad de la mujer actual, no solo por el hecho de la comodidad que les brindan este sino también por seguridad al momento de realizar diferentes actividades, buscan verse únicas y a la moda.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos presenta los siguientes datos: En el Ecuador tiene 8'087.914 mujeres, lo que representa el 50,5% de la población del país, según las proyecciones poblacionales. De ellas 1'069.988 son jefas de hogar. En el marco de la celebración del Día Internacional de la Mujer, el Instituto Nacional de Estadística y Censos presenta varios datos al respecto.

Actualmente las mujeres desempeñan funciones y profesiones que tenían mayor participación masculina, en el 2001 existían 64 mujeres con títulos universitarios de físicos y en el 2010, esa cifra llegó a 1.125 mujeres. Así también las mujeres prefieren las profesiones científicas e intelectuales, pues el 53,3% de estos profesionales son mujeres.

Dentro del mercado laboral, la población femenina se incrementó dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) en un 80% entre 2001 y 2010. Mientras del total de establecimientos registrados en el Censo Económico, el 48% tiene a una mujer como dueña o gerente.

En los próximos seis años la población femenina se incrementará en un 9,36% mientras la de los hombres lo hará en 9,14%. De acuerdo a las proyecciones poblacionales, para el año 2020 la esperanza de vida será de 79 años, cinco años

más que la de los hombres. Esto quiere decir que los bolsos tendrán un amplio mercado y sus ventas crecerán.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Para poder realizar un análisis de la competencia es necesario centrarse en las estrategias competitivas establecidas por Michael Porter, la cuales están enfocadas al precio, segmentación y diferenciación. La competitividad es una variable que está ligada al valor que una empresa genera en sus productos o servicios y que los compradores están dispuestos a pagar. Este valor no solo se ve representado en el precio, sino en conceptos intangibles que en la actualidad están tomando una mayor significación dentro de la concepción del consumidor, denominado diferenciación.

Sin embargo, dentro del contexto local, el consumidor ha provocado que se le dé una mayor importancia al precio de venta, siendo este factor en el que la mayoría de empresas y distribuidores de bolsos centran su competitividad. Es así que se realizó un análisis de los mismos que se presentan a continuación.

Marca	Bolso Grande	Bolso Mediano	Bolso Pequeño
RM	62,00	50,00	40,00
Etafashion	50,00	42,00	35,00
Payless	45,00	38,00	32,00
Vatex	48,00	40,00	30,00
Missca	35,00	28,00	18,00

Gráfico N° 14: Productos.
Fuente: Mall de los Andes (2017)

Además, se puede establecer que la mayoría no tienen valores diferenciadores en lo que respecta a diseño de producto, introducción de estrategias sostenibles y comercialización, ya que la mayoría es realizada en base a sintéticos y con formas muy convencionales, esto hace que su producto sea muy común y no posea ningún valor agregado. (Ekos, 2016, pág. 1)

3.2. Análisis interno

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles.

Recursos económicos

Los recursos económicos se obtendrán directamente de la empresa DEXTEX dedicados a la confección de jeans y de la curtiembre CAMACHO donde curten pieles, estos materiales no tendrán costo alguno ya que estas empresas lo desechan al basurero ya que no lo emplean para ningún otro tipo de producto.

Recursos tecnológicos

Los recursos tecnológicos como son el láser y la bordadora e impresión de serigrafía y realización de colgantes se los realizará en la empresa DEXTEX que no tendrá ningún costo ya que apoyan en un 100% al proyecto de reutilizar los remanentes para nuevos productos sustentables ya que esta empresa en un futuro necesita darles nueva vida a los remanentes y tener ganancia económica.

3.2.2. Análisis FODA

3.2.2.1. Debilidades

- Costos mayores a los existentes en el mercado.
- Desconocimiento por parte de los usuarios de que son los accesorios sustentables.

3.2.2.2. Amenazas

- Inestabilidad económica política y social del país.
- Productos similares a un bajo costo.

3.2.2.3. Fortalezas

- Cuidado al medio ambiente a través de la reutilización de remanentes para nuevos productos sustentables aplicando procesos eco amigables con el ambiente junto con bordados y serigrafía étnicos nacionales.
- Control de calidad y técnico de propuesta.

3.2.2.4. Oportunidades

- El incentivo por la compra del producto ecuatoriano y cuidar el medio ambiente.
- Empresas que proveen de la materia prima (remanentes Denim y cuero).
- Desarrollo económico.
- Mano de obra capacitada.

3.2.2.5. Cuadro resumen del análisis FODA

Tabla N° 7 :
Análisis FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Cuidado al medio ambiente a través de la reutilización de remanentes para nuevos productos sustentables aplicando procesos eco amigable con el ambiente junto con bordados y serigrafía étnicos nacionales. Control de calidad y técnico de propuesta.	<ul style="list-style-type: none"> • El incentivo por la compra del producto ecuatoriano y cuidar el medio ambiente. • Empresas que proveen de la materia prima (remanentes Denim y cuero). • Desarrollo económico. • Mano de obra capacitada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costos mayores a los existentes en el mercado. • Desconocimiento por parte de los usuarios de que son los accesorios sustentables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica política y social del país. • Productos similares a un bajo costo.

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo.

La población son todos los individuos que formaran parte del estudio; en este caso son mujeres de 25 a 30 años de edad de la ciudad de Ambato, para lograr establecer una conclusión a los objetivos. Se ha escogido a este grupo objetivo puesto que en ese rango de edad son mujeres que consumen bolsos en su vida diaria, para generar un estudio de campo y poder establecer parámetros de diseño y comercialización. Además de la aceptación del producto. Sin embargo, la propuesta puede tener mayor alcance a un mercado más amplio, ya que tiene una visión de internacionalización.

4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista

OBJETIVO:

Diseñar accesorios con motivos étnicos nacionales para la optimización de los remanentes de la industria del Denim y las curtiembres en la Provincia de Tungurahua.

Estado Civil: Casada Soltera

Nivel de educación: Primaria secundaria superior

Lea detenidamente las preguntas, marcar con un visto la respuesta que considere.

1. ¿Cuánto percibe de ingresos mensualmente?

a. 366 Dólares b. 600 Dólares C.900 Dólares

2. ¿Considera que un bolso es un accesorio indispensable de la mujer actual?

- a. Si b. No

3. ¿Con que estilo de vida se identifica?

- a. Tranquilo b. Activo c. Ocupado

4. ¿Qué aspiraciones sociales tiene?

- a. Ser diferente b. Tener estatus c. Ser única

5. ¿Qué valora usted cuando adquiere un producto?

- a. Calidad b. Innovación c. Precio d. Estética e. Materiales

6. ¿Cuándo adquiere un bolso, porque lo hace?

- a. Necesidad b. Gusto c. Moda

7. ¿Qué imagen le gustaría tener al usar un bolso determinado?

- a. Elegante b. Sencilla c. Cómoda

8. ¿Si la marca le ofrece un accesorio desarrollado con remanentes, cuál sería el concepto que usted identifica a esta clase de producto?

- a. Innovador b. Identidad c. Único

9. ¿Con que material le gustaría que sea desarrollado el empaque de este producto?

- a. Material reciclado b. Nuevo

10. ¿Qué atributos a usted le gustaría que tenga el producto?

- a. Amplitud. b. Semi Ligero. c. Funcional.

11. ¿Qué tamaño de bolso le gustaría?

- a. Grande. b. Mediano. c. Pequeño.

12. ¿Qué tipo de cargaderas le gustaría que tenga el bolso?

- a. Largo. b. mediano. c. Corto.

13. ¿Qué beneficios busca usted en un bolso?

- a. Proporcione orden b. Proporcione Seguridad

14. ¿Con que frecuencia usted compra un bolso?

- a. Siempre b. A veces c. Nunca

15. ¿Cuanto estaría dispuesta pagar por un bolso elaborado con remanentes de la industria del jean y de las curtiembres.

- a. 40 Dólares b. 60 Dólares c. 80 Dólares

4.2. Elección de la muestra

La elección de la muestra es el porcentaje de la población que pueda proporcionar a la investigación la información necesaria de las mujeres del rango de edad desde los 25 a 30 años de edad. A través del censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se han obtenido las cifras de la población total.

Tabla N° 8: Cuadro población.

CUADRO POBLACIÓN
Población Tungurahua: 504.583
Población Ambato: 329, 856
Población 25 a 30 años: 27.882
Población masculina 25 a 30 años: 13.500
Población femenina 25 a 30 años: 14.382

Fuente: base del censo 2010 (INEC)

Tabla N° 9:

Descripción de la Fórmula

DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA
n: Tamaño de la muestra.
PQ: Probabilidad de ocurrencia.
N: Universo de estudio.
e: Error de muestreo 0.02
k: Coeficiente de corrección 2
Mujeres de 20 a 30 años (3%): 14.382

Fuente: Base del censo 2010 (INEC)

Aplicación de formula

$$n = \frac{PQN}{(N - 1) (E^2/K^2) - PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 14.382}{(14.382 - 1) (E^2/K^2) - PQ}$$

$$n = \frac{3595,5}{(14.381) (0.0001) + 0.25}$$

$$n = \frac{3595,5}{1,6881}$$

$$n = 2.129$$

4.3. Técnicas de estudio

4.3.1. Cuantitativas

En el presente proyecto se aplicará un enfoque cuantitativo ya que se determinará el porcentaje de remanentes que existe en la empresa DEXTEX y así poder contabilizar la pérdida económica trimestral existente para establecer estrategias, optimizando recursos mediante la reutilización de remanentes para la creación de nuevos productos. También se realizará un estudio de los requerimientos del consumidor que son mujeres de 25 a 30 años en cuanto a las características que debe tener el producto.

Para llevar a cabo este proyecto se aplicará la investigación de campo ya que se tendrá contacto de forma directa con los textileros de la provincia, para así obtener la información necesaria acorde a los objetivos del proyecto y poder desarrollar un producto de calidad y que cumpla con los requerimientos del mercado objetivo. Se aplicará también una investigación bibliográfica y documental ya que es necesario obtener información para el desarrollo de la guía práctica, esto a su vez es necesario ya que brindara mayor calidad al momento de finalizar el proyecto.

4.4. Elaboración e interpretación de los datos

Las mujeres de 25 a 30 años resididas en la ciudad de Ambato que han sido encuestadas El 80% de las mujeres encuestadas son solteras, el 20% casadas y el teniendo una educación superior.

1. ¿Cuánto percibe de ingresos mensualmente?

Tabla N° 10:

Cuánto percibe de ingresos mensualmente?

Alternativa	Frecuencia	%
366,00	210	70
600,00	60	20
900,00	30	10
TOTAL	300	100



Gráfico N° 15: Preguntar 1

Análisis: El 70% de las mujeres encuestadas afirman que el sueldo que perciben es de \$366,00 dólares mientras que el 20% dice que perciben \$600,00 dólares y el 10% ganan \$900 dólares.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que las que el mayor porcentaje de mujeres perciben más de los \$366,00 dólares o un sueldo básico, donde su prioridad son las cosas de primera necesidad como son luz, agua, alimentación entre otros.

2. ¿Considera que un bolso es un accesorio indispensable de la mujer actual?

Tabla N° 11:

¿Considera que un bolso es un accesorio indispensable de la mujer actual?

Alternativa	Frecuencia	%
Si	270	90
No	30	10
TOTAL	300	100

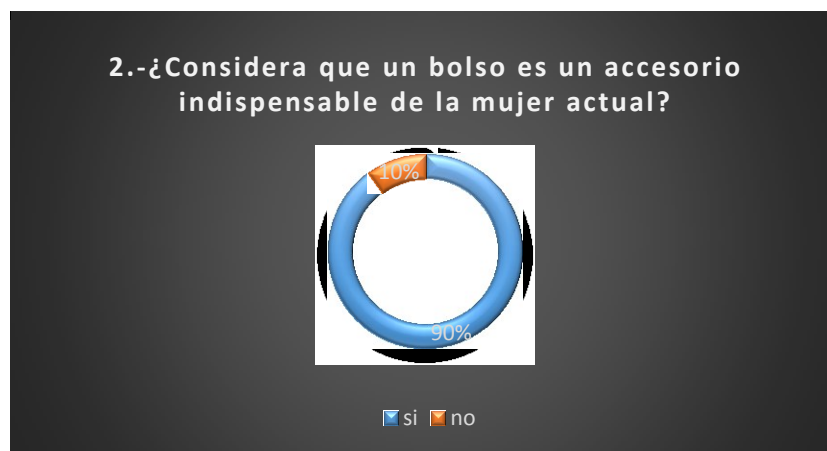


Gráfico N° 16: Pregunta 2

Análisis: De las mujeres encuestadas el 90% consideran que un bolso es un accesorio indispensable para la mujer actual mientras que el 10% no consideran que sea un accesorio indispensable para la mujer actual.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que las que el mayor porcentaje de mujeres consideran que un bolso es un accesorio indispensable para la mujer actual, esto quiere decir que la mujer actual al momento de realizar diferentes actividades siempre lleva consigo un bolso y el menor porcentaje consideran que un bolso no es indispensable.

3. ¿Con que estilo de vida se identifica?

Tabla N° 12:

¿Con que estilo de vida se identifica?

