



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciada en
Procesos y Diseño de Modas

**“Diseño de accesorios multifuncionales a partir de cuero producido
por industrias locales basados en procesos de moda circular”**

Autora: Carvajal Solis Abigail Elizabeth

Tutor: Mg. López Barrionuevo, Nancy Margarita

Ambato – Ecuador
Marzo, 2023

CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD

De conformidad con el REGLAMENTO PARA OBTENER EL TÍTULO TERMINAL DE TERCER NIVEL, DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

A petición de la parte interesada, la suscrita **Nancy Margarita López Barrionuevo**, con C.I. 1801417286 **CERTIFICA:**

Que la señorita **Carvajal Solis Abigail Elizabeth**, portadora de la Cédula de Ciudadanía 1804571527 de la Carrera: Diseño de Modas, Ciclo Académico: octubre 2022-marzo 2023., de la Facultad de Diseño y Arquitectura, de la Universidad Técnica de Ambato, ha concluido exitosamente su Trabajo de Titulación, Modalidad: Proyecto Integrador sobre el Tema " **DISEÑO DE ACCESORIOS MULTIFUNCIONALES A PARTIR DE CUERO PRODUCIDO POR INDUSTRIAS LOCALES BASADOS EN PROCESOS DE MODA CIRCULAR**", previa la obtención del Título de: Licenciada en Procesos y Diseño de Modas, por lo que, en calidad de Tutora del Trabajo de Graduación **CERTIFICO** de la autenticidad del mencionado trabajo, de haberle orientado durante todo el proceso; y, del cumplimiento del 100% del trabajo de titulación. Ambato, enero 31 de 2023 .

LO CERTIFICO,



.....
Ing. Mg. Nancy Margarita López Barrionuevo
C.I. 1801417286
TUTORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador **“Diseño de accesorios multifuncionales a partir de cuero producido por industrias locales basados en procesos de moda circular”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, comoautora de éste trabajo de grado.

Ambato, Marzo, 2023

LA AUTORA

.....
Abigail Elizabeth Carvajal Solís

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, Marzo, 2023

LA AUTORA

.....
Abigail Elizabeth Carvajal Solís

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema **“Diseño de accesorios multifuncionales a partir de cuero producido por industrias locales basados en procesos de moda circular”**, de Abigail Elizabeth Carvajal Solís, 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, Marzo, 2023

Para constancia firman

Mg. Sandra Solís

PRESIDENTE

Mg. Diego Betancourt

MIEMBRO CALIFICADOR

Mg. Ricardo Morales

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

*Para mi amada hija Sofia,
gracias por ser parte de los
momentos de más sacrificio en
nuestras vidas, por ser mi
familia y la luz que impulsa
cada día mi vida.*

Abigail Elizabeth Carvajal Solis

AGRADECIMIENTO

A mis padres quienes son los mejores guías de vida, a mis hermanos por ser compañeros de sueños y esperanzas.

A las personas que fueron parte de mi proceso académico y me ayudaron con la crianza de mi hija Sofia.

A los amigos que me dejo la academia y a los maestros que me guiaron en mi proceso educativo. A mí misma por haber llegado a la meta.

“Gracias a todos los que creen en mí”

Abigail Elizabeth Carvajal Solis

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---------------------------------------|----|
| PORTADA..... | IV |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR..... | 1 |
| AUTORÍA DEL TRABAJO..... | 2 |
| DERECHOS DE AUTOR | 3 |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO..... | 4 |
| DEDICATORIA | 5 |
| AGRADECIMIENTO | 6 |
| ÍNDICE GENERAL..... | 7 |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | 11 |
| ÍNDICE DE IMÁGENES | 12 |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | 13 |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | 16 |
| ABSTRACT | 16 |
| INTRODUCCIÓN..... | 17 |

