



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD 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

**“Accesorios de moda: entre la deconstrucción y la identidad”**

**Autora:** Saca Llamba, Verónica Abigail

**Tutor:** Ramírez Bonilla, Nancy Raquel

**Ambato – Ecuador**  
**Febrero, 2019**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

**“Accesorios de moda: entre la deconstrucción y la identidad”** de la alumna Verónica Abigail Saca Llamba, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto 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, Febrero 2019

EL TUTOR



Nancy Raquel Ramírez Bonilla

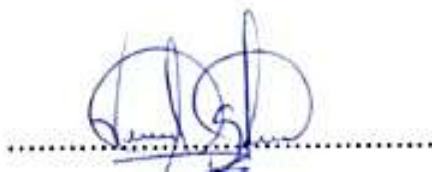
C.C.: 050256063-4

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Accesorios de moda: entre la deconstrucción y la identidad**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, Febrero 2019

LA AUTORA



Verónica Abigail Saca Llamba

C.C.: 065004646-9

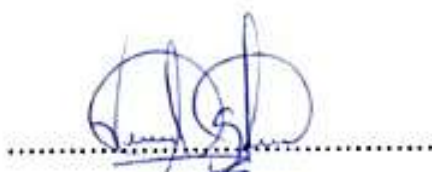
## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto Integrador 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 Integrador, 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, Febrero 2019

LA AUTORA



Verónica Abigail Saca Llamba

C.C.: 065004646-9

## **APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema “**Accesorios de moda: entre la deconstrucción y la identidad**” de Verónica Abigail Saca Llamba, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Febrero 2019

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

**PRESIDENTE**

---

Nombres y Apellidos

**MIEMBRO CALIFICADOR**

---

Nombres y Apellidos

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

*El presente proyecto está dedicado primeramente a Dios quien a pesar de mis errores nunca me ha dejado sola, siempre ha sido mi guía, confidente, amigo, padre y sobretodo mi Dios.*

*A mi Padre Manuel Saca y mi Madre Rosita Llamba quienes han sido un pilar fundamental en mi vida y educación. De igual manera a mis hermanos Oscar, Gabriela, Edwin, Jhonnatan, Evelyn y Jofrey, por el apoyo incondicional y la confianza que me han brindado en el trayecto por culminar mi carrera, al igual que en mi vida personal.*

*A mis amigas y amigos que han estado presentes, infundiéndome valor con palabras de aliento cuando creía no poder más, por el cariño y apoyo tanto en momentos de felicidad como de desaliento.*

***Verónica Abigail Saca Llamba***

## **AGRADECIMIENTO**

*Mi más grande y profundo agradecimiento a Dios por el regalo más valioso, la vida. A mi familia por brindarme lo indispensable a pesar de transcurrir por momentos de dificultad.*

*A mis amigos y amigas que no han dejado que el tiempo y la distancia sea una excusa para ayudarme a cumplir con un objetivo más en mi vida.*

*A mis docentes de cada semestre, por compartir conmigo sus conocimientos y experiencia a través de las clases, en las cuales han manifestado paciencia y ética profesional.*

*A mi tutora la Ing. Mg. Nancy Ramírez por ayudarme con su conocimiento y paciencia, aparte de ser una guía en el transcurso de la elaboración del proyecto.*

***Verónica Abigail Saca Llamba***

## ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE DE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
ÍNDICE DE FICHAS TÉCNICAS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN .....	1

## CAPÍTULO I

### 1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto.....	3
1.2. Antecedentes (Estado de arte) -----	3
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**

2.1.	Accesorios -----	8
2.1.1.	Tipos de accesorios .....	9
2.1.2.	El bolso como accesorio .....	12
2.1.3.	Técnicas de experimentación textil.....	14
2.2.	Deconstrucción -----	16
2.2.1.	La deconstrucción como parte de la indumentaria .....	18
2.2.2.	Diseñadores de moda que han incrementado la deconstrucción en sus diseños.....	19
2.2.3.	El origami como parte de una técnica para aplicar la deconstrucción.....	22
2.3.	Identidad -----	27
2.3.1.	Definición de otra área enfocada al diseño de modas.....	28
2.3.2.	Influencia de la identidad en la marca .....	29
2.3.3.	Elementos identitarios aplicables en la Industria de la Moda.....	30
2.3.4.	Fenómenos de la pérdida de identidad .....	35
2.4.	Marcas referentes y/o aspiracionales -----	37
2.5.	Visionario-----	42

## **CAPÍTULO III**

### **3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

3.1.	Análisis externo-----	44
3.1.1.1.	Entorno político .....	44
3.1.1.2.	Entorno económico .....	45
3.1.1.3.	Entorno social/ cultural .....	46
3.1.1.4.	Entorno tecnológico .....	48
3.1.1.5.	Entorno ambiental .....	49

3.1.1.6.	Entorno legal.....	50
3.1.2.	Tendencias de consumo.....	53
3.1.3.	Segmentación del mercado potencial .....	54
3.1.4.	Análisis del sector y del mercado de referencia .....	56
3.1.5.	Índice de saturación del mercado potencial.....	57
3.1.6.	Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) .....	58
3.2.	Análisis interno .....	60
3.2.1.	Análisis de recursos propios y disponibles.....	60
3.2.2.1.	Eslabón de investigación y desarrollo .....	61
3.2.2.2.	Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima .....	61
3.2.2.3.	Eslabón de producción .....	62
3.2.2.4.	Eslabón de comercialización .....	64

## **CAPÍTULO IV**

### **4. MARCO METODOLÓGICO**

4.1.	Estudio de público objetivo .....	65
4.1.1.	Modelo de encuesta y/ entrevista.....	68
4.2.	Selección de la muestra .....	70
4.3.	Técnicas de estudio .....	72
4.3.1.	Cualitativas.....	72
4.3.2.	Cuantitativas.....	72
4.4.	Elaboración e interpretación de los datos.....	73
4.5.	Conclusiones .....	82
4.6.	Recomendaciones .....	83

## **CAPÍTULO V**

### **5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN**

5.1. Cronograma de producción-----	84
5.2. Control de calidad-----	85
5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto -----	87
5.4. Requerimientos de mano de obra-----	88
5.5. Seguridad industrial y medio ambiente -----	88

## **CAPÍTULO VI**

### **6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

6.1. Descripción del producto o servicio -----	90
6.1.1. Brain storming .....	90
6.2. Perfil del cliente -----	90
6.2.1. Moodboard del perfil del cliente .....	92
6.3. Identidad de marca -----	93
6.4. Uso de la marca-----	98
6.5. Análisis de color de la propuesta -----	101
6.5.1. Paleta de color de la propuesta .....	101
6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia-----	101
6.6.1. Macrotendencia .....	101
6.6.2. Tendencia .....	102
6.7. Concepto de la propuesta -----	104
6.8. Elementos del diseño -----	105
6.8.1. Siluetas .....	105
6.8.2. Proporción y línea.....	106

6.8.3.	Función .....	106
6.8.4.	Detalles .....	106
6.8.5.	Estilo.....	106
6.8.6.	Estampados, bordados y acabados, terminados.....	107
6.9.	Materiales e insumos -----	108
6.10.	Sketch o bocetos -----	111
6.11.	Fichas técnicas de cada diseño a elaborar -----	123
6.12.	Photobook-----	139
6.13.	Costos de producción -----	140
6.13.1.	Costos fijos .....	140
6.13.2.	Costos variables.....	141
6.13.3.	Costo total.....	142
7.1	Conclusiones -----	146
7.2.	Recomendaciones -----	146
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----</b>		<b>148</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1.</b> Clasificación del bolso como accesorio.....	13
<b>Tabla N° 2.</b> Tipos de posición de papel en el origami .....	25
<b>Tabla N° 3.</b> Tipos de pliegues y líneas básicas en el origami .....	26
<b>Tabla N° 4.</b> Tipos de accesorios dentro de la línea de la marca Miyake.....	41
<b>Tabla N° 5.</b> Clasificación de las empresas según su constitución.....	51
<b>Tabla N° 6.</b> Variables Geográficas .....	54
<b>Tabla N° 7.</b> Variables Demográficas .....	54
<b>Tabla N° 8.</b> Variables Psicográficas .....	55
<b>Tabla N° 9.</b> Variables Conductuales .....	55
<b>Tabla N° 10.</b> Análisis de marcas .....	59
<b>Tabla N° 11.</b> Estadísticas de la Población de la provincia de Tungurahua.....	70
<b>Tabla N° 12.</b> Tamaño de la muestra.....	71
<b>Tabla N° 13.</b> ¿Considera Ud. que un bolso es un accesorio impredecible en el armario de una mujer?.....	73
<b>Tabla N° 14.</b> ¿Qué le motiva a comprar un bolso? .....	74
<b>Tabla N° 15.</b> ¿En qué colores le gustaría adquirir un nuevo bolso? .....	75
<b>Tabla N° 16.</b> ¿Qué tamaño de bolso frecuenta a usar normalmente? .....	76
<b>Tabla N° 17.</b> ¿Con que constancia, adquiere Ud. un bolso? .....	77
<b>Tabla N° 18.</b> ¿Qué tamaños de asas le gustaría para su bolso?.....	78
<b>Tabla N° 19.</b> Entre las modalidades de origami existentes, ¿Cuál de ellas desearía Ud. que se aplique al bolso? .....	79
<b>Tabla N° 20.</b> ¿Considera relevante impregnar en el bolso en forma de detalle un fragmento de las obras de personajes que constituyen la historia de nuestro país, fomentando así la identidad nacional? .....	80
<b>Tabla N° 21.</b> ¿Cuál es el costo promedio que Ud. mantiene al comprar un bolso? .....	81
<b>Tabla N° 22.</b> ¿Porque medio Ud. adquiere un bolso? .....	82
<b>Tabla N° 23.</b> Cronograma de Producción .....	84
<b>Tabla N° 24.</b> Tipos de Arrastre de la máquina de coser.....	86
<b>Tabla N° 25.</b> Control de calidad en el cuero .....	86

<b>Tabla N° 26.</b> Características de materia prima e insumos.....	122
<b>Tabla N° 27.</b> Costos gastos administrativos.....	140
<b>Tabla N° 28.</b> Costos Gastos Generales .....	140
<b>Tabla N° 29.</b> Costos Materiales Indirectos.....	140
<b>Tabla N° 30.</b> Costos fijos mensuales.....	141
<b>Tabla N° 31.</b> Costos materia prima e insumos.....	141
<b>Tabla N° 32.</b> Costos manos de obra .....	141

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 1</b> Deconstrucción en la Arquitectura y edificio constructivista.....	17
<b>Gráfico N° 2</b> Bultos y protuberancias de Rei Kawakubo .....	20
<b>Gráfico N° 3</b> Diseños Issey Miyake.....	21
<b>Gráfico N° 4</b> Diseños de Roberto Capucci .....	22
<b>Gráfico N° 5</b> Origami de Acción .....	23
<b>Gráfico N° 6</b> Origami Modular.....	24
<b>Gráfico N° 7</b> Plegado en húmedo .....	24
<b>Gráfico N° 8</b> Origami Puro .....	24
<b>Gráfico N° 9</b> Teselaciones .....	25
<b>Gráfico N° 10</b> Pintura, Ataúd Blanco de Oswaldo Guayasamín.....	32
<b>Gráfico N° 11</b> Prisionero 1949 y la Cosecha 1939 de Oswaldo Guayasamin .....	33
<b>Gráfico N° 12</b> Serie de las Manos por Oswaldo Guayasamín .....	33
<b>Gráfico N° 13</b> Pintura Lágrimas de Sangre y Playa Girón por Oswaldo Guayasamín .....	34
<b>Gráfico N° 14</b> Obra “Ternura” de Oswaldo Guayasamín.....	34
<b>Gráfico N° 15</b> La Maternidad 1987 y El Abrazo por Oswaldo Guayasamín.....	35
<b>Gráfico N° 16</b> Diseños de la Marca Finell.....	39
<b>Gráfico N° 17</b> Diseños de la marca KOFTA .....	40
<b>Gráfico N° 18</b> Técnicas de Shingo Shato.....	43
<b>Gráfico N° 19</b> Importancia de un bolso .....	73
<b>Gráfico N° 20</b> Apreciación de las cualidades en un bolso .....	74
<b>Gráfico N° 21</b> Colores apreciados en un bolso .....	75
<b>Gráfico N° 22</b> Tamaño de un bolso.....	76
<b>Gráfico N° 23</b> Frecuencia de compra.....	77
<b>Gráfico N° 24</b> Tamaño de asas en un bolso .....	78
<b>Gráfico N° 25</b> Preferencias en origami .....	79
<b>Gráfico N° 26</b> Identidad en el diseño.....	80
<b>Gráfico N° 27</b> Costo promedio .....	81
<b>Gráfico N° 28</b> Lugar de compra.....	82

## ÍNDICE DE FICHAS TÉCNICAS

<b>Ficha Técnica Nº 1.</b> Materia prima.....	109
<b>Ficha Técnica Nº 2.</b> Insumos .....	110
<b>Ficha Técnica Nº 3.</b> Diseño AB001.....	112
<b>Ficha Técnica Nº 4.</b> Diseño AB002.....	113
<b>Ficha Técnica Nº 5.</b> Diseño AB003.....	114
<b>Ficha Técnica Nº 6.</b> Diseño AB004.....	115
<b>Ficha Técnica Nº 7.</b> Diseño AB005.....	116
<b>Ficha Técnica Nº 8.</b> Diseño AB006.....	117
<b>Ficha Técnica Nº 9.</b> Diseño AB007.....	118
<b>Ficha Técnica Nº 10.</b> Diseño AB008.....	119
<b>Ficha Técnica Nº 11.</b> Diseño AB009.....	120
<b>Ficha Técnica Nº 12.</b> Diseño AB010.....	121
<b>Ficha Técnica Nº 13.</b> Diseño Seleccionado AB002 .....	123
<b>Ficha Técnica Nº 14.</b> Dibujo Plano AB002.....	124
<b>Ficha Técnica Nº 15.</b> Patronaje AB002 .....	125
<b>Ficha Técnica Nº 16.</b> Ruta de Operaciones AB002.....	126
<b>Ficha Técnica Nº 17.</b> Diseño Seleccionado AB007 .....	127
<b>Ficha Técnica Nº 18.</b> Dibujo Plano AB007.....	128
<b>Ficha Técnica Nº 19.</b> Patronaje AB007.....	129
<b>Ficha Técnica Nº 20.</b> Ruta de Operaciones AB007.....	130
<b>Ficha Técnica Nº 21.</b> Diseño Seleccionado AB008.....	131
<b>Ficha Técnica Nº 22.</b> Dibujo Plano AB008.....	132
<b>Ficha Técnica Nº 23.</b> Patronaje AB008.....	133
<b>Ficha Técnica Nº 24.</b> Ruta de Operaciones AB008.....	134
<b>Ficha Técnica Nº 25.</b> Diseño Seleccionado AB010.....	135
<b>Ficha Técnica Nº 26.</b> Dibujo Plano AB010.....	136
<b>Ficha Técnica Nº 27.</b> Patronaje AB010.....	137
<b>Ficha Técnica Nº 28.</b> Ruta de Operaciones AB010.....	138



<b>Ficha Técnica N° 29. Costos AB002 .....</b>	<b>142</b>
<b>Ficha Técnica N° 30. Costos AB007 .....</b>	<b>143</b>
<b>Ficha Técnica N° 31. Costos AB008 .....</b>	<b>144</b>
<b>Ficha Técnica N° 32. Costos AB010 .....</b>	<b>145</b>

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto se encuentra realizado con base en la deconstrucción, inspirado en el origami como parte de las técnicas a utilizar. Se efectúa un análisis tanto del pensamiento filosófico de Jacques Derrida, como desde la arquitectura y la indumentaria. Alusivo al diseño de modas se menciona a Rei Kawakubo conocida como la gran dama de la deconstrucción, Issey Miyake un diseñador experimental y Roberto Capucci con siluetas extravagantes.

En cuanto a los tipos de pliegues, Paul Jackson en sus libros con distinto tomo indica una variedad de superficies que se logra con diferentes aplicaciones, así mismo Shingo Shato da a conocer figuras con volumen mediante su innovador sistema de la Reconstrucción Transformacional. Tomoko Nakamichi presenta estructuras tridimensionales capaces de ser aplicados en tela, los mismos que son un elemento primordial al diseñar accesorios de moda para mujeres de 25 a 30 años de edad; perfil del consumidor previsto para la ciudad de Ambato.

Por otra parte se incluye la identidad nacional dentro de pinturas artísticas como las de Oswaldo Guayasamín, quien retrata el sufrimiento e indignación de los ancestros del país. Adicionalmente se lo plasma en los accesorios por medio de técnicas experimentales como el estampado, grabado, repujado, labrado y el corte a láser; que se aplica directamente en el cuero, dado ser el material a utilizar. Con la finalidad de dar a conocer e impulsar el conocimiento de algunos referentes dentro de la historia ecuatoriana.

**PALABRAS CLAVE: ACCESORIOS DE MODA – BOLSOS /  
DECONSTRUCCIÓN/ ORIGAMI / IDENTIDAD NACIONAL / OSWALDO  
GUAYASAMIN**

## **ABSTRACT**

The present project is based on deconstruction inspired by origami as part of the techniques to be used. An analysis is made of both the philosophical thought of Jacques Derrida and the architecture and clothing. Alluding to fashion design is Rei Kawakubo known as the great lady of deconstruction, Issey Miyake the experimental designer and Roberto Capucci with extravagant silhouettes.

As for the types of pleats, Paul Jackson in with different tome indicates a variety of surfaces that is achieved with different applications, so Shingo Shato makes figures with volume through its innovative system of Transformational Reconstruction. Tomoko Nakamichi presents three-dimensional structures capable of being applied on fabric, the same that are an important element in design for fashion accessories to women from 25 to 30 years of age; consumer profile intended for the city of Ambato.

On the other hand, national identity is included in artistic paintings such as those of Oswaldo Guayasamin who portrays the suffering and indignation of the country's ancestors. Additionally it is reflected in the accessories by means of experimental techniques such as stamping, engraving, embossing, carving and laser cutting, used directly in the leather given that it is the material to be used; with the purpose of making known and promoting the knowledge of some references in the Ecuadorian history.

**KEYWORDS: FASHION ACCESSORIES - BAGS / DECONSTRUCTION / ORIGAMI / NATIONAL IDENTITY / OSWALDO GUAYASAMIN**

## INTRODUCCIÓN

Los accesorios son el complemento de un atuendo que se los utiliza para proteger, ocultar, como un símbolo de identificación o en ayuda al usuario a ordenar y transportar objetos útiles en su diario vivir. Uno de los más usuales en las mujeres son los bolsos por la facilidad de su uso y la comodidad en la propietaria, en un inicio se los utilizaba para llevar labores de costura y uno que otro artículo, pero con el paso del tiempo y dado que la moda evoluciona su función no se ha visto afectada, pero si el diseño de la misma.

La deconstrucción aparece con el filósofo Jacques Derrida en 1960 y en su trayectoria ha influido en varias disciplinas como la literatura, psicoanálisis, derecho, arquitectura y el diseño de modas. Con respecto a la última, han tenido una gran acogida por varios diseñadores que con base en la misma han creado un estilo único, con diseños originales que han marcado el estilo y la singularidad en sus prendas.

La identidad nacional son los rasgos característicos de una nación, pero en el transcurso del tiempo se ha visto afectada por factores como la globalización, la migración, la desvalorización, que han provocado la falta de interés por conocer aspectos básicos y personajes influyentes en la historia del país. Por ende el presente proyecto integrador aborda un artista ecuatoriano como lo es Oswaldo Guayasamín y utiliza los bolsos con diseño como un medio de comunicación y conexión con la identidad.

El proyecto se encuentra estructurado por seis capítulos, dentro de los cuales:

**Capítulo I**, analiza los antecedentes de los principales aspectos que influyen en la elaboración del proyecto y destaca la relevancia de cada uno; los accesorios, la deconstrucción y la identidad.

**Capítulo II**, recauda y examina información de anteriores investigaciones, como un fundamento para aplicar y conocer específicamente del tema de interés. También su

evolución en el transcurso de los tiempos y el efecto que ha manifestado en algunos diseñadores, aparte de las marcas que utilizan el origami como un eje de inspiración.

**Capítulo III**, fundamenta la metodología por medio del análisis externo e interno, para conocer factores que predominan en la ejecución de la propuesta, así mismo la parte legal que se debe tener en cuenta en un establecimiento para no violar las leyes que manifiesta la constitución del país.

**Capítulo IV**, examina las estrategias del marketing mix con la finalidad de llegar al cliente, así mismo estudia las preferencias del consumidor en un bolso mediante la encuesta como una de las técnicas de recolección de información, se realiza un análisis de acuerdo a los resultados y se procede a las conclusiones y recomendaciones del mismo.

**Capítulo V**, indaga acerca de los sistemas de producción, maquinarias y equipo pertinentes para la elaboración de la propuesta también los estándares de calidad, accesorios de protección para el cuidado de la salud de los trabajadores.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES GENERALES

### 1.1. Nombre del proyecto

Accesorios de moda: Entre la deconstrucción y la identidad

### 1.2. Antecedentes (Estado de arte)

Los accesorios de moda, son elementales a la hora de vestir pues son el complemento de un atuendo y de los mismos dependerá, lo que se trate de transmitir con tal o cual prenda. Por ende es necesario darle la relevancia que lo amerita y en este sentido Jhon Lau (2013), a través de su libro *Diseño de Accesorios*, desarrolla una guía práctica y visual en la que incluye desde la anatomía de los complementos más importantes hasta las técnicas de acabado tradicionales y actuales. Así mismo comprende numerosas entrevistas a diseñadores relevantes en cada una de sus especializaciones e inmerso en las cuales dan a conocer algunos procesos de diseño significativos.

Cordobés (2011) en su tesis *Diseño de bolsos basado en el concepto “Hágalo Usted Mismo”* analiza los accesorios, específicamente el bolso como un implemento de personalización, su clasificación, la historia y su evolución en el transcurso de los años, las tipologías que existen en función de su forma. Del mismo modo lo fusiona con el origami como una técnica de innovación para crear diversas estructuras y módulos coherentes a las necesidades del consumidor. En conclusión argumenta la necesidad de marcar la diferencia con tendencias modernas para obtener versatilidad y diversidad en los bolsos por medio de la aplicación del doblado de la tela.

La deconstrucción inmerso en el mundo de la moda se ha constituido un punto de inspiración para algunos diseñadores al construir prendas deconstructivistas, en esto

Tomoko Nakamichi (2012) quien en evidencia de su investigación muestra su libro *Pattern Magic* con algunas técnicas para una estructura tridimensional por medio del aplanado de la misma consiguiendo de este modo patrones planos individuales, de igual manera cortes y distintos tipos de pliegues que se pueden aplicar en la tela, creando así patrones no convencionales los cuales favorecen a la construcción de prendas con un toque distintivo y llamativo.

Fadul (2012) en su tesis *Destrucción- Deconstrucción en el Diseño*, determina lo moderno, el diseño, el arte como elementos en los que se puede aplicar lo deconstructivista, dando a conocer la deconstrucción con base en la forma, la economía, lo estático, la realidad, lo racional, en el diseño, el espacio así como también su influencia en el medio ambiente. Resuelve este método como un objeto de experimentación para transformar las industrias, la percepción del mundo en lo invaluable manifestando la re-significación mediante la deconstrucción para crear nuevos productos a partir de uno común.

Por su parte en cuanto a la identidad, Traverso (1996) en su tesis doctoral *La Identidad Nacional Del Ecuador, un Acercamiento Psicosocial a la Construcción Nacional*; examina el término como tal desde un enfoque personal y social, para profundizar el sentido de pertenencia hacia el país de origen con la finalidad de incrementar su desarrollo puesto que se considera como uno de los factores que permiten el atraso socio-económico del Ecuador. Además afirma que afecta a los procesos psicológicos a nivel individual y en el contexto social dentro del cual se incluye a la identidad. Detalla el tema a nivel latinoamericano, su historia y en base a la identificación, diferenciación y la participación.

Cappello y Recio (2011) mediante su libro *La Identidad Nacional: Sus Fuentes Plurales De Construcción*, analiza los efectos de la globalización, migración, causantes de la formación de las identidades transculturales es decir la reconfiguración de la identidad dado tanto en el aspecto físico como en los valores y costumbres. Del mismo modo explica la aculturación y sus estrategias dominantes, afectando no solo a una

persona sino también a los integrantes del grupo social en donde vive, en consecuencia se percibe un declive en la identidad autentica.

### **1.3. Justificación**

Debido a las circunstancias contemporáneas como: la globalización y la migración, factores que afectan a la pérdida de la identidad nacional; el presente proyecto nace con el objetivo de conectar el diseño con la identidad mediante la elaboración de accesorios en el cual las técnicas de deconstrucción son un agente característico, asimismo el origami como método a aplicar es constituido de gran interés, pues es considerado como un eje fundamental dentro de la innovación tecnológica y gracias a ello se ha conseguido un avance significativo en distintas áreas como: la industria automotriz con airbags, en la cirugía cardiovascular con pequeños dispositivos que corrigen el estrechamiento de las arterias, en la nanotecnología para doblar moléculas de ADN y con aplicaciones para el diseño de fármacos (Laborda, 2011).

En base a la situación actual en el transcurso de la moda como tal, es de suma importancia avanzar conforme a la tecnología, de este modo se pueden lograr más cosas a partir de algo que parece insignificante. En esto justamente se basa Shingo Shato quien rompe los métodos de patronaje tradicionales aplicando cortes asimétricos, los mismos que le permiten adquirir una variedad de volúmenes en la ropa. Igualmente Issey Miyake y otros diseñadores japoneses lo utilizan de inspiración para el diseño de accesorios y prendas funcionales. En base a los diseñadores el proyecto es factible siempre y cuando se utilice los materiales adecuados que logren retener las distintas aplicaciones.

La identidad nacional cumple varias funciones ya sea psicológicas y sociales en las personas, produce sentimientos de pertenencia, seguridad, respeto, trascendencia de un país simbólico. Esto se incrementa con aspectos culturales propios de un país como desfiles, monumentos, símbolos patrios, ceremonias que corroboran para su conformación. Lo que las personas aprendan del país de origen afecta en su comportamiento a futuro, en su rol de ciudadano de una determinada nación, además de



incidir con el país pues al no educar a los niños con atribución y entrega, al crecer este sale del contexto de identificación colectiva.

Aunque al parecer no afecta a la imagen nacional, si lo hace puesto que son procesos que ocasionan un declive en las bases sociales, políticas, culturales y en el desarrollo del estado. Para su conformidad en el vínculo nacional se debe socializar, recordar ya sea por el sistema educativo u otro medio, la conexión cultural, acontecimientos históricos, su ideología del pasado, presente con capacidad en un futuro de reafirmar la identidad y unidad nacional (Pérez, 2012).

La mujer actual busca bolsos con diseños innovadores capaces de transmitir autenticidad, identidad, moda, sofisticación, lo cual el mercado al que va dirigido el proyecto no abastece. Por ende en función a cubrir las necesidades del consumidor y dado la relevancia que amerita resguardar, valorar e identificar la identidad nacional, se diseña bolsos idóneos en transportar artículos u objetos con la finalidad de solventar dichas exigencias. Con inspiración en el origami como parte de la deconstrucción para la obtención de diseños singulares.

La innovación forma parte del desarrollo y posicionamiento de un país, pues extiende las posibilidades de su incremento productivo como también económico. Ayuda a las empresas a ser competitivas al momento de satisfacer las demandas del mercado; con una inversión lucrativa que amerita recursos humanos y económicos, pero que brinda ventajas con resultados concretos y exitosos (Martínez, 2015).

Los beneficiarios por la composición del producto serán mujeres económicamente activas entre los 25 a 30 años de edad de la ciudad de Ambato. Pues en base a la forma, estilo, detalles y a la estructura de los bolsos, se brinda funcionalidad, comodidad y exclusividad a quien los porta. Como beneficiarios secundarios se encuentra la sociedad porque se impulsa a conocer más acerca de la historia Ecuatoriana.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

- Diseñar accesorios de moda deconstruidos aplicando distintas técnicas de origami con la finalidad de conectar la identidad con el diseño.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Analizar la deconstrucción como filosofía, aplicada a la indumentaria mediante el análisis transcultural.
- Determinar los métodos de aplicación de la moltería transformacional mediante técnicas de doblado.
- Diseñar bolsos deconstruidos aplicando técnicas de origami en deconstrucción con el valor añadido de la identidad dentro del diseño.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO REFERENCIAL

#### 2.1. Accesorios

Son el complemento de una prenda de vestir, de un atuendo completo o simplemente de una imagen. Bucardo (2017) afirma “Un accesorio o un simple elemento solo te hace lucir diferente, moderno, con más carácter y principalmente más seguro de vos mismo” (pág. 1). De igual modo son artículos generalmente utilizados para proteger, ocultar o crear ostentación además de identificar y distinguir a los usuarios, por ende fueron inventados como ayuda al facilitar la vida u organización de quien los usa (Lau, 2013).

Son considerados como accesorios: el calzado, carteras, bolsos, guantes, bufandas, tocados, relojes, medias, cinturones, gorros, sombreros, gafas. Cabe resaltar que los accesorios pueden cambiar el vestuario ya sea para darle un toque formal, urbano o moderno. Dentro de la historia se puede reconocer como se ha mantenido en una constante evolución, específicamente los bolsos.

No se sabe con precisión cuando surgieron los bolsos, pero se llega a concluir que desde la prehistoria se los portaba pues en las pinturas rupestres encontradas se puede apreciar mujeres llevando consigo objetos parecidos a los bolsos que se conoce hoy en día. Además en un principio el ser humano nómada portaba uno, para llevar los alimentos que recogía o los animales que cazaba, entonces se valía de las pieles para solventar esta necesidad. Sin embargo su término se lo usa a inicios de 1900 (EcuRed, s/f).

En la antigua Grecia se lo conocía con el nombre de birsa, empleado para salir de viaje. Su tamaño era considerable llegando a medir 30 cm de largo y menos en el ancho. Transportaban una variedad de esencias y aceites que se los empleaba para su aseo personal. En la antigua Roma lo llamaban bursa pero tenían la misma función, en un

principio en base a cuero y luego a un textil; su diseño constaba de un retazo de paño o tela que luego se ataban al collar o al cinturón.