Alternativa	Frecuencia	%
Tranquilo	210	70
Activo	69	23
Ocupado	21	7
TOTAL	300	100

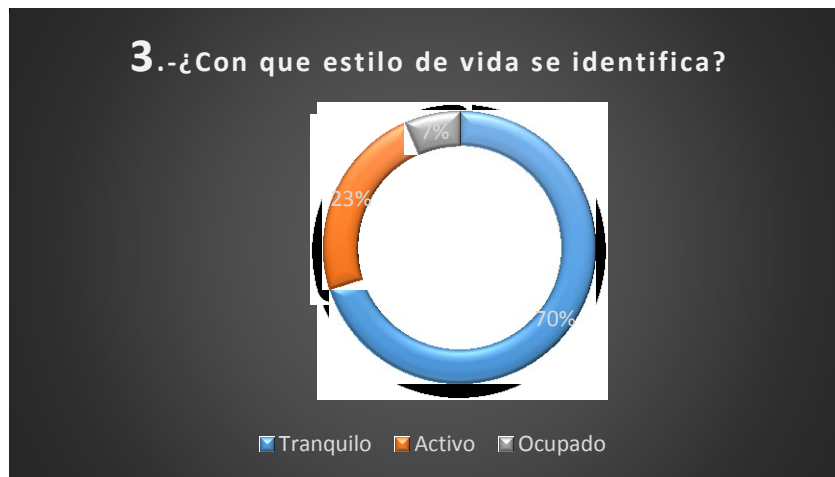


Gráfico N° 17: Estilo de vida

Análisis: El 7% de las mujeres encuestadas se identifican con un estilo de vida ocupado mientras que el 23% son activas y el 70% se identifican con un estilo de vida tranquilo.

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se puede definir que las que el mayor porcentaje de mujeres se identifican con un estilo de vida tranquilo, donde no realizan alguna actividad pesada o de mucho esfuerzo y el menor porcentaje se identifican como ocupado.

4. ¿Que aspiraciones sociales tiene?

Tabla N° 13:

¿Qué aspiraciones sociales tiene?

Alternativa	Frecuencia	%
Ser Diferente	225	75
Tener Estatus	60	20
Ser Único	15	5
TOTAL	300	100



Gráfico N° 18: Aspiraciones

Análisis: El 5% de las mujeres aspiran tener estatus, mientras que el 20% aspiran ser diferentes y el 75% quieren ser únicas al momento de usar un accesorio de moda.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede definir que las que el mayor porcentaje de mujeres aspiran ser únicas en la sociedad, puesto que al verse iguales consideran ser comunes, es por esta razón más bien quieren destacar en el grupo social y el menor porcentaje quieren pertenecer a un estatus social.

5. ¿Que valora usted cuando adquiere un producto?

Tabla N° 14:

¿Que valora usted cuando adquiere un producto?

Alternativa	Frecuencia	%
Calidad	231	77
Innovación	48	16
Precio	6	2
Estética	9	3
Materiales	6	2
TOTAL	300	100

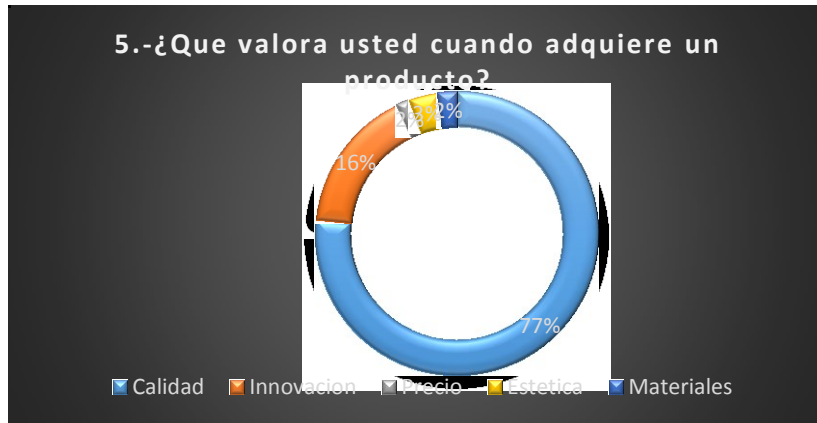


Gráfico N° 19: Que valora en un producto

Análisis: A la hora de comprar un producto las mujeres varían mucho su gusto, el 2% de las mujeres encuestadas antes de comprar un producto se fijan en el tipo de material que está desarrollado el producto, el otro 2% antes de adquirir un producto miran el precio, mientras que el 3% se fijan en la estética el 16% en la innovación que tiene el producto y para finalizar el 77% de las mujeres antes de adquirir un producto primero toman en cuenta la calidad del producto.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que el mayor porcentaje de mujeres aprecian los materiales de un producto al momento de adquirirlos, se considera que el material que se desarrollará en el Proyecto será un material resistente y conciso sobretodo agradable al tacto, y el menor porcentaje valora la estética y precio de este.

6. ¿Cuándo adquieres un bolso porque lo haces?

Tabla N° 15:

¿Cuándo adquieres un bolso porque lo haces?

Alternativa	Frecuencia	%
Necesidad	240	80
Gusto	45	15
Moda	15	5
TOTAL	300	100

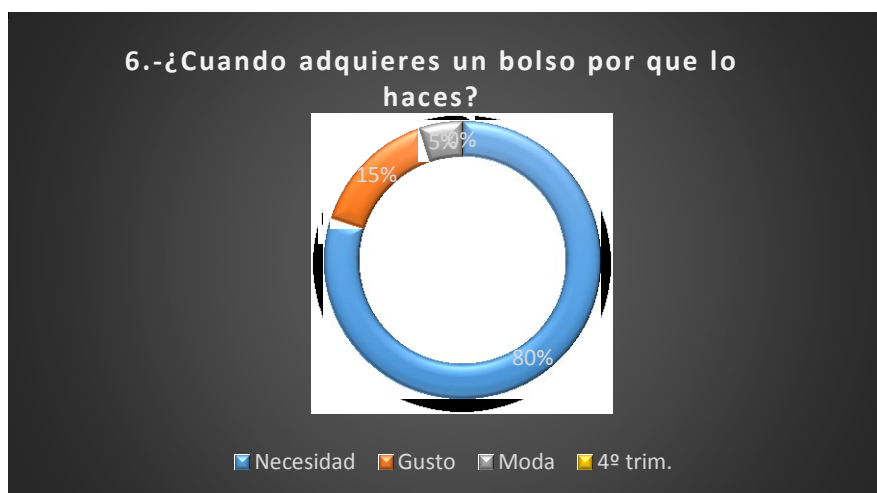


Gráfico N° 20: Cuando adquiere un bolso

Análisis: El 5% de las mujeres encuestadas cuando adquieren un bolso lo hacen por sentirse a la moda, el 15% lo adquieren por gusto mientras que el 80% lo hacen por necesidad ya que es indispensable al momento de realizar diferentes actividades.

Interpretación: Mediante Se puede identificar que el mayor porcentaje de mujeres adquieren un bolso por necesidad, ya que es indispensable al momento de llevar objetos de valor, y movilizarse sin ninguna preocupación y el menor porcentaje lo hace únicamente por moda.

7. ¿Que imagen le gustaría tener al usar un bolso determinado?

Tabla N° 16:

¿Qué imagen le gustaría tener al usar un bolso determinado?

Alternativa	Frecuencia	%
Elegante	255	85
Sencilla	30	10
Cómoda	15	5
TOTAL	300	100



Gráfico N° 21: imagen que trasmite

Análisis: El 5 % de las mujeres encuestadas le gusta verse sencilla al momento de usar un bolso mientras que el 10% quieren verse elegantes y el 85 % necesitan sentirse cómodas al momento de llevar este accesorio.

Interpretación: Se puede definir que el mayor porcentaje de mujeres le gustaría usar un bolso que sea cómodo, para así poder desarrollarse en cualquier actividad y no les sea incomodo mientras que el menor porcentaje prefieren verse únicamente sencillas.

8. ¿Si la marca le ofrece un accesorio desarrollado con remanentes, cuál sería el concepto que usted identifica a esta clase de producto?

Tabla N° 17:

¿Si la marca le ofrece un accesorio, desarrollado con remanentes, cuál sería el concepto que usted identifica a esta clase de producto?

Alternativa	Frecuencia	%
Innovador	135	45
Ecológico	132	44
único	33	11
TOTAL	300	100

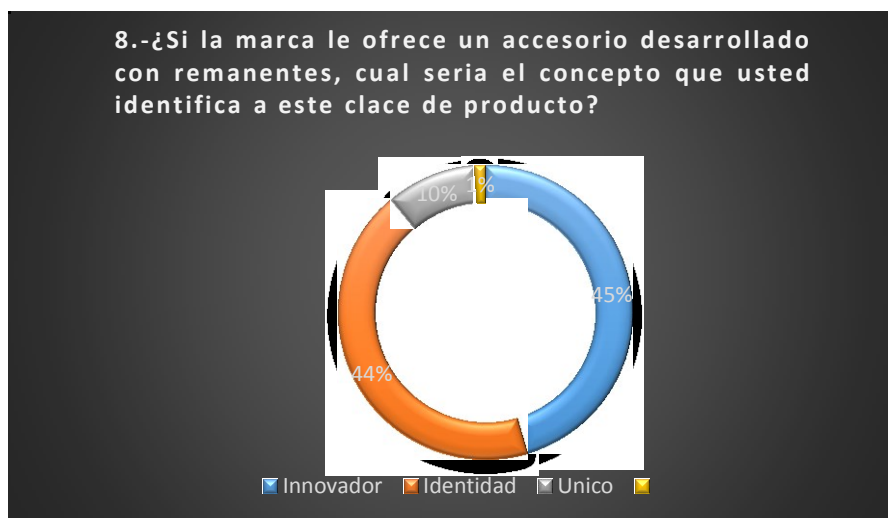


Gráfico N° 22: Concepto con el que se identifica

Análisis: El 10% de las mujeres encuestadas identifican al bolso con detalles étnicos como un accesorio único, el 44% lo relacionan con identidad y el 45% confirman que lo relacionan como un producto innovador.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que las que el mayor porcentaje de mujeres tienen como concepto a innovador, un producto desarrollado con remanentes y bordados étnicos esto quiere decir que el resultado de la encuesta es favorable para el desarrollo del Proyecto.

9. ¿Con que material le gustaría que sea desarrollado el empaque de este producto?

Tabla N° 18:

¿Con que material le gustaría que sea desarrollado el empaque de este producto?

Alternativa	Frecuencia	%
Reciclado	285	95
Nuevo	15	5
TOTAL	300	100



Gráfico N° 23: Material del empaque

Análisis: El 5% de mujeres encuestadas prefieren que el empaque del producto sea hecho con un material reciclado mientras que el 5% aseguran que les gusta que el empaque sea de un material nuevo.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que el mayor porcentaje de mujeres les gustaría que el empaque sea de un material reciclado, este resultado es favorable para el Proyecto ya que el producto que desarrollará será hecho de remanentes donde conjugan bien todos los elementos para evitar la contaminación ambiental.

10. ¿Que atributos le gustaría que tenga el producto?

Tabla N° 19:

¿Qué atributos le gustaría que tenga el producto?

Alternativa	Frecuencia	%
Amplitud	240	80
Semi ligero	36	12
Funcional	24	8
TOTAL	300	100



Gráfico N° 24: Atributos

Análisis: El 8% de las mujeres encuestadas al momento de adquirir un bolso prefieren que uno de los atributos sea que el producto sea semi ligero mientras que el 12% que sea amplio y el 80% que posea funcionalidad.

Interpretación: Se puede definir en los resultados que el mayor porcentaje de mujeres quieren que el producto tenga varios atributos, pero el más importante es que sea funcional ya que muchas veces solo existen bolsillos o cierres decorativos, pero no cumplen la función de utilidad y el menor porcentaje les gustaría que el producto sea amplio.

11. ¿Que tamaño de bolso le gustaría?

Tabla N° 20:

¿Qué tamaño de bolso le gustaría?

Alternativa	Frecuencia	%
Mediano	270	90
Pequeño	21	7
Grande	9	3
TOTAL	300	100



Gráfico N° 25: tamaño de bolso

Análisis: El 3% de las mujeres encuestadas prefieren que el tamaño del bolso sea grande mientras que el 7% lo prefieren peque y en un 90% que el bolso sea de un tamaño mediano.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que el mayor porcentaje de mujeres prefieren un bolso de tamaño mediano ya que brinda comodidad y seguridad, puesto a que es más fácil de llevar y encontrar los objetos de valor mientras que el menor porcentaje les gustaría que sea grande.

12. ¿Qué tipo de cargaderas le gustaría que tenga el bolso?

Tabla N° 21:

¿Qué tipo de cargaderas le gustaría que tenga el bolso?

Alternativa	Frecuencia	%
Mediano	240	80
Corto	45	15
Largo	15	5
TOTAL	300	100

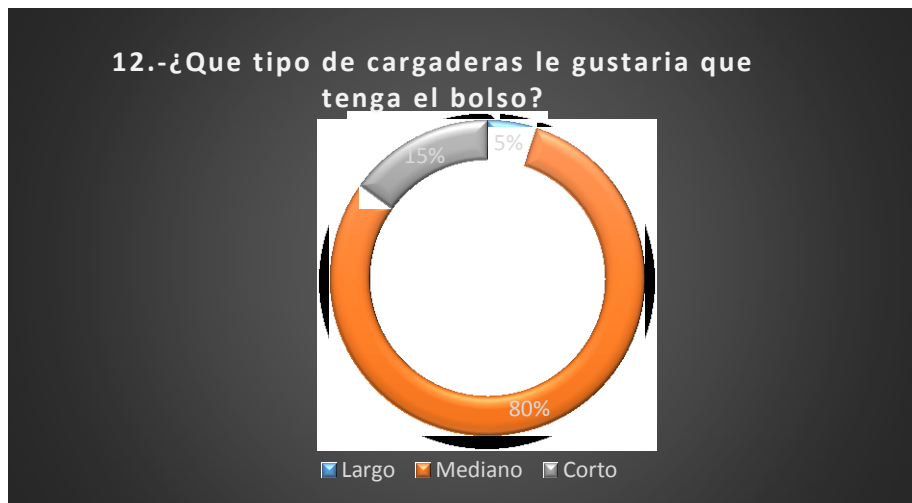


Gráfico N° 26: Cargaderas

Análisis: El 5% de las mujeres encuestadas prefieren que las cargaderas del bolso sean largas el 15% que sean cortos y en un 80% prefieren las cargaderas de un tamaño mediano.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que el mayor porcentaje de mujeres prefieren las cargaderas medianas para mayor comodidad al momento de movilizarse hacer sus actividades mientras que el menor porcentaje lo prefieren largo.