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

| | |
|-------------------------------------|----|
| 1.1 Nombre del proyecto..... | 20 |
| 1.2 Antecedentes | 20 |
| 1.3 Justificación..... | 23 |
| 1.4 Planteamiento del problema..... | 24 |
| 1.5 Objetivos | 24 |
| 1.5.1 Objetivo general | 24 |
| 1.5.2 Objetivos específicos..... | 24 |

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

| | |
|--------------------------------------|----|
| 2.1 Marco Conceptual | 25 |
| 2.1.1 Diseño | 25 |
| 2.1.2 Eco Diseño | 26 |
| 2.1.2.1 Tendencias Sostenibles | 26 |
| 2.1.3 Diseño Multifuncional..... | 27 |
| 2.1.4 Diseño de Accesorios | 28 |

| | |
|--|----|
| 2.1.5 Tipos de Accesorios | 29 |
| 2.1.6 Tipos de Bolsos | 30 |
| 2.1.7 Producción de bolsos..... | 32 |
| 2.1.8 Industria Curtiembre | 35 |
| 2.1.8.1 Proceso de producción de la curtiduría | 35 |
| 2.1.9 Tipos de Cuero | 43 |
| 2.1.10 Moda en Cuero | 44 |
| 2.1.11 Moda Circular | 45 |
| 2.2 Marcas Referentes..... | 47 |
| 2.3 Visionario..... | 51 |

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

| | |
|--|----|
| 3.1 Análisis externo..... | 53 |
| 3.1.1 Análisis PESTAL | 53 |
| 3.1.1.1 Entorno político..... | 53 |
| 3.1.1.2 Entorno económico | 54 |
| 3.1.1.3 Entorno social/cultural | 55 |
| 3.1.1.4 Entorno tecnológico | 56 |
| 3.1.1.5 Entorno ambiental | 57 |
| 3.1.1.6 Entorno legal | 58 |
| 3.1.2 Tendencias de consumo..... | 59 |
| 3.1.3 Segmentación del mercado potencial..... | 61 |
| 3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia..... | 62 |
| 3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial | 63 |
| 3.1.5 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)..... | 64 |
| 3.2 Análisis interno..... | 67 |
| 3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles..... | 67 |
| 3.2.1.1 Recursos Económicos | 67 |
| 3.2.1.2 Recursos Humanos..... | 67 |
| 3.2.1.3 Recursos Tecnológicos | 67 |
| 3.2.1.4 Análisis FODA | 68 |
| 3.2.2 Análisis Cadena de valor..... | 68 |
| 3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo | 68 |
| 3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima..... | 69 |
| 3.2.2.3 Eslabón de producción | 69 |
| 3.2.2.4 Eslabón de comercialización | 70 |

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

| | |
|---|----|
| 4.1 Estudio de público objetivo..... | 71 |
| 4.1.1 Modelo de encuesta y/ entrevista | 72 |
| 4.2 Selección de la muestra..... | 76 |
| 4.3 Técnicas de estudio | 78 |
| 4.3.1 Cualitativas | 78 |
| 4.3.2 Cuantitativas | 78 |
| 4.4 Elaboración e interpretación de los datos | 78 |
| Encuesta | 78 |
| Entrevista | 88 |

CAPÍTULO V

TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

| | |
|--|-----|
| 5.1 Cronograma de producción..... | 98 |
| 5.2 Control de calidad | 101 |
| 5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto..... | 102 |
| 5.4 Requerimientos de mano de obra | 103 |
| 5.5 Seguridad industrial y medio ambiente | 104 |