Durante la edad media el tamaño del bolso disminuyo a 25 cm cuadrados y su método de cierre eran dos cordones. No existía una preferencia hacia un género pues eran utilizados por hombres y mujeres. En el siglo XVI y XVII lo caracterizan por adornarlo con diversos detalles convirtiéndolo en una pequeña obra de arte, en el XVIII surge el bolso estilo cartera es decir de una reducida composición dado que era para documentos personales. Su significado era invaluable que al fallecer el usuario se lo dejaba por herencia.

En el siglo XIX se los diseña como un complemento en forma y color para el atuendo femenino y como símbolo de status para llevar consigo el maquillaje. El cierre de acero y el cordón eran utilizados como un método de cerradura. Durante el siglo XX su elaboración se lo realiza con la intención de acoplar a los zapatos y el vestido de la dama. Su auge se da entre los años 40-50 y su declive en los 60, dado que aparece en otras formas como mochilas, mallas, sacos; sin embargo se ha vuelto a retomar su utilización con distintos diseños que conjugan con las prendas a la vez que brindan comodidad (Redacción Cromos, 2013).

### **2.1.1. Tipos de accesorios**

Existen algunos tipos de accesorios, pero los principales e importantes son:

- **Bolso.-** Accesorio funcional que sirve al transportar objetos personales como cosméticos, teléfonos, artículos portátiles, agendas y otros elementos útiles para quien lo lleva consigo. Existe una gran variedad de diseños, formas y tamaños con respecto a este pero todo se elige de acuerdo con el gusto del usuario, ocasión de uso, estilo.

- **Calzado.-** Ha comparación de otro accesorio de moda el calzado ha evolucionado sutilmente. Es de uso cotidiano pues protegen a los pies de objetos o

elementos que pueden ocasionar daños o heridas. Además tiende a revelar la identidad del usuario y la actividad a realizar.

- **Joyería.-** Dentro de este tipo de accesorios existe una variedad de elementos decorativos que la componen, depende de su tamaño y función. Entre ellos se encuentran los básicos como el collar, anillo, brazaletes y broches que son dinámicos e intercambiables. Asimismo en su elaboración exige paciencia, tiempo y dedicación. Las joyas en un inicio eran con conchas, huesos, marfil, madera y materiales que se encontraban en objetos valiosos, pero a medida que ha ido evolucionando se han ido incrementando metales, piedras preciosas para realizar de estos algo exclusivo.

- **Sombrerería.-** En un comienzo similar a algunos casos, se creó como accesorio útil al hombre pero se terminó imponiendo en el closet de una mujer, puesto que fueron la inspiración de tocados femeninos. Su utilización se basa en cubrir el rostro del sol, inmerso en la moda para complementar con un atuendo en particular o a manera de un artículo parte del uniforme en una profesión específica. Dentro de este ámbito se derivan dos modelos básicos: el sombrero y la gorra. Su tamaño y forma se modifica de acuerdo con tendencias, gusto y función.

- **Gafas.-** Fueron creadas para corregir la visión y mostrar al usuario una imagen clara de las cosas que le rodeaban. Sin embargo paso de ser un accesorio de corrección a uno más de moda. En sí, su diseño se basa teniendo en cuenta el lente y la montura, aunque no se ha dejado de lado su funcionalidad. Por otra parte se le han añadido lentes tintadas que se han convertido en gafas de sol que ayuda a quien lo usa a proteger sus ojos de la luz ultravioleta y la gradación de su tono va entre lo oscuro y lo claro, en cambio otros lo usan como protección debido a que sus profesiones ponen en riesgo la vista.

- **Bufandas y pañuelos.-** Originalmente lo utilizaban los romanos a manera de pañuelo para el sudor contrario a lo de la actualidad que se lo emplea como un accesorio de abrigo en climas fríos.

En cuanto al pañuelo su función es la de cubrir la nariz y boca de agentes nocivos contra la salud. Otros sin embargo son símbolos de algunas religiones. Cabe recalcar que ambos accesorios son de fácil elaboración.

- **Corbata.-** Es parte de un accesorio masculino, que se lo enrolla alrededor del cuello con un nudo al final. Son tan comunes verlos en la indumentaria formal, que por lo general se viste para trabajar en una empresa o en alguna otra profesión que así lo amerita. Del diseño de la corbata aparece la pajarita que es más corta, adaptable y su forma de anudar termina en lazo.

- **Reloj pulsera.-** Durante mucho tiempo fue el privilegio de personas de un status económico alto, pero con el transcurso ha llegado a estar al alcance de todo el público puesto cuyo valor varía desde lo barato a lo caro. Evolucionó a partir de los relojes de pared del cual su tamaño fue reducido hasta poder ser llevado en la muñeca. Ahora se pueden encontrar con manecillas o de preferencia el digital, conservando la correa, hecha en diversos materiales como el metal o pieles de algún animal exótico, que sirve para adaptar y posicionar el reloj en su lugar.

- **Cinturón.-** Diseñado tanto para hombres como mujeres y elaborado en cualquier textil, este accesorio tiene la función de concretar que la prenda quede sujeta y que se mantenga en su lugar. Su diseño se define por el ancho y largo, con respecto a su material hay muchas variantes cumpliendo su estándar de flexibilidad y resistencia.

- **Guantes.-** Originalmente fue considerado como un accesorio significativo dentro de las clases altas y las cortes reales. Se confeccionaba en tejidos finos y delicados, manteniendo la flexibilidad de esta manera evitar entorpecer las actividades de las manos pues están en continuo movimiento. Normalmente hoy en día se lo usa en épocas de frío y en cuanto al deporte para proporcionar al atleta un mejor agarre y resistir los impactos (Lau, 2013).

### **2.1.2. El bolso como accesorio**

El bolso es un accesorio que puede estar realizado en piel o en cualquier tipo de material, generalmente es utilizado por mujeres con la finalidad de llevar objetos de uso personal. "... éstos se han transformado en un artefacto indispensable en la vida de la mujer. Principalmente permite trasladar elementos de un lugar a otro, pero también son un gran complemento a la hora de acompañar un outfit" (Merlo, 2016, pág. 19).

En un principio era considerado como un accesorio masculino pero a medida que ha ido evolucionando, en la actualidad es un complemento esencial en el armario de una mujer. En su elaboración se usa principalmente piezas de cuero o telas donde se les añade fornituras consiguiendo que sea funcional. Sin embargo hoy en día cada diseñador desea marcar su estilo para lo cual realizan un esfuerzo diario en añadir, quitar, combinar o cambiar componentes con el objetivo de que cuyo bolso sea llevado a otro nivel.

En un inicio los bolsos eran utilizados para transportar artículos necesarios o mostrar status. De hecho cuando una mujer iba de visita llevaba consigo un bolso con sus labores de costura y junto a ellos uno que otro artículo, como un frasquito de perfume. No obstante a medida que paso el tiempo en la indumentaria se impuso una silueta más esbelta, por lo que surgió el dilema de trasladar objetos dado que hubo un incremento de cosas personales y elementos indispensables que las mujeres querían llevar ya sea teléfonos, cosméticos, agendas entre otros implementos individuales (Lau, 2013).

En consecuencia a ello se hizo necesario el aumento del tamaño del bolso, actualmente se puede clasificar en:

**Tabla N° 1.**

Clasificación del bolso como accesorio

<p><b>El bolso con boquilla o bastidor.</b></p>	<p><b>El bolso con fuelle</b></p>	<p><b>La cartera</b></p>
		
<p>Este tipo de bolsos contiene una forma compleja dado que la fornitura debe ser fuerte, capaz de soportar el peso de los objetos y para mayor precisión se puede utilizar un cierre. Es menos versátil por su estructura un poco más rígida.</p>	<p>Es el más popular debido a su flexibilidad y comodidad para la mujer moderna. De igual manera su estructura interior es moldeable. Su forma se basa en el corte de las piezas, el escudete y la base.</p>	<p>Es considerado como un bolso básico, lleva una correa corta, larga o sencillamente unas asas. Su diseño se creó a partir de las limosneras que era utilizado a modo de bolsillo con un cordón para sujetarlo al cuello.</p>

**Fuente:** (Lau, 2013)

El diseño de estos va desde lo más simple hasta lo complejo y son elegidos dependiendo del nivel social de la persona, la actitud o simplemente su estilo. En esto también influyen los colores de sus prendas de vestir, la ocasión de uso y la temporada.

Un trato especial y a tener en cuenta es el Bolso de mano, los bolsos son la adoración de toda mujer y a diferencia de los otros accesorios, estos se expresan puestos de manera fantástica sin necesidad de complementarse con cinturones o zapatos, si una mujer luce



una ropa formal de manera estándar, el bolso de mano realzara su vestimenta, esto es algo muy conocido en la moda. (Tendencias y Moda, 2010, pág.s/n)

### **2.1.3. Técnicas de experimentación textil**

Actualmente con la ayuda del avance tecnológico existen nuevas propuestas dentro del ámbito de la industria del diseño, en donde se pueden experimentar distintas alternativas para un acabado textil mediante técnicas que ayudan proveer más opciones y así satisfacer al usuario. En relación con el tema Arona (2017) afirma que “...es relevante indagar en el campo de la experimentación textil ya que, en la actualidad, los materiales son el futuro. Ya no se habla de un diseño innovador sin tener en cuenta el textil, sus funciones, características y particularidades” (pág. 43-44). Es por esto que el mercado en este entorno ofrece variedad con respecto al material, en el cual se encuentra inmerso el cuero.

El cuero por su peculiaridad y atributos que posee es considerado un material de lujo es decir elegante, de calidad y costoso. Sin embargo en aporte al cuidado de la naturaleza y en especial al de los animales de donde proviene, la industria se ingenia lo sintético como un reemplazo a la piel natural. Su superficie puede ser decorada de acuerdo con la condición y forma que posea una vez finalizado el tratamiento que se le da al mismo para convertirlo en un textil de uso.

Una de las técnicas decorativas en este material es el estampado, que para cuya transferencia sea todo un éxito es pertinente incluir el barnizado como un paso previo, que ayuda a que la tinta no se almacene irregularmente y que el papel de estampe quede impregnado a la plancha (Chaves, 2011). Además de ser un método en el que no existe limitación, pues debido a su avance tecnológico permite impregnar figuras con precisión sobre el mismo.

Otra técnica es la del grabado que es similar al del timbrado consisten en crear impresiones en el relieve del cuero, mediante la presión y el calor. En el segundo caso se

necesitará una película de estaño en donde se pueda imprimir el color. Estas técnicas se las puede realizar tanto manualmente como por medio de maquinaria especializada en lo mismo. Para la primera se requiere que el material este húmedo, un martillo de fibra, troqueles o sellos de grabado y una pieza de mármol que sea idóneo al desarrollar el trabajo (Campos & Garrón, 2013).

Así mismo la técnica del pintado es decir como su nombre lo indica se adapta a pintar la superficie del material teniendo en cuenta que “...los tintes a base de ácidos, requieren el uso de anilina para matizar el tono, en otras palabras, para aclarar u oscurecer” (Arona, 2017, pág. 56). Pero de otra manera se utiliza el óleo y después el barniz útil en fijar el color. También se puede usar la pistola de tinte, productos de lustre en conjunto con cera favorable en darle el toque de brillo, anilinas, rotuladores de cuero que son usados en pequeñas partes o detalles, o simplemente colores específicos aptos a adherirse en este textil los cuales son más fáciles de manejar y se aplica con pincel (Durán, 2013).

El labrado es idéntico a las anteriores, pero más complejo. Dentro de esto es necesaria la cuchilla pertinente al trabajo, herramientas de troquelado, biselador, buriles y martillo de fibra. Se procede a sumergir el cuero en agua fría por algunos minutos y luego se lo pone a secar, a continuación se transfiere el motivo con la ayuda de un buril, seguidamente con una cuchilla y ejerciendo presión sobre ella se repasan las líneas previas, en adelante se usan los troqueles o sellos para las partes del diseño que así lo requieran y finalmente con un biselador y un martillo se biselan o hundan los bordes con el objetivo que aparezca los relieves y las sombras, aquello dependerá de la fuerza con la que se golpee el aparato (Campos & Garrón, 2013).

El corte con láser es una de las técnicas que ayuda al diseñador a recortar formas o figuras pero con precisión. Maneja un software el cual guía al rayo por el margen a la vez que a los contornos le da un terminado delimitado. Con este método se extiende la diversidad en cuanto a los diseños pues se puede conseguir hasta lo más complejo (Lau, 2013).

El repujado, es otra de las técnicas que se puede utilizar al decorar la superficie del cuero en la cual se precisa de una esponja, buriles, plastilina, losa de mármol y goma blanca. Se comienza con la ayuda del primer objeto para humedecer el material y se traslada el diseño. Seguido se coloca la plastilina sobre la piel humedecida y con el buril se repasa el contorno del dibujo, se desmonta y se vuelve a repasar la ilustración en caso de ser oportuno. Por último se deja secar colocando una capa de pegamento en los agujeros del lado de atrás con el propósito que se endurezca el modelo y no se dañe (Campos & Garrón, 2013).

## **2.2. Deconstrucción**

La deconstrucción como pensamiento filosófico aparece con el francés Jacques Derrida, que surge en el año de 1960 y manifiesta su auge en 1980 a 1990 y aun en el 2000, ha logrado abarcar e influir en diferentes disciplinas a mencionar la filosofía, literatura y la arquitectura. De igual manera dentro de las mismas aborda distintas artes y áreas científicas, “la deconstrucción no es una doctrina, ni una filosofía, ni un método. Sólo es, según Derrida, una “estrategia” para la descomposición de la metafísica occidental” (Borges, 2013, pág. 178)

Por su parte, con el paso de los años, el pensamiento de Derrida, pensamiento que comúnmente se conoce con el nombre de <<deconstrucción>>, ha ido asimismo afectando a e incidiendo sobre un muy variado elenco de campos de aplicación teórica y práctica como son, además de la filosofía y la crítica literaria, la lingüística, el psicoanálisis, el derecho y la política, la historia, la arquitectura y la estética o la técnica: video, cine, etc. (Peretti & Vidarte, 1998, pág. 15)

Como afirma Gastelum (2013) que: “La deconstrucción, es un tipo de pensamiento que critica, analiza y revisa fuertemente las palabras y sus conceptos.” Esto dentro de la literatura con respecto al pensamiento filosófico, pero en cuanto al arte, el diseño y la arquitectura, el mismo se ve reflejado más claramente en las “formas que permiten captar la experiencia del mundo a través de prácticas del desplazamiento espacial (errancia, trayectos, expediciones)” (Fadul, 2012, pág. 29).

Dentro del diseño esto se lo puede visibilizar con claridad en la disciplina de la arquitectura en donde el deconstructivismo nace a partir de una exposición dirigida por los arquitectos Philip Johnson y Mark Wigley en Junio 1988, en el Museo de Arte Moderno (MoMA) de Nueva York. En el que intervienen los trabajos y estudios de siete peritos internacionales. Este evento queda archivado en un libro que lleva el nombre de Arquitectura Deconstructivista, el mismo de la presentación.

En el cual se ha propuesto construir cualquier tipo de edificación basándose en formas geométricas de manera que la cimentación a realizar sea conforme con un esqueleto bien estructurado, pero al paso del tiempo surge la propuesta de romper los esquemas y efectuar todo lo opuesto al constructivismo y es así como nace el deconstructivismo en apoyo a la distorsión de lo tradicional (Medina, 2003). Sin embargo se debe reconocer la complejidad, inteligencia, creatividad para obtener la vocación de crear una nueva forma en la construcción manteniendo los estándares de seguridad.

Eh aquí unas imágenes donde se puede observar lúcidamente en lo concerniente a la arquitectura y el diseño como “la deconstrucción termina por postular una nueva estética, un nuevo estilo, una nueva vanguardia” (Fadul, 2012, pág. 28).



**Gráfico N° 1:** De izquierda a derecha. Deconstrucción en la Arquitectura y edificio constructivista

**Fuente:** (Revista ARQHYS, 2012)

### **2.2.1. La deconstrucción como parte de la indumentaria**

La indumentaria puede ser distinta en algunos países, puesto que se diferencian por su cultura y creencias propias, o en similares casos la religión predominante. El estilo de ropa de un sujeto emana una imagen que se quiere dar a los demás, se refleja la personalidad del individuo y su posición social. En consecuencia y por medio de la moda se da la competitividad al querer incrementar su closet con prendas que se visualiza en las publicidades, medios de comunicación y gente famosa, por lo que siempre es sustancial el diseño, calidad e innovación (Palermo, 2017).

Es así que inmerso en la indumentaria, la deconstrucción se ha hecho presente en la colección de varios diseñadores famosos quienes decidieron que el tejido o la tela que cubre al ser humano no siempre tiene porque ser plana sino que se le permite aplicar un volumen adicional como parte de sus diseños; de manera que la arquitectura es un punto inspiracional con el cual se puede iniciar a crear figuras tridimensionales y formas fuera de lo común. "... lo que se quiere es mostrar que la deconstrucción no es solo una crítica teórica, sino que además se involucra en los modelos sociales y los transforma, re-significando, en este caso, el diseño siglo XXI" (Fadul, 2012, pág. 13).

Actualmente en la distorsión de las prendas, se puede observar una similitud entre la arquitectura y la moda, esto se debe a que lo deconstructivista influye y mantiene una relación dentro de estas dos disciplinas, pues se analiza el patronaje tanto en un plano del indumento y en el resultado se examina como el diseño en complemento con la deconstrucción pretende prescindir a la vez la idea de una forma fuera de lo común pero sin dejar a un lado la función, punto significativo que se toma en cuenta de igual manera en lo arquitectónico.

Si bien el diseño deconstructivismo entro en la indumentaria con imponente fuerza e inicio por cambiar pequeñas características de las morfologías en las prendas como ruedos, los acabados, la multitud de capas de tela y demás, esta tendencia evoluciono al

término de la transformación estructural y morfológica del vestido a partir de sus espacios, volúmenes y ausencias,... (Piraquive, 2014, pág. 73)

### **2.2.2. Diseñadores de moda que han incrementado la deconstrucción en sus diseños.**

Con respecto a la moda la deconstrucción ha controvertido los parámetros básicos de la confección de una prenda y esto a su vez influye en la apariencia personal y en la manera de ser el punto focal de atención, es así que usar algunas prendas deconstructivistas es un medio de manifestar rebeldía a la forma tradicional de vestir. En un inicio esta tendencia comienza con ropa desgastada, blusas descosidas y remeras usadas al revés; para posteriormente visualizar formas tridimensionales que forman parte de un atuendo.

No obstante siendo esto una parte innovadora como inspiración en los diseños, algunos de los exponentes de moda a nivel internacional decidieron incluirse dentro de la deconstrucción:

Rei Kawakubo, diseñadora japonesa nacida en Tokio en 1942, licenciada en Filosofía y Letras e Historia de la Estética y con la que fundó la firma Comme des Garçons en 1969. Alteró la indumentaria dándole protuberancias a las mismas, rompe lo tradicional de la moda con formas arquitectónicas durante sus 40 años de trayectoria, cambiando así las convenciones de género, identidad y belleza. Una de sus frases populares es “Lo bello no siempre es bonito”. Su debut lo hizo en 1981 en Paris y desde entonces sus diseños han causado distintas reacciones que se contradicen entre sí, como orden y caos, pasado y futuro, conceptual y grotesco.

Es conocida por algunos como la gran dama de la deconstrucción, entre unas de sus colecciones que han causado furor es ‘Dress meets body’, más conocido con el nombre del espectáculo de los bultos y protuberancias presentada en 1997, en donde la figura femenina se ve distorsionada por vestidos tubulares de algodón con rellenos de

lumpen que esculpían en los mismos y los hacían lucir deformados, creando así una nueva silueta.



**Gráfico N° 2:** Bultos y protuberancias de Rei Kawakubo

**Fuente:** (Design Life Network, 2017)

Issey Miyake, diseñador de moda japonés. En su trabajo combina el pasado, presente y futuro, desafiando así a lo convencional para ampliar los métodos modernos en la elaboración de ropa. Sin embargo recurre regularmente a la producción artesanal sin dejar a lado a la tecnología, pero en medio del procedimiento experimenta nuevas posibilidades esperadas e inesperadas. Crea la línea Pleats Please, la cual ayuda a dar flexibilidad y mayor movilidad a la tela. “Sería difícil encontrar otro diseñador que haya sido más experimental en el uso de materiales que Miyake” (Berg, 2011, p.24).



**Gráfico N° 3:** Diseños Issey Miyake

**Fuente:** (ECOSDEASIA, 2014)

Roberto Capucci (Roma, 1930), diseñador italiano que se destacó internacionalmente por su talento inmerso en la moda en el cual plasma: originalidad en el diseño, formas y volúmenes, colores rigurosos y su marcado estilo en cada uno. Lanzó su marca en 1950 y en 1968 instaló su propio Centro Creativo en Roma. Ha indagado con figuras geométricas y dimensiones basadas en el arte, pero esencialmente en la naturaleza. Fue uno de los diseñadores que no se puso enigmas al utilizar tonos brillantes y el primero en agregar el plástico.

Cada exposición que ha realizado lo ha hecho en un lugar distinto, por lo cual ha influido en los diseñadores más jóvenes, pues las siluetas extravagantes con las que trabajaba fueron el sello que marcaba su identificación dentro del mundo del diseño como tal. Su increíble creatividad logra fusionar la deconstrucción y la moda, con lo que aleja a la misma de los estilos tradicionales.





**Gráfico N° 4** Diseños de Roberto Capucci

**Fuente:** (Revista de Artes, 2014)

Entre otros diseñadores que han trabajado también en este ámbito son: Alexander McQueen con incisiones angulares y agresivas, Maison Martin Margiela con distintos cortes que se alejan del lujo convencional, Balenciaga, Yohji Yamamoto, Hussein Chalayan, Koji Tatsuno y Romeo Gigli (maestros de Alexander McQueen).

### **2.2.3. El origami como parte de una técnica para aplicar la deconstrucción**

Trebbi (2012) refiere el origami a un arte Japonés en el plegado de papel, con raíces en “Oru” que significa plegar y en “Kami” papel. En español se le denomina papiroflexia que sirve de gran estímulo y como medio de destreza para el entrenamiento mental y físico, ya sea en niños, jóvenes o adultos pues incrementa la creatividad. Además es utilizado con ventaja en lo que respecta a matemáticas y geometría.

La papiroflexia persigue dos corrientes: en la primera se encuentra la escuela japonesa en la cual ha sido cultivada por artistas más no por científicos. Aquí resalta la creatividad sin tomar en cuenta que el resultado sea perfecto o no. En cuanto a la segunda se le atribuye al instituto occidental donde se ha desarrollado por medio de matemáticos, ingenieros, físicos, arquitectos, es decir busca la exactitud y por ende se trabaja con métodos rigurosos (Royo, 2002).

### **Modalidades del origami**

Dentro del origami existen algunas modalidades como:

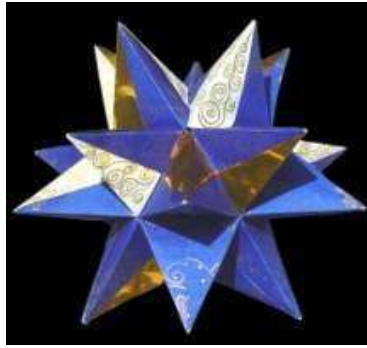
a) **Origami de acción.** Como su nombre lo indica, este tipo de origami hace que las figuras puedan moverse ya sea por medio de la energía cinética de la mano de un individuo o por la presión en cierta parte de la figura, algunos necesitan ser inflados o completados.



**Gráfico N° 5** Origami de Acción

**Fuente:** (EcuRed, 2011)

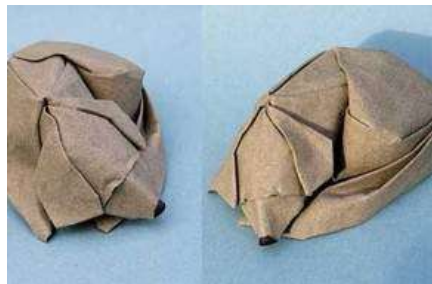
b) **Origami modular.** En este tipo de origami se requiere unir una medida de piezas idénticas para formar un solo modelo completo. La figura dependerá de la cantidad de figuras repetitivas como de la forma en la que se unan las mismas. Esta técnica se difiere del kusudama es decir pueden ser unidas ya sea por hilo o por pegamento.



**Gráfico N° 6** Origami Modular

**Fuente:** (EcuRed, 2011)

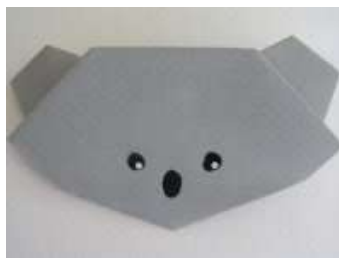
c) **Plegado en húmedo.** Esta modalidad requiere humedecer el papel para conseguir ciertos modelos con curvas y no simplemente pliegues rectos y planos. La figura se lo puede apreciar cuando la lámina finalmente se seque. Se lo realiza con la finalidad de producir la especie animal con una apariencia natural.



**Gráfico N° 7** Plegado en húmedo

**Fuente:** (EcuRed, 2011)

d) **Pureland origami u origami puro.** Aquí se permite hacer un pliegue a la vez, simples y que tengan localizaciones directas.



**Gráfico N° 8** Origami Puro

**Fuente:** (Rosales, 2011)

e) **Teselados o teselaciones.** Son pliegues que tienen como función cubrir totalmente una superficie plana, para lo cual no solo se lo puede realizar en papel sino en cualquier material que logre retener el pliegue. En la historia de la moda este tipo de origami está registrado desde la época de los egipcios en donde se incluyen los teselados en tela en las prendas de vestir (Rodríguez, 2010).



**Gráfico N° 9** Teselaciones

**Fuente:** (Gjerde, 2012)

### **Código de origami internacional**

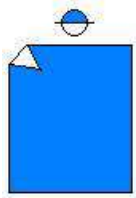
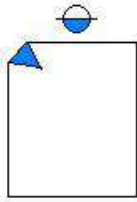
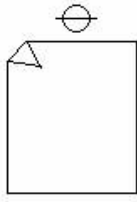
El maestro del origami Japonés Akira Yoshizawa fue quien creó un código internacional para interpretar los dobleces y acciones que se realizan al momento de realizar cualquier derivado del mismo.

- **Símbolos**

- ▲ **Posición de papel**

**Tabla N° 2.**

Tipos de posición de papel en el origami

Color arriba:	Color abajo:	Papel de un solo color:
		

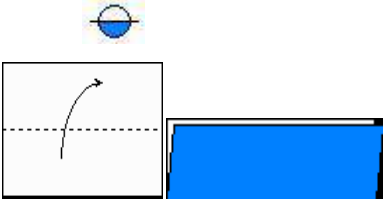
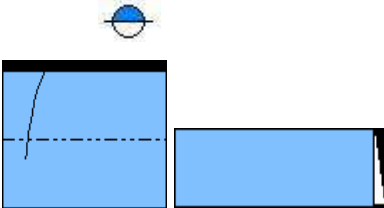
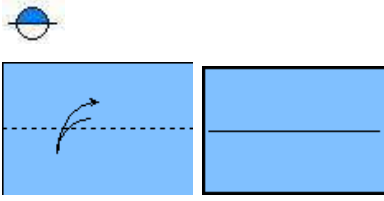
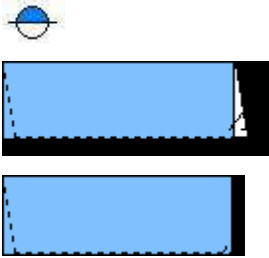
**Fuente:** (Rodríguez, 2010)

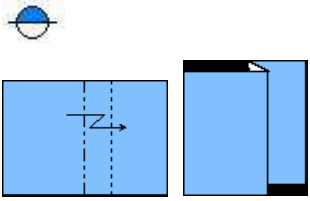
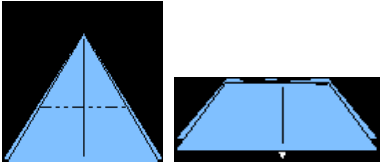
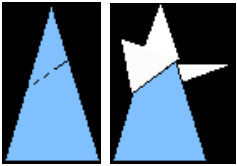

### ▲ Pliegues y líneas básicas

Para conocer cómo se deben doblar ciertos pliegues este posee un diagrama con una representación gráfica.

**Tabla N° 3.**

Tipos de pliegues y líneas básicas en el origami

<b>Tipo de pliegue</b>	<b>Gráfico</b>	<b>Concepto</b>
Pliegue valle		Consiste en doblar hacia delante, llevando un lado del papel sobre el otro.
Pliegue Monte		Consiste en doblar hacia atrás, llevando un lado del papel sobre el otro.
Plegar y desplegar		Consiste en doblar y a continuación desdoblar, bien el valle o el monte. El resultado es una marca en el papel.
Rayos X		Este tipo de línea nos indica que existen pliegues en alguna capa de nuestro modelo que no se puede ver.

<p>Pliegues escalonados</p>		<p>Consiste en un pliegue valle seguido por otro pliegue monte. Su flecha es quebrada y va en dirección del valle.</p>
<p>Pliegue Hundido</p>		<p>Es una manera de invertir una punta hacia dentro, de forma que al finalizar la figura quede plana.</p>
<p>Pliegue hendido</p>		<p>Es similar a la anterior y se realiza para cambiar la dirección de puntas hacia dentro.</p>
<p>Pliegue vuelo</p>		<p>Permite cambiar la dirección de una punta doblando hacia el exterior.</p>

Fuente: (Rodriguez, 2010)

### 2.3. Identidad

La identidad se la consolida con el paso del tiempo, se hace presente en todos los ámbitos y en cada una de ellas presenta rasgos característicos por los que se lo diferencian ya sea de otro individuo, cultura, región o nacionalidad. Dentro de la misma intervienen varios factores que hacen que la identidad en estos aspectos sea distinta, Castells (2010)“... es el proceso por el cual los actores sociales construye el sentido de su acción atendiendo a un atributo cultural (o conjunto articulado de atributos culturales) al que se da prioridad sobre otras fuentes posibles de sentido de la acción” (p.8).

Perteneciente a esta se considera la identidad nacional, la cual permite encontrar indicadores comunes dentro de un país que permiten aceptar cambios en el transcurso de los años, pero que sin embargo de alguna manera han dejado un vestigio que se ha reconocido a nivel de otros países e incluso mundial. Cabe destacar que este tipo de identidad no siempre debe ser liderado por culturas, costumbres o tradiciones como comúnmente se lo registra.