13. ¿Que beneficios busca usted en un bolso?

Tabla N° 22:

¿Qué beneficios busca usted en un bolso?

Alternativa	Frecuencia	%
Proporcione Seguridad	279	93
Proporcione Orden	21	7
TOTAL	300	100

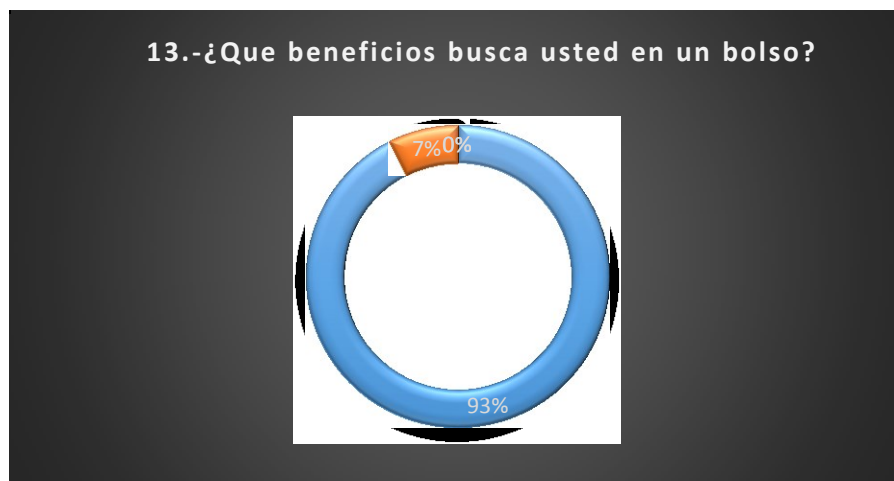


Gráfico N° 27: Beneficios

Análisis: El 7% de las mujeres encuestadas al momento de adquirir un bolso buscan que les proporcione orden y el 93% buscan que sea seguro.

Interpretación: Se puede definir en los resultados de la encuesta que el mayor porcentaje de mujeres busca en un bolso seguridad ya que llevan objetos de valor y desean que estos sean seguros al momento de desarrollarse en cualquier actividad y el menor porcentaje busca que el bolso proporcione orden.

14. ¿Con que frecuencia usted compra un bolso?

Tabla N° 23:

¿Con que frecuencia usted compra un bolso?

Alternativa	Frecuencia	%
A veces	150	50
Siempre	120	40
Nunca	30	10
TOTAL	300	100



Gráfico N° 28: Frecuencia de compra

Análisis: El 10% de las mujeres encuestadas no adquieren un bolso con frecuencia y el 40% dicen comprarlo siempre y el 50% lo adquieren a veces.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que el mayor porcentaje de mujeres adquieren a veces un bolso, pero seguido de este siempre adquieren uno esto quiere decir que las dos opciones son las más seleccionadas para realizar este Proyecto y en el menor porcentaje afirman nunca comprar un bolso ya que sus amistades más cercanas les obsequian.

15. ¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por un bolso elaborado con remanentes de la industria del jean y de las curtiembres?

Tabla N° 24:

¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un bolso elaborado con remanentes de la industria del jean y de las curtiembres?

Alternativa	Frecuencia	%
40 dólares	225	75
60 dólares	60	20
80 dólares	15	5
TOTAL	300	100

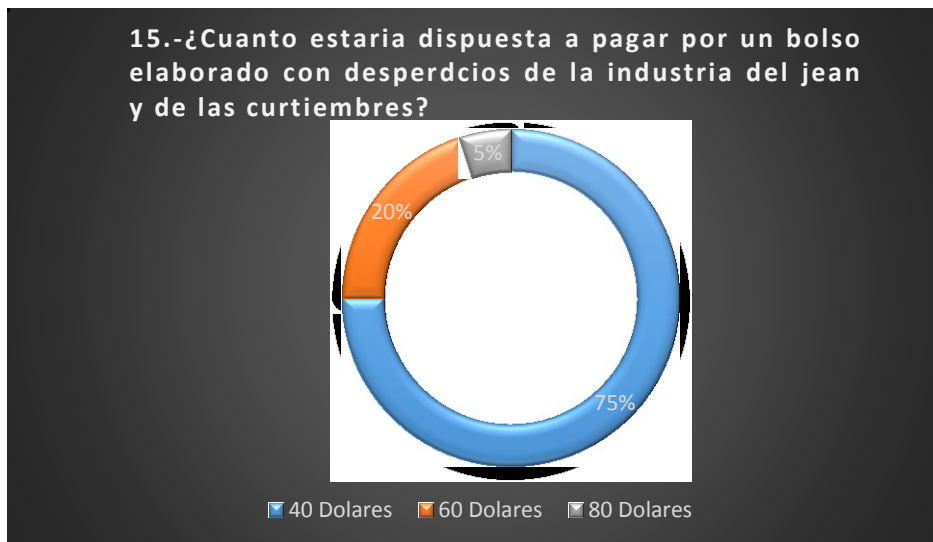


Gráfico N° 29: Costo

Análisis: El 5% de las mujeres encuestada están dispuestas a pagar por un bolso elaborado con desperdicios de la industria del jean y de las curtiembres 80,00 dólares y el 20% se disponen a pagar 60,00 dólares mientras que el 75% pagan por un accesorio 40,00 dólares.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que el mayor porcentaje de mujeres estarían dispuestas a pagar 40,00 dólares un bolso este resultado confirma el precio promedio al que se quería llegar ya que es un producto muy accesible donde la mayor parte de mujeres lo puede adquirir.

4.5. Conclusiones

Las mujeres encuestada de la actualidad de 25 a 30 años de edad de la provincia de Tungurahua, poseen un estilo de vida tranquilo donde realizar sus actividades se vuelve una rutina del diario vivir , ellas no precisamente realizan actividades de esfuerzo físico, es por esta razón que ellas quieren lucir su indumentaria a la moda por supuesto está acompañada de accesorios que estén a la vanguardia, en este caso cuando compran un bolso lo que primero valoran es el material en el que está confeccionado no solamente por su durabilidad sino también por el buen tacto que posea, también lo adquieren porque lo necesitan para mantener sus objetos de valor a buen recaudo y poder desarrollarse en sus distintas actividades y así de esta manera sentirse y verse cómodas ser únicas en el medio social que las rodea, ya que un bolso es un accesorio de uso frecuente donde cancelar 40,00 dólares no es problema ya que todas son mujeres independientes y profesionales.

4.6. Marketing Mix: Producto, precio, promoción, plaza y personas.

4.6.1. Producto

Accesorios mediante la aplicación de técnicas de serigrafía y bordados con motivos étnicos nacionales para la optimización de los remanentes de la industria del Denim y las Curtiembres con características de distinción y exclusividad, no solamente para que la mujer luzca a la moda si no también que los empresarios realicen de los remanente nuevos productos, un producto que cumpla los objetivos planteados sustentables en la propuesta con valor agregado del mismo que logren satisfacer las necesidades de los clientes, de igual forma se desarrollará con una marca que cumplan con las características al perfil de consumidor enfocado y el producto a ofertar. Se realizará una gama de productos nuevos en la línea de accesorios que brinden seguridad al momento de usar, bajo una relación de producto marca se pretende brindar por medio de la exclusividad que será presentada por medio de sus textiles e insumos.

- Generación de ideas
- Depuración de ideas
- Desarrollo y prueba de conceptos.

- Desarrollo de la estrategia de marketing
- Análisis de la propuesta.
- Parámetros de calidad.

4.6.2. Promoción

- La forma de aligerar la demanda de consumo del producto de accesorios de moda, es dar a conocer al grupo objetivo sobre la marca y lo que oferta la misma, para esto hoy en día existen varios medios de publicidad tanto escritos como visuales que llegan a los consumidores, es una estrategia que permite interactuar con los clientes o consumidores para de esta forma conocer requerimientos y realizar propuestas de valor que obtengan su fidelidad a la marca.
- **Publicidad TTL:** Comunicación vía internet en este caso se creará un blog en el cual se detallarán los productos que se ofertan a los consumidores creando emociones y siendo un estimulante para su adquisición por ende lograr que los consumidores tengan un apego con la marca.
- Implica dar un seguimiento a los consumidores, de esta manera logramos conocer sus hábitos, gustos, preferencias y expectativas se desarrollará mediante llamadas y visitas a los clientes de las tiendas, para ver como los consumidores reaccionan al momento de adquirir el producto, también se requiere mantener al cliente informado sobre nuevas ofertas, lanzamientos, servicios y garantías para conseguir por este medio su fidelidad a la marca.
- **Herramientas Digitales:** Las redes sociales en la actualidad causan impacto Otro de los efectos de las redes sociales es el poder de manifestación que poseen, en el más amplio sentido de la palabra. La inmediatez de la comunicación, y transmisión de opiniones y contenido las convierte en un potente instrumento social, Así como el Facebook e Instagram.

4.6.3. Plaza

Se entiende como plaza el lugar físico o área geográfica en donde se va a distribuir, promocionar y vender cierto producto o servicio, la cual es formada por una cadena distributiva por la que estos llegan al consumidor, es decir, del fabricante a los distintos tipos de establecimientos en donde pueden ser adquiridos.

Como productor o fabricante, es importante llevar el producto o servicio a los lugares en los que será vendido, como mayoristas, medio mayorista, tiendas de autoservicio, departamentales y detallistas para llegar al usuario, localizar los puntos estratégicos de distribución para que los productos sean identificados y consumidos y así "lograr el alcance deseado de la compañía en el mercado".

Canales de distribución para productos de consumo. Este tipo de canal se divide a su vez en cuatro tipos de canales:

Canal directo.

1. Del productor o fabricante a los consumidores sin ayuda de un intermediario. Canal detallista o canal
2. Del productor al detallista y del detallista a los consumidores. Canal mayorista o canal
3. Del productor al mayorista, del mayorista al detallista y del detallista al consumidor. Canal/agente intermediario o canal
4. Del productor a los agentes intermediarios, de estos a los mayoristas, de estos a los detallistas y de estos a los consumidores.

Persona

Ganar la fidelidad a una marca es el objetivo principal de toda empresa, ya que ellos son quienes invierten al encontrarse identificados con los productos, al generar una tienda online y redes sociales se obtendrá una base de datos de usuarios en las cuales se reportarán las promociones, beneficios, colecciones y productos nuevos constantemente por medio emails y publicaciones que

significara una vía útil y rápida para intensificar la comunicación y las relaciones empresa – usuario.

Es primordial el educar continuamente al personal con la que cuenta la empresa, se deberá renovar el modo de atención hacia los clientes y crear una imagen seria, amigable y sumamente atenta con los clientes, esto será aplicado para el personal de ventas directas.

CAPITULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1 Control de calidad.

La implantación de Sistemas de Gestión de Calidad es una herramienta clave para poder innovar y garantizar una mejora continua del producto, que permite adaptarnos con más rapidez a las necesidades del grupo objetivo. Para desarrollar e implantar un sistema de gestión de la calidad es fundamental no sólo el conocimiento de la organización, su infraestructura y procesos operativos, sino además la propia norma a implantar, y su funcionalidad o adaptación eficaz a la organización en la que se aplica.

1. El control de calidad debe ser definida en términos del cliente.
2. Puede ser definida como conformidad con las especificaciones.
3. Debe existir una continuidad.
4. Es lo que percibe el usuario.
5. Es adelantarse a las expectativas del cliente.

Esto quiere decir que calidad no es cantidad sino más bien es un conjunto de procesos donde existe la continuidad del producto hasta que salga a la venta al público.

5.2 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Los equipos y la infraestructura del proyecto consisten en máquinas de arrastre pesado como son overlock, recta, recubridora tanto para cuero como para Denim,

en el área de terminados se contará con una remachadora y ojaladora, todas estas herramientas son indispensables para poder desarrollar el producto como tal.

5.3. Requerimientos de mano de obra

La mano de obra será especializada en cada una de las áreas ya que se trabajará con un equipo de varios años de experiencia en confección en cuero, Denim, lona, tejido plano, tejido de punto, ribb, sintético, y entre otros, en cuanto a la producción del bolso se contará con mano de obra experimentada de más de 20 años en el desarrollo de bolsos de cuero natural en la parroquia de Quisapincha/Ambato.

5.4 Seguridad industrial y medio ambiente

Se aplicarán las 10 normas más importantes de seguridad industrial tales como.

- Condiciones de seguridad para la prevención y protección contra incendios.
- Sistemas de protección y dispositivos de seguridad en maquinaria, equipos y accesorios.
- Condiciones de seguridad para el almacenamiento, transporte y manejo de sustancias inflamables y combustibles.
- Seguridad e Higiene para el almacenamiento, transporte y manejo de sustancias corrosivas, irritantes y tóxicas.
- Seguridad e higiene en los centros de trabajo donde se produzcan, almacenen o manejen sustancias químicas capaces de generar contaminación en el medio ambiente laboral.
- Seguridad e higiene en los centros de trabajo donde se produzcan, usen, manejen, almacenen o transporten fuentes generadoras o emisoras de radiaciones ionizantes.
- Protección personal para los trabajadores en los centros de trabajo.
- Condiciones de seguridad en donde la electricidad estática represente un riesgo.
- Señales y avisos de seguridad e higiene.

- Medicamentos, materiales de curación y personal que presta los primeros auxilios.

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

6.1.1. Brains turning

Mediante la utilización de remanentes de las industrias del jean y curtiembres, se aportará al medio ambiente evitando que estos sean desechados y a la vez que sean focos de contaminación, dándoles un nuevo uso en la realización de bolsos femeninos como un accesorio del uso cotidiano de la mujer actual. El producto poseerá varios servicios funcionales y, además las bases textiles en las cuales se desarrollará tienen características que permiten que las propuestas puedan tener resistencia, durabilidad y versatilidad, el Denim y el cuero son materiales atemporales que pueden ser usados en cualquier espacio del tiempo.