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

| | |
|--|-----|
| 6.1 Descripción del producto o servicio..... | 106 |
| 6.1.1 Brain storming (lluvia de ideas)..... | 107 |
| 6.2 Perfil del cliente) | 108 |
| 6.2.1 Moodboard del perfil del cliente) | 108 |
| 6.3 Identidad de marca | 109 |
| 6.4 Uso de la marca..... | 113 |
| 6.5 Análisis de color de la propuesta | 116 |
| 6.5.1 Paleta de color de la propuesta | 117 |
| 6.6 Tendencia: macro y/o micro tendencia | 118 |
| 6.6.1 Macrotendencia | 118 |
| 6.6.2 Tendencia | 120 |
| 6.7 Concepto de la propuesta | 120 |
| 6.8 Elementos del diseño..... | 121 |
| 6.8.1 Función..... | 122 |

| | |
|--|--------------------------------------|
| 6.8.2 Detalles..... | 122 |
| 6.8.3 Estilo | 123 |
| 6.8.4 Estampados, bordados y acabados, terminados..... | 123 |
| 6.9 Materiales e insumos..... | 124 |
| 6.10 Bocetos e Ilustración | 125 |
| 6.11 Fichas Tecnicas | 134 |
| 6.12 Photobook..... | 166 |
| 6.13 Costos de producción..... | 176 |
| 6.13.1 Costos fijos | 176 |
| 6.13.2 Costos variables..... | 176 |
| 6.13.3 Fichas de costos..... | 178 |
| | |
| CONCLUSIONES | 186 |
| RECOMENDACIONES | 187 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 188 |
| ANEXOS | ¡Error! Marcador no definido. |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 Análisis Competitivo. Benchmarking | 64 |
| Tabla 2 Análisis Interno del Proyecto | 68 |
| Tabla 3 Materia Prima | 69 |
| Tabla 4 Cronograma de actividades primer semestre | 98 |
| Tabla 5 Cronograma de actividades segundo semestre | 99 |
| Tabla 6 Actividades vs. tiempo..... | 100 |
| Tabla 7 Control de calidad..... | 101 |
| Tabla 8 Distribución de áreas | 102 |
| Tabla 9 Requerimientos de mano de obra..... | 103 |
| Tabla 10 Ámbitos del diseño | 121 |
| Tabla 11 Materiales e insumos..... | 124 |
| Tabla 12 Costos Fijos | 176 |
| Tabla 13 Costos Variables Costos Fijos..... | 176 |
| Tabla 14 Costos Totales..... | 177 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

| | | |
|-----------|---|----|
| Imágen 1 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua Salado | 36 |
| Imágen 2 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua | 36 |
| Imágen 3 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-División de Pieles en Bandas... | 36 |
| Imágen 4 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Extracción de Carnaza | 37 |
| Imágen 5 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Curtido al Cromo | 38 |
| Imágen 6 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Wet Blue..... | 38 |
| Imágen 7 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Clasificación de Pieles | 39 |
| Imágen 8 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Medición de Área | 39 |
| Imágen 9 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Control de Calidad..... | 40 |
| Imágen 10 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Teñido..... | 40 |
| Imágen 11 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Secado Aéreo..... | 41 |
| Imágen 12 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Ablandado | 41 |
| Imágen 13 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Prensado | 42 |
| Imágen 14 | Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Clasificación Tipo de Cuero .. | 42 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1 Proceso productivo de bolsos | 32 |
| Figura 2 Proceso de producción de bolsos basado en Brow Paper Canvas..... | 34 |
| Figura 3 Modelo circular..... | 46 |
| Figura 4 MAXI OVAL BAG FRESIA ROSA..... | 48 |
| Figura 5 PALMA IRACA..... | 49 |
| Figura 6 ANKU BACKPACK..... | 50 |
| Figura 7 Warmi - Studio..... | 51 |
| Figura 8 Laptop Sleeve Paula..... | 52 |
| Figura 9 Pregunta 1 | 79 |
| Figura 10 Pregunta 2 | 79 |
| Figura 11 Pregunta 3 | 80 |
| Figura 12 Pregunta 4 | 81 |
| Figura 13 Pregunta 5 | 82 |
| Figura 14 Pregunta 6 | 83 |
| Figura 15 Pregunta 7 | 84 |
| Figura 16 Pregunta 8 | 85 |
| Figura 17 Pregunta 9 | 86 |
| Figura 18 Pregunta 10 | 87 |
| Figura 19 Plano del Taller | 103 |
| Figura 20 Lluvia de Ideas | 107 |
| Figura 21 Moodboard del perfil del cliente..... | 108 |
| Figura 22 Manual de Marca | 109 |
| Figura 23 Tipografía de marca..... | 111 |
| Figura 24 Color de Marca | 112 |
| Figura 25 Usos no permitidos..... | 113 |
| Figura 26 Etiquetas..... | 114 |
| Figura 27 Empaque..... | 115 |
| Figura 28 Papelería..... | 116 |
| Figura 29 Paleta de colores | 117 |
| Figura 30 Moodboard macro tendencia | 119 |
| Figura 31 Moodboard tendencia..... | 120 |
| Figura 32 Estilo minimalista | 123 |