### **2.3.1. Definición de otra área enfocada al diseño de modas**

La identidad inmersa en la moda, se lo puede observar como una tendencia que se genera con la idea de individualizar, marcar la indumentaria conservando el estilo e identidad del diseñador. “En lo que respecta en el rubro de la moda, se pueden mencionar diversos casos de alianzas entre diseñadores de autor y marcas masivas, quienes mediante una colección capsula, impregnan su sello personal en algunas o pocas prendas” (Elyeche, 2015, pág. 55).

Por otro lado cabe mencionar que dentro de la indumentaria, la identidad también se ve reflejada, puesto que en cada una de las prendas se refleja el estilo identitario del individuo como el tipo de elección y sus influencias externas. Para lo cual resulta conveniente instaurar las ideas que nos ayuden a “...procesar información lo que conforma nuestra identidad: lo que vestimos y lo que no vestimos, lo que mezclamos y lo que enfatizamos” (Fiorini, 2011).

Sin embargo se busca que las prendas de vestir sean personalizadas es decir que marque características individualizadas para un pequeño grupo de consumidores y no precisamente que se incorporaren en las tendencias masivas de la moda. Puesto que al incluirla en esta especialidad las personas han encontrado un medio por el cual expresar estados de ánimo, sentimientos y formas de pensamiento por lo que se tiende a alcanzar la autenticidad del producto mediante los diseños de autor.

...la moda resulta rápida e inteligente con el lanzamiento permanente de nuevos modelos comerciales, que genera la uniformidad. Esto genera una traba en la originalidad de las personas, ya que las mismas conviven con el miedo de cambiar su imagen. Resulta siempre más fácil, cómodo y seguro, permanecer con el perfil que se tiene de uno mismo. (Elyeche, 2015, pág. 21)

Al mismo tiempo cabe mencionar que en la mayoría de los usuarios, partiendo de las mismas condiciones, frecuentan similares preferencias y gustos al momento de seleccionar sus prendas, sin prestarle demasiada relevancia a si está verdaderamente le favorece o no, solo por el hecho de adaptarse a la moda y formar parte de un determinado grupo dentro de la sociedad. Asimismo al suceder esta imitación existe una ausencia de estilo y personalidad en distintas perspectivas, pero en todo caso este tipo de actitud es rápida, fácil y confiable para las personas que tratan de encajar en una multitud definida.

Anteriormente la indumentaria era considerada originalmente para cumplir el cometido de cubrir el cuerpo del frío, es decir como abrigo; luego considerado un adorno y posteriormente un icono de diferenciación entre clases sociales o culturas. Al tomar en cuenta estos tres aspectos se logra comprender la principal función que se confiere a la moda en conjunto con la identidad en la actualidad.

### **2.3.2. Influencia de la identidad en la marca**

La marca es de vital importancia dentro de cualquier área, por esto la mayoría optan por crear una identidad a su producto creando una, de este modo se diferencia de otros artículos que a pesar de ofrecer un beneficio similar; los componentes o la calidad es lo genera el distintivo. En esta cuestión el cliente toma la decisión ya sea por el empaque, color, garantía, el diseño del mismo o simplemente influye el conocimiento que tenga acerca de productos adquiridos anteriormente.

Al mencionarla cabe destacar que el diseñador en este caso influye en el proceso de la misma, tanto si llega a posesionarse en el mercado como si fracasa. Para lo que se



debe trabajar bajo responsabilidad y conciencia de esta manera se evita situaciones desfavorables. Al mismo tiempo la identidad se incluye dentro de la marca y en esto incide los aspectos externos, es decir el lugar de ubicación donde se va a vender el producto y el estudio del comportamiento de la sociedad.

Desde el momento en que el diseñador comienza a diseñar acarrea consigo una ventaja en cuanto al valor de su marca debido a la exclusividad que presenta en sus piezas únicas, basadas en su identidad propia y alejadas de la masividad, y debido a una labor ligada a lo artesanal o a ciertos elementos difíciles de reproducir... (Elyeche, 2015, pág. 56)

Pero de igual manera en la mayoría de las marcas se ve respaldado el lugar de origen del creador de la misma, es ahí cuando intervienen aún más factores como costumbres, tradiciones, ideología, música, culturas, entre otros. Dado que ayuda a que el consumidor mantenga familiaridad con el producto e incluso a que llegue a concebirlo como un símbolo de identificación. En consideración a esto Fiorini (2011) afirma que “El diseñador es un agente cultural que comunica lo que somos, lo que fuimos y lo que queremos ser. En ese entramado se juega la identidad del diseño del vestir”.

### **2.3.3. Elementos identitarios aplicables en la Industria de la Moda**

Al tratar el tema lo identitario se busca consolidar aspectos comunes que intervienen dentro de una identidad nacional como tal, no precisamente ciertos tipos de costumbres o alguna cultura en específica, pues al tratarse de identidad en una nación lo constituyen los símbolos patrios, el himno y su historia. En el estudio de la parte histórica del país se abordan personajes que se constituyen inmiscuidos en la misma, es así como parte del proyecto aborda a Oswaldo Guayasamín quien mediante su arte deja una huella en su aporte al Ecuador. Ramírez (2016) aclara que “Las manifestaciones artísticas se constituyen en herramientas para la planificación y proyección urbana. La huella en el tiempo, en su transformación hasta nuestros días, permite lecturas que generan reflexión en el accionar urbano de la población” (pág. 61).

Oswaldo Guayasamín, un referente de la cultura ecuatoriana nace en Quito el 6 de julio de 1919, considerado como mestizo. Vive dentro de una familia humilde siendo el primero de diez hermanos, su habilidad por el arte de la pintura lo desarrolla a una edad temprana vendiendo así cuadros en lienzo y cartón; su primera exposición lo realiza en 1942 y en 1943 viaja a Nueva York gracias a la visita inesperada del diplomático estadounidense Nelson Rockefeller en Ecuador y quien al comprar algunas obras, Guayasamín logra cubrir las deudas y adquirir material para realizar más proyectos.

Además de realizar exposiciones en distintas partes del mundo realiza cuadros, esculturas, al igual que pinta murales en distintas partes del mundo donde su arte es reconocido como calidad artística. Dentro de su trayectoria en 1956 gana el premio de pintura de la Tercera Bienal Hispanoamérica en Barcelona, 1971 lo eligen de presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y para 1978 lo nombran miembro de la Real Academia de las Bellas Artes en España. Su deceso ocurre en 10 de marzo de 1999 (Buitrón, 2008).

Guayasamín es reconocido en la cultura ecuatoriana por el empuje a la pintura indígena pues en sus obras da a conocer la opresión que vivían, así como el mestizaje, el sufrimiento por una sociedad oprimida, perdida debido a la conquista, la injusticia que palpan los antepasados y la miseria durante las guerras mundiales; marcando así una tendencia: el realismo social al igual que denuncia una sociedad que discrimina. Dentro de sus series pictóricas lo clasifica en: Huacayñan, la edad de la ira, la edad de la ternura, aparte de una variedad de cuadros dirigidos a los lugares de Quito, retratos de personas que en su momento se destacaron, murales, esculturas y grabados (El Diario, 2017).

Mediante estos refleja la historia del Ecuador, el imperialismo, la sumisión, la indignación, la rebeldía, con grandes personajes que conforman la identidad del país.

- **La Edad del llanto o conocido también como Huacayñan**

En sus ilustraciones realizado desde 1946 a 1952 retrata la explotación a los indios, en 103 lienzos conformando una serie de creaciones deslumbrantes que relatan la discriminación que se vivió en el Sur de América. Huacayñan se divide en tres grupos étnicos latinoamericanos protagonistas del suceso: los negros, los indios y los mestizos. Trabajó en varios materiales como la piedra, madera, metal con el fin de mostrar el sufrimiento del hombre andino, basándose así en la violencia, explotación, la sangre pues transmite angustia mas no amor.

Debido a las obras en esta primera etapa, Guayasamín pasa a constituirse en uno de los pintores más destacados de su tiempo aparte de pasar a formar parte de la pintura en el mundo. La forma, el espacio y el volumen que maneja lo hace un artista único por lo que lo reconocen con el Premio de pintura de la Tercera Bienal en España. Algunas de sus obras durante esta etapa llevan el nombre de: ataúd blanco, cartuchos, la cosecha, prisionero, madre y niño, desnudo, marimba, ángel negro, la corrida, entre otros.



**Gráfico N° 10** Pintura, Ataúd Blanco de Oswaldo Guayasamín

**Fuente:** (Fundación Guayasamín, s/f)



**Gráfico N° 11** Pinturas desde la izquierda, Prisionero 1949 y la Cosecha 1939 de Oswaldo Guayasamín

**Fuente:** (Fundación Guayasamín, s/f)

- **La Edad de la Ira**

Lo realiza en testimonio de crueldad e injusticia, en cada cuadro transmite un mensaje de acuerdo a la situación dura por la que vivían, plasma el padecimiento de la gente marginada y lo hace mediante cuadros en los que resaltan las manos nombre que constituye una de las principales series, pues logra hacer que estas transmitan sentimientos, trabajo encomiable que no todo pintor ha logrado debido a lo cual su fama se extiende aún más.



**Gráfico N° 12** Serie de las Manos por Oswaldo Guayasamín

**Fuente:** (Fundación Guayasamín, s/f)

Al realizar esta colección Guayasamín realiza una gira por América y Europa en exposiciones que tienen como objetivo concientizar a las personas de los actos de crueldad. Muestra indignación por la tragedia del siglo xx y la angustia que causo en los familiares de los fallecidos y en si en las madres. Pinta cuadros en homenaje a Tania I, II y III; niñas llorando I, II y III 1977; los mutilados 1976, lágrimas de sangre, playa Girón, mujeres llorando I-VII, Mi Lai o Lidice I-V 1976-1977, madre de la india, ríos de sangre I, II y III 1986, la espera I-XI, Cabeza de Napalm, entre otros.

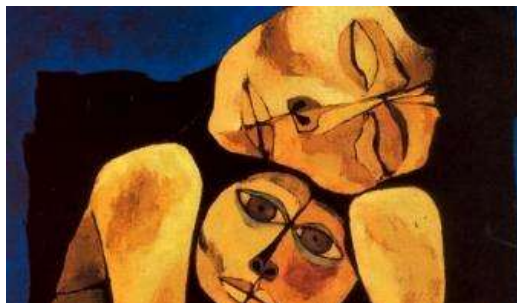


**Gráfico N° 13** Desde la Izquierda Pintura Lágrimas de Sangre y Playa Girón por Oswaldo Guayasamín

**Fuente:** (Fundación Guayasamín, s/f)

#### ▪ **La Edad de la Ternura**

Manifiesta la relación de madre e hijo como un icono en defensa de la vida en la Tierra y también por los derechos humanos. Trabaja desde 1988 a 1999 siendo la última colección. En su mayoría son obras en las que se refleja el amor incondicional (Capilla del Hombre, s/a).



**Gráfico N° 14** Obra “Ternura” de Oswaldo Guayasamín

**Fuente:** (Fundación Guayasamín, s/f)



**Gráfico N° 15** Desde la Izquierda, La Maternidad 1987 y El Abrazo por Oswaldo Guayasamín

**Fuente:** (Fundación Guayasamín, s/f)

#### **2.3.4. Fenómenos de la pérdida de identidad**

A causa de varios fenómenos tanto a nivel local como mundial, la identidad ha ido en decadencia con el transcurso de los años. Algunos de los factores responsables de este suceso son:

- **Globalización**

Actualmente la globalización es uno de los causantes de la pérdida de identidad pues lo que engloba tanto en la economía, cultura, tecnología, política como en lo social, afecta a los países pequeños en gran manera transformándolo en una sola comunidad, obligando a tener un solo sistema de comunicación. Sin embargo hay que considerar que no se le puede valorar negativamente en su totalidad ya que existen factores dentro de lo económico y tecnológico, del que se beneficia el crecimiento y desarrollo de un país.

Por ende así como es positivo también lo es negativo, y es en este factor en el que interviene la identidad, ya que la cultura se ve afectada. Para esto se toma de referencia a los turistas, música o costumbres de los demás naciones. No se valora lo correspondiente al país pues muchas de las veces se retiene la expectativa que un producto determinado sea de tal o cual estado al adquirirlo debido a que la mentalidad juzga que si es nacional es de mala calidad. En consecuencia se trata de adoptar estilos de vida de países extranjeros y lo propio va en decadencia.

... sabemos que esta globalización es, al mismo tiempo, incluyente y excluyente. Incluyente de todo lo que tiene valor y excluyente de lo que no lo tiene. ... No se puede decir que la globalización es en el bloque negativa o positiva. Depende de cuando, donde, como y para quien se evalúe, porque a veces puede ser positiva en lo económico pero negativa en lo medioambiental, por ejemplo. (Castells, 2010, pág. 257)

## ▪ **Migración**

Comúnmente la migración se da con la finalidad de mejorar los ingresos económicos en una familia y en lo cual se recurre a esto para encontrar una mejor oportunidad de trabajo y por ende de salario, otras causas son la corrupción dentro de la nación, el desequilibrio demográfico, conflictos entre países o por volver a reunirse con algún familiar que se establece fuera del país. Sin embargo a menos que sea necesario tiene consecuencias tanto en la identidad individual como nacional.

En relación a los efectos negativos en lo personal, está la desintegración familiar, problemas en los jóvenes como la integración a pandillas o algún vicio: el alcoholismo o droga. Aparte y respecto a lo nacional existe la pérdida de identidad, pues al encontrarse la persona en otro país con distintos estilos de supervivencia, cultura, tradiciones, el individuo tiende a adaptarse al nuevo medio de vida perdiendo así su singularidad y al momento de su reencuentro con sus familiares le influyen en sus conductas de igual manera.

Grinber (como se citó en Bello, 2001) afirma que:

El vínculo social del sentimiento de identidad es el más manifestante afectado por la migración, ya que justamente los mayores cambios ocurren en relación con el entorno. Y en el entorno todo es nuevo, todo es desconocido, y para ese entorno el sujeto es ‘un desconocido’” (GRINBER, 1984:160).

A la identidad en esta imposición se le denomina sustractiva que adopta nuevos elementos culturales del nuevo país donde se encuentras, mientras pierde los del país de

origen conservando muy poco de ello. Debido a que la imposición de la nueva nación de residencia desarrolla aspectos evidenciables en lo físico como el peinado, ropa, marcas o en el lenguaje como expresiones usuales en el diario vivir (Cappello & Recio, 2011).

- **Desvalorización**

El pensamiento de que los productos extranjeros son superiores a los nacionales ha sido inculcado por la propia sociedad en la que se vive y esto influye en gran parte a rechazar lo propio. Se mantiene la equivocada idea que los países desarrollados gracias a su avance tecnológico poseen maquinaria de alta gama y por ende los beneficios que ofrecen son los mejores en el mercado, pero lo que no se percata es que aquellos estados envían artículos con un índice de condición menor a los que se adquiere allá.

Es cuestión de comenzar a cultivar una cultura con carácter de amor a lo propio, valorando desde las pequeñas cosas que se ofrecen en la comunidad, ciudad, provincia, región y país. A no sentir vergüenza de la vestimenta que se lleva puesto en caso de ser de alguna civilización en específico, sino más bien llevarlo con orgullo de lo que se está portando.

Por otro lado uno de los factores que afecta directamente es la pedagogía, así lo confirma Ayala, (2010) al manifestar: “No puede ser de otra manera. Es la educación la que forma conciencia de la identidad nacional...” (p.132) Pues la enseñanza es el fundamento propicio para debilitar o fortalecer la identidad de los ciudadanos propios de un país en específico, el inculcar a las personas ayuda a mantener un soporte sólido respecto a lo mismo y a la vez fomenta el valor legítimo de una nación.

#### **2.4. Marcas referentes y/o aspiracionales**

FINELL es una marca que se encuentra ubicado en Austin, Texas. Se dedica al diseño, fabricación y distribución global de una fina línea de artículos para el hogar y



accesorios que van desde joyas hasta carteras, todos estos se caracterizan por su estructura minimalista e inteligente. De igual manera son reconocidos tanto por la calidad del material como por la modernidad que se presentan con una visión al futuro, es decir son productos únicos, no convencionales dentro del mercado gracias a sus diseños innovadores que se complementan fácilmente con cualquier look.

Detrás de la marca se encuentra a Rebecca Finell quien es la fundadora además de ser la diseñadora de la misma. Trabaja en conjunto a un limitado grupo de diseñadores industriales quienes combinan materiales como la silicona, la madera y el papel sintético; mientras que de Rebecca los usuales hasta el momento son: el cuero, metal y cristal. Su mayor inspiración está en la naturaleza y en objetos imprevistos. Dentro de sus íconos esta Tadao Ando en cuanto a lo que se refiere a arquitectura, Nendo pensado para el diseño y Rick Owens en lo que respecta a moda.

Dado por la calidad y gama alta de cada uno de los productos, el perfil del cliente de FINELL son amas de casa que optan por romper las reglas de lo convencional en cuanto a vajillas, manteles, tazones, tendederos, bandejas de servir, ganchos en la pared e incluso decoraciones para el hogar en origami, como también mujeres que aman la moda vanguardista y prefieren bolsos, monederos con apariencia geométrica.

Sus productos se venden vía online, en tiendas de lujo y en los mejores minoristas del mundo, negando su venta en subastas o sitios de descuentos. Además de su propagación en su página oficial Finell Co., en exhibiciones que se las realiza cada vez que lanza una nueva colección y por medio de redes sociales como twitter, instagram, entre otros.



**Gráfico N° 16** Diseños de la Marca Finell

**Fuente:** (Finell.Co, s/f)

De igual manera está la marca KOFTA con sede en Kiev, Ucrania. Ofrece accesorios y calzado inusuales en cuero, que combina la presentación de imágenes y al mismo tiempo la controversia; con formas futuristas que hacen que sus productos sean considerados originales. Aquí no influyen las tendencias de moda mundial, sino únicamente se basa en la estética de las decisiones del diseñador underground.

El diseñador que dirige la marca es también su fundador, Konstantin Kofta diseña con una estética futurista sin dejar a un lado el concepto de funcionalismo de la misma. De esta forma representa la anatomía humana y formas geométricas como arquitectónicas en sus colecciones tridimensionales, así mismo se involucra en lo que respecta a materiales a utilizar para los accesorios tanto en su inicio de la fabricación hasta su finalización, de este modo se garantiza que cada pieza tenga un aspecto único.

Debido a que sus accesorios son prácticos y consumados con elegancia, KOFTA está dirigido para hombres y mujeres que desean fusionar su estilo de vida con una mochila vanguardista y no solo con el vestuario. Personas que elijan diseños esculturales con visiones distintas que evoquen surrealismo.

Además de las redes sociales, KOFTA cuenta con sus principales distribuidores en Estados Unidos (H. Lorenzo), Italia (Daad Dantone), Georgia (Pierre Le Fou),

Ucrania (Tienda Gara Concept), Israel (Kuro Boutique), China (MSPECTER), Rusia (Enzo+Goertz, Tienda Maskovna) y Grecia (Alquimista).



**Gráfico N° 17** Diseños de la marca KOFTA

**Fuente:** (Itfashion,2015)

MIYAKE, es una marca japonesa que posee una línea de indumentaria, accesorios, relojes, artículos de belleza, perfumes y fragancias, reconocidos a nivel mundial. Los diseños que presentan son frecuentemente relacionados con la tecnología, sin pasar desapercibidos la moda, comodidad y la versatilidad. Además de ser símbolo de elegancia y sutileza, Miyake se distingue por su innovación tanto en el material como en el diseño.

Issey Miyake, diseñador de moda japonés de la marca que lleva su nombre, es considerado como el arquitecto de lo que está en boga gracias a que sus diseños vanguardistas son equilibrados tanto por las influencias orientales y occidentales. Una de sus mayores inspiraciones es el origami, en el cual se basa para agregar plisados a las piezas y de este modo crear texturas, volúmenes que hacen una pieza auténtica a la hora de comprar.






Debido a su diversidad en accesorios y prendas, la marca se dirige a personas tanto hombres como mujeres que manejan un estilo vanguardista, sin embargo del

mismo modo amplía su gama de posibilidades dado que no solo ofrece ropa si no también bolsos, perfumes, que van de acorde al proceder del consumidor.

La línea Miyake se la aprecia en exposiciones efectuados en los grandes países de moda donde de igual manera realiza pasarelas, workshop, además de poseer aquí puntos de venta aparte de la vía online. Su marca se propaga como otras por medio de su página oficial y redes sociales, que permiten que el usuario pueda valorar su trabajo. (Ecosdeasia, 2014)

**Tabla N° 4.**

Tipos de accesorios dentro de la línea de la marca Miyake

<b>Línea MIYAKE</b>	
<b>Prendas</b>	
<b>Bolsos</b>	
<b>Relojes</b>	
<b>Perfumes</b>	
<b>Gafas</b>	
<b>Corbatas</b>	

**Fuente:** (Vestiaire, 2015)

## 2.5. Visionario

Shingo Sato diseñador Japonés reconocido como un eminente maestro del patronaje a nivel mundial, después de acabar sus estudios en Paris trabaja de asistente durante cuatro años con el diseñador Azzedine Alaï, quien fue su inspiración para la creación de patrones no convencionales y luego dos años más tarde con el diseñador italiano Nicola Trussardi, es ahí cuando descubre su pasión por trabajar con todo lo referente al patronaje y en sí el camino a su vida profesional.

Marca su estilo con una innovadora técnica de patronaje y confección, basándose en el sistema de la 'TR' conocida como Reconstrucción Transformacional la cual es creativa y permite crear diversos aspectos, drapeados y figuras con volumen, haciendo así el cambio en el tradicional método empleado. Además suprime las pinzas, líneas de costura que en su momento era esencial para el ensamble de las prendas y las reemplaza con cortes asimétricos, geométricos y formas en 3D.

Adicionalmente lo complementa con el origami, el cual se sabe es parte de la enseñanza que se les imparte a los niños japoneses en una escuela elemental. Por ende sus trabajos son influidos por los pliegues y la tridimensionalidad. Para aquello utiliza un maniquí en el que se coloca la tela base y se procede a diseñar la estructura a formar además de modelar los tejidos como si de una escultura se tratara. Esta técnica hace que los diseños complejos sean más prácticos de realizar.

En la actualidad imparte cursos y talleres en las prestigiosas escuelas de moda en todo el mundo (Parsons, Central Saint Martins, Marangoni, Bunka Fashion College, Paris College of Art, entre otras.) como también en su escuela online TR Cutting School. Además de haber escrito libros donde de igual manera muestra algunos de los métodos que utiliza.



**Gráfico N° 18** Técnicas de Shingo Shato

**Fuente:** (Dimad, 2017)

## **CAPÍTULO III**

### **3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **3.1. Análisis externo**

##### **3.1.1. Análisis PEST**

###### **3.1.1.1. Entorno político**

Dentro del presente proyecto se procederá a la creación de bolsos aplicando la desconstrucción, además de incluir en detalle representaciones de identidad nacional, que se lo elaborara por medio de técnicas de experimentación textil. Con el cual se puede llegar a obtener distintos diseños llamativos en un accesorio, con la finalidad de crear una micro empresa. Respecto al mismo la política del Ecuador mediante el SRI (Servicio de Rentas Internas) menciona la importancia de las PYMES (Pequeñas Y Medianas Empresas) en la nación explicando que “...son la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un factor fundamental en la generación de riqueza empleo”.

Por otro lado, también existen algunas políticas de ayuda de parte del Estado entre las que se encuentran: PRO ECUADOR, el cual trabaja conjuntamente con el Ministerio de Comercio Exterior con el objetivo de difundir tanto los productos tradicionales como los que no, en el mercado. De esta manera facilitan la inclusión a nivel internacional. Siendo de gran utilidad para el presente proyecto, dado que en un futuro la microempresa a medida que vaya en aumento las unidades a producir y las ventas; se expandirá a nivel nacional y se incluirá la posibilidad de incursionar a nivel internacional con la finalidad de exportar y dar a conocer novedosos diseños con respecto a bolsos.

Otra gran ventaja es que el Gobierno Nacional crea organismos que impulsan a los emprendedores a modo de iniciativa en ayudar, impulsar, alentar y liderar proyectos

de emprendimientos productivos como el programa “Impulso Joven” el cual está dirigido exclusivamente a los jóvenes del país entre 18 a 30 años de edad, entregándoles créditos a fin de su inserción dentro del mercado laboral, y el pago se lo realiza de acuerdo con el flujo de caja de cada proyecto; es decir teniendo en cuenta los egresos e ingresos. De este modo, dado que la propietaria se encuentra dentro del rango de edad antes mencionado, la microempresa puede postular para un crédito e ir cancelando de acuerdo al número de ventas (Secretaría Nacional de Comunicación, 2017)

### **3.1.1.2. Entorno económico**

Dentro del entorno económico se hace referencia a la economía del estado ecuatoriano, en el cual muestra que la tasa de desempleo ha disminuido durante el año 2017, en cambio las circunstancias laborales decaen por el aumento de subempleo. Sin embargo tanto la tasa de paro como la inflación continúan degradándose; en consecuencia el Producto interior bruto (PIB) se ha incrementado del 2,9 % al 3,8%. En efecto resulta útil conocer la información de datos económicos para la microempresa, porque el propósito consiste en que el consumidor posea poder adquisitivo para que la compra no tenga inconvenientes; puesto que en caso contrario la producción de bolsos debe cambiar el material o insumos para que el usuario tenga la posibilidad de adquirirlo. Y se lo consigue gracias a que la tasa de paro se reduzca, pues indica que cada día más personas consiguen trabajo (Centro de Estudios Latinoamericanos CESLA, 2018).

Por su parte la deuda pública consolidada supera el 52% en relación con el PIB, cuando el límite es el 40%. Fue de \$ 65.749 millones de dólares el monto entre el débito interno y externo, añadido recursos de la venta anterior de petróleo lo cual en su momento no se reconoció como si lo fuese. Sin embargo el cálculo durante el 2016 fue modificada respecto al Decreto Ejecutivo 1218, lo que influyó que el endeudamiento disminuyera a 27.4% con analogía al PIB puesto que no se tomó en cuenta el déficit con instituciones públicas (Economía, 2018).



Del mismo modo la Corporación Financiera Nacional (CFN) a través del Fondo Nacional de Garantía (FNG) impulsa a los emprendedores, dado cuya misión es ayudar a los sectores productivos y estratégicos del Ecuador por medio de servicios que pueden ser o no financieros. En caso de serlo el CFN brinda el acceso al crédito a empresarios que así lo ameriten, y les otorga las garantías pertinentes para solventar sus proyectos e inversiones. Aparte de conseguir un crédito, mantiene un compromiso con las microempresas de apoyarles con programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales. Útil para el presente proyecto dado que los requisitos que exigen a cumplir, son accesibles (CFN, 2017).

Como complemento es de conveniencia recopilar información que afecten a la elaboración del producto por ello cabe destacar que en la parte textil se busca potenciar las exportaciones, a través de un catálogo con el objetivo prioritario que se implanta la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) y la cual mediante PRO ECUADOR desarrolla procesos especializados en manufacturas textiles visto que el visionario para el año 2022 es que los artículos confeccionados representen el 80% del volumen de ventas internacionales dentro del sector, en comparación al 25% en el que actualmente alcanza. En conclusión en vez de disminuir se trata de aumentar la producción, dicho de otra manera no existe un impedimento en la creación de la microempresa en la parte económica (PRO ECUADOR, 2017).

### **3.1.1.3. Entorno social/ cultural**

Al pasar de los años la industrialización avanza y se modifica según los últimos avances tecnológicos, sin embargo esto y la globalización han producido un efecto negativo en los pequeños países; debido a que las personas buscan imitar a los grandes artistas o algún famoso en sí y por supuesto es de otra nacionalidad lo que ocasiona la pérdida de identidad nacional. En este sentido Ecuador busca conservarla e implementarla en el diario vivir del ciudadano en especial a la gente que pertenecen a las diferentes culturas, se les motiva a no dejar sus costumbres, vestimenta, lengua nativa, música y tradiciones, pues forman parte del entorno cultural e identitario del país.

En virtud de ello el actual proyecto aporta a fomentar la identidad nacional, mediante las técnicas de experimentación textil como el estampado, repujado, entre otras; que serán impregnadas en los bolsos de cuero. De esta manera no será un simple accesorio comunicando diseño, sino más bien un transportador de identidad. Fortaleciendo y aportando al país, en una forma de comunicación para cumplir con el presente objetivo.

De hecho el Ministerio de Educación fomenta el rescate de los valores a través de las figuras históricas para ello lanza la Campaña “Personajes Emblemáticos del Ecuador” o también conocido como la “Fiesta de la identidad”, la cual tiene se plantea el objetivo de aprender, recordar y difundir la vida y obra de celebres históricos y culturales, los que transmitieron cualidades y una enseñanza, además de contribuir, en la historia Ecuatoriana (Ministerio de Educación, 2017).

Incluso “...nos permite recuperar nuestra memoria histórica, reconociendo nuestra identidad en un entorno intercultural y con base en ello proyectar un mejor futuro” (Presidencia de la Republica, 2018 parr.2.) Esto sin duda beneficia al proyecto pues va encaminado a la difusión de la identidad nacional, al respecto la constitución dicta en la sección quinta:

**Art. 377.-** El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág.165)

#### **3.1.1.4. Entorno tecnológico**

El avance tecnológico en el área a manejar, influye en gran manera pues si la materia prima es de calidad, el producto por ende también lo será. Dada las circunstancias se realiza un análisis en entorno a la tecnología para evaluar los factores que pueden volverse una amenaza o un beneficio en la producción.

Entonces cabe analizar el mismo a nivel mundial, en particular dentro de las microempresas pues se debe puntualizar que entorno estas van creciendo en magnitud, la tecnología se vuelve determinante puesto que las ventajas competitivas que se logra a obtener son positivas para lograr un posicionamiento en el mercado con facilidad, aparte de permitir que los productos que se ofrecen sean de calidad superior a la competencia. (Zapata, Puche y Arango, 2014)

Por otra parte dentro del país se desarrolla proyectos de innovadores en tecnología con la cual se pretende cambiar la matriz productiva, pues la mayor riqueza en la economía es el conocimiento e innovación y eso se aspira conseguir como visión en el transcurso de los años. Para lo mismo, se incentiva a los titulares de los proyectos a no decaer en este aspecto (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015).