Cabe mencionar que la industria textil ha sido la causante de un porcentaje significativo en la contaminación del medio ambiente, sobre todo dentro de los procesos que forma parte de la cadena de valor del mundo del Denim y del cuero, es por esto y mirando la necesidad de devolverle una segunda oportunidad a los recursos que la naturaleza ofrece, se propone este clase de proyectos, que a más de tener innovación, calidad, diseño tangibles en el producto, se habla también de una parte ética y social con nuestro medio. Todo lo mencionado se resume en los siguientes valores que están presentes en los productos ofertados:

Al hablar de identidad no solo se refiere a utilizar directamente los diseños extraídos de los collares Saraguro y hacer una réplica de sus formas, pero sí a meditar, a detenerse un momento y buscar en ellos fuentes de inspiración. El arquitecto catalán Antonio Gaudí, “ser original es volver al origen”. Volver a los orígenes y rescatar las paletas cromáticas, los trazos, la esencia de los antepasados

y fusionarlos con las tendencias actuales, sin olvidar la aplicación de las reglas y teorías que rigen el diseño.

- **Identidad:** Motivos grabados en la etiqueta.
- **Durabilidad:** Textiles e insumos.
- **Exclusivo:** Detalles y Acabados.
- **Sostenibilidad:** Utilización de remanentes.

6.2. Perfil del cliente.

Consumidor Neo-tradicional

Este perfil se caracteriza por que está dentro del rango de edad entre los 25 a 30 años, es un cliente que mantiene la tradición, pero se apega a lo actual, con un sentido de independencia económica ya que dentro de la categorización que propone INEXMODA de acuerdo a la edad, manifiesta que éste grupo tiene una carrera universitaria y un espacio en el mundo laboral, lo que lo ubica en un nivel socio económico medio alto. Al ser el producto un accesorio femenino, va enfocado a una mujer que observa y se deja influir por nuevos referentes, conceptos y propuestas, Sus influencias son: tradición, memoria, familia, social, cultural, histórico, clásico renovado, apariencia, son leales a la marca buscan en ellas estatus no les importa el precio más que las calidades del producto son flexibles y versátiles a la hora de mezclar prendas y accesorios. De acuerdo a las encuestas realizadas, este perfil encaja en el consumidor ya que ha evolucionado de lo tradicional, conserva un equilibrio entre lo clásico y sofisticado, proyectando una imagen innovadora aplicando nuevas reglas del estilo, mediante un amplio contenido de lujo reflejando elegancia y distinción.

6.2.1 Moodboard del perfil del cliente



6.3 Identidad de marca.



SASHA GRANJA es una marca de bolsos con sentido, este logotipo deberá ser utilizado de la misma forma para todos los accesorios de moda, dentro de la psicología del color, el negro tiene significados positivos como elegancia, sobriedad, sofisticación que van en armonía con el tipo de producto a desarrollar, el color blanco transmite tranquilidad, feminidad y delicadeza, está desarrollada por medio de la inicial del nombre del autor como marca de diseñador, este logotipo cuenta con variaciones de color de acuerdo a la ocasión.

6.4 Uso de la marca



Retícula

Las formas y figuras del logotipo de SASHA GRANJA deberán ser utilizadas de la misma forma para todos los accesorios y aplicaciones de moda, esta grafimetría se ocupará en reproducciones que necesiten colores planos y vectores ya que el logotipo tiene aplicaciones con color.



TIPOGRAFÍA

” Lucida sans” Regular.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

6.5 Análisis de color de la propuesta

Logotipo fondo blanco con letras negras.



Logotipo fondo blanco con letras doradas.



Logotipo fondo negro con letras blancas.



Logotipo fondo negro con letras doradas.


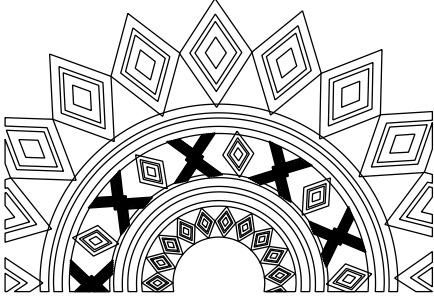

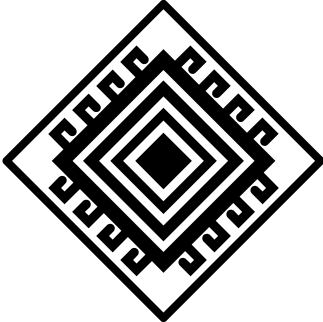

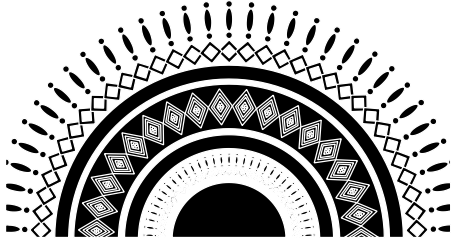


Etiqueta

La etiqueta se desarrollará en base a los desperdicios del cuero y serán estampadas con tintes reciclados, los mismos que se obtendrán del proceso de serigrafía de la empresa DEXTEX. Toda vez que los residuos son depositados en la basura. Es por esto que, al tener como fundamento principal a la sostenibilidad en el actual proyecto, se hace uso de esta materia prima para estampar la imagen gráfica de la marca, la misma que irá acompañada de una abstracción de las formas étnicas de los collares de la cultura Saraguro.

Al tener el presente trabajo una proyección de exportación, lo anteriormente citado permitirá que el producto a más de estar desarrollado con remanentes y desperdicios de la industria del denim y curtiembres, tendrá un motivo identitario diferente en cada bolso, para que se pueda dar a conocer la riqueza semiótica que existe en las diferentes culturas del Ecuador. Que acompañará a cada uno de los bolsos.

Tabla N° 25: Abstracción de collares Saraguros

IMAGENES	ABSTRACCIÓN	DESCRIPCIÓN
		<p>Elemento tomado del collar de la cultura Zaraguro en blanco y negro esta figura esta aplicada en la parte inferior de la etiqueta.</p>
		<p>Elemento tomado de una pulsera de la cultura Zaraguro en blanco y negro esta será aplicada en la parte inferior de la etiqueta</p>
		<p>Figurada tomada de los collares de la cultura Zaraguro esta será aplicada en la etiqueta.</p>

Elaborado por. Granja S, (2017)

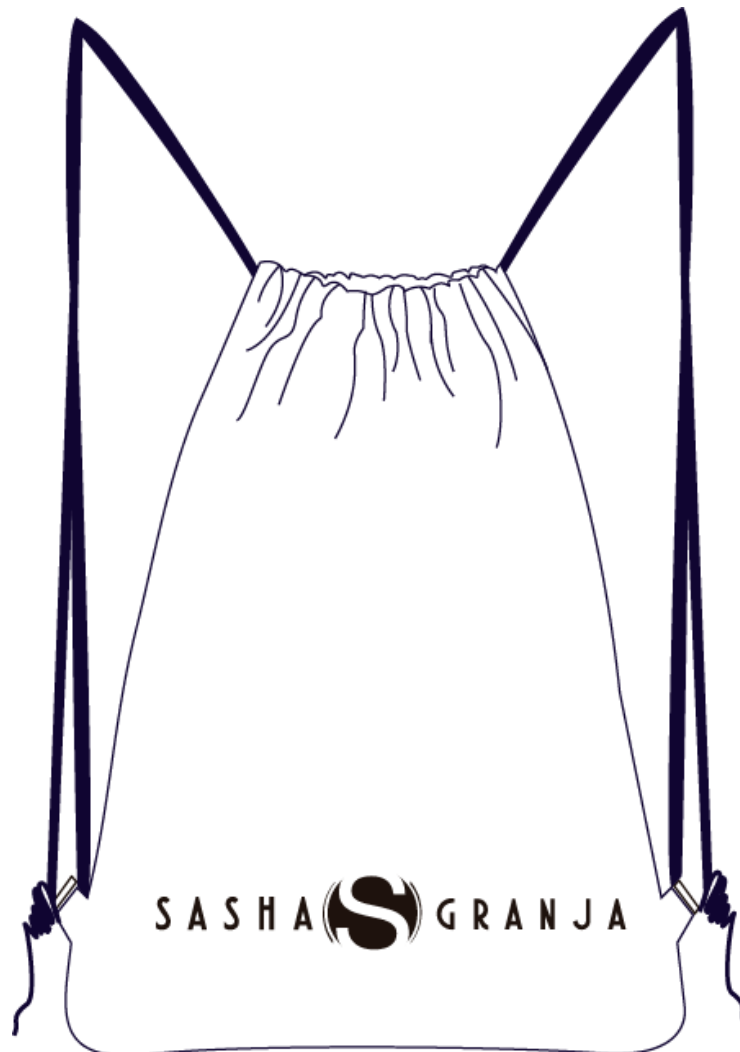
Diseños de colgantes



Como resultado final se obtuvo distintas etiquetas puesto que cada uno de ellas va en diferentes bolsos, estos son hechos con retales de cuero natural tienen la misma forma y tamaño, Alto: 12cm y Ancho: 7cm

Packagign

Empaque de material reciclado pues se reutilizarán camisas en desuso dándoles nueva vida útil con la intención de darle doble función pues protege al bolso y también se lo puede utilizar para llevar otro tipo de artículo, estampado en la parte frontal con plástico reciclado, y como valor agregado es que ningún empaque de nuestro consumidor se repetirá.



Aplicaciones de marca

- Camiseta corporativa



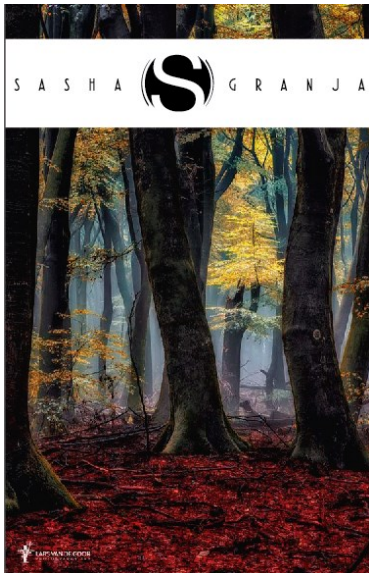
- Gorras

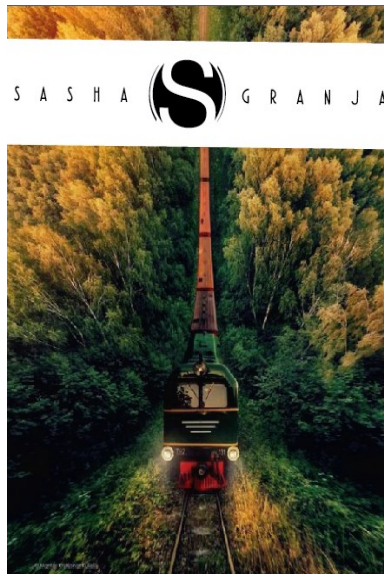


- **Billeteras**



- **Fotografias**





6.6 Análisis de color de la propuesta

6.6.1 Paleta de color de la propuesta

En el presente proyecto se va hacer uso de los remanentes tanto de la industria del denim como de las curtiembres. En el primer caso, el denim es un material que tiene tonalidades dentro de la gama de los azules, también se puede encontrar en crudo (denim con hilos de algodón sin tinturar) y de acuerdo a la temporada las textiles producen telas de colores. En el caso del cuero, el material se lo elabora en tonos marrones. Sin embargo, esta industria tarta de adaptarse a las tendencias de la moda, por lo que generan algunas alternativas de colores. Cabe destacar que estas no son permanentes, ya que son producciones cortas.

Según lo menciona, se puede concluir que las gamas de color para los bolsos serán en tonos azules y marrones, ya que el material a usar son los remanentes de las industrias descritas.

6.6.2 Paleta de color de la propuesta

Tonos azules en denim



Tonos cafés en cuero natural



6.7. Tendencia: Macro y/o Micro Tendencia

Macrotendencia de la temporada primavera/verano 2017, **“Residentes Globales”** esta macrotendencia es el resultado de la investigación profunda que realiza el equipo del Laboratorio de Moda con expertos en varias ramas como son: Sociólogos, psicólogos, antropólogos, diseñadores gráficos, diseñadores de moda, industriales y especialistas en mercadeo entre otros.

Esto con el fin de lograr tener una visión mucho más amplia y diferentes puntos de vista de un tema que hoy juega un papel muy fundamental en los seres humanos, el mundo va cambiando a una velocidad y de manera permanente, esto hace que todos los días se pregunten que adónde va la tecnología, hacia donde van las industrias lo social lo político, pues esto afecta desde el pensamiento y se

refleja en el comportamiento en las actitudes y en conclusión en los estilos de vida.

Para las industrias hoy es una prioridad cuestionarse a donde van sus marcas como se van a comunicar con el consumidor que es lo que quiere que es lo que busca que es lo que le emociona y lo hace bridar , es por esto que el laboratorio de INEX MODA hace esta investigación con el objetivo de darle un direccionamiento a todas las industrias de hacia dónde va el mundo , porque las macro tendencias da opciones a las industrias de identificarse con alguna de ellas y desarrollar estrategias y líneas de producto que vayan dirigidos a ese consumidor.

“Residentes Globales” es una macro tendencia que busca involucrase con diferentes culturas viajando a varios países del mundo buscando enriquecerse de manera personal adquiriendo así experiencias multiculturales inclinándose por los colores profundos, alegres y dinámicos, su concepto de vida está basado en vivir nuevas experiencias y estar más en contacto con el mundo.

Unos de los países como referente a esta macro tendencia es Auroville, una ciudad de la india que es reserva de la UNESCO es un lugar que da espacio a la espiritualidad, allí no existe el dinero puesto que todo se realiza mediante el canje, en la vida cotidiana lo reciclado, sostenible y la ecología es parte de sus vidas.