| | |
|---|-----|
| Figura 33 Boceto-1..... | 125 |
| Figura 34 Boceto 2..... | 126 |
| Figura 35 Boceto 3..... | 127 |
| Figura 36 Boceto 4..... | 128 |
| Figura 37 Boceto 5..... | 129 |
| Figura 38 Boceto 6..... | 130 |
| Figura 39 Boceto 7..... | 131 |
| Figura 40 Boceto 8..... | 132 |
| Figura 41 Ilustración final..... | 133 |
| Figura 42 Ficha de diseño MARSAS..... | 134 |
| Figura 43 Ficha de diseño SIA..... | 135 |
| Figura 44 Ficha de diseño LOLA..... | 136 |
| Figura 45 Ficha de diseño NINA..... | 137 |
| Figura 46 Ficha de diseño DINA..... | 138 |
| Figura 47 Ficha de diseño KELA..... | 139 |
| Figura 48 Ficha de diseño JES..... | 140 |
| Figura 49 Ficha de diseño DEMA..... | 141 |
| Figura 50 Ficha de patronaje y despiece MARSAS..... | 142 |
| Figura 51 Ficha de patronaje y despiece SIA..... | 143 |
| Figura 52 Ficha de patronaje y despiece LOLA..... | 144 |
| Figura 53 Ficha de patronaje y despiece NINA..... | 145 |
| Figura 54 Ficha de patronaje y despiece DINA..... | 146 |
| Figura 55 Ficha de patronaje y despiece KELA..... | 147 |
| Figura 56 Ficha de patronaje y despiece JES..... | 148 |
| Figura 57 Ficha de patronaje y despiece DEMA..... | 149 |
| Figura 58 Ficha de materiales e insumos MARSAS..... | 150 |
| Figura 59 Ficha de materiales e insumos SIA..... | 151 |
| Figura 60 Ficha de materiales e insumos LOLA..... | 152 |
| Figura 61 Ficha de materiales e insumos NINA..... | 153 |
| Figura 62 Ficha de materiales e insumos DINA..... | 154 |
| Figura 63 Ficha de materiales e insumos KELA..... | 155 |
| Figura 64 Ficha de materiales e insumos JES..... | 156 |
| Figura 65 Ficha de materiales e insumos DEMA..... | 157 |
| Figura 66 Ficha de ruta operacional MARSAS..... | 158 |
| Figura 67 Ficha de ruta operacional SIA..... | 159 |
| Figura 68 Ficha de ruta operacional LOLA..... | 160 |