Como beneficio para la microempresa es que el gobierno brinde su apoyo a proyectos tecnológicos pues a medida que estos avancen, la materia prima e insumos con los que se trabaja se desarrollara del mismo modo. Por otra parte actualiza las formas, texturas, que se pueden encontrar en el mercado para brindar un producto con mayor resistencia, durabilidad y calidad. Con la finalidad de innovar tanto en los procesos como en los materiales.

En virtud al cuero específicamente, dado que es uno de los principales materiales del proyecto, está la Curtiduría Promepell S.A. ubicada en el parque industrial de Ambato, se dedica a la fabricación de suelas y cueros de calidad incluidos con la resistencia y durabilidad. Maneja seis líneas de producción en medio de ellas cuero para

marroquinería. Dentro de la provincia de Tungurahua es la única con tecnología en la elaboración de cueros destinados a muebles y tapicería de automotriz, siendo uno de los prestigiosos clientes la ensambladora de vehículos Ciauto. Desde el 2012 en su mercado se incluyó Guayas, Pichincha y Azuay; según el empresario de Calzado Herman's la empresa se encuentra entre las primordiales de Ambato por su diario mejoramiento en su innovación y procesos (Los Líderes, 2017).

Su infraestructura es de 4500 metros cuadrados, y en lo que respecta a producción la empresa posee tres máquinas que se importó desde Italia, tambores de madera, equipos con tecnología de punta para el procesamiento de pieles, secaderos de pinzas, desvenadora de cuero, línea de acabados con los pigmentadores, entre otros. Además respecto al cuidado del medio ambiente cuenta con una planta de tratamiento para aguas residuales, con una producción al mes de 4000 pieles (Los Líderes, 2017).

#### **3.1.1.5. Entorno ambiental**

Dentro de la industria de la moda se manejan químicos al teñir las fibras y que por ende son tóxicos para el medioambiente. Según algunos estudios de la Fundación Ellen MacArthur, cada segundo se desecha un camión de ropa y peor aún la cifra que reciclan es apenas del 1% de lo que se produce. Algunas industrias se resisten a cambiar su método de producción cambiando su materia prima por medios sostenibles, se comenta que sus ganancias se pueden percibir afectadas. Sin embargo la Fundación crea una estrategia con cuatro pasos con el fin de que la moda sea amigable con el medioambiente: proveer recursos sostenibles, promover el alquiler de prendas, reutilizar la indumentaria desechada y usar materia prima renovable (El Espectador, 2017).

Pero en cuanto a la curtiembre, las expectativas varían pues su impacto con el medioambiente es fuerte debido a los procesos pertinentes para la producción, existen contaminación del aire, agua, suelo, efectos socio-económicos además de dañar los suelos agrícolas. Por otra parte, al trabajar la industria con cromo se pone en riesgo la salud de los trabajadores, porque son peligrosas y si por descuido se inhala puede

producir cáncer de pulmón o la hipersensibilización de la piel. Y de igual forma se contraen enfermedades al manipular cueros infectados (Manobanda, 2017).

Sin embargo el Proyecto, Implementación del Enfoque Estratégico en la Gestión de Productos Químicos a Nivel Internacional (SAICM, debido a sus siglas en inglés), denomina al curtido de cuero con sales de cromo, entre las 10 actividades que producen mayor daño ambiental, a pesar de ello indica en el capítulo 11 que una de las alternativas es aplicarlo con agentes vegetales en el cual se utiliza extractos de la naturaleza, obteniendo resultados que el porcentaje de afectación ecológico es de -13.4% registrado como un impacto poco significativo, en comparación al de cromo cuyo resultado es de -36.3 %, medianamente relevante (Ministerio del Ambiente, 2011).

Dado que el cuero es uno de los materiales necesarios para la producción, en el presente entorno se analiza como es la producción del cuero y los daños que puede ocasionar su producción. Pero a raíz del problema también se plantea la solución, por ende el efecto que produce el cuero en el medio ambiente si se aplica con agentes vegetales su índice de efecto dañino será poco significativo, entonces no se verá afectado el proyecto.

#### **3.1.1.6. Entorno legal**

La formación de la microempresa se constituirá bajo las normas y leyes que rigen en el Ecuador. Dada las circunstancias se toma en cuenta al Régimen Impositivo Simplificado (RISE), el cual reemplaza el pago del IVA y el Impuesto a la Renta por cuotas mensuales, su inscripción es voluntaria.

De acuerdo a su constitución de la empresa se denomina:

Tabla N° 5.

Clasificación de las empresas según su constitución

CLASIFICACIÓN		TIPO	
▪ Según la forma Jurídica	→	Unipersonal	(Pertenece a un solo individuo)
▪ Según el tamaño	→	Microempresa	(Máximo 10 trabajadores)
▪ Según su actividad	→	Industrial	(Transformación de materia prima en productos )
▪ Según la procedencia del capital	→	Privada	(Capital e Inversión por personas particulares)

Fuente: (Enciclopedia de Clasificaciones, 2017)

Además la microempresa cumple con los requisitos que implanta el RISE que son: pequeños Negocios con ventas anuales inferiores a \$60.000, menos de 10 empleados, no dedicarse a alguna actividad restringida y no haber sido agente de retención los últimos 3 años. Obteniendo algunos beneficios por parte de esta entidad como

- Pago directo desde cualquier entidad del sistema financiero.
- Libre de retenciones, evitando así pagos en exceso.
- Ahorro de tiempo y dinero, pues no hay la necesidad de un contador.
- La utilización de notas de venta.
- Descuento del 5% en la cuota, por cada nuevo trabajador bajo contrato vigente y que este afiliado al IESS manteniendo a día sus pagos (SRI, 2018).

Por otro lado atribuyendo a la Constitución de la República del Ecuador, en el capítulo sexto que trata sobre los derechos de libertad menciona en el artículo 66,

numeral 13 donde se reconoce y garantiza a las personas: “El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria”. Por ende se constituirá Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada.

La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, constituye una alternativa para quienes buscan formalizar el ejercicio de una actividad comercial determinada a través de una persona jurídica pero sin el requerimiento de socios. Así pues, esta clase de empresa no requiere para su conformación de la concurrencia de varias personas, con una sola basta... (Saá, 2016, pág. 30)

Mediante el Registro Oficial 196 del 26 de enero del 2006 se publica la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada que en su sección uno dicta:

- **Art. 1.-** Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.
- **Art. 2.-** La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados. ( Registro Oficial 196, 2006, pág. s/n)

Por otro lado también se amerita el estudio de la propiedad intelectual, al respecto la Constitución de la República del Ecuador, en la Sección segunda bajo el título de Tipos de propiedad menciona:

**Art. 322.-** Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro-biodiversidad. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 149)

Como beneficio se obtiene el conocimiento de cómo constituir la microempresa, los estatutos legales, las leyes que amparan al proyecto, los requisitos según se encuentre en la clasificación, reconocer la responsabilidad de su creación y de los artículos de la constitución del Ecuador, que no se deben pasar por alto para prevenir problemas futuros para su creación.

### **3.1.2. Tendencias de consumo**

Debido a que el producto está dirigido a mujeres económicamente activas de 25-30 años y para conocer el comportamiento del usuario en su mayoría, se le ubica en la generación de los milenios (Y) en donde se le puede analizar. Este tipo de personas son más liberales, sociales, emprendedoras, por lo general una de sus prioridades es destacar en el mundo laboral con compromiso y responsabilidad. Dado que es un grupo que nació en la era del desarrollo informático la tecnología es un punto interesante a resaltar en la vida cotidiana por lo que busca indagar tratando de encontrar nuevos avances tecnológicos que les permitan educarse de manera sencilla y entretenida (Bastida, 2016).

Su estilo de vida se debe a su facilidad en la inserción laboral puesto que lo que pretenden es ser independientes. El 88% de esta generación a nivel de Latinoamérica tienen redes sociales por ende es un recurso de comunicación directo con ellos, además un dato característico es que constantemente exigen personalización en los productos que compran por lo que esperan que las empresas trabajen de acuerdo con sus preferencias. Por otro lado evitan dañar el medio ambiente por lo que piden que se trabaje con transparencia y compromiso social (Gutiérrez, 2014).

Debido a las características del usuario, y el comportamiento del mismo, la tendencia de consumo se define como adaptativos. Pues son consumidores flexibles en su estilo de vida y están dispuestos a afrontar riesgos. Los millenians poseen una actitud emprendedora y no se quedan en lo tradicional, más bien se dirigen hacia una tendencia que les permita una mayor libertad.



### 3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Como una forma de definir exactamente al público objetivo y de concretar la información se lo analiza de la siguiente manera:

Tabla N° 6.

Variables Geográficas

<b>VARIABLES GEOGRAFICAS</b>	
<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Tungurahua
<b>Cantón</b>	Ambato
<b>Región</b>	Sierra
<b>Zona</b>	Urbana
<b>Clima</b>	Templado

Fuente: (Rodríguez, 2013)

Tabla N° 7.

Variables Demográficas

<b>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</b>	
<b>Sexo</b>	Femenino
<b>Edad</b>	25-30 años
<b>Generación</b>	Y ( profesionales, creativos, nacidos entre 1980-200) (Nuevo Diario, 2017)
<b>Estado Civil</b>	Sin restricción
<b>Nivel de Educación</b>	Superior
<b>Ingresos</b>	Medio Alto

<b>Clasificación en la escala social</b>	Mujeres económicamente activas (independientes)
--	---

Fuente: (Rodríguez, 2013)

Tabla N° 8.

Variables Psicográficas

<b>VARIABLES PSICOGRÁFICAS</b>	
<b>Clase Social</b>	Media Alta
<b>Estilo de Vida</b>	Contemporánea, estable, multifacética, en vanguardia con la tecnología.
<b>Personalidad</b>	Versátil, positiva, creativa, innovadora, selectiva.

Fuente: (Rodríguez, 2013)

Tabla N° 9.

Variables Conductuales

<b>VARIABLES CONDUCTUALES</b>	
<b>Prioridades</b>	Accesorios actualizados, muestran interés por objetos llamativos que infundan identidad.
<b>Beneficios a obtener</b>	Originalidad, comodidad y calidad
<b>Situación del Usuario</b>	Estable
<b>Frecuencia de Uso</b>	Diariamente
<b>Actitud hacia el Producto</b>	Leales a la marca

Fuente: (Rodríguez, 2013)

### **3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia**

Para realizar un análisis del sector de la manufactura, la Revista de Estadística Metodológica Volumen 4 publicada en el mes de Abril del 2018 define que las plazas en la zona privada se mantienen en un 88% y de acuerdo con la rama de actividades competente al proyecto, del total que se crean el 91,91% permanecen. Por otro lado se encuentran datos de Diciembre del 2017 que indica que hubo el 1,67 de variación porcentual mensual en la segunda sección en la que se incluyen los productos de cuero. Por ende los indicadores definen que el área de producción es uno con mayor acogida por parte de los consumidores, además de constituir el mejor porcentaje en la región Sierra.

Además y en relación con el mercado de referencia se observa como el consumidor adquiere mínimo un bolso por mes, no solo por la comodidad del producto sino por la seguridad que le brinda el mismo al ser portador de cosas personales y útiles para la propietaria. Otro de los factores a tomar en cuenta es la adquisición impulsiva que según la Universidad de Kansas en un estudio indica que la compra de zapatos y bolsos actúan frente al comprador con un efecto antidepresivo.

Por otra parte a medida que aumenta el porcentaje de inserción de la mujer en el mercado laboral mayor es el número de ventas de bolsos en el año puesto que concuerda con la vida profesional y personal del género femenino.

Por otro lado, el informe estadístico publicado en la página de PRO ECUADOR, menciona que dentro del país se producen alrededor de 350 mil cueros y pieles al año. Por otra parte la demanda en el mercado interno está en el calzado, marroquinería y confecciones, y otra gran parte se exporta. No obstante el sector de la curtiduría se ha incrementado a causa de la influencia del crecimiento de las ciudades en su industrialización. Esto se constituye en un beneficio, puesto que según los datos existe requerimiento en la zona que es de interés para el presente diseño (PRO ECUADOR, 2018).

En cuanto al sector textil respecto a Ecuador, es el segundo que genera más empleo, ocasionando así 174.125 puestos de trabajo que figuran el 21% con relación a las industrias manufactureras del país. Por lo que es considerado uno de los sectores con mayor madurez empresarial, puesto que posee la capacidad pertinente para adjudicar con responsabilidad los retos productivos, la producción con calidad, la ampliación de mercados como el de originar nuevas oportunidades de emprendimiento (Agencia EFE 2017).

### **3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial**

El mercado al que va dirigido el proyecto es mujeres, que según estadísticas del INEC representan en Ecuador la mitad de habitantes con un 50,5%, sin embargo en Ambato que es el sector específico para la producción, la población femenina es de 170.026 y el masculino de 159.830 en referencia las mujeres cubren el 6% más que los hombres. Esto señala una gran ventaja en la elaboración del producto pues mientras superior sea el número de consumidores, mayor es el índice de ventas.

Mientras tanto la población objetiva son 14.282 que representa el 8,4 % del total del mercado específico. Así mismo para una clara idea las mujeres dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) tuvieron un incremento del 80%, de igual modo de la totalidad de instituciones registradas en la sección Económica durante el Censo, se destaca una mujer en el 48% dedicada como dueña o gerente.

A nivel de la provincia, existen 259.800 mujeres de las cuales un 8,4 % del total de la población, se encuentran en edades de 25 a 30 años, que representan a 21.823 mujeres. Mientras tanto a nivel nacional hay 7,8 millones de mujeres; si se realiza un análisis se puede concluir que existe un amplio campo de venta tanto local como nacionalmente, debido a que hay un índice reducido de locales que ofrezcan bolsos con deconstrucción. Por ende el mercado a abordar no se encuentra saturado y es viable su instauración.

Además mediante el registro de la economía se destaca y puntualiza como la mujer se ha abierto camino en el mercado laboral, incluso en la actualidad desempeña profesiones y cargos que en años anteriores tenía mayor acogida por la población masculina. De igual manera a medida que los meses transcurren superior es el índice de mujeres con títulos universitarios. Sin duda y con base en los datos estadísticos el producto posee una extensa demanda.

### **3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)**

Para analizar a la competencia es necesario observar detenidamente la pericia, estrategias que se maneja en el interior de la empresa y en dirección a esto se analiza algunas variables como el precio del accesorio, el diseño, el material y la calidad que se preside; de tal manera que el producto al ingresar al mercado tenga aspectos diferenciales con los que se pueda mantener entre los demás.

Entre los factores prescindibles se encuentran los precios de venta al público, dado que si no se mantiene a un rango considerable de la competencia, el producto se ve afectado y más aún cuando recién empieza a surgir, y no posee un recorrido de años de experiencia. Un lugar comúnmente concurrido por el tipo de consumidor que tiene el proyecto es el Mall de los Andes, por eso se realiza un análisis de las marcas que ofrecen un artículo similar.

**Tabla N° 10.**

Análisis de marcas

<b>ANÁLISIS DE MARCAS FRECUENTADAS</b>					
<b>Marca</b>	<b>Precio</b>			<b>Características</b>	<b>Escala en Diseño</b>
	<b>Pequeño</b>	<b>Mediano</b>	<b>Grande</b>		
G&M	\$ 50	\$ 65	\$ 80	Manejo de cortes singulares y combinación con texturas.	Excelente
Diff	\$ 45	\$ 60	\$ 75	Variedad de cortes simples con detalles pequeños.	Excelente
Curtiembre Quisapincha	\$ 35	\$ 50	\$ 70	Cortes simples, geométricos y detalles con un poco de textura.	Excelente
Creaciones Cadom	\$ 30	\$ 45	\$ 60	Cortes geométricos, bolsillos básicos, combinación con otros colores.	Excelente
Arte y Cuero Pepe	\$ 35	\$ 50	\$ 60	Cortes básicos, variedad de combinación en textura, color e insumos. Pequeños detalles.	Excelente
Creaciones Ximenita	\$ 35	\$ 45	\$ 55	Simplicidad y pocos cortes.	Excelente
Jewel's. Ortiz	\$ 30	\$ 45	\$ 60	Cortes simples con detalles pequeños	Excelente
Jade	\$ 25	\$ 40	\$ 50	Variedad de cortes simples con detalles pequeños.	Excelente
Carlams	\$ 30	\$ 45	\$ 50	Manejo de cortes geométricos y combinación con texturas.	Excelente

**Fuente:** (Ambato, 2018)

En un análisis de las marcas frecuentadas se encuentra el déficit en lo que respecta a diseño, puesto que en la mayoría existe cortes simples, geométricos, realizan la combinación entre texturas, o simplemente de color. Respecto a los insumos manejan una similitud y uno que otro colgante con un detalle pequeño. Al incursionar en la parte de diseño, el presente proyecto posee ventajas en la misma área antes mencionada. Por lo que se plantea ejecutar la elaboración de los bolsos con un toque distinto para lo cual se utiliza la deconstrucción.

En conclusión con la finalidad de satisfacer la demanda del mercado se trabaja en la parte de diseño con un toque distintivo abordando la deconstrucción para la parte de innovación. Y puesto que la competencia maneja un diseño simple se contempla la posibilidad de su inserción en el mercado sin dificultad alguna.

## **3.2. Análisis interno**

### **3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles**

Los recursos económicos serán financiados en parte con capital propio y otro mediante entidades financieras que apoyen a pequeños proyectos que se dan comienzo en los mercados. De igual manera se tomará en cuenta la tasa de interés de cada uno así se podrá elegir el más indicado para convenir hasta que el producto se estabilice.

Dentro de los recursos disponibles con respecto a la maquinaria: se cuenta con herramientas básicas de confección y aquellas que requieran de tecnología más avanzada se recurrirá a lugares donde se pueda adquirir el tipo de beneficio que se necesite. Con relación a la experiencia; se basa en la formación académica.

### **3.2.2. Análisis Cadena de valor**

#### **3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo**

En la elaboración de un proyecto es vital con anterioridad la investigación pertinente del caso, los datos que se recopilen a través de la misma ayudan a fortalecer el producto final. Algunos soportes que se ha utilizado en la indagación y adquisición de fuentes informativos han sido libros referentes al tema y al tipo de material que se va a utilizar, sitios de web confiables: bibliotecas virtuales, la observación de igual manera para identificar la posible competencia dentro del mercado y como factor significativo se analizan las distintas técnicas de recopilación de información acerca de las preferencias y necesidades del público objetivo.

Otro aspecto prioritario es todo lo relacionado con las tendencias referente a color y forma. En esta ocasión debido a que los accesorios y en si los bolsos son indispensables en el armario de una mujer, como un artículo útil para llevar objetos personales o simplemente un símbolo de estatus; se busca llegar al público objetivo con una propuesta poco conocida en el mercado a la vez que se le da un toque deconstructivo que aportan a un diseño exclusivo concerniente al mismo.

#### **3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima**

El textil con el que se va a trabajar es el cuero netamente, pues la composición de la mayoría del accesorio está elaborado en este material y para la adquisición del mismo se recurrirá a Ambato en donde existen algunos comerciales que ofrecen cueros de calidad, como es el caso del Comercial Davicueros localizado en la calle Eloy Alfaro entre Primera Imprenta y Bernardo Darquea, distribuidora DIMAR que ofrece tanto materia prima e insumos; localizada en la calle Bernardo Darquea entre Tomas Sevilla y Vicente Maldonado; y el Almacén Curtiduría Jesús del Gran Poder ubicado en la calle Tomas Sevilla entre Secundino Darquea y Primera Imprenta.



En cuanto a los insumos se los ubica tanto en los comerciales antes mencionados como en Yolanda Salazar y Centro Comercial América. A los proveedores se les seleccionó por la calidad en cueros que ofrecen. Para la producción de bolsos se utilizará a los mismos, al momento del diseño se tomara en cuenta la variedad que poseen los almacenes y de acuerdo a eso se procederá a diseñar. Cada vez que lleguen nuevas actualizaciones o texturas en cuanto al cuero, los proveedores informaran del nuevo material. Los pagos se realizan al momento de la adquisición del material.

Sin embargo si las expectativas no se cumplen con los proveedores se procederá a cambiarlos para que el accesorio obtenga los estándares de calidad previstos desde un principio. De igual modo se instaurara un inventario de proveedores y los cueros que se pueden obtener allí, con la finalidad de que el trabajo sea de una manera eficiente.

### **3.2.2.3. Eslabón de producción**

Los patrones y diseño se lo elaborará personalmente no obstante en lo que respecta a la elaboración se lo realizará con la ayuda de una maquila, dado que el equipo correcto para este tipo de material no se dispone por el momento, sin embargo se precisa controlar en todo el proceso de la confección con la intención de que se mantenga la calidad en todos sus ámbitos así en un tiempo posterior adquirir la maquinaria pertinente útil en el modelo del producto.

En cuanto a las distintas técnicas de experimentación se lo ejecutará con profesionales en el arte. Por lo que respecta y como uno de los métodos es el corte a láser se contratará los servicios del Estudio de Diseño Molle que se encuentra en Ambato entre las calles Atahualpa 6-21 y Paltas; el cual realiza corte y grabado láser en distintos materiales, pero lo primordial es en el cuero, textil indispensable para el presente proyecto.

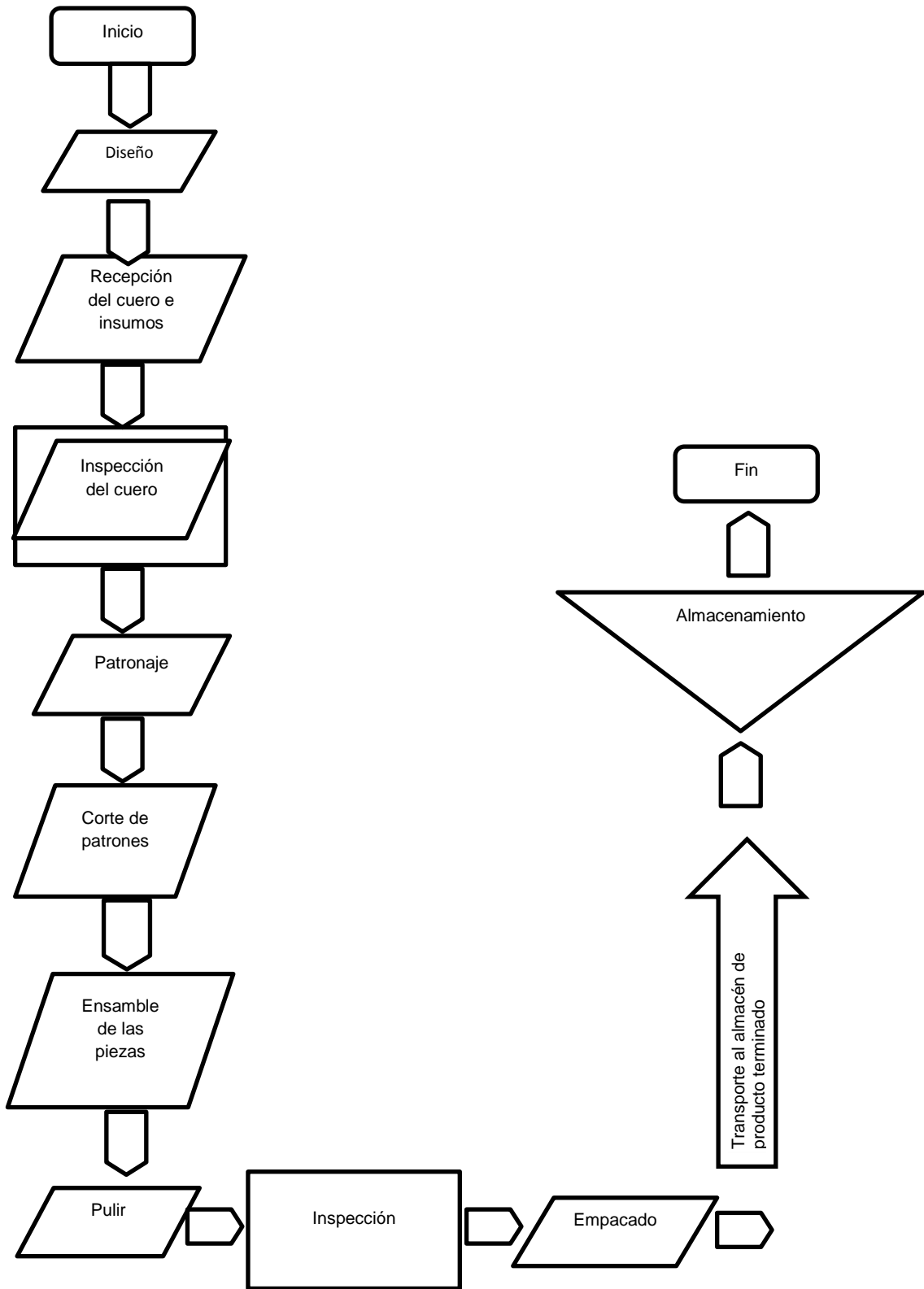


Gráfico N° 19 Cadena de producción

#### **3.2.2.4. Eslabón de comercialización**

Actualmente una de las tácticas para dar a conocer un producto son las redes sociales, pues es uno de los métodos eficaces en llegar a más cantidad de personas y sobre todo a la mayor parte del público objetivo. Además que por este medio se pueden subir fotos de los accesorios y en sí de los bolsos, aceptando críticas constructivas en cuanto al diseño y de esta manera se logra tener una comunicación entre cliente y diseñador, con lo cual se puede cumplir con las expectativas del consumidor.

Con mira al futuro se planea adquirir un local para establecer una boutique en lugares comerciales dentro de Ambato, con el objetivo de que los clientes tengan un lugar a donde se puedan acercar a observar los modelos físicamente y así obtener la confianza del mismo, con la presentación real del producto que se ofrece por medio de las redes. Pues cabe destacar que debido a algunos fraudes utilizando este recurso de compra en línea, es necesario verificar que el almacén realmente exista.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. MARCO METODOLÓGICO**

#### **4.1. Estudio de público objetivo**

Referente al público objetivo se encuentran las personas que obtendrán en su mayoría los beneficios del producto y que forman parte del estudio para llevar a cabo los objetivos planteados en un inicio. En este caso el análisis pertinente se lo realiza a las mujeres económicamente activas de 25 a 30 años de la ciudad de Ambato, grupo intencional establecido puesto que sumido en el rango de edad, las chicas en su mayoría requieren un bolso ya sea en su trabajo dentro o fuera de la oficina o simplemente como complemento de un atuendo en específico con el fin del resguardo de objetos personales. No obstante lo ideal con el transcurso del tiempo es ampliar el rango de edad.

### **MARKETING MIX**

#### **Producto**

El proyecto se basa en un producto tangible como es la creación de bolsos en cuero aplicando algunas modalidades dentro del origami: en acción, que se aplica en pequeños detalles; el modular que constituye la mayor parte del accesorio debido a su forma de elaboración; el teselado o teselaciones, empleado en particularidades o en sectores específicos y el origami puro el cual se maneja con dobles sencillos y por ende será inmiscuido en partes puntuales: esquinas, bolsillos, asas, entre otros.

Sin embargo a esto se le impregna en condición de detalle motivos identitarios mediante técnicas de experimentación textil entre ellas: el corte láser, el grabado, estampado y el labrado, dependiendo del tipo de cuero que se emplee. El tamaño y color de los bolsos serán variados pues existen preferencias particulares por parte del usuario y

finalmente con respecto al control de calidad, se proyecta subordinar los parámetros desde el proceso de producción hasta el acabado del mismo, garantizando al consumidor un producto exclusivo.

## **Precio**

El precio resulta de la suma que se obtiene a partir de los resultados que se perciben dentro de la ficha de costos del producto donde están inmersos: los costos fijos, costos variables, el valor de la utilidad y el IVA, valores necesarios tanto para la producción, el acabado y la entrega del mismo. Cabe destacar que el valor influye en los consumidores, pues de este dependen los beneficios que se espera obtener, dado que juzga la calidad por eso es indispensable no rebasar los límites (Castro y Toro, 2017).

Por otro lado se debe considerar que debido al valor del material y el de los detalles a aplicar, el costo es elevado; además de incluir que el producto es nuevo en el mercado. Para lo cual se planifica en un inicio crear bolsos con particularidades mínimas que ayuden a disminuir el costo, puesto que "...debemos tener muy en cuenta que la actuación de la competencia frente a las variaciones de precios condiciona las decisiones sobre la fijación de precios" (Pérez, 2017, p.30). De esta manera se ayuda al cliente a conocer la marca y el accesorio que adquiere. Es decir en un principio el usuario tendrá dudas por la falta de conocimiento pero al adquirir un bolso a un menor precio y al verificar su calidad y diseño; su inseguridad será disipada al mismo tiempo cuya confianza crecerá.

## **Plaza (Distribución)**

El tipo de distribución que se utilizara es la exclusiva ya que el área geográfica y el periodo de tiempo son exactos, es decir por el momento el vendedor es el único que puede comercializar el producto. El canal que se utilice será por medio de venta directa pues tanto la gente que produce como la que adquiere el objeto podrán establecer una

comunicación espontánea de esta manera se facilita la ampliación de conocimiento acerca de las preferencias y necesidades de los clientes (Soria, 2017).

## Promoción

En un comienzo de la marca se empleara la web como uno de los medios para promocionarse, en vista de que “Internet posee una relevante penetración en targets altamente comerciales de personas de 18 y 44 años, lo que garantiza los objetivos de cobertura” (Ferrándiz, Villanueva y Fernández, 2017, p.405). A consecuencia se utilizara en vista de estrategia algunas redes sociales: instagram, twitter, facebook, puesto que aparte de ser un medio de distracción, lo es también de comunicación.

Además mediante este medio se puede obtener datos sobre gustos y preferencias e incluso comentarios respecto al producto, “es lo que hemos conocido toda la vida como el boca a boca, pero en un entorno digital” (Ferrándiz, Villanueva y Fernández 2017, p.424). Adicionalmente los consumidores comparten información a su vez se recauda recomendaciones y el accesorio de igual manera se promociona en un rango más amplio.