En cuanto a la tecnología los turistas que viajan a diferentes países del mundo se pueden descargar una aplicación donde el 1% de los recursos que se gasta en cada viaje los pueden donar para obras sociales estos ya sean para realizar pozos de agua potable o construcción de casas donde hubo catástrofes.

Esta macro tendencia incluye a diseñadores de moda y marcas importantes como, por ejemplo, Loas Vuitton se hace presente con un reloj de alta tecnología donde posee 24 sitios del mundo solo presionando un botón en el país que se encuentre automáticamente le da la hora esta gran innovación hace que el consumidor este en contacto con el mundo que le incentiva a querer entender y conocer sobre las distintas culturas.

La diseñadora italiana Stella Jean tiene como ADN de marca fusionar lo antiguo con lo nuevo a través de alianzas con artesanos tanto de África como de Haití buscando dar reconocimiento a estos países y personas que están tras de esta marca.

Tatiana Apraes es una joyera colombiana que busca tener una marca de joyas con sentido a través de artesanos y joyeros que cada pieza que construyen lo hacen de una manera única mediante el uso de materiales alternativos junto con el reaprovechamiento.

6.7.1 Microtendencia

La microtendencia comprende el escenario y contexto del mundo para así poder comunicarse de mejor manera, está en constante conexión con el ser humano en esta microtendencia no hay estereotipos de género o raza son de pensamientos abiertos y comprensibles, tienen como concepto el mundo sin fronteras, donde la tranquilidad prevalece de este mundo tan acelerado donde tiene la necesidad de vivir nuevas experiencias de compartir con diferentes culturas donde las caminatas a pie se vuelve parte de sus vidas.

La microtendencia “**Global Archivista**” Se le denomina a un consumidor consiente, maduro y sostenible puesto a que lleva consigo la conciencia ética, donde cada día se vuelven más exigentes prefieren lo contemporáneo aprecian los materiales naturales, lo artesanal y reciclado, siempre se preocupan por el origen del producto de cómo están hechos y de donde provienen puesto a que están conectados con el proceso del producto.

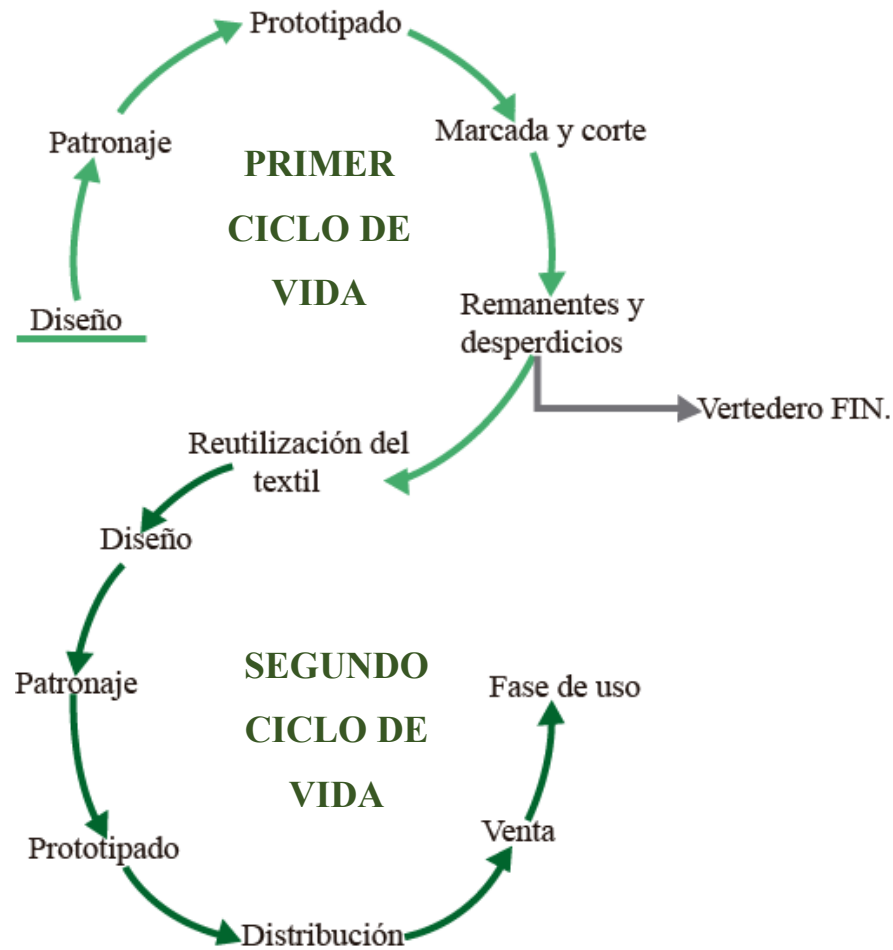
Las referencias de esta microtendencia están expresadas mediante el arte, arquitectura y diseño de modas, todas representadas por el consumo sostenible, tecnología sostenible y diseño, usando una paleta de colores blancos, arenas, tonos terrosos todo esto convirtiéndose en ornamentales acompañados por el vino tibetano, arcilla marrón y verde mineral estos resaltados con naranja picante y negro carbón siempre tomando en cuenta que el color azul predomina.

El uso de tejidos 100% algodón de peso lidiado y ligero mostrándose la tela Denim tal cual en su mayor esplendor que proporcionen confort hacen de esta microtendencia un estilo sofisticado y estético.

6.8 Concepto de la propuesta.

El concepto de la propuesta se enfoca en lo sostenible que se fundamenta en 3 aspectos importantes que son: Social, medio ambiental y económico. Estos se preocupan por la concientización social por la estabilidad ecológica y viabilidad económica. Analizando de esta manera como esta producido el bolso, mediante la investigación para reducir y mejorar el impacto ambiental ocasionado por la moda, dando alternativas que vayan más allá de la selección de material que en este caso son los materiales que más contaminan el medio ambiente que son las curtiembres y la industria del jean , siempre tomando en cuenta el primero y segundo ciclo de vida, y de esta manera aprovechar los remanentes que quedan después de cada producción y darles nueva vida.

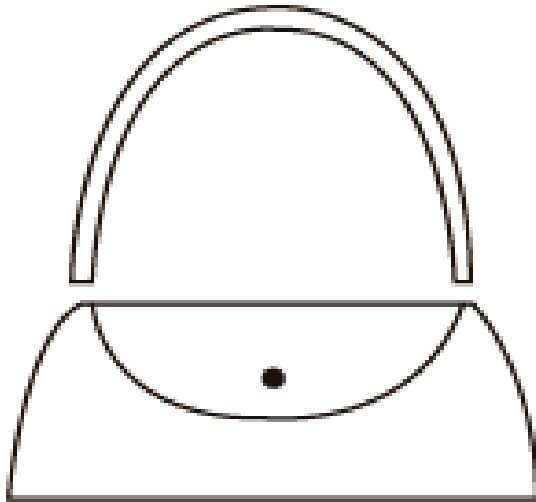
El concepto de esta propuesta es que no solamente los remanentes de la industria del jean y curtiembres eviten la contaminación ambiental, si no es que quede claro el segundo ciclo de vida, ya que esta es la que se ha desarrollado en todo el proyecto, hay que tomar en cuenta los principios del diseño sostenible para poder aplicarlos en cada uno de los procesos a realizar.



6.9 Elementos del diseño

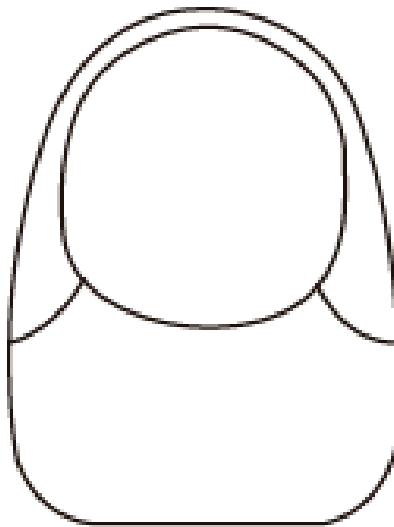
6.9.1 Siluetas

Flap bag: Esta emblemática bolsa que está hoy en todos los aparadores, es un ícono consagrado por la casa Chanel desde los inicios de su fundadora Gabrielle Chanel y se caracteriza por su forma estilo caja flap o aplanada; suele llevar correas largas estilo bolsa bandolera, sin embargo, es más elegante que ésta debido a que sus asas comúnmente son de combinación de cadena de eslabones con tiras de piel.



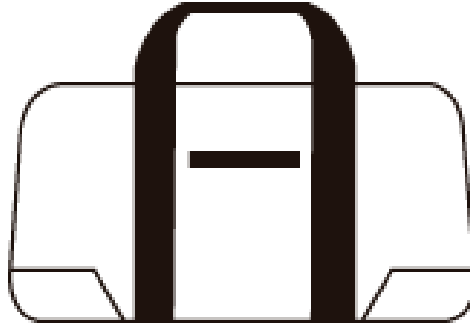
Elaborado por: Granja S, (2017)

Hobo: Bolso de asas anchas y de mediana longitud, elaboradas del mismo material que el bolso; este tipo de bolso se lleva colgado al hombro y suele ser de cuerpo bastante robusto, por lo que es ideal para transportar un gran número de artículos.



Elaborado por: Granja S, (2017)

Duffel: Su construcción se debe a que es útil para viajes o para realizar deportes extremos ya que su amplitud le permite comodidad y su ligereza para realizar cualquier movimiento con facilidad.



Elaborado por: Granja S, (2017)

6.9.2 Proportion y line

El producto final está basado según el resultado de las encuestas que se realizó al grupo objetivo, en este caso se realizó bolsos estéticos con equilibrio en sus cortes dando la sensación de orden esto proporciona armonía, comodidad y ligereza al momento de usarlos.

6.9.3 Función

Los bolsos poseen funcionalidad en todos sus compartimentos contando con un espacio suficiente, todos los cierres usados en la propuesta son funcionales estos junto con bolsillos internos y externos pensados para brindar a la mujer actual comodidad y confort.

6.9.4 Detalles

Los detalles usados en la propuesta son: bolsos en colores azul y café con detalles de lazos del mismo textil, utilización de cierres funcionales parte frontal, poseen bolsillos parchados también cuenta con un cierre principal para mayor seguridad con agarraderas acolchadas y remachadas con acabados semi oxidados.

Collage: detalles de usos



Elaborado por: Granja S, (2017)

6.9.5 Estilo

Se aplicó el estilo casual en la propuesta por ser muy versátil y lo pueden usar para cualquier ocasión este es adaptable al día a día de las mujeres de hoy que tienen días largos y llenos de diferentes actividades o una vida social agitada, este estilo les permitirá lucir únicas en las diferentes ocasiones del día, sin necesidad de grandes.



Elaborado por: Granja S, (2017)

6.10. Materiales e insumos.

Bases Textiles

- **Denim:** Tejido empleado en la confección de ropa de trabajo. Aunque no hay unanimidad sobre su origen, diversos estudios señalan que surgió en Europa durante la Edad Media.
- **Cuero:** Proviene de una capa de tejido que recubre a los animales y que tiene propiedades de resistencia y flexibilidad bastante apropiadas para su posterior manipulación. Utilizado comúnmente en vestuario y zapatos.
- **Poliéster:** Es una tela bastante liviana de fácil lavado que no se encoge ni se estira, tiene la facilidad de ser mezclado con otros tipos de hilo tales como el nylon, algodón, viscosa o rayón para dar origen a tejidos de mayor calidad, usada más como forro de vestimenta.

Insumos o Avíos

- **Cierre:** Mecanismo o dispositivo que sirve para cerrar una cosa. Y mantenerla segura más utilizada en indumentaria así también como accesorios ya sea bolsos o calzado.
- **Broche:** Sistema de cerrado de mayor facilidad y comodidad más utilizada en accesorio como en indumentaria.
- **Deslizadores:** Los deslizadores son los carreteles que se deslizan sobre los dientes de los cierres.
- **Broche Imán:** El broche imán cumple la función de cerrar, a través de sus imanes. Se presenta en varios formatos, siendo el de macho y hembra el más común.
- **Remaches:** Es un elemento de fijación que se emplea para unir de forma permanente dos o más piezas. Consiste en un tubo cilíndrico (el vástago) que en su fin dispone de una cabeza. Las cabezas tienen un diámetro mayor que el resto del remache, para que así al introducir éste en un

agujero pueda ser encajado. El uso que se le da es para unir dos piezas distintas, sean o no del mismo material.

- **Argollas-** Las argollas pueden ser de alambre o zamac. Se presentan en diferentes pases. Son avíos funcionales y ornamentales a la vez.
- **Medias lunas-**Las medias lunas, son similares a las argollas, pero cortadas a la mitad. Básicamente cumplen la misma función que las argollas. Se presentan en diferentes pases. Son avíos funcionales y ornamentales a la vez.
- **Hebillas cerradura-** Se presentan en zamac, y chapa hierro, dependiendo el uso que se le dé y la calidad que necesite.
- **Hebilla con pasante** -Las hebillas con pasante, son las que tienen, en travesaño que las cruza por el medio, permitiendo trabar de esta manera, la cinta que lo atraviesa. Se presentan en variados modelos y medidas. Son avíos funcionales y ornamentales. Pueden ser de alambre o fundidas en zamac.
- **Mosquetón-** Los mosquetones son sujetadores, generalmente se usan en manijas También se usan para los llaveros.
- **Ojalillos-** Los ojalillos funcionan como perforaciones que sirven para poder atravesar un material. Se utilizan en manijas, vistas, o como decoración.
- **Tachas bombe** -Las tachas son avíos puramente ornamentales. Sirven solo para decorar. Se presentan en varios tamaños. Se colocan con matriz en maquina
- **Torniquete** -Los torniquetes son trabas, que se colocan siempre en tapas para cerrar una cartera. Se presentan en diferentes diseños, materiales y medidas.

6.11 Sketch o bocetos



Collage: Sketch o bocetos
Elaborado por: Granja S, (2017)
ILUSTRACIONES

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha:04-01-2017

Tamaño: Mediano

Ref: 001

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

Ref: 002

Elaborado por: Sasha Granja



Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

Ref: 003

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

Referencia: 004

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha:04-01-2017

Tamaño: Mediano

Referencia: 005

Elaborado por: Sasha Gran ja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

Referencia: 006

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha:04-01-2017 Tamaño: Mediano

Referencia: 007 Elaborado por: Sasha Gran ja



Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha:04-01-2017

Tamaño: Mediano

Referencia: 008

Elaborado por: Sasha Gran ja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

Referencia: 009

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha:04-01-2017

Tamaño: Mediano

Referencia: 010

Elaborado por: Sasha Gran ja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



- **Materiales e insumos, usos y cuidados para la propuesta**

BASES TEXTILES		
NOMBRE	USOS	CUIDADOS
Denim	Base del bolso	Usar un detergente suave y amigable con el medioambiente.
Cuero Natural	Detalles en piezas	Pasar un paño húmedo sin frotar.
Polyester	Forro interno	Reflejar con un paño de agua tibia.

INSUMOS		
NOMBRE	USOS	CUIDADOS
Remaches Metálicos	En jaladoras y parte de la decoración.	Evitar el contacto con perfumes.
Cierres de Nylon	Estructura completa y bolsillos.	Evitar el contacto con el cloro.
Broches Imán	En tapas para mayor seguridad.	Evitar el contacto con perfumes o cremas.

6.12 Fichas técnicas de producción

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN		
Fecha:04-01-2017	Tamaño: Mediano	
Ref: 001	Elaborado por: Sasha Granja	

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 04-01-2017 Tamaño: Mediano

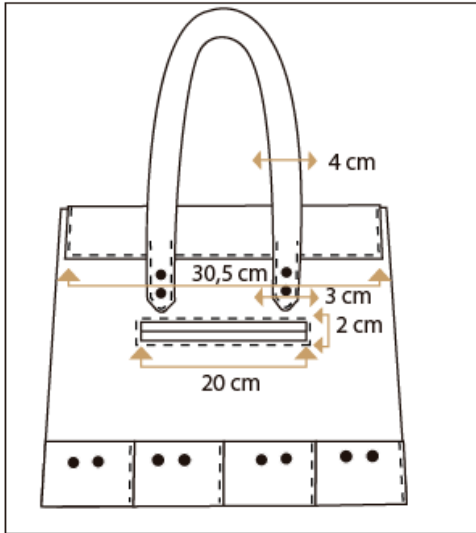
Refe: 001

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

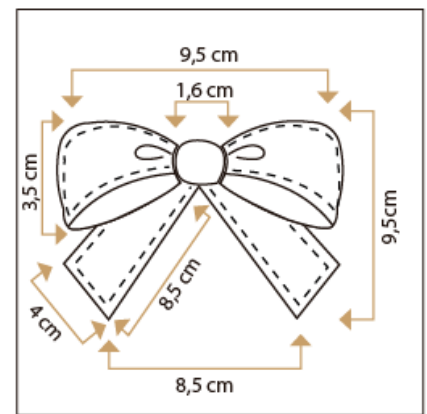
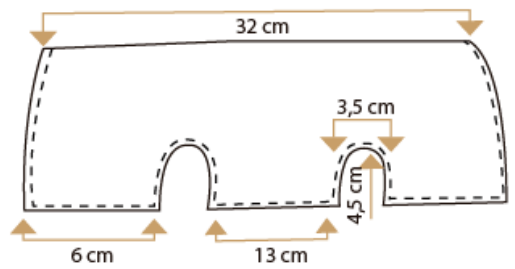
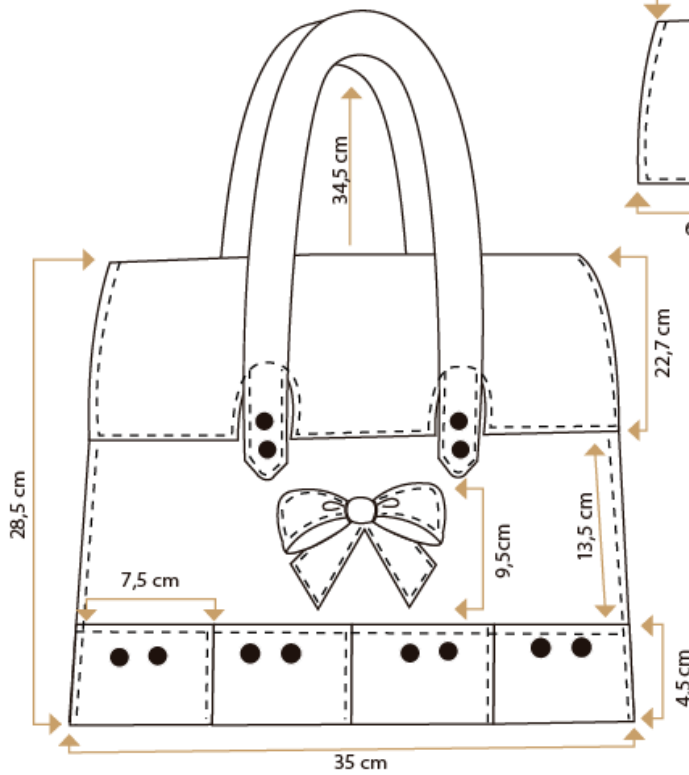
Posterior



Costado



Frente

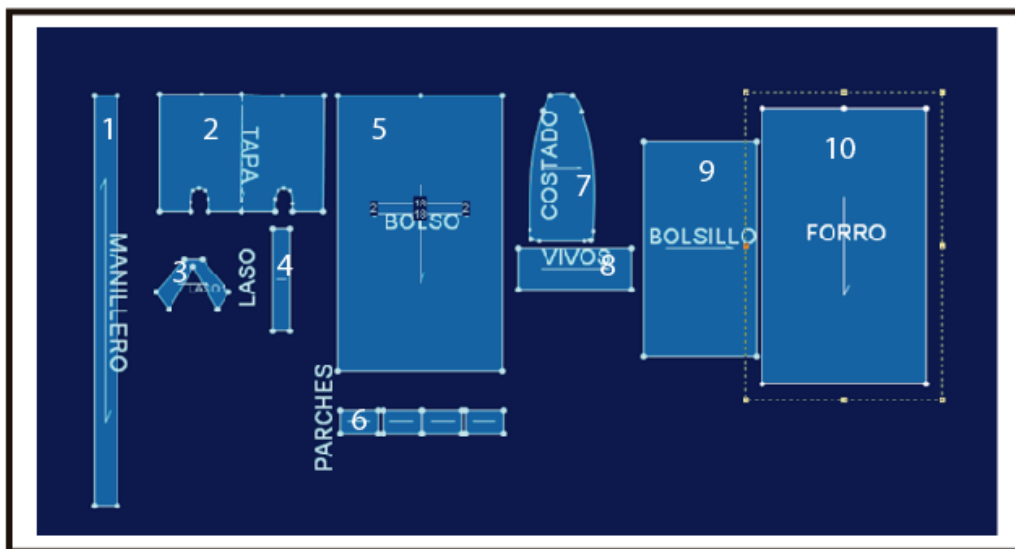


FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Fecha:04-01-2017 Descripción:Cartera
 Ref:001 Tamaño: Mediano
 Elaborado por: Sasha Gran ja



SASHA • GRANJA



Frente



Posterior



Nro	Pieza	Xt
1	Jaladera	1xt
2	Tapa	2xt
3	Lazo	2xt
4	Lazo	2xt
5	Cuerpo del bolso	1xt
6	Parches inferiores	4xt
7	Costado	2xt
8	Vivo posterior	1xt
9	Forro de bolsillo posterior	1xt
10	Forro interior	1xt
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		

Total de piezas: 10

FICHA TÉCNICA DE CONFECCIÓN

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

Ref: 001

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

	Nro	OPERACIÓN	Máquina	Tiempo mínimo
<p>Frente</p> <p>Posterior</p>	1	Vista frontal preparar con cartón.	Manual.	00: 03
	2	Preparar parches delanteros y realizar pespuntos.	Recta.	00: 03
	3	Preparar tapa con cartón embolsar y pespunter.	Recta.	00: 04
	4	Preparar la base con cartón.	Manual.	00: 03
	5	Preparar costados con cartón .	Manual.	00: 06
	6	Preparar el par de manillas con fuerza interna.	Manual y recta.	00: 06
	7	Coser manilla a pieza delantera y chemachar.	Recta.	00: 04
	8	Realizar lazo decorativo y remachado.	Recta y manual.	00: 06
	9	Prepara base porterior.	Manual.	00: 03
	10	Colocar parches posteriores con pespuntos.	Recta.	00: 03
	11	Realizar bolsillos vividos funcionales.	Recta.	00: 05
	12	Colocar tapa con base posterior y pespuntear.	Recta.	00: 01
	13	Remachar.	Manual.	00: 02
Total				00: 49
<p>Observaciones: El cuerpo de la cartera esta confeccionada con cartón para que le de forma y durabilidad, los remaches le permiten que se sujete de una manera mas firme las piezas.</p>				

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha:04-01-2017 Tamaño: Mediano

Ref: 003 Elaborado por: Sasha Gran ja



SASHA • GRANJA

Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

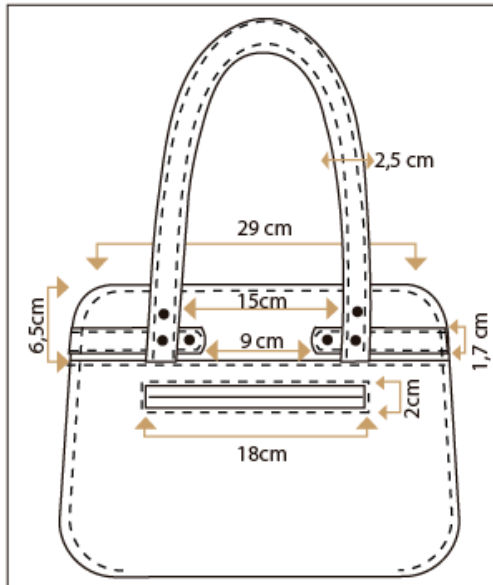
Ref: 002

Elaborado por: Sasha Granja

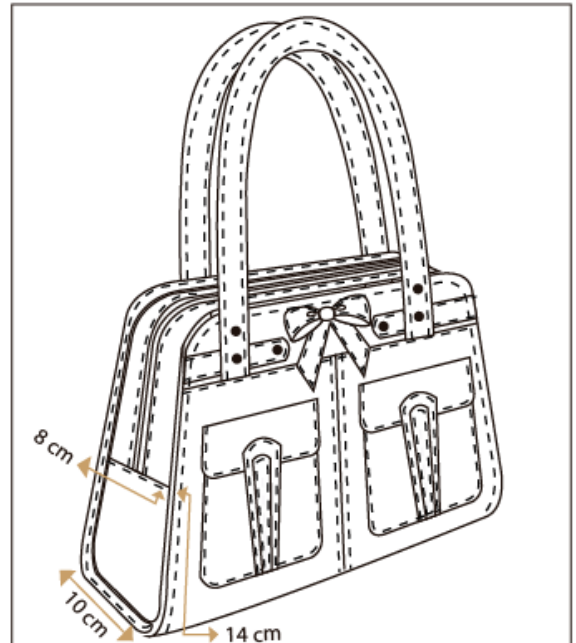


SASHA • GRANJA

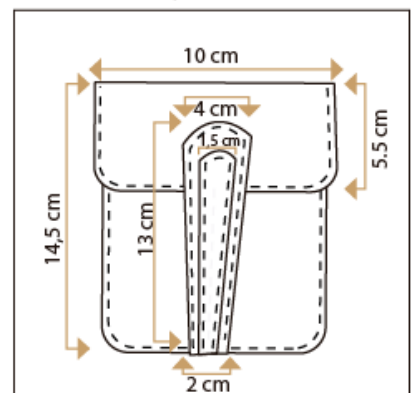
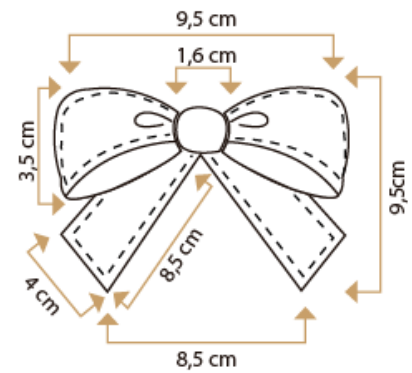
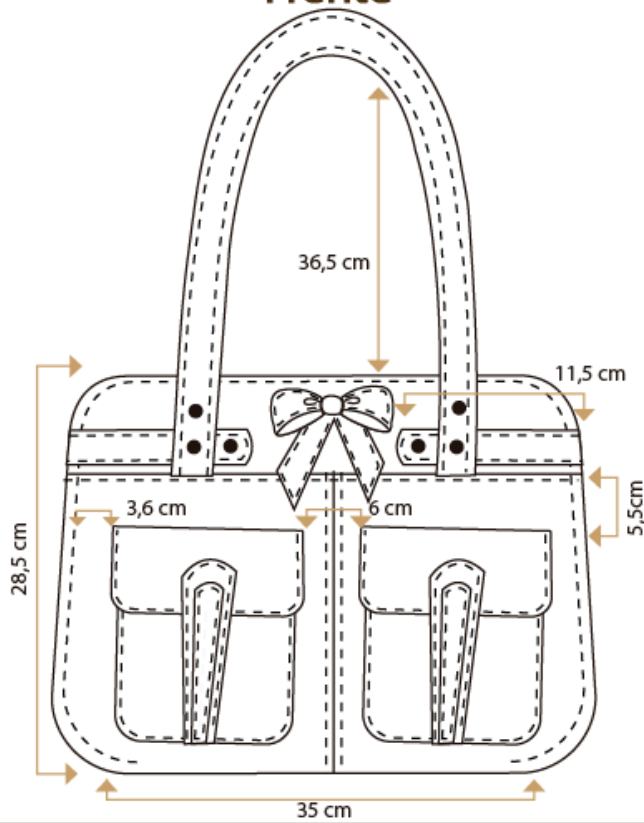
Posterior