MARKETING MIX			
<b>A. Producto</b>	<b>B. Precio</b>	<b>C. Plaza</b>	<b>D. Promoción</b>
Se genera porque su eficaz posicionamiento es vital para generar impacto en el receptor. Y es que cualquier cliente aspira a adquirir un producto que satisfaga sus deseos.	Es muy importante porque de su buena fijación depende la capacidad de la empresa para generar ingresos y beneficios. El establecimiento del mismo puede suponer una ventaja competitiva respecto a la competencia.	Hace referencia al conjunto de tareas y operaciones materiales, comerciales, administrativas y jurídicas necesarias para que los productos o servicios producidos por los fabricantes lleguen a los consumidores finales	Es un elemento clave para fortalecer la estrategia de marketing de la empresa. Tiene como fin fundamental informar al público potencial sobre la existencia de un producto y darlo a conocer.

Gráfico N° 20 Marketing Mix

Fuente: (Soria, 2016)

#### 4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES**  
**CARRERA DE DISEÑO DE MODAS**  
**ENCUESTA**

**Objetivo:**

Recopilar información de gustos y preferencias de mujeres con respecto a los bolsos.

**Por favor antes de contestar lea detenidamente cada pregunta con el propósito que su respuesta sea acorde a su criterio.**

**1. ¿Considera Ud. que un bolso es un accesorio impredecible en el armario de una mujer?**

a. Si ( )                      b. No ( )

**2. ¿Qué le motiva a comprar un bolso?**

a. Calidad ( )                      b. Innovación ( )                      c. Precio ( )

d. Elegancia ( )                      e. Moda ( )                      f. Funcionalidad ( )

**3. ¿En qué colores le gustaría adquirir un nuevo bolso?**

a. Claros ( )                      b. Oscuros ( )                      c. Neutros ( )

**4. ¿Qué tamaño de bolso frecuente a usar normalmente?**

a. Pequeño ( )                      b. Mediano ( )                      c. Grande ( )


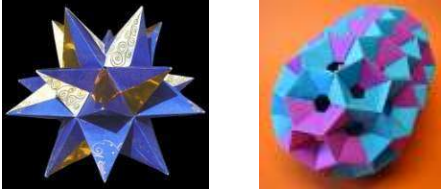


5. **¿Con que constancia, adquiere Ud. un bolso?**

- a. Semanal ( )      b. Mensual ( )      c. Trimestral ( )  
 d. Semestral ( )      e. Anual ( )

6. **¿Qué tamaños de asas le gustaría para su bolso?**

- a. Cortos ( )      b. Medianos ( )      c. Largos ( )

7. **Entre las modalidades de origami existentes, ¿Cuál de ellas desearía Ud. que se aplique al bolso?**

	Modalidades del Origami	Respuesta
a. Origami de Acción		
b. Origami Modular		
c.- Origami Puro		
d.-En teselados o teselaciones		

8. **¿Considera relevante impregnar en el bolso en forma de detalle un fragmento de las obras de personajes que constituyen la historia de nuestro país, fomentando así la identidad nacional?**

- a. Si ( )      b. No ( )

9. **¿Cuál es el costo promedio que Ud. mantiene al comprar un bolso?**



- a. \$40-\$60 ( )      b. \$60- \$80 ( )      c. \$80-\$100( )

**10. ¿Porque medio Ud. adquiere un bolso?**

- a. Internet ( )      b. Centros Comerciales ( )      c. Catálogos ( )

**Gracias por su colaboración**

**4.2. Selección de la muestra**

Para conseguir el porcentaje de población representativa que se necesita se debe conocer las preferencias y necesidades de los usuarios y rigiéndose al público objetivo que en este caso son mujeres económicamente activas de 25 a 30 años de edad; se obtienen cifras precisas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el cual rigen las siguientes cantidades:

**Tabla N° 11.**

Estadísticas de la Población de la provincia de Tungurahua

<b>Población de Acuerdo al Censo en el 2010</b>	
Total Tungurahua	504.583
Total Ambato	329.856
Mujeres (Ambato)	170.026
Hombres (Ambato)	159.830
Mujeres 25-30 años (8,4%)	14.282

**Fuente:** (INEC, 2010)

Para determinar el tamaño de la muestra en base al libro *Tutoría de la Investigación Científica*. Herrera, L, Medina, A y Naranjo, G, (2004). Se aplica la siguiente formula con los datos estadísticos arriba mencionados:

Tabla N° 12.

Tamaño de la muestra

<b>Formula:</b>	$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$
<b>Descripción</b>	
<b>n:</b>	Tamaño de la Muestra
<b>Z:</b>	Nivel de Confiabilidad 95% (0.95/2=0.4750) Z= 1.96
<b>P:</b>	Probabilidad de ocurrencia 0.5
<b>Q:</b>	Probabilidad de no ocurrencia 1-0.5= <b>0.5</b>
<b>N:</b>	Población (14.282)
<b>e:</b>	Error de muestreo 0.05 (5%)

Fuente: (Naranjo, Medina, & Herrera, 2004)

**Aplicación de la fórmula:**

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(14282)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (14282)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.841)(0.5)(0.5)(14282)}{(3.841)(0.5)(0.5) + (14282)(0.0025)}$$

$$n = \frac{(1.9205)(7141)}{(0.960) + (35.705)}$$

$$n = \frac{13714.2905}{36.665}$$

$$n = 374.04 \rightarrow n = 374$$

### **4.3. Técnicas de estudio**

#### **4.3.1. Cualitativas**

En el presente proyecto su enfoque cualitativo se ve reflejado en el análisis desde un aspecto social, con base en los diferentes tipos y estilos de accesorios, principalmente en los bolsos, ya existentes en el medio. Acorde al estudio y preferencias del grupo objetivo se establece diseños que promueven a que el producto sea admitido dentro del área comercial, basándose en las exigencias del consumidor.

En este caso de acuerdo con la técnica de recopilación de información como lo es la encuesta, se obtienen datos que ayudan a precisar cualidades del bolso, algunas son : el tamaño de asas a usar, tonos de colores, la dimensión del mismo y la diferenciación en cuanto al mercado ya sea por innovación, diseño, calidad, funcionalidad o elegancia. Referencias que señalan las expectativas del cliente.

#### **4.3.2. Cuantitativas**

Dentro de esta técnica se evalúan cantidades resultantes de la encuesta preestablecida anteriormente, en el cual se manejan datos de un costo promedio respecto a bolsos y de igual manera se ve reflejado en la interpretación de información donde se utilizan los porcentajes para cuestionar los resultados que arroja la herramienta de investigación y con los cuales se logra conocer preferencias y requerimientos del futuro consumidor.

Además posee un enfoque secuencial pues se debe regir a varias etapas para que las conclusiones finales sean de acuerdo con el dato estadístico de la encuesta, es decir en la parte mayoritaria de las respuestas.

#### 4.4. Elaboración e interpretación de los datos

**Pregunta 1:** ¿Considera Ud. que un bolso es un accesorio imprescindible en el armario de una mujer?

Tabla N° 13.

¿Considera Ud. que un bolso es un accesorio imprescindible en el armario de una mujer?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Si	345	91 %
b. No	35	9 %
<b>Total</b>	380	100%

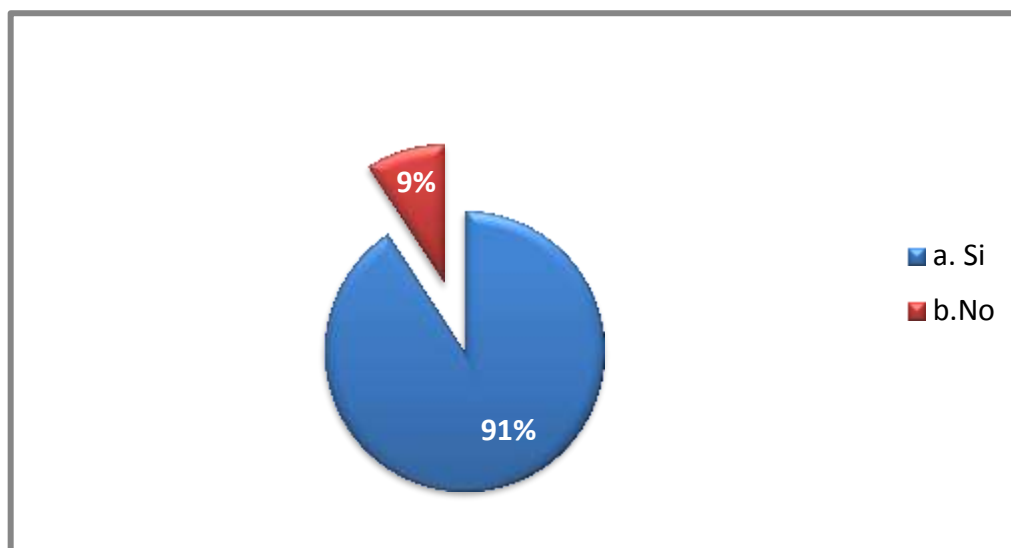


Gráfico N° 21: Importancia de un bolso

**Análisis:** De las mujeres encuestadas en un 91% consideran que un bolso es indispensable en el armario de una mujer, mientras el restante 9% opinan que no.

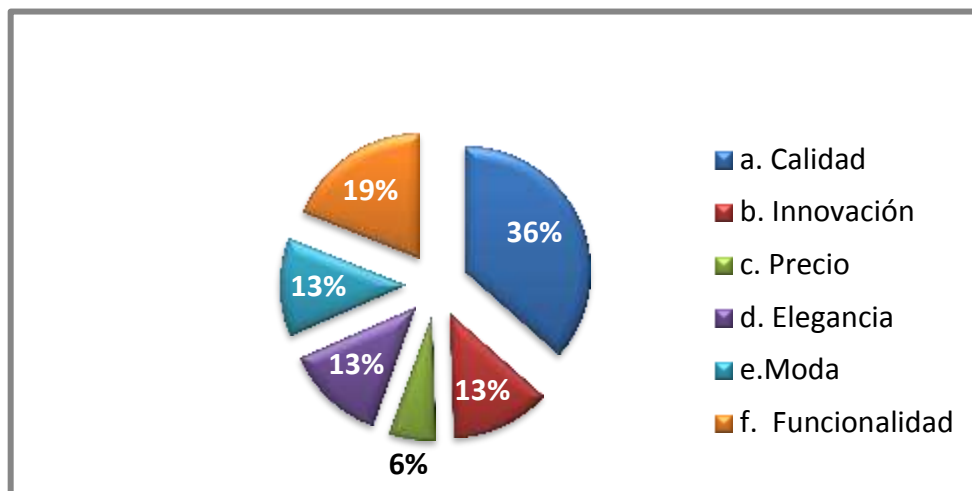
**Interpretación:** Mediante los resultados se puede mencionar que el bolso es un accesorio importante para una mujer debido a que ayuda a transportar pequeños artículos útiles en el diario vivir.

**Pregunta 2:** ¿Qué le motiva a comprar un bolso?

**Tabla N° 14.**

¿Qué le motiva a comprar un bolso?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Calidad	139	36
b. Innovación	49	13
c. Precio	23	6
d. Elegancia	49	13
e. Moda	48	13
f. Funcionalidad	72	19
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



**Gráfico N° 22:** Apreciación de las cualidades en un bolso

**Análisis:** El 36 % de las mujeres les incentiva comprar un nuevo bolso la calidad que visualmente se aprecie, al 19 % les atrae la funcionalidad, en similitud de porcentaje con 13 % les agrada la elegancia, innovación y la moda. Finalmente un 6 % se fija en primera instancia en el precio del bolso.

**Interpretación:** Al momento de comprar un nuevo bolso las mujeres consideran que antes del precio del producto, se fijan en la calidad de la confección. Y siguiendo en la

escala luego les atrae la atención, la funcionalidad que les pueda brindar continuamente observan la elegancia, innovación y moda.

**Pregunta 3:** ¿En qué colores le gustaría adquirir un nuevo bolso?

Tabla N° 15.

¿En qué colores le gustaría adquirir un nuevo bolso?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Claros	68	24
b. Oscuros	122	44
c. Neutros	90	32
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

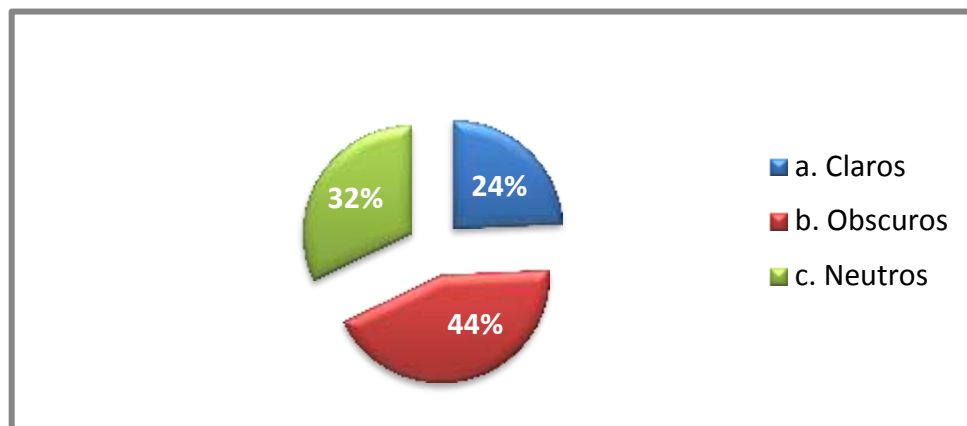


Gráfico N° 23: Colores apreciados en un bolso

**Análisis:** En un porcentaje del 44 % las mujeres prefieren colores oscuros en sus bolsos, un 32 % colores neutros y el 24 % opta por colores claros.

**Interpretación:** A las mujeres en su mayor parte les agradan los colores oscuros en su bolso por la elegancia que pueden captar por medio de estos, sin dejar a un lado los colores neutros, como una opción combinable con los colores del atuendo a usar.

**Pregunta 4:** ¿Qué tamaño de bolso frecuente a usar normalmente?

Tabla N° 16.

¿Qué tamaño de bolso frecuente a usar normalmente?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Pequeño	84	22
b. Mediano	266	70
c. Grande	30	8
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

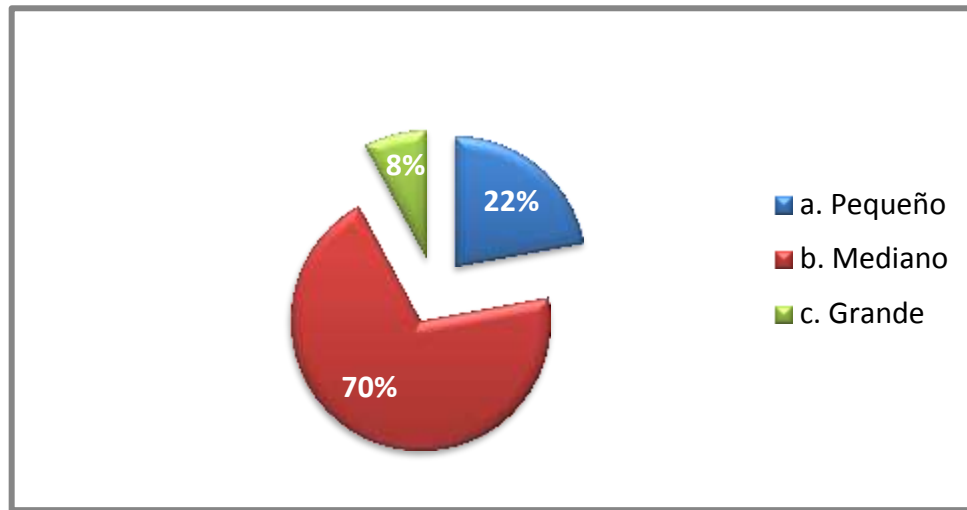


Gráfico N° 24: Tamaño de un bolso

**Análisis:** En su mayor parte con el 70 % las mujeres frecuentan a utilizar un bolso mediano, el 22 % prefiere un bolso pequeño y el 8 % eligen bolsos grandes.

**Interpretación:** Según las respuestas a visualizar se puede determinar la acogida que presenta el bolso mediano por la comodidad de su traslado como por la funcionalidad que le brinda, sin embargo algunas seleccionan el bolso pequeño según el número de artículos a llevar y otras se inclinan por un bolso de tamaño grande debido a su trabajo y el sinnúmero de cosas pequeñas que tienen que transportar.

**Pregunta 5:** ¿Con que constancia, adquiere Ud. un bolso?

Tabla N° 17.

¿Con que constancia, adquiere Ud. un bolso?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Semanal	27	7
b. Mensual	48	13
c. Trimestral	60	16
d. Semestral	110	29
e. Anual	135	35
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

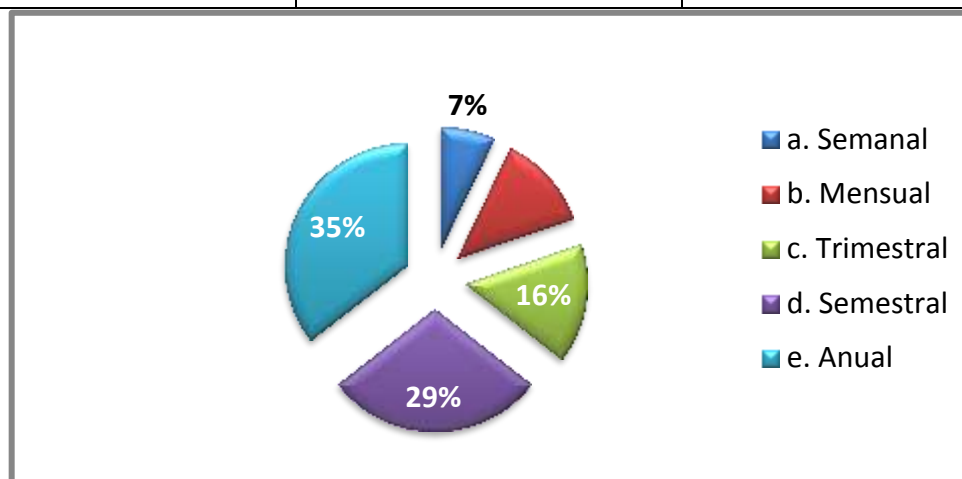


Gráfico N° 25: Frecuencia de compra

**Análisis:** El 35 % de las mujeres adquieren un bolso al año, el 29 % semestral, seguido del 16 % que lo compra al trimestre, el 13 % mensualmente y un 7 % a la semana.

**Interpretación:** Por lo general las mujeres de Ambato en un porcentaje medio suele comprar bolsos al año por el poco uso que le dan, sin embargo al comparar los porcentajes no comprende ni el 50% entonces como promedio y compra de bolsos se da en seis meses como anualmente.

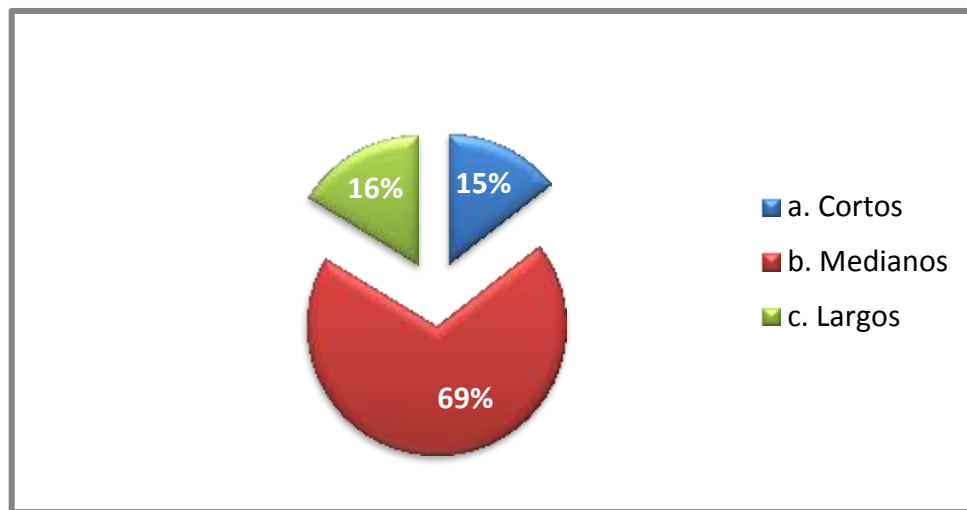


**Pregunta 6:** ¿Qué tamaños de asas le gustaría para su bolso?

**Tabla N° 18.**

¿Qué tamaños de asas le gustaría para su bolso?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Cortos	55	15
b. Medianos	263	69
c. Largos	62	16
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



**Gráfico N° 26:** Tamaño de asas en un bolso

**Análisis:** Existe en un 69 % la preferencia por asas en tamaño mediano, el 16 % por largos mientras que el resultante del 15 % prefieren asas cortas.

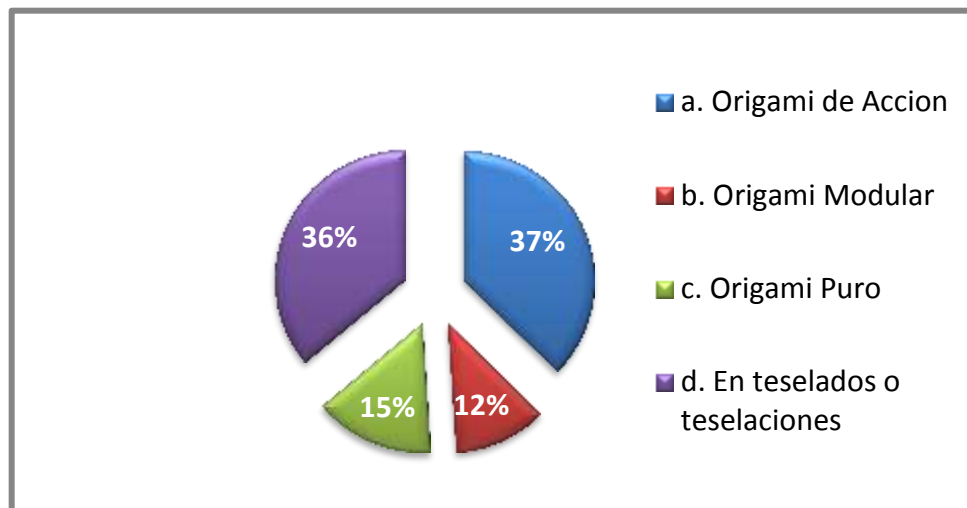
**Interpretación:** De acuerdo a los resultados y debido a un análisis anterior se definen las asas medianas como una prioridad al momento de elegir un bolso, pues de las mismas depende la comodidad de la usuaria.

**Pregunta 7:** Entre las modalidades de origami existentes, ¿Cuál de ellas desearía Ud. que se aplique al bolso?

**Tabla N° 19.**

Entre las modalidades de origami existentes, ¿Cuál de ellas desearía Ud. que se aplique al bolso?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Origami de Acción	142	37
b. Origami Modular	44	12
c. Origami Puro	57	15
d. Teselados	137	36
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



**Gráfico N° 27:** Preferencias en origami

**Análisis:** De acuerdo a las modalidades del origami el 37 % desea que al bolso se le aplique origami de acción, el 36% en teselados o teselaciones, el 15 % origami puro y el 12 % origami modular.

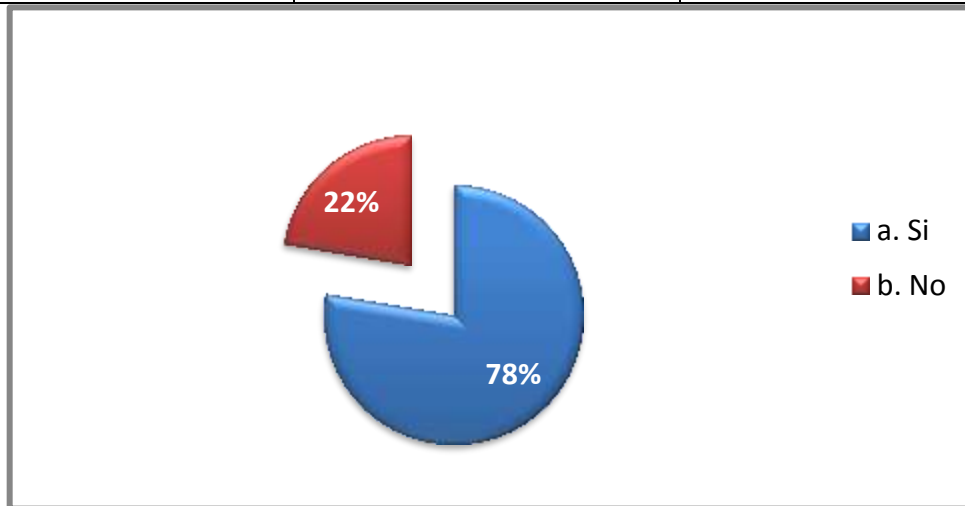
**Interpretación:** Se puede evidenciar un balance tanto en origami de acción como en teselados, las mujeres tienden a decidirse por pequeños dobleces que puedan ser incrustados en el bolso ya sea por apliques en forma de detalle o que conforme una de las partes del bolso en similitud a una textura.

**Pregunta 8:** ¿Considera relevante impregnar en el bolso en forma de detalle un fragmento de las obras de personajes que constituyen la historia de nuestro país, fomentando así la identidad nacional?

**Tabla N° 20.**

¿Considera relevante impregnar en el bolso en forma de detalle un fragmento de las obras de personajes que constituyen la historia de nuestro país, fomentando así la identidad nacional?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Si	295	78
b. No	85	22
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



**Gráfico N° 28:** Identidad en el diseño

**Análisis:** El 78% de las mujeres consideran relevante impregnar en el bolso en forma de detalle alguna de las obras de los personajes que constituyen la historia del país para fomentar la identidad nacional, mientras que el 22 % menciona que no es significativo.

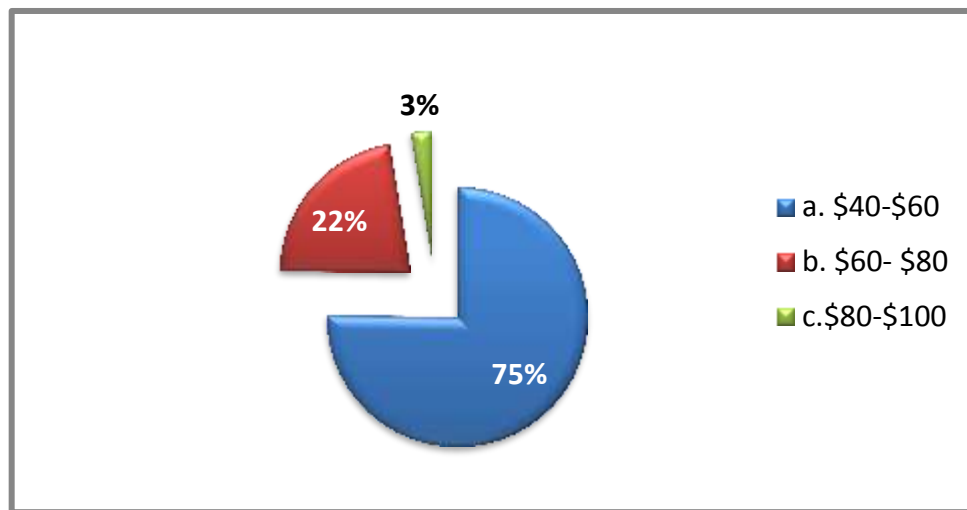
**Interpretación:** En la tercera parte de la población encuestada se resalta el valor de difundir y rescatar la identidad como una forma de identificación nacional, para tomar conciencia de los valores morales e identitarios que constituyen y se fomenta en el país.

**Pregunta 9:** ¿Cuál es el costo promedio que Ud. mantiene al comprar un bolso?

**Tabla N° 21.**

¿Cuál es el costo promedio que Ud. mantiene al comprar un bolso?

<b>Alternativa</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
a. \$40- \$60	286	75
b. \$60- \$80	84	22
c. \$80- \$100	10	3
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>



**Gráfico N° 29** Costo promedio

**Análisis:** El 75 % de las personas encuestadas compran un bolso manteniendo un promedio entre 40 y 60 dólares, el 22 % entre 60 y 80 dólares y el 3 % entre 80 y 100 dólares.

**Interpretación:** El costo promedio es una base en la elección de precios, puede variar dependiendo de las circunstancias pero no drásticamente. Según los resultados las mujeres en su mayor parte mantienen un promedio entre los \$40 y \$60 dólares, de acuerdo al tamaño de bolso a adquirir.

**Pregunta 10:** ¿Porque medio Ud. adquiere un bolso?

Tabla N° 22.

¿Porque medio Ud. adquiere un bolso?

Alternativa	Valor	Porcentaje
a. Internet	54	14
b. Centros Comerciales	273	72
c. Catálogos	53	14
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

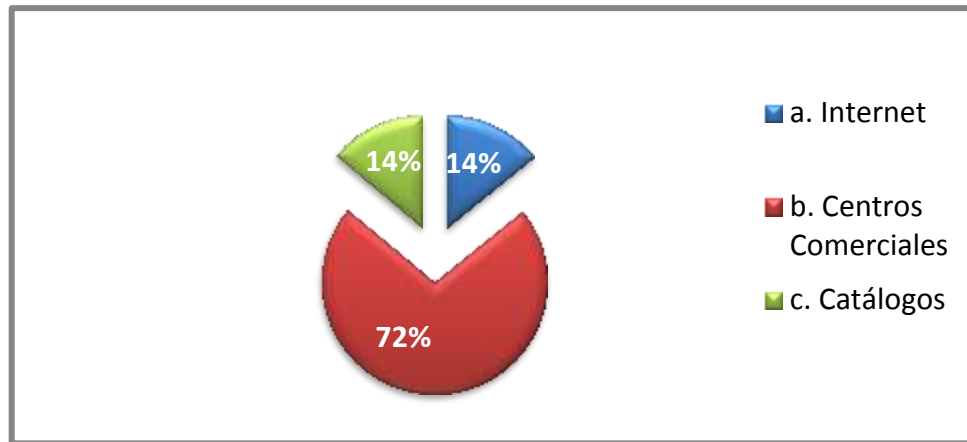


Gráfico N° 30 Lugar de compra

**Análisis:** El 72 % de las mujeres adquieren un bolso en centros comerciales, el 14 % lo hace por medio de internet y en porcentaje igual por medio de catálogos.

**Interpretación:** Como una mejor manera de visualizar y conectar con el bolso las mujeres tienden a comprar en centros comerciales para evitar algún tipo de fraude, sin embargo los catálogos en línea como los físicos causan desconfianza debido a que con frecuencia el pedido se tarda o le llega con alguna anomalía.