Costado



Frente



FICHA TÉCNICA DE CONFECCIÓN

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

Ref: 002

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

	Nro	OPERACIÓN	Máquina	Tiempo mínimo
<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="text-align: center; margin-bottom: 20px;">Frente</div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 20px;">Posterior</div> </div>	1	Unir piezas frontales y pespuntear.	Recta.	00: 02
	2	Preparar vista frontal.	Manual.	00: 01
	3	Preparar corte con carton.	Recta.	00: 03
	4	Sobreponer parches.	Recta.	00: 02
	5	Embolsar manilla.	Recta.	00: 05
	6	Unir corte junto con manilla.	Recta.	00: 02
	7	Embolsar tapas y pespuntear.	Recta.	00: 06
	8	Colocar colocar fuelle parches.	Recta.	00: 08
	9	Pespuntear parches.	Recta.	00: 07
	10	Preparar base.	Manual.	00: 03
	11	Remachar.	Manual.	00: 02
	12	Realizar lazo decorativo.	Recta y manual	00: 06
	13	Base posterior.	Manual.	00: 02
	14	Armar bolsillos.	Recta.	00: 04
	15	Preparar corte.	Manual.	00: 01
	16	Colocar parche.	Recta.	00: 02
	17	Unir corte con base	Recta.	00: 02
	18	Remachar.	Manual.	00: 03
Total				01: 02
<p>Observaciones: Confeccionada con cartón para que le de forma, los remaches le permiten que se sujete de una manera mas firme las piezas.</p>				

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha:04-01-2017

Tamaño: Mediano

Ref: 002

Elaborado por: Sasha Granja



Frente



Posterior



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

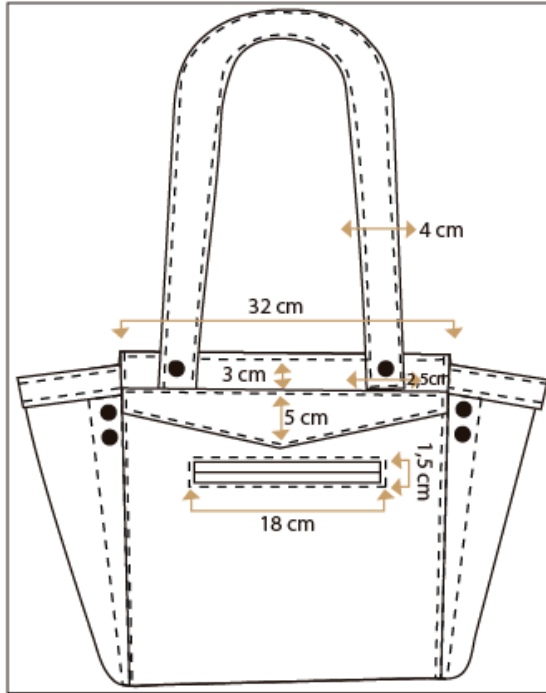
Ref: 003

Elaborado por: Sasha Granja

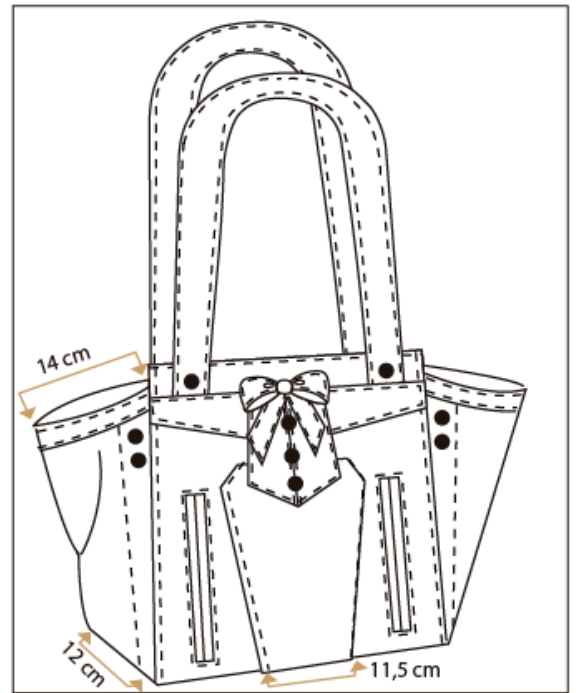


SASHA • GRANJA

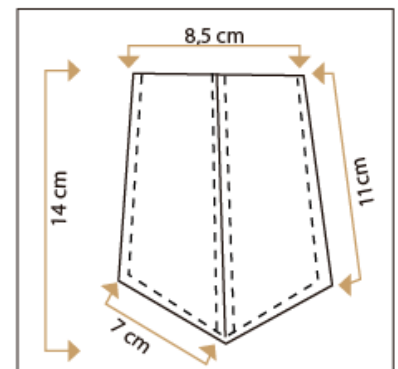
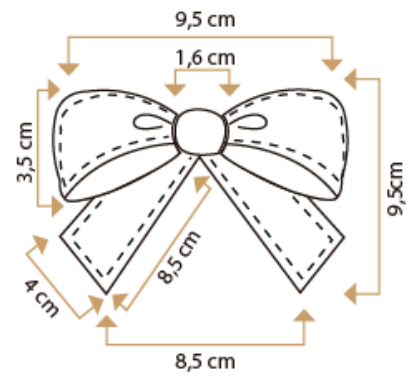
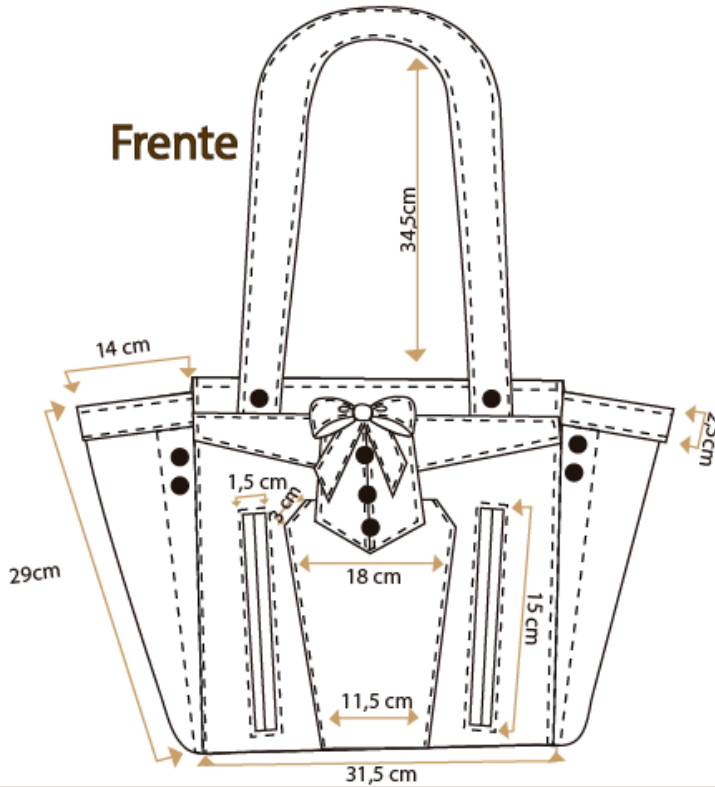
Posterior



Costado



Frente



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

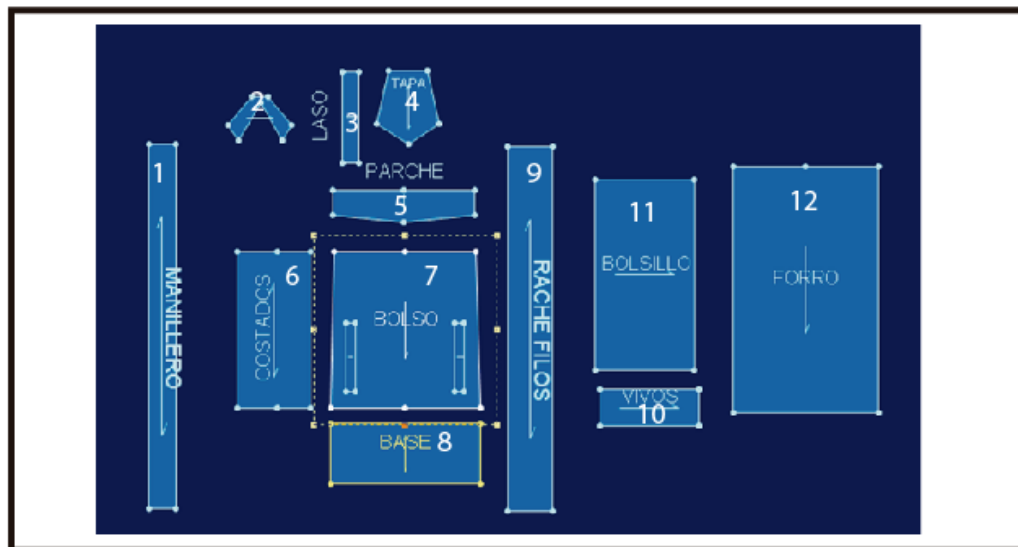
Fecha:04-01-2017 Descripción:Cartera

Ref:003 Tamaño: Mediano

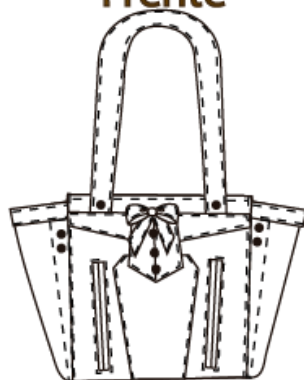
Elaborado por: Sasha Gran ja



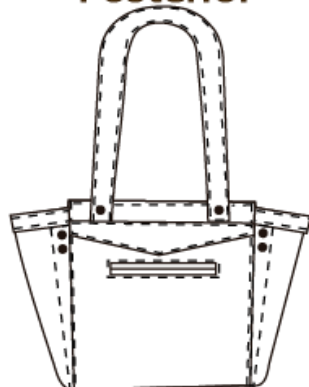
SASHA • GRANJA



Frente



Posterior



Nro	Pieza	Xt
1	Jaladera	1xt
2	Lazo	2xt
3	Lazo	2xt
4	Tapa	2xt
5	Parche	2xt
6	Costado	2xt
7	Cuerpo del bolso	1xt
8	Base	1xt
9	Collarete	1xt
10	Vivo delantero	2xt
11	Forro bolsillo vivos	2xt
12	Forro general	1xt
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		

Total de piezas: 12

FICHA TÉCNICA DE CONFECCIÓN

Fecha: 04-01-2017

Tamaño: Mediano

Ref: 003

Elaborado por: Sasha Granja



SASHA • GRANJA

	Nro	OPERACIÓN	Máquina	Tiempo mínimo
<div style="margin-bottom: 20px;"> <p>Frente</p> </div> <div> <p>Posterior</p> </div>	1	Bolsillos viviados funcionales.	Recta.	00: 08
	2	Colocar parche frontal.	Recta.	00: 02
	3	Armar manilla con refuerzo interno.	Recta.	00: 05
	4	Armar tapa frontal con cartón embolsado	Recta.	00: 04
	5	Colocar parche frontal con pespunte.	Recta.	00: 02
	6	Preparar base con cartón.	Manual.	00: 03
	7	Coser ribete boca costado.	Recta.	00: 03
	8	Pespunte decorativo.	Recta.	00: 02
	9	Remachar.	Recta.	00: 02
	10	Confeccionar lazo y remachar .	Recta y manual.	00: 06
	11	Armar bolsillo posterior viviado.	Recta.	00: 04
	12	Coser parche junto con manilla.	Recta.	00: 03
	13	Contornear costado con base.	Recta.	00: 03
	14	Remachar	Recta.	00: 02
Total				00: 59
<p>Observaciones: confeccionada con cartón para que le de forma y durabilidad, los remaches le permiten que se sujete de una manera mas firme las piezas.</p>				

6.13 Photo book



PROPUESTA DE PRODUCTO



REFERENCIA: 001

Detalles: Lazos realizados en cuero.

Descripción: Bolso hecho en denim y cuero natural, con estructura rígida utilización de parches en la base y remaches.



SASHA • GRANJA



PROPUESTA DE PRODUCTO

Referencia: 002.

Detalles: Lazos realizados en cuero.

Descripción: Bolso hecho en denim y cuero natural, con estructura rígida utilización de bolsillos parchados delanteros funcionales.



SASHA • GRANJA



PROPUESTA DE PRODUCTO

REFERENCIA: 003

Detalles: Lazos realizados en cuero.

Descripción: Bolso hecho en denim y cuero natural, con estructura rígida utilización de cierres delanteros funcionales y remaches.