#### 4.5. Conclusiones

Las mujeres económicamente activas de 25 a 35 años de edad de la ciudad de Ambato mediante un número considerable de encuestas consideran que un bolso es un

accesorio impredecible e infaltable en el armario de una mujer, puesto que forma parte de su look diario. Al momento de adquirirlo el precio no es un factor determinante pues lo más requerido es la calidad del producto seguido por la elegancia, innovación y moda que posea. De igual manera se opta por una dimensión mediana con el tamaño de las asas medianas relativamente.

La compra se lo realiza tanto al año como a los seis meses pues no tienen un porcentaje muy variado, el tipo de origami que se prefiere es en una proporción similar: el origami de acción y el de los teselados para darle un toque distintivo a lo común. Por otro lado se aspira a difundir la obra de personajes representativos en la historia del país en vista a fomentar la identidad nacional. Finalmente sus compras lo realizan en su mayoría a través de centros comerciales y con un promedio en el costo de 40 a 60 dólares.

#### **4.6. Recomendaciones**

En concordancia con los resultados que se proyecta en las encuestas realizadas, se recomienda la utilización de maquinaria acorde al trabajo a realizar en la producción para que la calidad del bolso no se vea afectada, así mismo su tamaño y el de las asas en su mayoría deben ser medianos. Procurar el origami de acción en detalles pequeños y los teselados en un mayor porcentaje al momento de diseñar, con el objetivo de abastecer a un número considerable de consumidores sin descuidar la identidad como uno de los factores determinantes en el accesorio.

De igual manera difundir nuevos diseños en fotos por redes sociales sin descuidar la presencia de un local para brindar confianza y tener una mayor acogida, así mismo realizar el diseño de detalles pequeños en el cuero, con la intención de reducir y mantener el costo promedio del cliente en un rango específico. De este modo se busca abastecer las necesidades del perfil del consumidor con exigencias de un producto tanto de calidad como de diseño, procurando un accesorio único.

## CAPÍTULO V

### 5. TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

#### 5.1. Cronograma de producción

Tabla N° 23.

Cronograma de Producción

<b>CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN</b>										
<b>Etapa</b>	<b>Actividad</b>	<b>Mes</b>								
		<b>Julio</b>				<b>Agosto</b>				
		<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>S4</b>	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>S4</b>	
<b>Previo</b>	Análisis e investigación del material y los insumos									
	Diseño de sketch o bocetos									
	Selección de bocetos e ilustración									
	Realización del patrón y despiece									
	Elaboración de fichas técnicas									
<b>Durante</b>	Adquisición del material									
	Corte de piezas									
	Impregnación de la identidad nacional mediante técnicas de experimentación textil									
	Ensamblado									
	Acabados									
<b>Después</b>	Revisión del control de calidad									
	Empacado y etiquetado									

## 5.2. Control de calidad

Para que el producto sea admitido dentro del mercado comercial e incluso por respeto al consumidor al que va dirigido, los estándares en cada área de producción deben ser óptimos y de calidad. Debido a lo cual es necesario poseer un conocimiento previo de los procesos operativos a realizar y garantizar de esta manera el mejoramiento continuo gracias a los nuevos avances tecnológicos que se desarrollan asiduamente. Según la sección en la que se encuentre se debe supervisar:

- **Diseño.-** Controlar que sea apto y que cumpla con las exigencias técnicas para la elaboración de la fichas, principalmente en la ficha de dibujo plano.
- **Patronaje.-** Realizar el patrón y su patronaje tomando en cuenta las referencias específicas en cada pieza, para evitar confusión o pérdidas en el corte.
- **Corte.-** Utilizar una herramienta de corte apta, para prevenir desigualdad o fisuras irregulares.
- **Ensamblado.-** Emplear para una correcta confección la hoja de producción, en la cual se detalla los pasos a seguir.
- **Acabados.-** Verificar que los hilos estén perfectamente pulidos, las costuras uniformes, y que los insumos a emplear como detalle sean óptimos.

Y en cuanto a los insumos y materiales a utilizar:

- **Hilo.-** La selección dependerá de la costura a realizar, pero para conservar la resistencia al desgaste y que sea durable, es recomendable usar el hilo de nylon (poliamida). Pues posee los factores recomendados anteriormente además que ayuda a brindar la calidad que un bolso requiere debido al peso que maneja. Existen algunos tipos de hilo Nylon pero para elegir se debe considerar que mientras más reducido sea el número que porta, más grueso será el mismo.
- **Máquinas.-** Se debe considerar el tipo de arrastre que necesite la sección a coser para elegir el tipo de hilo. Entre ellas se encuentran:



**Tabla N° 24.**

Tipos de Arrastre de la máquina de coser

<b>N° de hilo Nylon</b>	<b>Tipos de Arrastre de la máquina de coser</b>	
Hilo Nm 60	Simple	Uno de los comúnmente utilizados.
Hilo Nm 40	Simple y doble	El arrastre doble es para cuando es complicado el desplazamiento. Ayuda a que las capas del material no se muevan garantizando un avance uniforme.
Hilo Nm 20	Doble y triple	
Hilo Nm 10	Triple	Tejidos de arrastre pesado como el cuero

**Fuente:** (Latorre, 2012)

- **Agujas.-** El grosor de la aguja se designa de acuerdo con el del cuero, para evitar inconvenientes como la rotura de la aguja o del hilo y el daño del material. En este caso es oportuno utilizar una con punta cortante o también conocida con el nombre de diamante (Latorre, 2012).
- **Material.-** en este caso el cuero como uno de los principales dentro de la materia prima; se debe supervisar su resistencia y la superficie para evitar fallos en el momento del armado.

**Tabla N° 25.**

Control de calidad en el cuero

<b>ADQUISICIÓN DEL CUERO</b>	
<b>CUERO</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>
<b>Cobertura</b>	Superficie uniforme sin manchas
<b>Toque</b>	Actitud frente al tacto y su lisura

<b>Adherencia</b>	Con el uso de una cinta adhesiva se procede a comprobar su resistencia en el acabado.
<b>Gota de Agua</b>	Se le emplea unas cuantas gotas de agua y se espera su evaporación, para ver si registra marcas o no.
<b>Solidez a la luz</b>	Para esto se utiliza un retazo, se le expone a la luz del sol por ocho horas para observar alguna alteración en el color.
<b>Uniformidad</b>	Constatar que toda la capa sea homogénea tanto en la textura como en su tonalidad.

Fuente: (Latorre, 2012)

### 5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Referente a la maquinaria en la producción del producto y dado el caso que es de cuero se necesita el equipo indicado para este tipo de material:

- **Máquina recta con un solo pespunte.-** Como en su nombre se menciona, ocupa una sola aguja.
- **Máquina recta con pespunte de dos agujas.-** Para obtener dos costuras paralelas.
- **Máquina zig-zag.-** Para aplicar costuras decorativas
- **Máquina Overlock.-** Utilizada para filetear los bordes del forro interno.
- **Máquina Cañon.-** Es una máquina de triple arrastre, ideal para materiales pesados entre ellos el cuero.
- **Máquina ametralladora.-** Generalmente para costuras laterales, asegurando la resistencia al momento de transportar objetos pesados.
- **Máquina Envivadora.-** utiliza una sola aguja, es de triple arrastre, y se usa para envivar cueros, principalmente bolsos o carteras (Vallejos, 2013).

#### **5.4. Requerimientos de mano de obra**

En la elaboración del producto se contará con la ayuda de la mano de obra especializada en todo el proceso de producción que conlleva su realización, es decir personas que poseen experiencia en el trabajo de confección de bolsos en cuero principalmente, para lo cual es indispensable dirigirse a la parroquia de Quisapincha de la ciudad de Ambato. Con esto se garantiza la calidad en el accesorio en cuanto a la fabricación y con respecto a las técnicas experimentales se apoyará en expertos dependiendo del tipo de método que se vaya aplicar, como es en el caso del corte láser.

#### **5.5. Seguridad industrial y medio ambiente**

Como ciertas medidas de seguridad industrial dentro de la empresa cabe mencionar algunas entre las principales: prevenir accidentes con la maquinaria se tiene que instruir al trabajador o a quien vaya imponer el uso de la misma, acerca del funcionamiento y dispositivos preventivos inmersos en la máquina; por otro lado al momento de su mantenimiento y el correcto trabajo se debe revisar los cables e interruptores para arreglar alguna anomalía.

Con respecto a la manipulación de agentes químicos como los pegamentos, pinturas, disolventes, entre otros. Se debe considerar que los envases sean los apropiados al igual que el lugar de almacenamiento, en donde es significativo anunciar la presencia de estos productos para evitar chispas por algún motivo. En las medidas de prevención con el trabajador colocar un recordatorio del lavado de manos después de usar cualquiera de los mismos.

Es imprescindible además la señalización de áreas peligrosas, señales de advertencia, prohibición, obligación, socorro. Como también equipos de cuidado individual en donde están las gafas, mascarillas, protección auditiva, guantes, dedos, vestuario. Así mismo considerar el ambiente de trabajo que debe contar con:

- Condiciones óptimas en el espacio de trabajo como también los lugares por donde frecuenta el trabajador, como las gradas o los pasillos.

- Contar con la seguridad necesaria para incendios.
- Organización, aseo y mantenimiento de las instalaciones.
- Iluminación adecuada.
- Excelentes servicios higiénicos y de igual manera un lugar para tomar un ligero descanso.
- Botiquín accesible de primeros auxilios

Cabe mencionar que de igual manera para conservar un ambiente adecuado la microempresa debe exigir a los trabajadores:

- Cumplir con las medidas de prevención
- El empleo y uso correcto de los elementos de seguridad y vestuario de protección.
- Utilizar adecuadamente las máquinas, herramientas y el material suministrado.
- Comunicar alguna situación de riesgo.

De la misma forma la microempresa tiene la obligación con el empleado de:

- Suministrar equipos de protección personal.
- Información eficaz y una demostración práctica de la máquina a utilizar.
- Medidas de seguridad en caso de emergencia.

Protección de acuerdo a la necesidad del trabajador es decir vigilar su salud como una medida de prevención. Como es el caso de las mujeres embarazadas que no se les permite estar en contacto con agentes nocivos que perjudican la salud del bebé.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **6.1. Descripción del producto o servicio**

##### **6.1.1. Brain storming**

El presente proyecto desarrolla un bolso que aparte de ser un accesorio cotidiano y útil para la mujer actual, será utilizado a modo de un transportador de identidad nacional; con la intención de recobrar el sentido de pertenencia hacia el país, conocer y valorar los aspectos principales como la historia mediante técnicas de experimentación que se les impregna con motivo de detalle en cada uno de los bolsos, la finalidad es recordar, impulsar e incentivar a las usuarias a rescatar obras de personajes que conforman la parte histórica del Ecuador.

De este modo ayudar a difundir la importancia de meditar e instruirse acerca de celebridades emblemáticas que de una u otra manera aportan a la identidad del país con su arte. Para un inicio se trabajará con las obras de Oswaldo Guayasamín quien retrato la historia ecuatoriana en pinturas artísticas, comunicando la situación de dolor y sufrimiento de los ancestros.

Por otro lado debido a que el objetivo es conectar el diseño con la identidad en la parte del esbozo se emplea la deconstrucción como un punto de inspiración para el bocetaje y su construcción, haciendo del producto un accesorio llamativo, capaz de solventar la necesidad del consumidor a la vez de conservar el estilo. En su elaboración se utilizara el cuero como el material principal dado que aparte de difundir elegancia no necesita un tiempo específico en su utilización es decir es atemporal.

#### **6.2. Perfil del cliente**

Dentro del perfil del consumidor se encuentran las mujeres económicamente activas residentes en la ciudad de Ambato, con rango entre los 25 - 30 años de edad, con

un nivel de educación superior; con un estilo de vida estable, polifacética, interactiva, versátil, innovadora, creativa, selectiva, activa, adaptable a los cambios. Con base en las cualidades mencionadas se define como un consumidor neo- tradicional.

**Características:** permiten los cambios del entorno en su vida, mantiene un equilibrio entre la tradición y la innovación; conservan las normas, las celebraciones; accede a un cambio a su estilo personal; valora la etiqueta y el protocolo; esclarece su género a la hora de vestir y es fiel a las marcas.

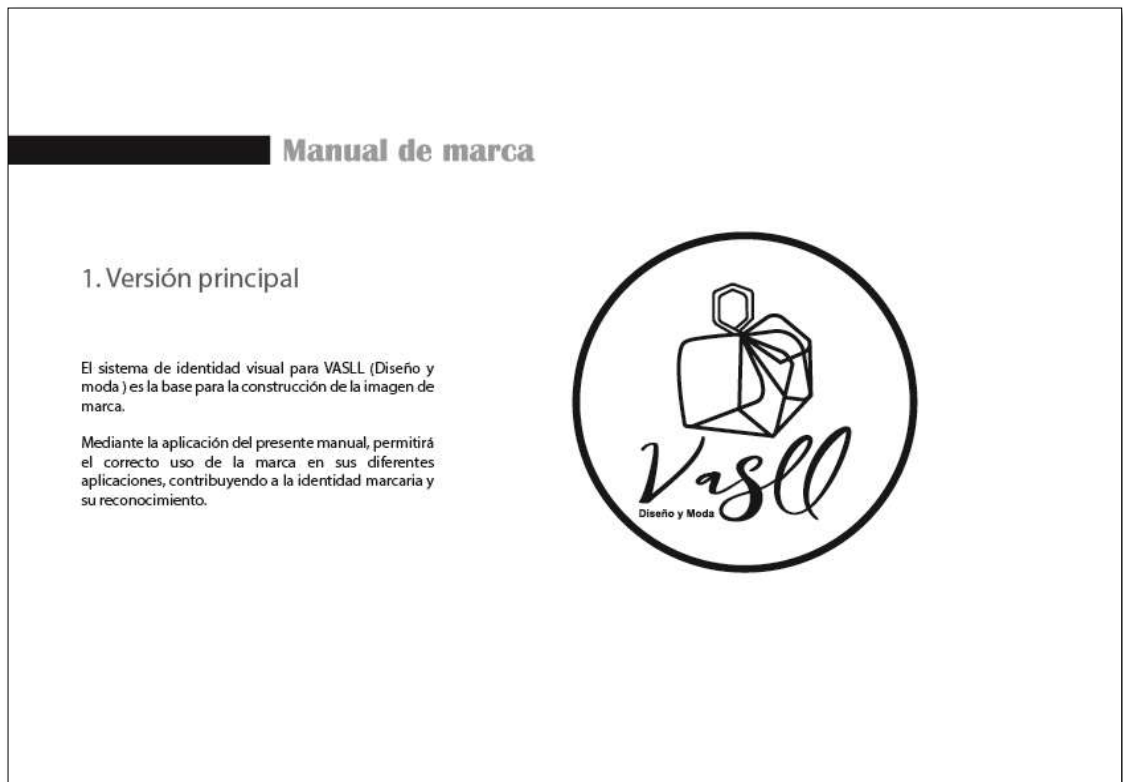
- **Vestimenta:** mantiene la elegancia, su arreglo depende de la ocasión, maneja variedad de accesorios.
- **Alimentación:** sostiene la costumbre de comer de acuerdo con los horarios, la comida es elaborada en el hogar y en ocasiones especiales se la prepara en armonía al tipo de celebración.
- **Espacios:** combina el estilo de lo tradicional con lo moderno.

### 6.2.1. Moodboard del perfil del cliente



Gráfico N° 31 . Moodboard Perfil del Cliente

### 6.3. Identidad de marca





## Manual de marca

### 2. Elementos compositivos

La marca comercial VALLS / Diseño y Moda, está construida por dos elementos los cuales conforman el isologo, donde la parte gráfica o icono y también la parte textual se encuentra integrado uno en el otro:

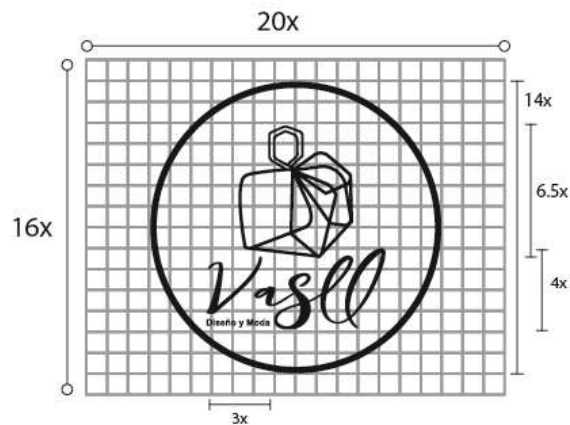
Logotipo: parte fonética constituida por la forma gráfica del nombre diferenciada por el estilo tipográfico, esta construida con las iniciales de los nombres de la diseñadora.

Isotipo (símbolo): construido en base a la union de formas simples que forma la silueta de una mujer.

Isologo : la parte grafica y textual se encuentra circunscrito en un círculo, los cuales no se pueden separar.



## Manual de marca



### 3. Construcción

La presente estructura, muestra la relación que tiene cada elemento compositivo y su distribución.

El identificador está construido, en una base reticular binaria de 20 x 16 (x), donde "X" representa la unidad de medida, de esta manera aseguramos la correcta proporción de la marca.

El isologo está construido por módulos que subdividen la totalidad de la marca en proporciones iguales, indicándonos la proporción que posee cada elemento compositivo.



## Manual de marca



### 4. Área de resguardo

Para obtener una óptima visualización de la marca, es preciso establecer una área de seguridad, la cual determinará la distancia mínima, que debe ser respetada como separación entre el logo y otros elementos

Para evitar que el espacio de seguridad se vea comprometido, aquí se establece su medida la cual es la dimensión de la letra "S", representando a dos módulos y medio de la retícula base.

## Manual de marca

5. versión positiva



6. versión Negativa



## Manual de marca

### 9. Cromática

El color es un elemento fundamental en el diseño de un logotipo, forma parte de la identidad corporativa.

La marca esta trabajada en una monocromía, teniendo en cuenta lo que quiere transmitir la empresa se utiliza como color principal el negro, el cual según la psicología del color transmite glamur.

El uso de del color complementario 466CP se reservará preferentemente para usos publicitarios o editoriales o su aplicación en texturas.

#### ● Variante cromática



100%  
Negro



Pantone  
1405 up

## Manual de marca

### 10. marca sobre fondos de colores



## Manual de marca

### 8. tipografía

La tipografía es un elemento poderoso en la construcción de un logotipo, otorga unidad y armonía en la composición.

La tipografía utilizada es de la familia caligráfica la cual aporta un estilo elegante, denotando modernidad a la marca.

#### Siesta

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
0123456789

#### Arial bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU  
VWXYZ  
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
0123456789

## Manual de marca

### 7. usos incorrectos

- La marca no deberá ser deformada.



- La marca no deberá girar en ningún ángulo.



- La marca no deberá cambiar de posición sus elementos.



- No variar el tamaño del isotipo.



## Manual de marca

### aplicaciones

Tarjeta de presentación  
Formato 9x5cm  
Acabado: barnizado mate



Etiqueta  
Formato 7x10cm  
Acabado: barnizado mate



## 6.4. Uso de la marca

## Manual de marca

Etiqueta  
Formato 7x10cm  
Acabado: barnizado mate



Otras aplicaciones



## Manual de marca

aplicaciones  
sobre fotografías



El logotipo Vasll Diseño y Moda en su aplicación sobre fotografía o texturas oscuras se recomienda la utilización de una franja de color blanco con una transparencia del 40%, con la finalidad de no afectar a la visibilidad del logotipo.

## Manual de marca



## Manual de marca

aplicaciones  
sobre cuero



Verónica Saca  
*Diseñadora*

## 6.5. Análisis de color de la propuesta

### 6.5.1. Paleta de color de la propuesta

Para definir la paleta de color se toma en cuenta la tendencia a manejar aparte de los resultados de las encuestas previamente realizadas, por ende en concordancia con lo expuesto se plantea:



Gráfico N° 32. Paleta de color de la Propuesta

## 6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia

### 6.6.1. Macrotendencia

La macrotendencia toma en cuenta el comportamiento del consumidor dentro del contexto de la moda, ayuda resolver la problemática a nivel mundial es decir responde a la Metatendencia , de esta manera se logra conocer, entender el comportamiento de los usuarios y así brindar una estabilidad emocional.

D-espacio es una macrotendencia que busca la simplicidad de las cosas, seguridad, equilibrio, tranquilidad, mejorar la calidad de vida, aumentar la comunicación, dentro de los niveles de influencia el más alto son respecto a lo social los niveles de acuerdo se ve influenciado por altos niveles sociales. Trata de retomar actividades cotidianas útiles del pasado y que hoy en día casi ha desaparecido por darle prioridad a la tecnología, el tiempo que se invierte en la misma es demasiado que



las personas ya no interactúan unas con otras personalmente, solo lo hacen por medios electrónicos por ende la vida social se ve afectada debido a esto buscan mantener un equilibrio entre lo tecnológico, el trabajo y la vida social (Laboratorio-de-Moda, 2018).

### **6.6.2. Tendencia**

Las tendencias ayudan a las empresas a interactuar con el mundo y se lo puede observar claramente en la industria pues los consumidores en lo cotidiano están atentos a la evolución dentro de la moda, de igual manera ayuda a los productores a obtener más ventas, a posicionarse en el mercado debido a que tiene que ir a la par con la innovación para estar presto a cubrir las necesidades de los consumidores en el momento adecuado.

La tendencia **Espectral** es considerada emocional e individual, pues ayuda a las personas a explorar su mente y su espíritu a través de la tecnología, se basa en la meditación, amplía los medios físicos, emana lujo. Transmite sus cualidades por medio de la ropa y los accesorios que buscan comunicar tranquilidad pero a la vez también lo tecnológico. Los colores que manejan son en contrastes nocturnos que provocan misterio, azules, violetas, púrpuras con acentos neones y toques o insumos metálicos; además se los puede aplicar en detalles o a manera de rayos en colores que generen bienestar es decir brillantes (La Fayette, 2018).



Gráfico N° 33. Moodboard de la Tendencia

## **6.7. Concepto de la propuesta**

La propuesta está dirigida a mujeres entre los 25 a 30 años de edad, que posean poder de adquisición. Enfocado a las necesidades de la mujer actual, quien indaga en el mercado comercial en busca de bolsos con diseños innovadores, con lo cual sea capaz de transmitir autenticidad, moda, identidad, sofisticación. Se direcciona en la identidad que se transmiten por medio de pinturas artísticas, capaces de recordar sucesos importantes en la historia del país. Personajes emblemáticos que en su trayectoria se han destacado tanto nacional como internacionalmente. Oswaldo Guayasamín es uno de aquellos que plasma la indignación y sufrimiento de los antepasados; mediante sus obras denuncia sucesos injustos en contra de las distintas etnias.

La necesidad por revalorizar lo nuestro es primordial debido a varios aspectos que han hecho que la identidad pase desapercibida, algunos factores que han influido son la globalización, la migración que de una manera u otra ha afectado a las costumbres e incluso al vocabulario de los residentes ecuatorianos; la desvalorización hacia los productos elaborados en el país manteniendo el pensamiento de que los artículos de países extranjeros superan la calidad a lo perteneciente a nuestro país de origen, además de priorizar el aprendizaje e indagación por celebridades extranjeras desconociendo así lo propio.

El diseño no se dirige solo a la identidad, sino también a la manifestación de distintas técnicas que se utilizan en prendas, como lo es la deconstrucción. Este método es explorado en distintos textiles, pero en un porcentaje mínimo respecto a los accesorios. En consideración de lo expuesto se apoya en el origami como una de las técnicas a utilizar para el bocetaje. Entonces la finalidad no es irrumpir directamente el espacio del consumidor, por lo que se utiliza accesorios de uso cotidiano como los bolsos que generalmente son usados por las mujeres para transportar objetos.

## 6.8. Elementos del diseño

### 6.8.1. Siluetas

**Bolso Crescent.-** su silueta se define por la parte superior, pues posee la forma de una media luna o semicircular.



Gráfico N° 34. Silueta bolso crescent

**Bolso Petate.-** Conocido también bolso duffle, su estructura es rectangular. Se caracteriza por llevar dos asas y una cremallera.

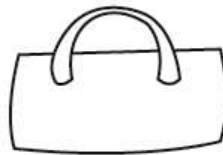


Gráfico N° 35. Silueta del bolso petate

**Tote.-** Posee una silueta rectangular, cuadrada, de tamaño que varía entre lo mediano y grande. Puede ser abierto o cerrado y se lo utiliza para llevar cualquier tipo de cosas.



Gráfico N° 36. Silueta del bolso tote

### **6.8.2. Proporción y línea**

El diseño del producto se basa en los resultados que arroja las encuestas realizadas a las usuarias como tal. Mantiene una proporción equilibrada tanto en la estructura como visualmente, comunicando así: coherencia en su composición, además del confort y elegancia. El tamaño de asas es de largo mediano en concordancia con el bolso.

### **6.8.3. Función**

En un bolso es impredecible su funcionalidad, los espacios designados para los diferentes objetos son pequeños y grandes, los bolsillos internos y los externos cuentan con cierres, de igual manera los compartimientos son funcionales.

### **6.8.4. Detalles**

Los detalles se ven inmersos en los bolsillos con cierres metalizados, además de la forma que posee el inicio y fin de la ubicación de las asas, cierre en la parte interior para evitar deslice o pérdida de objetos, cueros pequeños sobrepuestos empleados sobre ellos técnicas de experimentación textil. Aplicación de dobleces provocando volumen con el cuero.

### **6.8.5. Estilo**

Se maneja un estilo semiformal, de acuerdo a las formas que maneja no se lo considera en su totalidad formal pero en concordancia con los colores empleados en su composición en especial el color negro que resalta como base en la colección, emana elegancia, formalidad en los consumidores y también los insumos en color metalizado favorecen al concepto.

### 6.8.6. Estampados, bordados y acabados, terminados

Para la presente colección se manejan las obras de Oswaldo Guayasamín, y se los aplica en calidad de detalle. Específicamente, la Serie de Manos que pertenece a “La Edad de la Ira”, mediante la cual el autor expresa la justicia e injusticia en 13 cuadros: las manos insaciables, las del mendigo, del silencio, miedo, llanto, ira, terror, grito, ternura, oración meditación, esperanza y de la protesta.



Gráfico N° 37. Colección Serie de Manos de Oswaldo Guayasamín

## 6.9. Materiales e insumos

### Base textil:

- **Cuero.-** Es uno de las bases textiles no tejidas primordiales en la elaboración de los bolsos, son resistentes y en su mayoría utilizadas dentro del mundo de la marroquinería. Proviene de la piel de los animales con características singulares en cada una.
- **Forro.-** como su nombre lo indica son aplicados en el interior de una prenda o accesorio con la finalidad de brindar calidad, lujo aparte de la comodidad y la facilidad en su lavado, evita manchas en el material interno que lo recubre. Son telas livianas.

### Insumos:

- **Cartón Prensado.-** se lo emplea para definir una estructura, para evitar que se deforme. De esta manera se logra un diseño compacto.
- **Cierre.-** utilizado como un dispositivo de cerradura de un bolsillo. En caso de la indumentaria no siempre se lo usa en bolsillos sino como un mecanismo para entallar la prenda en una persona.
- **Pegamento.-** específicamente para cuero con la finalidad de garantizar calidad en el proceso de confección. Se lo usa para abrir costuras o adherir otro material al textil.
- **Pintura Acrílica.-** utilizada para pintar el cuero, o en su caso los filos del mismo para darle un excelente acabado del accesorio.
- **Porta asas.-** se los coloca en la terminación de las asas y en unión con el bolso.
- **Remaches.-** empleados para fijar dos o más piezas a la vez, además es utilizado en calidad de detalle.
- **Hilo.-** Utilizados de acuerdo al color del cuero a coser.

# FICHA DE MATERIA PRIMA



Referencia: AB001-AB010    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca U.  
Fecha: Julio\_2018



Cuero Prensado Negro  
\$ 1,80 \* pie  
David Cueros



Cuero Blanco  
\$ 1,40 \* pie  
David Cueros



Cuero Azul  
\$ 1,60 \* pie  
David Cueros



Forro  
\$ 5,00 \* metro  
EDIMATEX



## FICHA DE INSUMOS



Referencia: AB001-AB010    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca L.L.  
Fecha: Julio\_2018



Cartón Prensado  
\$ 0,80 el pliego  
Yolanda Salazar



Esponja tubular fina  
\$ 0,25 por metro  
Yolanda Salazar



Porta Asas  
\$ 0,15 la unidad  
Yolanda Salazar



Acrílico para cuero  
\$ 2,50  
Curtiduría Jesús del  
Gran Poder



Remaches  
\$ 0,05 la unidad  
Yolanda Salazar



Hilos  
\$ 3,50  
Yolanda Salazar



Cierre Pequeño  
\$ 0,25 la unidad  
Casa del cierre



Pegamento  
\$ 1,50 frasco pequeño  
Curtiduría Jesús del  
Gran Poder





6.10. Sketch o bocetos








Gráfico N° 38. Bocetos

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB001	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca L.L.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">POSTERIOR</div>  </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">LATERAL</div> 			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">INTERIOR</div> 		






Ficha Técnica N° 3. Diseño AB001






FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB002	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca L.
				Fecha:	Julio_2018
<b>FRENTE</b>					
<b>POSTERIOR</b>					
<b>LATERAL</b>			<b>INTERIOR</b>		
					

Ficha Técnica N° 4. Diseño AB002

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB003	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca Ll.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">POSTERIOR</div>  </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">LATERAL</div> 			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">INTERIOR</div> 		

Ficha Técnica N° 5. Diseño AB003

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB004	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca U.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">POSTERIOR</div>  </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">LATERAL</div> 			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">INTERIOR</div> 		

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB005	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca U.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold;">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold;">POSTERIOR</div>  </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">LATERAL</div> 			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">INTERIOR</div> 		

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB006	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca LI.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">POSTERIOR</div>  </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">LATERAL</div> 			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">INTERIOR</div> 		

Ficha Técnica N° 8. Diseño AB006



FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB007	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca U.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">POSTERIOR</div>  </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">LATERAL</div> 			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">INTERIOR</div> 		

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB008	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca LL.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">POSTERIOR</div>   </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">LATERAL</div> 			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">INTERIOR</div> 		

Ficha Técnica N° 10. Diseño AB008

# FICHA TÉCNICA DE DISEÑO



Referencia: AB009      Tamaño: Mediano      Responsable: Verónica Abigail Saca Ll.  
Fecha: Julio\_2018

F  
R  
E  
N  
T  
E



P  
O  
S  
T  
E  
R  
I  
O  
R



L  
A  
T  
E  
R  
A  
L



I  
N  
T  
E  
R  
I  
O  
R



FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB010	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca U.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); border: 1px solid black; padding: 5px;">POSTERIOR</div>  </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">LATERAL</div> 			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">INTERIOR</div> 		






Ficha Técnica Nº 12. Diseño AB010

Tabla N° 26

Características de materia prima e insumos

<b>Material / Insumo</b>	<b>Ubicación en el bolso</b>	<b>Cuidado</b>
Cuerdo	Material principal en la composición del bolso	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Evitar el contacto directo con agentes químicos: perfumes, alcohol, aceite, solventes. Pues deteriora el material de forma permanente.</li> <li>✓ No guardar en lugares donde se exponga directamente con el sol y la humedad.</li> <li>✓ En caso de que se mojen dejarlo secar a temperatura ambiente.</li> <li>✓ Limpiarlo con un paño limpio y seco, para retirar el polvo.</li> </ul>
Forro	Parte Interna	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Limpiarlo acorde con el cuero, con la diferencia de no dañarle el contacto con el agua.</li> </ul>
Cierre	Bolsillos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prevenir el contacto con agentes químicos fuertes o basuritas que impidan el deslizamiento para abrir.</li> </ul>
Porta asas	Terminaciones de las asas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Evitar el contacto con perfumes, cremas, elementos con agentes químicos fuertes, pues afectan su apariencia.</li> </ul>
Remaches	Como detalle y terminaciones en asas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Evitar el contacto con perfumes, cremas, pues afectan su apariencia.</li> </ul>

6.11. Fichas técnicas de cada diseño a elaborar

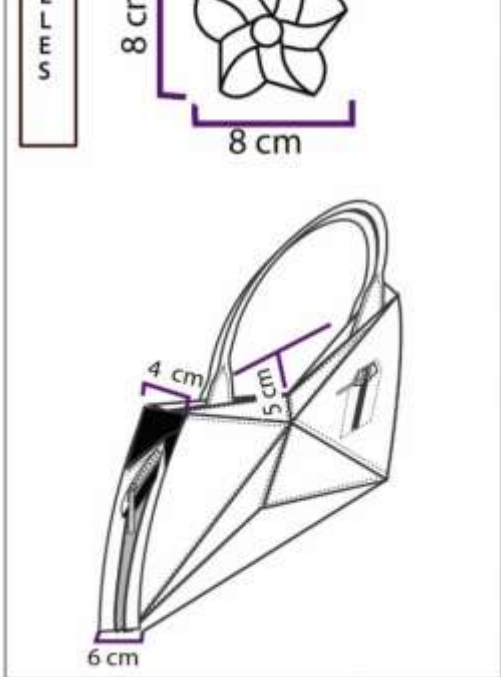
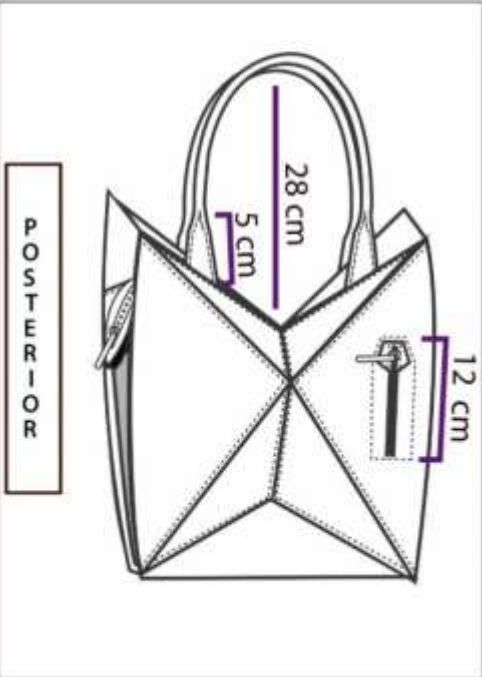
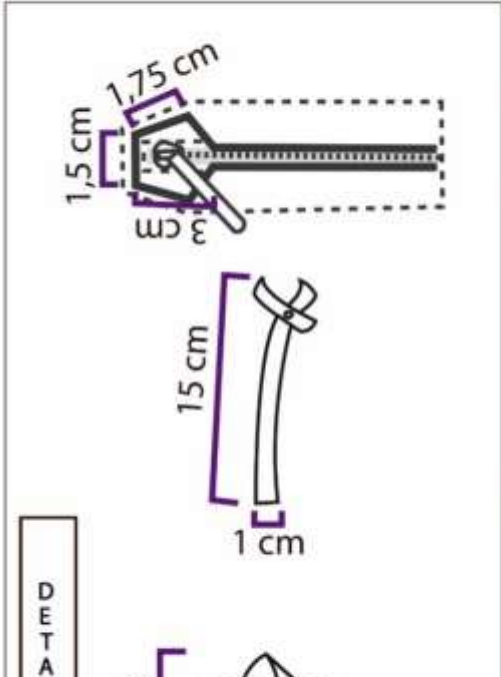
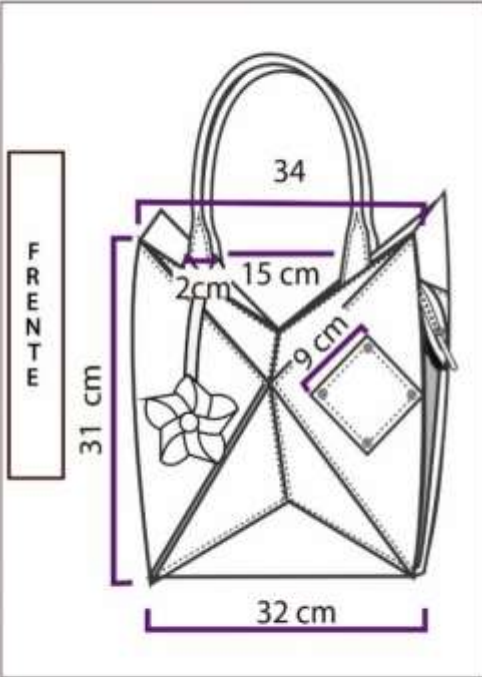
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB002	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca Ll.
				Fecha:	Julio_2018
FRENTE					
POSTERIOR					
LATERAL					
INTERIOR					

Ficha Técnica N° 13. Diseño Seleccionado AB002

# FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO



Referencia: AB002      Tamaño: Mediano      Responsable: Verónica Abigail Saca Ll.  
 Fecha: Julio\_2018

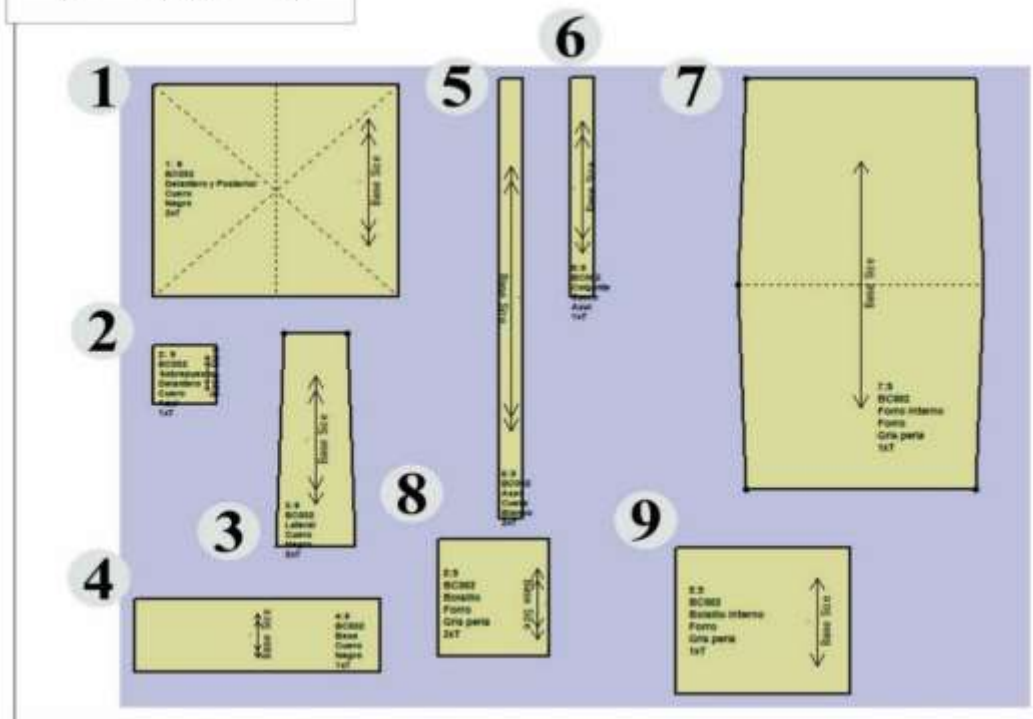
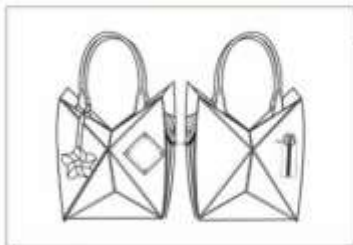


Ficha Técnica N° 14. Dibujo Plano AB002

# FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



Referencia: AB002    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca Ll.  
 Descripción: Bolso    Fecha: Julio\_2018



NOMBRE	UBICACIÓN	MATERIAL	COLOR	CANTIDAD
(1) Del y Post	Del y Post	Cuero	Negro	2
(2) Detalle	Delantero	Cuero	Blanco	1
(3) Fuelle	Lateral	Cuero	Negro	2
(4) Base	Parte Infe.	Cuero	Negro	1
(5) Asas	Del y Post	Cuero	Blanco	2
(6) Colgante	Delantero	Cuero	Azul	1
(7) Forro	Interno	Forro	Gris Perla	1
(8) Bolsillos	Interno	Forro	Gris Perla	2
(9) B.Grande	Interno	Forro	Gris Perla	1

Ficha Técnica N° 15. Patronaje AB002



FICHA DE RUTA DE OPERACIONES					
Referencia:	AB002	Tamaño:	Mediano	Responsable: Fecha:	Verónica Abigail Saca Ll. Julio_2018
					
NÚMERO	OPERACIÓN	MÁQUINA	PPP	HILOS	
1	Adherir el cartón con el delantero	Manual	—	—	
2	Adherir el cartón con el posterior	Manual	—	—	
3	Adherir el cartón con la base	Manual	—	—	
4	Sobreponer la pieza con detalle	Recta	7	1	
5	Remachar la pieza sobrepuesta	Remachador	—	—	
6	Elaborar el bolsillo en el posterior	Recta	7	1	
7	Unir delantero con el fuelle	Recta	7	1	
8	Unir el posterior	Recta	7	1	
9	Elaborar bolsillos en el forro	Recta	7	1	
10	Unir delantero y posterior en el forro	Recta	7	1	
11	Elaborar las asas	Recta	7	1	
12	Unir las asas al delantero y posterior	Recta	7	1	
13	Unir falsos al delantero y posterior	Recta	7	1	
14	Colocar el cierre al bolso	Recta	7	1	
15	Unir el bolso con el forro	Recta	7	1	
16	Coser el colgante al delantero	Recta	7	1	
17	Pulir hilos	Manual	—	—	
18					
19					
20					
21					
ESPECIFICACIONES DE CALIDAD					
DISEÑO	Los moldes deben estar correctamente industrializados. La moldería deber ser aplicada correctamente en dirección al hilo. Elaborar la muestra inicial exacta a como va hacer producida en cantidad.				
CORTE	Las piezas deben conservar la forma y dimensiones exactas por tamaño. Realizar los respectivos piquetes en los lugares señalados. Etiquetar la moldería conservando referencia y enumerando las piezas.				
CONFECCIÓN	Los hilos de todas las costuras deben estar bien calibrados y tensionados. Los accesorios no deben presentar manchas de ningun tipo. Las agujas de las máquinas no deben estar despuntadas.				
ACABADOS	Los terminados a mano deben ser realizados con sumo cuidado. Pulir correctamente los hilos. El accesorio debe ser empacado con sumo cuidado.				

Ficha Técnica N° 16. Ruta de Operaciones AB002

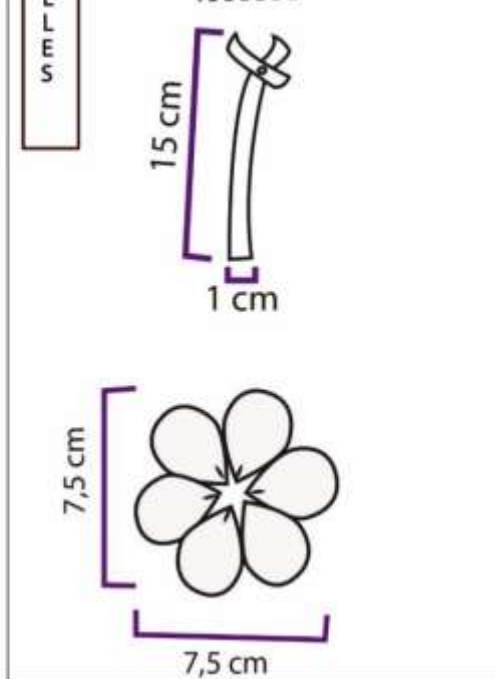
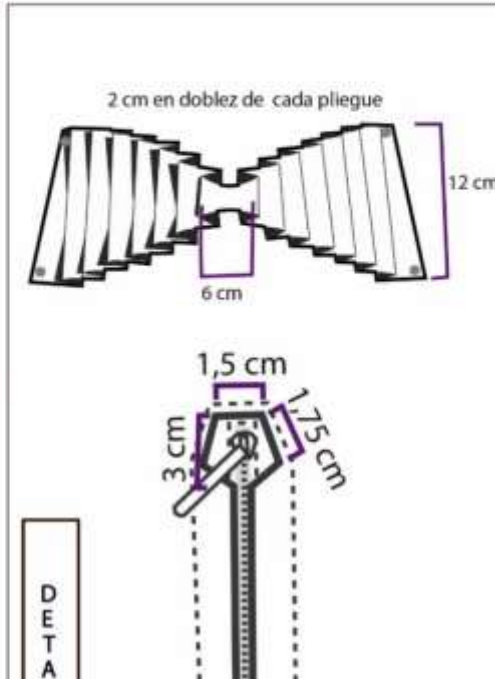
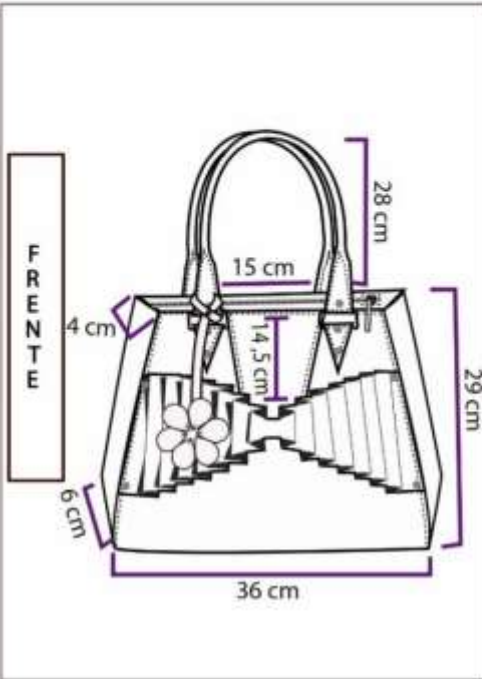
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB007	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca U.
				Fecha:	Julio_2018
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">FRENTE</div>  </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">POSTERIOR</div>  </div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">LATERAL</div>			<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">INTERIOR</div>		
					

Ficha Técnica N° 17. Diseño Seleccionado AB007

# FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO



Referencia: AB007    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca Ll.  
 Fecha: Julio\_2018

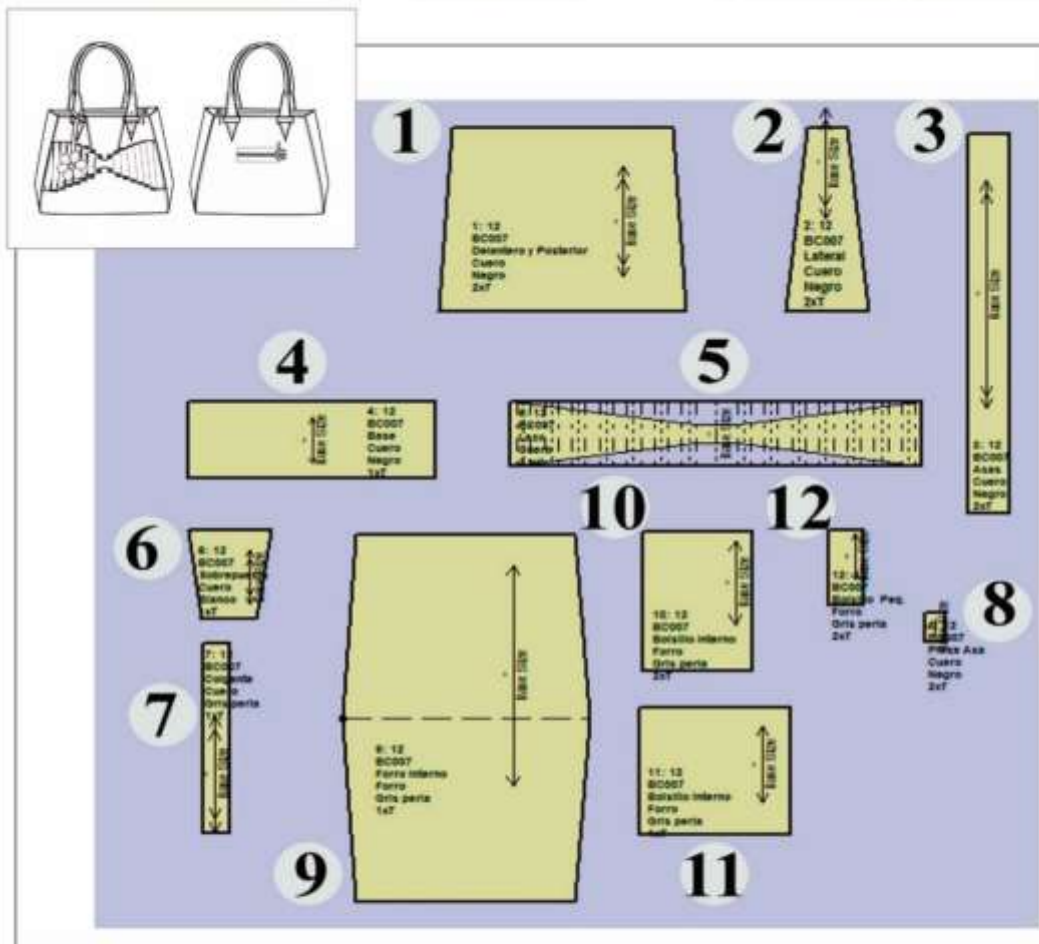


Ficha Técnica N° 18. Dibujo Plano AB007

# FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE




Referencia: AB007    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca Ll.  
 Descripción: Bolso    Fecha: Julio\_2018



CÓDIGO	UBICACIÓN	MATERIAL	COLOR	CANTIDAD
(1) Del y Post	Del. Y Post.	Cuero	Negro	2
(2) Fuelle	Lateral	Cuero	Negro	2
(3) Asas	Del. Y Post.	Cuero	Negro	3
(4) Base	Interno	Cuero	Negro	1
(5) Lazo	Delantero	Cuero	Azul	1
(6) P.Sobrep	Delantero	Cuero	Blanco	1
(7) Colgante	Delantero	Cuero	Gris Perla	1
(8) P.Asa	Del. Y Post.	Cuero	Negro	4
(9) Forro	Interno	Forro	Gris Perla	1
(10) Bolsillos	Interno	Forro	Gris Perla	2
(11) B.Intern	Interno	Forro	Gris Perla	1
(12) B.Peq.	Interno	Forro	Gris Perla	2

Ficha Técnica N° 19. Patronaje AB007

FICHA DE RUTA DE OPERACIONES				
Referencia:	AB007	Tamaño:	Mediano	Responsable: Verónica Abigail Saca Ll. Fecha: Julio_2018
				
NÚMERO	OPERACIÓN	MÁQUINA	PPP	HILOS
1	Unir pieza con detalle al delantero	Recta	7	1
2	Elaborar pliegues para lazo	Recta	7	1
3	Unir el lazo al delantero	Recta	7	1
4	Remachar las esquinas del lazo	Remachador	—	—
5	Elaborar bolsillo en el posterior	Recta	7	1
6	Elaborar asas	Recta	7	1
7	Unir las terminaciones de cada asa	Recta	7	1
8	Remachar las asas	Remachador	—	—
9	Unir el fuelle con el delantero	Recta	7	1
10	Unir el posterior con el fuelle	Recta	7	1
11	Elaborar bolsillos en el forro	Recta	7	1
12	Unir delantero y posterior en el forro	Recta	7	1
13	Pegar cierre en el bolso	Recta	7	1
14	Unir el forro al bolso	Recta	7	1
15	Coser el colgante en el delantero	Recta	7	1
16	Pulir hilos	Manual	—	—
17				
18				
19				
20				
21				
ESPECIFICACIONES DE CALIDAD				
DISEÑO	Los moldes deben estar correctamente industrializados. La moldería deber ser aplicada correctamente en dirección al hilo. Elaborar la muestra inicial exacta a como va hacer producida en cantidad.			
CORTE	Las piezas deben conservar la forma y dimensiones exactas por tamaño. Realizar los respectivos piquetes en los lugares señalados. Etiquetar la moldería conservando referencia y enumerando las piezas.			
CONFECCIÓN	Los hilos de todas las costuras deben estar bien calibrados y tensionados. Los accesorios no deben presentar manchas de ningun tipo. Las agujas de las máquinas no deben estar despuntadas.			
ACABADOS	Los terminados a mano deben ser realizados con sumo cuidado. Pulir correctamente los hilos. El accesorio debe ser empacado con sumo cuidado.			

Ficha Técnica N° 20. Ruta de Operaciones AB007

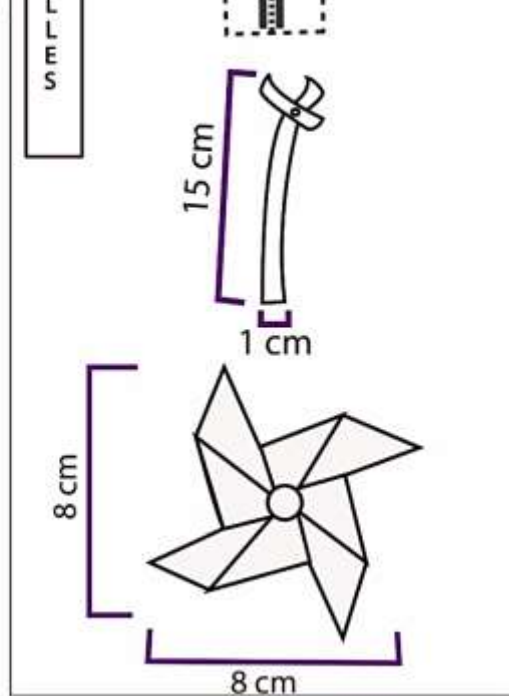
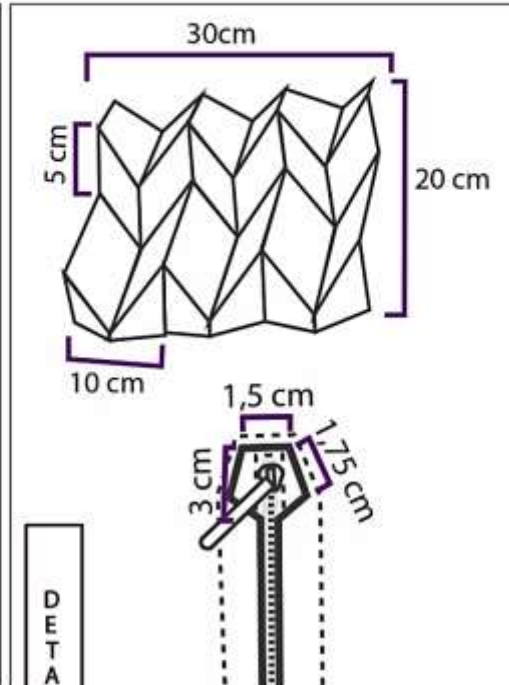
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO					
Referencia:	AB008	Tamaño:	Mediano	Responsable: Fecha:	Verónica Abigail Saca U. Julio_2018
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">FRENTE</div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">POSTERIOR</div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">LATERAL</div>					
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">INTERIOR</div>					

Ficha Técnica N° 21. Diseño Seleccionado AB008

# FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO



Referencia: AB008    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca U.  
 Fecha: Julio\_2018

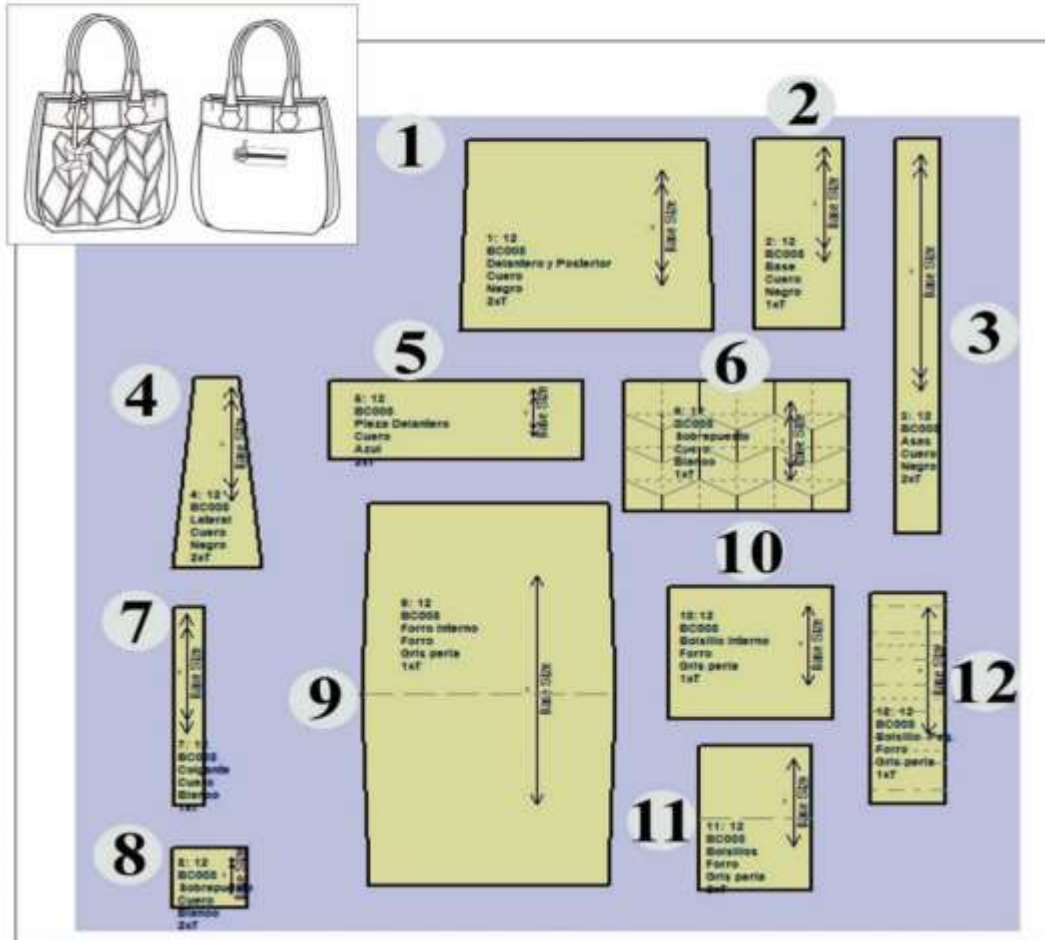


Ficha Técnica N° 22. Dibujo Plano AB008

# FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



Referencia: AB008    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca Ll.  
 Descripción: Bolso    Fecha: Julio\_2018



CÓDIGO	UBICACIÓN	MATERIAL	COLOR	CANTIDAD
(1) Del y Post	Delantero	Cuero	Negro	2
(2) Base	Part.Inferior	Cuero	Negro	1
(3) Asas	Del. Y Post.	Cuero	Negro	2
(4) Fuelle	Lateral	Cuero	Negro	2
(5) P.Del.	Del. Y Post.	Cuero	Azul	2
(6) Sobrep.	Delantero	Cuero	Gris Perla	1
(7) Colgante	Delantero	Cuero	Blanco	1
(8) P. Sobre.	Del. Y Post.	Cuero	Blanco	2
(9) Forro l.	Interno	Forro	Gris Perla	1
(10) Bols.l.G	Interno	Forro	Gris Perla	1
(11) Bolsillos	Interno	Forro	Gris Perla	2
(12) B.Peq.	Interno	Forro	Gris Perla	1

Ficha Técnica N° 23. Patronaje AB008



FICHA DE RUTA DE OPERACIONES					
Referencia:	AB008	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca Li.
				Fecha:	Julio_2018
					
NÚMERO	OPERACIÓN	MÁQUINA	PPP	HILOS	
1	Unir pieza con detalle al delantero	Recta	7	1	
2	Unir pieza blanca superior al posterior	Recta	7	1	
3	Unir pieza superior al delantero	Recta	7	1	
4	Unir pieza superior al posterior	Recta	7	1	
5	Pegar terminaciones de las asas	Recta	7	1	
6	Elaborar las asas	Recta	7	1	
7	Adherir cartón al detalle delantero	—	—	—	
8	Sobreponer detalle al delantero	Recta	7	1	
9	Elaborar el bolsillo al posterior	Recta	7	1	
10	Unir las terminaciones con las asas	Recta	7	1	
11	Remachar terminaciones de las asas	Remachador	—	—	
12	Unir el posterior con el fuelle	Recta	7	1	
13	Elaborar los bolsillos en el forro	Recta	7	1	
14	Unir forro delantero y posterior	Recta	7	1	
15	Colocar el cierre al bolso	Recta	7	1	
16	Unir el bolso con el forro	Recta	7	1	
17	Coser el colgante al bolso	Recta	7	1	
18	Pulir hilos	Manual	—	—	
19					
20					
21					
ESPECIFICACIONES DE CALIDAD					
DISEÑO	Los moldes deben estar correctamente industrializados. La moldería deber ser aplicada correctamente en dirección al hilo. Elaborar la muestra inicial exacta a como va hacer producida en cantidad.				
CORTE	Las piezas deben conservar la forma y dimensiones exactas por tamaño. Realizar los respectivos piquetes en los lugares señalados. Etiquetar la moldería conservando referencia y enumerando las piezas.				
CONFECCIÓN	Los hilos de todas las costuras deben estar bien calibrados y tensionados. Los accesorios no deben presentar manchas de ningún tipo. Las agujas de las máquinas no deben estar despuntadas.				
ACABADOS	Los terminados a mano deben ser realizados con sumo cuidado. Pulir correctamente los hilos. El accesorio debe ser empacado con sumo cuidado.				