SASHA • GRANJA

6.14 Costos de producción

6.14.1 Costos fijos

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCION	Frecuencia de pago	VALOR
Agua	Mensual	\$ 50
Luz	Mensual	\$ 70
Teléfono	Mensual	\$ 40
TOTAL		\$ 160

COSTOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO		
DESCRIPCION	Frecuencia de pago	VALOR
Secretaria	Mensual	\$ 375
Contador	Mensual	\$ 500
Diseñador	Mensual	\$ 800
Ejecutivos	Mensual	\$ 1.125
TOTAL		\$ 2.800

DEPRECIACIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Equipos de oficina	\$ 1.500 (\$ 150) 10%
Maquinaria de producción	\$ 5.000(\$ 500) %
TOTAL	\$ 650

MATERIALES INDIRECTOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Materiales de oficina	\$ 50
Materiales de diseño y patronaje	\$ 80
TOTAL	\$ 130

CUADRO RESUMEN DE COSTOS FIJOS MENSUALES	
Servicios básicos	\$ 160
Costos del Personal administrativo	\$ 2.800
Depreciación	\$ 650
Materiales Indirectos	\$ 130
TOTAL	\$ 3740

6.15 Costos variables

Denim								
DESCRIPCIÓN	COSTO POR ROLLO (1)	COSTO POR METRO (2) (2) =1 /NUMERO DE METROS DEL ROLLO	CURVA DE CORTE		REMANENTE			VALOR DEL TEXTIL POR BOLSO
			METROS USADOS	PRODUCTOS	POR CURVA DE CORTE (METROS) (3)	COSTO	NUMERO DE BOLSOS	
d001 Vicunha brasil (bolso tipo baúl)	\$ 680	\$680/100m= \$6.8	1119.75m	700 pantalones	25 c m	0.25*6.8 \$ 1.7	4 u	=\$1.7/4u \$ 0,43

DENIM

DESCRIPCIÓN	COSTO POR ROLLO (1)	COSTO POR METRO (2) (1)/TOTAL METROS POR ROLLO	CURVA DE CORTE		REMANENTE			VALOR POR BOLSO
			METROS USADOS	PRODUCTOS	POR PRODUCCION (METROS) (3)	COSTO (3)*(2)	NUMERO DE BOLSOS	
Den002 De la India (bolso cuadrado bolsillos delanteros)	\$ 950	950/100M= \$9.5	973,5m	700 PANTALONES	50 cm	0.50*9.5 \$4.75	4u	=\$4.75/4 \$ 1.18

DENIM								
DESCRIPCIÓN	COSTO POR ROLLO (1)	COSTO POR METRO (2) (2) =1 /NUMERO DE METROS DEL ROLLO	CURVA DE CORTE		REMANENTE			
			METROS USADOS	PRODUCTOS	POR PRODUCCION (METROS) (3)	COSTO	NUMERO DE BOLSOS	VALOR POR BOLSO
Den003 De la India (bolso trapecio invertido)	\$ 900	900/100M= \$9	1162m	700 PANTALONES	20 cm	= 0,20*9 0,22	4u	=0,22/4 \$ 0.55.

CUERO			
Descripción	Costos por banda	Numero de bolsos	Costo por bolso.
Cuero miel	\$5.0	4 unidades	\$0.8

COSTOS VARIABLES POR BOLSOS

BOLSO REF: D001			
DESCRIPCION DEL PRODUCTO: Bolso tipo baúl.			
BASES TEXTILES			
DESCRIPCIÓN		VALOR UNITARIO	
D001 Vicunha Brasil		\$ 0,43.	
CUERO		\$ 0.8	
(1) SUB TOTAL		\$1,23	
INSUMOS Y AVIOS			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cierre	30 cm	\$0,35	\$ 0,70
Remache	24 Unidades	\$0,3	\$ 0,72
Broche Imán	4 Unidades	\$0,25	\$ 1,00
(2)SUBTOTAL			\$ 2,42

MANO DE OBRA		
DESCRIPCIÓN	PROTOTIPO	TOTAL
Artesano	\$22	\$ 22
1.1.1.1.1. SUBTOTAL		\$ 3,65
(1)+ (2)+ (3) TOTAL		\$ 25.65
UTILIDAD 50% (TOTAL X 50%)		\$12.83
COSTO DE VENTA (UTILIDAD + TOTAL)		\$ 39

Elaborado por: Granja S, (2017)

BOLSO REF: BOLSO Den002			
DESCRIPCION DEL PRODUCTO: Bolso cuadrado bolsillos delanteros.			
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO		
Den002	\$ 1,18.		
De la India (bolso cuadrado bolsillos delanteros)			
CUERO	\$ 0.8		
(2) SUB TOTAL	\$1,98		
INSUMOS Y AVIOS			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO	VALOR	VALOR TOTAL

		UNITARIO	
Cierre	60 cm	\$0,35	\$ 1,40
Remache	12 Unidades	\$0,3	\$ 0,36
Broche Imán	2 Unidades	\$0,25	\$ 0,50
(2)SUBTOTAL			\$ 2,26
MANO DE OBRA			
DESCRIPCIÓN	PROTOTIPO	TOTAL	
Artesano	\$22	\$ 22	
(3) SUBTOTAL			\$ 4,24
(1) + (2)+ (3) TOTAL			\$ 26,24
UTILIDAD DEL 50%			\$13,12
COSTO DE VENTA			\$ 40

Elaborado por: Granja S, (2017)

BOLSO REF: BOLSO Den 003			
DESCRIPCION DEL PRODUCTO: Bolso trapecio invertido.			
DESCRIPCIÓN		VALOR UNITARIO	
Den003 De la India (bolso trapecio invertido)		\$ 0,55	
CUERO		\$ 0.8	
(4) SUB TOTAL		\$1,35	
INSUMOS Y AVIOS			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cierre	80 cm	\$0,35	\$ 2,80
Remache	15 Unidades	\$0,3	\$ 0,42
Broche Imán	1 Unidades	\$0,25	\$ 0,25
(2)SUBTOTAL			\$ 4,82
MANO DE OBRA			
DESCRIPCION	PROTOTIPO		TOTAL
Artesano	\$22		\$ 22
(5) SUBTOTAL		\$6,17	
(2) + (2)+ (3) TOTAL		\$ 28,17	
UTILIDAD DEL 50%		\$14,085	
COSTO DE VENTA		\$ 43	

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Mediante un recorrido de los procesos productivos de la industria del denim, desde la fabricación del textil hasta la transformación del mismo, se ha detectado varios procesos que contaminan al medio ambiente, y de igual forma en la industria de las curtiembres estos no solamente perjudican el ambiente sino también a la salud de la población. En cuanto a la industria del jean al momento del corte de la producción existen desperdicios que queda entre el espacio de molde a molde y al momento del corte que da como resultado los remanentes.
- La estrategia de innovación sostenible, está enfocada hacia pensar en la minimización de las mermas. Según señala (Alison G, 2001) Una estrategia de diseño sostenible se define como el enfoque utilizado por un diseñador para reducir el impacto medioambiental o social asociado con la producción, el uso y la eliminación de un producto.” el diseñador debe entender que la sostenibilidad no es un añadido, sino que forma parte del proceso de diseño.
- Por medio de la investigación realizada, así como de los resultados de las encuestas realizadas a las mujeres de 25 a 30 años, se determinó las características de los bolsos. de donde se obtuvo que el 90% de las mujeres consideran que el bolso es un accesorio indispensable el 77% al momento de adquirir un bolso lo hacen por la calidad con la que está hecho, el 80% lo adquieren únicamente por necesidad, el 85% desean verse elegantes al momento de usarlos, el 45 % identifican como innovador a un bolso hecho de remanentes, el 80% prefiere que uno de los atributos principales del bolso es

que sea amplio y con un 90% de preferencia en tamaño mediano, el 80% lo requieren con cargaderas medias y el 93% que proporcione seguridad.

7.2 Recomendaciones

- Futuras investigaciones planteen estrategias de desarrollo sostenible para cada uno de los eslabones de la cadena de valor ya que éstas son las industrias que más contaminan el medio ambiente.
- Tomar en cuenta el presente proyecto como una fuente eficaz para entender de mejor manera la diferencia entre desecho, residuo, desperdicio y remanente ya que se cuenta con información científica y teórica que permitirán a cualquier investigador realizar este proyecto con los mejores resultados posibles.
- Realizar para futuras investigaciones un trabajo de campo debido a que el cambio de tendencias, es constante y la frecuencia de los cambios es de duración corta, es tanto así que la delimitación de este proyecto para que al estudiar nuevamente las mismas variables exista la posibilidad de resultados.
- Realizar una colección de accesorios de tal forma que las mujeres pueden usarlas de forma adecuada, que sean funcionales, cómodas, y estén acorde con las tendencias actuales, poniendo en práctica la aplicación de todo lo investigado en el presente proyecto.
- Proponer varias líneas de productos con los remanentes no solo enfocados a la indumentaria de moda sino también a la mueblería y decoración de espacios.
- Este proyecto enfocado a la sostenibilidad se lo pueda proponer no solamente en el área académica si no también que se lo aplique en el desarrollo profesional como futuros diseñadores.

Bibliografía

- Asociación Nacional de Curtidores, ANCE. (2014). *Asociaciones, gremios e instituciones*. Obtenido de Curtidores del Ecuador (ANCE, 2014).
- Industria que Contamina. (15 de Enero de 2006). *Diario la Hora*, pág. 1.
- Alison, G. (2014). *Moda Sostenible*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Álvarez L, L. (2016). *El consumismo destruye el planeta*. Obtenido de <https://biblioteca.ucm.es/revcul/e-learning-innova/92/art1423.pdf>
- ANCE. (2014). *Resolución 14-335. Habilitanse funciones a la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador*. Cuenca.
- Arebalo L. (15 de Febrero de 2016). Niveles de desperdicio. (S. Granja, Entrevistador)
- Barrados A, A. (2009). *Gestión Integral de Residuos Sólidos Municipales*. Obtenido de http://oa.upm.es/1922/1/Barradas_MONO_2009_01.pdf
- Chávez A. (2010). Descripción de la nocividad del cromo proveniente de la industria. *Revista de Ingeniería Universidad Medellín*, 41.
- Chevignon D, D. (2013). *Denim Project Cheviñon*,. California: Cheviñon.
- Chevignon, D. (2013). *Project Cheviñon*. Colombia: Multimpresos S.A.S.
- Cheviñon. (2013). *Denim Project Cheviñon*,. California: Cheviñon.
- CIT. (24 de Febrero de 2007). *Ecoplas*. Obtenido de Remanentes de Origen Sintetico.
- Coats. (2017). *Origen Sintetico* . Buenos Aires.
- Cobos V, V. (2016). *medium.com*. Obtenido de medium.com: <https://medium.com/@veronica.cobos.sanchez/el-perfil-del-consumidor-sostenible-954965d8ff86>
- Cordova, P. (17 de Enero de 2012). *Leccion de ciencias naturales*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/lecciondeciencianaturales/el-calentamiento-global/contaminacion-en-las-regiones-de-ecuador>
- Denim, P. (2013). *Project Cheviñon*. Colombia: Multimpresos S.A.S.
- Ekos. (ocho de abril de 2016). *ekosnegocios.com*. Obtenido de ekosnegocios.com: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/m/verArticulo.aspx?idart=7451&c=1>
- Ekos. (abril de 2016). *ekosnegocios.com*. Obtenido de ekosnegocios.com: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1400.pdf>
- El telegrafo. (2013). *El consumo de productos textiles importados*. Quito.
- Fernando, M. (12 de Agosto de 2005). La contaminación riega a Tunurahua. *Diario la Hora*, pág. 1.
- Gallon, J. (2013). Cheviñon Project. En J. Gallon, *Cheviñon* (pág. 1). Colombia: Multimpresos S.A.S.

- Gallon, J. (2013). *Proyect Chevignon*. Colombia: Multimpresos S.A.S.
- Gordón M. (2015). *Tratamiento de Efluentes de una Industria Textil del Cantón Pelileo*. Riobamba: Escuela Politécnica Nacional.
- Inec. (2016). *Economía y Producción*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/economia-y-produccion/>
- INEC. (2016). *Informe anual*. Quito.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de http://www.loewe.com/eur/en/women/ready-to-wear/crewneck-sweater-panda/S3279780SM-1120.html?cgid=w_womenswear
- Landázuri O, O. M. (2012). *Memorando Nro. MAE-DNF-2012-0642*. Quito: Minirterio de agricultura.
- Lopez R. (15 de febrero de 2016). Niveles de desperdicio. (S. Granja, Entrevistador)
- Manosalvas, F. (12 de Agosto de 2005). La contaminación riega a tungurahua. *Diario la Hora*, pág. 1.
- Manzini E. (2015). *Small, Local, Open and Connected: Resilient Systems and Sustainable Qualities*. Obtenido de <http://designobserver.com/feature/small-local-open-andconnected-resilient-systems-and-sustainable-qualities/37670>.
- Michael Kors. (2016). *Michael Kors*. Obtenido de http://www.loewe.com/eur/en/women?utm_medium=website&utm_source=laced_home
- Ordóñez M, M. (2016). *Identificación de los principales impactos generados por la industria de textiles*. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/15080/1/CD-6892.pdf>
- Perez, F. (2012). *Fibras para la construcción del Denim*. Buenos Aires.
- Pro Ecuador. (2012). *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Obtenido de Análisis Sector Textil y Confecciones: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Pulso. (2014). <http://www.pulso.cl/empresas-mercados/las-cinco-macrotendencias-globales-deben-seguir-los-inversionistas/>. Bogota: Ediciones Pulso.
- Salinas V, V. (2014). *El Cuero, producción Industrial y artesanal en el Ecuador Análisis comparativo*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.
- Sterlacci, F. (2010). *Diseño de Moda en Piel*. New York: Blume.
- Tecnica, C. C., & CIT. (24 de Febrero de 2007). *Ecoplas*. Obtenido de Remanentes de Origen Sintético.
- Torres C. (2016). *Estudio de impacto ambiental ex-post para la industria textil del Cantón Pelileo*. Obtenido de

[Http://www.conama2012.org/conama10/sownload/files/conama11/CT210/1896699893](http://www.conama2012.org/conama10/sownload/files/conama11/CT210/1896699893)

Toussaint M, M. (1990). *Histoire technique et morale du vetement*. Bordos.

Valer R, R. (2001). *Textiles y cueros*. Palermo: universidad de Palermo.

Vistazo. (2016). *Consumo nacional de cuero*. Quito: Vistazp.

Yauli, A. (2011). *Yauli Laura, Ana Piedad*. Ambato.