Ficha Técnica N° 24. Ruta de Operaciones AB008

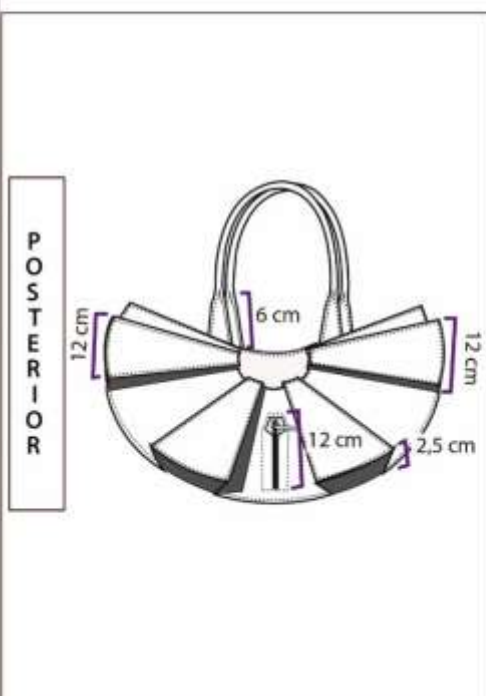
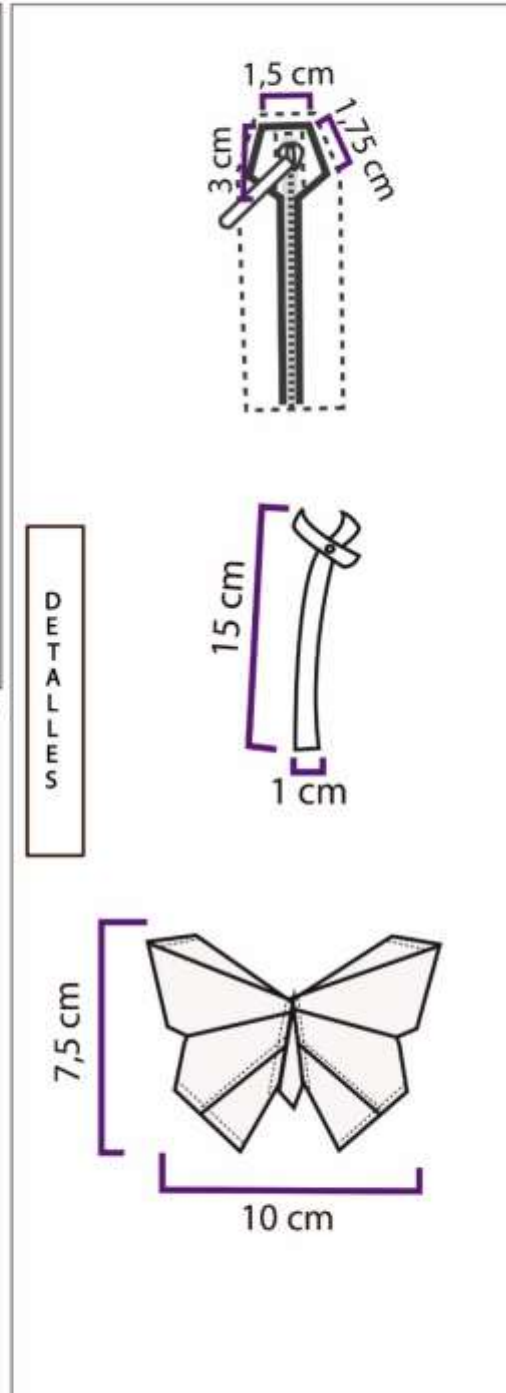
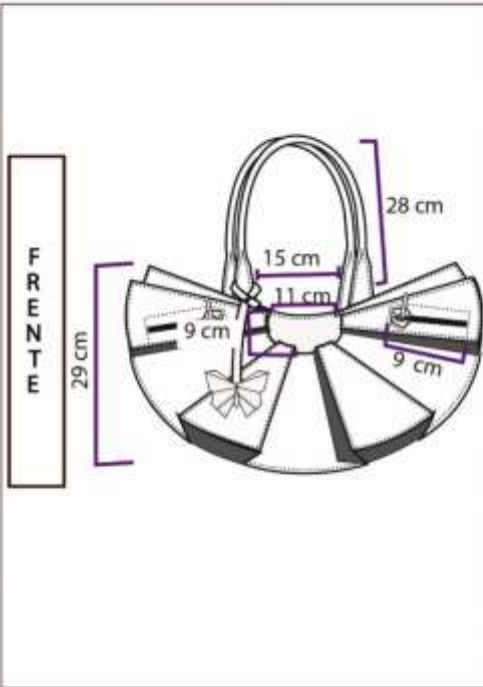


Ficha Técnica N° 25. Diseño Seleccionado AB010

# FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO



Referencia: AB010    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca Ll.  
 Fecha: Julio\_2018

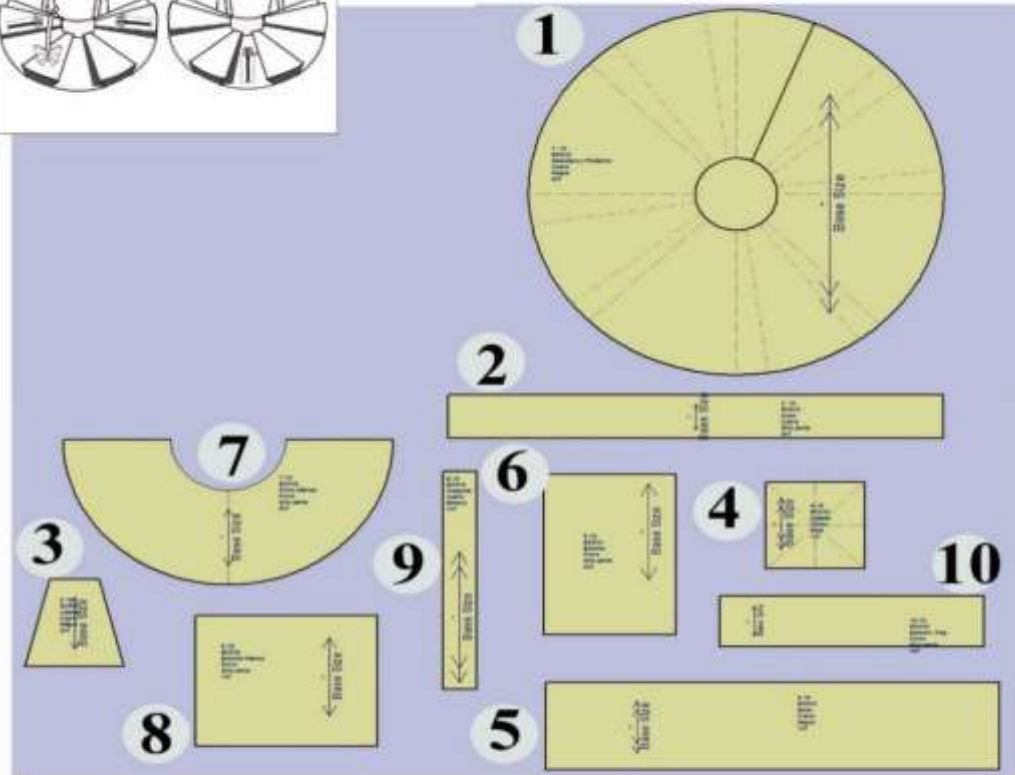


Ficha Técnica Nº 26. Dibujo Plano AB010

# FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE



Referencia: AB010    Tamaño: Mediano    Responsable: Verónica Abigail Saca Ll.  
 Descripción: Bolso    Fecha: Julio\_2018



CÓDIGO	UBICACIÓN	MATERIAL	COLOR	CANTIDAD
(1) Del y Post	Del y Post	Cuero	Negro	2
(2) Asas	Del y Post	Cuero	Gris Perla	2
(3) Fuelle	Base	Cuero	Negro	2
(4) Detalle	Delantero	Cuero	Blanco	2
(5) Base	Par. Inferior	Cuero	Negro	1
(6) Bolsillos	Interno	Forro	Gris Perla	4
(7) Forro	Interno	Forro	Gris Perla	2
(8) B.Interno	Interno	Forro	Gris Perla	1
(9) Colgante.	Delantero	Cuero	Blanco	1
(10) B .Peq.	Interno	Forro	Gris Perla	2

<b>FICHA DE RUTA DE OPERACIONES</b>				
Referencia:	AB0010	Tamaño:	Mediano	Responsable: Verónica Abigail Saca Ll. Fecha: Julio_2018
				
NÚMERO	OPERACIÓN	MÁQUINA	PPP	HILOS
1	Adherir cartón al delantero	Manual	—	—
2	Adherir cartón al posterior	Manual	—	—
3	Adherir cartón a la base	Manual	—	—
4	Unir pieza con detalle al delantero	Recta	7	1
5	Unir pieza blanca al posterior	Recta	7	1
6	Elaborar bolsillos al delantero	Recta	7	1
7	Elaborar bolsillos al posterior	Recta	7	1
8	Unir delantero con la base	Recta	7	1
9	Unir posterior con la base	Recta	7	1
10	Elaborar asas	Recta	7	1
11	Pegar asas al delantero y posterior	Recta	7	1
12	Elaborar bolsillos al forro	Recta	7	1
13	Unir el forro delantero y posterior	Recta	7	1
14	Unir el forro con el bolso	Recta	7	1
15	Unir el colgante al forro	Recta	7	1
16	Pulir hilos	Manual	—	—
17				
18				
19				
20				
21				
ESPECIFICACIONES DE CALIDAD				
<b>DISEÑO</b>	Los moldes deben estar correctamente industrializados. La moldería deber ser aplicada correctamente en dirección al hilo. Elaborar la muestra inicial exacta a como va hacer producida en cantidad.			
<b>CORTE</b>	Las piezas deben conservar la forma y dimensiones exactas por tamaño. Realizar los respectivos piquetes en los lugares señalados. Etiquetar la moldería conservando referencia y enumerando las piezas.			
<b>CONFECCIÓN</b>	Los hilos de todas las costuras deben estar bien calibrados y tensionados. Los accesorios no deben presentar manchas de ningun tipo. Las agujas de las máquinas no deben estar despuntadas.			
<b>ACABADOS</b>	Los terminados a mano deben ser realizados con sumo cuidado. Pulir correctamente los hilos. El accesorio debe ser empacado con sumo cuidado.			

6.12. Photobook



## 6.13. Costos de producción

### 6.13.1. Costos fijos

Tabla N° 27.

Costos gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Cargo	Frecuencia de Pago	Valor Total
Contador	Mensual	\$ 20
Diseñador-Gerente	Mensual	\$ 700
Secretaria / Recepcionista	Mensual	\$ 400
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.120</b>

Tabla N° 28.

Costos Gastos Generales

GASTOS GENERALES		
Detalle	Frecuencia de Pago	Valor Total
Luz	Mensual	\$ 10
Agua	Mensual	\$ 10
Teléfono	Mensual	\$ 10
Internet	Mensual	\$ 30
Arriendo	Mensual	\$ 350
Publicidad	Mensual	\$ 100
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 510</b>

Tabla N° 29.

Costos Materiales Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS		
Detalle	Frecuencia de Compra	Valor Total
Materiales de Oficina	Mensual	\$ 30
Materiales de Diseño y Patronaje	Mensual	\$ 30
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 60</b>

**Tabla N° 30.**

Costos fijos mensuales

<b>DEPRECIACIÓN</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Vida Útil (años)</b>	<b>Valor</b>		
		<b>Compra</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Equipo de Oficina	10	\$ 2.000	\$ 200	\$ 16,67
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 16,67</b>
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>				
<b>Detalle</b>		<b>Valor</b>		
Gastos Administrativos		\$ 1.120		
Gastos Generales		\$ 510		
Materiales Indirectos		\$ 60		
Depreciación		\$ 16,67		
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.707</b>		

### 6.13.2. Costos variables

**Tabla N° 31.**

Costos materia prima e insumos

<b>MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Costo</b>
Cuero	Pie	\$ 1,80
Forro	Metro	\$ 5,00
Cartón Prensado	Pliego	\$ 0,80
Porta Asas	Unidad	\$ 0,15
Remaches	Unidad	\$ 0,05
Cierre Pequeño (15 cm)	Unidad	\$ 0,25
Cierre Grande (35 cm)	Unidad	\$ 0,40



**Tabla N° 32.**

Costos manos de obra



<b>MANO DE OBRA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Salario Mensual</b>	<b>Horas Laborales (Mes)</b>	<b>Costo Por Minuto</b>
Cortador	\$ 370,00	160	0,039
Confección	\$ 370,00	160	0,039





### 6.13.3. Costo total

FICHA DE COSTOS						
Referencia:	AB002	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca U.	
				Fecha:	Julio_2018	
						
COSTOS VARIABLES						
MATERIA PRIMA E INSUMOS						
DESCRIPCIÓN	VALOR	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO * UNIDAD	COSTO * UNIDAD		
Cuero Negro	\$ 64,80	banda	0,097	\$ 6,29		
Cuero Blanco	\$ 10,50	banda	0,066	\$ 0,69		
Cuero Azul	\$ 16,00	banda	0,025	\$ 0,40		
Forro Interno	\$ 5,00	metros	0,4	\$ 2,00		
Cartón Prensado	\$ 0,80	pliego	0,5	\$ 0,40		
Esponja Circular Fina	\$ 0,25	metro	1	\$ 0,25		
Cierre Grande (35 cm)	\$ 0,40	unidad	1	\$ 0,40		
Cierre Pequeño (15 cm)	\$ 0,25	unidad	2	\$ 0,50		
Remaches	\$ 0,05	unidad	5	\$ 0,25		
Hilo	\$ 0,03	metros	9,5	\$ 0,29		
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 11,46</b>		
MANO DE OBRA				COSTO VARIABLE		
Descripción	Valor * Min.	Tiempo (min)	Valor	Materia Prima e Insumos	\$ 11,46	
Corte	0,036	30	\$ 1,08	Mano de Obra	\$ 14,08	
Confección			\$ 8,00			
Grabado a laser			\$ 5,00			
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 14,08</b>	<b>TOTAL C.D.</b>	<b>25,5436</b>	
COSTOS FIJOS						
	Costo Total	Cantidad a producir	Costo individual	COSTO + UTILIDAD (30%)	IVA (12%)	P.V.P
Costos fijos por producción	1707	80	\$ 21,34	\$ 60,95	\$ 7,31	\$ 68,3
<b>Total</b>			<b>\$ 21,34</b>			
<b>TOTAL C.VARIABLES + C.FIJOS</b>			<b>\$ 46,88</b>			



Ficha Técnica N° 29. Costos AB002

FICHA DE COSTOS					
Referencia:	AB007	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca Ll.
				Fecha:	Julio_2018
					
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA E INSUMOS					
DESCRIPCIÓN	VALOR	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO * UNIDAD	COSTO * UNIDAD	
Cuero Negro	\$ 64,80	banda	0,083	\$ 5,38	
Cuero Blanco	\$ 10,50	banda	0,066	\$ 0,69	
Cuero Azul	\$ 16,00	banda	0,025	\$ 0,40	
Forro Interno	\$ 5,00	metros	0,4	\$ 2,00	
Cartón Prensado	\$ 0,80	pliego	0,35	\$ 0,28	
Esponja Circular Fina	\$ 0,25	metro	1	\$ 0,25	
Cierre Grande (35 cm)	\$ 0,40	unidad	1	\$ 0,40	
Cierre Pequeño (15 cm)	\$ 0,25	unidad	2	\$ 0,50	
Remaches	\$ 0,05	unidad	17	\$ 0,85	
Porta Asas	\$ 0,15	unidad	4	\$ 0,60	
Hilo	\$ 0,03	metros	9	\$ 0,27	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 11,62</b>	
MANO DE OBRA				COSTOS VARIABLES	
Descripción	Valor * Min.	Tiempo (min)	Valor	Materia Prima e Insumos	
Corte	0,036	30	\$ 1,08		\$ 11,62
Confección			\$ 8,00	Mano de Obra	\$ 14,08
Grabado a laser			\$ 5,00		
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 14,08</b>	<b>TOTAL C.D.</b>	<b>\$ 25,7014</b>
COSTOS FIJOS					
	Costo Total	Cantidad a producir	Costo individual		
Costos fijos por producción	1707	80	\$ 21,34		
<b>Total</b>			<b>\$ 21,34</b>	<b>COSTO + UTILIDAD (30%)</b>	<b>IVA (12%)</b>
			\$ 61,15	\$ 7,34	<b>P.V.P</b>
<b>TOTAL C.VARIABLES + C.FIJOS</b>			<b>\$ 47,04</b>		<b>\$ 68,5</b>

Ficha Técnica N° 30. Costos AB007

FICHA DE COSTOS					
Referencia:	AB008	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca LI.
				Fecha:	Julio_2018
					
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA E INSUMOS					
DESCRIPCIÓN	VALOR	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO * UNIDAD	COSTO * UNIDAD	
Cuero Negro	\$ 64,80	banda	0,069	\$ 4,47	
Cuero Blanco	\$ 10,50	banda	0,2	\$ 2,10	
Cuero Azul	\$ 16,00	banda	0,100	\$ 1,60	
Forro Interno	\$ 5,00	metros	0,5	\$ 2,50	
Cartón Prensado	\$ 0,80	pliego	0,7	\$ 0,56	
Esponja Circular Fina	\$ 0,25	metro	1	\$ 0,25	
Cierre Grande (35 cm)	\$ 0,40	unidad	1	\$ 0,40	
Cierre Pequeño (15 cm)	\$ 0,25	unidad	2	\$ 0,50	
Remaches	\$ 0,05	unidad	8	\$ 0,40	
Porta Asas	\$ 0,15	unidad	4	\$ 0,60	
Hilo	\$ 0,03	metros	10	\$ 0,30	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 13,68</b>	
MANO DE OBRA				COSTOS VARIABLES	
Descripción	Valor * Min.	Tiempo (min)	Valor	Materia Prima e Insumos	
Corte	0,036	15	\$ 0,54	\$	13,68
Confección			\$ 10,00	Mano de Obra	\$ 15,54
Grabado a laser			\$ 5,00		
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 15,54</b>	<b>TOTAL C.D.</b>	<b>29,2212</b>
COSTOS FIJOS					
	Costo Total	Cantidad a producir	Costo individual		
Costos fijos por producción	1707	80	\$ 21,34		
<b>Total</b>			<b>\$ 21,34</b>	<b>COSTO + UTILIDAD (30%)</b>	<b>IVA (12%)</b>
			\$ 65,73	\$ 7,89	<b>P.V.P</b>
<b>TOTAL C.VARIABLES + C.FIJOS</b>			<b>\$ 50,56</b>		<b>\$ 73,6</b>

Ficha Técnica N° 31. Costos AB008

FICHA DE COSTOS					
Referencia:	AB002	Tamaño:	Mediano	Responsable:	Verónica Abigail Saca LI.
				Fecha:	Julio_2018
					
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA E INSUMOS					
DESCRIPCIÓN	VALOR	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO * UNIDAD	COSTO * UNIDAD	
Cuero Negro	\$ 64,80	banda	0,125	\$ 8,10	
Cuero Blanco	\$ 10,50	banda	0,066	\$ 0,69	
Cuero Azul	\$ 16,00	banda	0,100	\$ 1,60	
Forro Interno	\$ 5,00	metros	0,75	\$ 3,75	
Cartón Prensado	\$ 0,80	pliego	1	\$ 0,80	
Esponja Circular Fina	\$ 0,25	metro	1	\$ 0,25	
Cierre Grande (35 cm)	\$ 0,40	unidad	1	\$ 0,40	
Cierre Pequeño (15 cm)	\$ 0,25	unidad	4	\$ 1,00	
Remaches	\$ 0,05	unidad	1	\$ 0,05	
Hilo	\$ 0,03	metros	12	\$ 0,36	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 17,00</b>	
MANO DE OBRA				COSTOS VARIABLES	
Descripción	Valor * Min.	Tiempo (min)	Valor	Materia Prima e Insumos	\$ 17,00
Corte	0,036	15	\$ 0,54	Mano de Obra	\$ 13,54
Confección			\$ 8,00		
Grabado a laser			\$ 5,00		
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 13,54</b>	<b>TOTAL C.D.</b>	<b>30,543</b>
COSTOS FIJOS					
	Costo Total	Cantidad a producir	Costo individual		
Costos fijos por producción	1707	80	\$ 21,34		
<b>Total</b>			<b>\$ 21,34</b>	<b>COSTO + UTILIDAD (30%)</b>	<b>IVA (12%)</b>
			\$ 67,44	\$ 8,09	<b>P.V.P</b>
<b>TOTAL C.VARIABLES + C.FIJOS</b>			<b>\$ 51,88</b>		<b>\$ 75,5</b>

Ficha Técnica N° 32. Costos AB010

## **7.1. Conclusiones**

Como un pre-requisito antes de la elaboración del proyecto, se efectúa un análisis tanto del contexto a trabajar como de las preferencias del consumidor. Para una mayor precisión al momento de elegir texturas, colores, material y detalles en los accesorios. En este sentido como una técnica de recolección de información se le aplica la encuesta, quien determina el bolso mediano, con asas medianas, en colores oscuros combinables con neutros, aplicaciones de origami de acción, pequeños detalles con estampados de pinturas artísticas impregnados en los bolsos, y los centros comerciales como un punto de venta.

Se define acoplar sugerencias del perfil del usuario respecto al diseño de los bolsos, de esta manera el impacto que se establece justamente por medio del diseño, tendrá acogida, con el fin de cubrir la necesidad de un bolso autentico, original, capaz de transmitir elegancia, confortabilidad, identidad, elegancia. Cubriendo de esta manera la necesidad del mercado actual, en donde se observa bolsos con cortes simples y escasez de diseño.

El origami como una técnica de deconstrucción permite tener un campo amplio de exploración en el cual se indaga en las modalidades y dobleces que se pueden aplicar en materiales como el cuero, tela, o en otros textiles que retengan el pliegue y el diseño al que va enfocado.

## **7.2. Recomendaciones**

El público objetivo al que va dirigido, son mujeres entre los 25 a 30 años de edad, quienes con respecto a los resultados de las encuestas, indican el tamaño, color, forma tanto del bolso como de los insumos. Por ende se recomienda poner de manifiesto al análisis efectuado en cada pregunta respectivamente, para que el consumidor se encuentre conforme con el producto a obtener.

Es preciso no descuidar el análisis precedente del marco referencial, como del metodológico para coordinar la relevancia que amerita el diseño junto con los antecedentes del mismo. De igual forma se recomienda la utilización del origami y sus modalidades dentro de la línea de accesorios con la finalidad de la obtención de diseños exclusivos, dado que tiene un campo amplio por explorar debido a la combinación de los pliegues, que ayudan a proyectar la combinación de formas y estilo.

En concordancia con lo anteriormente mencionado, se sugiere la difusión de los distintos métodos que posee el origami como parte de la deconstrucción. Con la finalidad de implementar y darle un toque distintivo a cada uno de los diseños de cada estudiante dentro del área a desenvolverse. Así mismo, por otra parte de ayudar a concientizar a los estudiantes en cuanto a la identidad que posee el país, con la finalidad de no descuidar aspectos culturales que nos identifican.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arona, B. (2017). *La indumentaria como segunda piel* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Argentina.
- Ayala, J. (2010). Criterios para una filosofía aplicada a la circunstancia, las vertientes de un mismo problema. En J. Ayala, *Tres caras de la identidad, criterios para una filosofía aplicada* (págs. 121-146). Sinaloa: Plaza y Valdés.
- Borges, R. (2013, junio). La deconstrucción en Jacques Derrida: Qué es y qué no es como estrategia. *Universitas Philosophica*. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/10788>
- Buitrón, G. (2008). Oswaldo Guayasamín. En Echevarría, *Creación y Producción en Diseño y Comunicación* (págs. 19-23). Buenos Aires: Kurz.
- Burbridge, V. (2014, enero). Roberto Capucci, escultor del alta costura. *Revista de las Artes*. Recuperado de [http://www.revistadeartes.com.ar/revistadeartes-42/disenio\\_roberto-capucci.html](http://www.revistadeartes.com.ar/revistadeartes-42/disenio_roberto-capucci.html)
- Campos, E., & Garrón, M. (2013). *Reparación de artículos de marroquinería*. Andalucía- España: IC
- Cappello, H., & Recio, M. (2011). *La identidad nacional: sus fuentes plurales de construcción*. México: Plaza y Valdés.
- Castells, M. (2010). Globalización e Identidad. *Publicación Semestral Cuadernos del Mediterráneo*, 254-262.
- Chaves, S. (2011). El cuero como soporte alternativo para realizar planchas de huecograbado. *El artista: revista de investigaciones en música y artes plásticas*, 48-68.
- Cordobes, I. (2011). *Diseño de bolsos basado en el concepto "Hágalo usted mismo"* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Pereira, Risaralda, Colombia.
- Di Rico, N. (2001). *Bolsos y Carteras*. Buenos Aires: Nobuko.
- Durán, D. (2013). *Personalizaciones en prendas de vestir*. Andalucía- España: IC.
- Elyeche, A. (2015). *La identidad viste a la moda, la interacción presente entre el diseño de autor y las tendencias de moda* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Argentina.

- Fadul, M. (2012). *Destrucción- Deconstrucción en el Diseño* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Galindo, M. (2014, 4 de noviembre). Issey Miyake y la Moda: el inicio del futuro. *Revista Cultural ECOSDEASIA*. Recuperado de <http://revistacultural.ecosdeasia.com/issey-miyake-y-la-moda-el-incio-del-futuro/>
- Giménez, G. (2016). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: ITESO.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). Encuesta Basada en registros administrativos para el análisis de la creación y destrucción de plazas de trabajo. *Revista de Estadísticas y Metodologías*, 45-59.
- Inexmoda. (2018). *Informe de tendencias*. Recuperado de <https://www.inexmoda.org.co/informe-de-tendencias-fashion-snoops/>
- Lafayette. (2018). *Informe de tendencias 2018-2019*. Recuperado de <https://www.lafayettefashion.com.co/descarga-informe-de-tendencias/>
- Latorre, A. (2012). *Control de calidad en la industria del cuero* (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- Lau, J. (2013). *Diseño de Accesorios*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Martínez, R. (2015, 31 de octubre). Un país innovador es un país competitivo. *Revista Mprende*. Recuperado de <http://mprende.co/innovación/un-país-innovador-es-un-país-competitivo>
- McCann, M. (2013). Cuero, Piel y Calzado. *Enciclopedia de Salud y seguridad en el trabajo* [versión electrónica]. Enciclopedia de Salud y seguridad en el trabajo, <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/88.pdf>
- Medina, V. (2003). *Forma y composición en la arquitectura deconstructivista* (Tesis doctoral). Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, España.
- Merlo, A. (2016). *Marroquinería para viajes adaptada a la tecnología actual* (Tesis de pregrado). Universidad Empresarial Siglo 21, Córdoba, Argentina.
- Moreta, M. (27 de octubre del 2017). Esta industria da seis usos al cuero. *Los Líderes*. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-seis-usos-cuero-promepell.html>



- Naranjo, G., Medina, A., & Herrera, L. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato: Maxtudio.
- Peretti, C., & Vidarte, P. (1998). *Jacques Derrida (1930)*. Madrid: EDICLÁS.
- Pérez, F. (2017). Estrategias de marketing en pequeños negocios o microempresas. En F. Pérez, *Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa* (págs. 15-55). Madrid: CEP S.L.
- Pérez, I. (2012). Identidad nacional y sentidos de los jóvenes sobre su nación. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 871-882.
- Piraquive, A. (2014). *La nueva arquitectura del vestido, la influencia del deconstructivismo en el diseño de la indumentaria* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Argentina.
- Ramírez, F. (2016). Su influencia en las artes. En F. Ramírez, *Arboles Patrimoniales de Quito, Entorno Inmediato y su Influencia* (págs. 60-69). Quito: Centro de Publicaciones.
- Rodríguez, J. (2010). Colección de Juegos: Papiroflexia. *Museo del juego*. Recuperado de <http://museodeljuego.org/bibliopediapublicaciones/juegos-de-todo-el-mundo/papiroflexia/>
- Rodríguez, A. (2013). *Fundamentos de la mercadotecnia*. México: Patria
- Royo, J. (2002). *Matemáticas y Papiroflexia*. Urria: SIGMA.
- Saá, M. (2016). *La empresa Unipersonal de responsabilidad limitada en el derecho societario del Ecuador* (Tesis de pregrado). Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.
- Sánchez, A. (2016, septiembre). La identidad a través de la moda. *Revista Humanidades*. Recuperado de <http://www.revistadehumanidades.com/articulos/124-la-identidad-a-traves-de-la-moda>
- Soria, M. (2016). Política de Distribución. En M. Soria, *Plan de Marketing Empresarial* (págs. 107-137). Madrid: CEP S.L.
- Traverso, M. (1996). *La identidad nacional en Ecuador, Un acercamiento psicosocial a la construcción nacional*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Trebbi, J. (2012). El pliegue y sus facetas. En J. Trebbi, *El arte del plegado: formas creativas en diseño y arquitectura* (págs. 6-20). China: Promopress.

Vallejos, L. (18 de Marzo de 2013). *Manual Básico para Marroquinería*. En Universidad de Palermo. Recuperado de

[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/14795\\_50022.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/14795_50022.pdf)

Vásquez, A. (2016). Derrida: Deconstrucción, Différance y Diseminación. Una historia de Parásitos, Huellas y Espectros. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Recuperado de

<https://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/viewFile/53302/48914>

Villanueva, J., & Toro, J. (2017). *Marketing Estratégico*. Pampiona: MSL Media.