| | |
|---|-----|
| Figura 69 Ficha de ruta operacional NINA..... | 161 |
| Figura 70 Ficha de ruta operacional DINA..... | 162 |
| Figura 71 Ficha de ruta operacional KELA..... | 163 |
| Figura 72 Ficha de ruta operacional JES..... | 164 |
| Figura 73 Ficha de ruta operacional DEMA..... | 165 |
| Figura 74 Imagen Modelo Marsa-1..... | 167 |
| Figura 75 Imagen Modelo Marsa-2..... | 168 |
| Figura 76 Imagen Modelo SIA-1..... | 169 |
| Figura 77 Imagen Modelo SIA-2..... | 170 |
| Figura 78 Imagen Modelo LOLA-1..... | 171 |
| Figura 79 Imagen Modelo LOLA-2..... | 172 |
| Figura 80 Imagen Modelo NINA-1..... | 173 |
| Figura 81 Imagen Modelo NINA-2..... | 174 |
| Figura 82 Imagen Colección Espiritual..... | 175 |
| Figura 83 Ficha de costos MARSAS..... | 178 |
| Figura 84 Ficha de costos SIA..... | 179 |
| Figura 85 Ficha de costos LOLA..... | 180 |
| Figura 86 Ficha de costos NINA..... | 180 |
| Figura 87 Ficha de costos DINA..... | 182 |
| Figura 88 Ficha de costos KELA..... | 183 |
| Figura 89 Ficha de costos JES..... | 184 |
| Figura 90 Ficha de costos DEMA..... | 185 |

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto se basa en la elaboración de una serie de complementos marroquineros a partir de piel de vacuno, producidos en la industria local con procesos sostenibles y de economía circular, con el objetivo de elaborar productos con conciencia ecológica desde el inicio del proceso productivo. El proyecto también se enfoca en destacar cada uno de los procesos productivos los mismos que estén alineados hacia la sostenibilidad. A través de la recopilación de información durante la fase de encuesta, se establecieron datos clave para el desarrollo del proyecto, como la relevancia de las industrias de producción de cuero a nivel local. Por otro lado, se realiza una encuesta entre el público objetivo para obtener estadísticas sobre sus preferencias. Al mismo tiempo, se entrevistó a varios empresarios y así se logró conocer sus métodos productivos aplicados a procesos de moda circular. Como resultado, se fabricaron cuatro prototipos a partir de información identificada sobre las características y tendencias del usuario, los cuales se ajustaron a los requerimientos del entorno. Finalmente, para acompañar la colección, se ha elaborado un Photobook con propuestas y una serie de fichas técnicas, en las que es posible observar en detalle cada aspecto de cada pieza.

PALABRAS CLAVES: MODA CIRCULAR, ACCESORIOS DE MARROQUINERIA, CUERO, MULTIFUNCION, PRODUCCION LOCAL.

ABSTRACT

The project is based on the elaboration of a series of leather accessories from cowhide, produced in the local industry with sustainable processes and circular economy, with the aim of producing products with ecological awareness from the beginning of the production process. The project also focuses on highlighting each of the production processes, which are at one towards sustainability. Through the collection of information during the survey phase, key data for the development of the project were established, such as the relevance of the leather production industries at the local level. On the other hand, a survey is carried out among the target audience to obtain statistics about their preferences. At the same time, several businessmen were interviewed and thus it was possible to learn about their production methods applied to circular fashion processes. As a result, four prototypes were manufactured based on information identified on the user's characteristics and tendencies, which were adjusted to the requirements of the environment. Finally, to accompany the collection, a Photobook has been prepared with proposals and a series of technical sheets, in which it is possible to observe in detail each aspect of each piece.

KEY WORDS: CIRCULAR FASHION, LEATHER GOODS ACCESSORIES, LEATHER, MULTIFUNCTION, LOCAL PRODUCTION.

INTRODUCCIÓN

Los accesorios de cuero elaborados con cuero fabricado bajo procesos sostenibles están ganando popularidad a nivel mundial. La fabricación de cuero es una de las industrias más importantes en la provincia de Tungurahua. Existen varias industrias de producción de cuero, pero muy pocas las cuales realicen procesos sostenibles. Cabe señalar que existen grandes y medianas empresas locales que gestionan éticamente sus procesos en los que cuidan cada elemento de la naturaleza. Aprovechando de la existencia de industrias sostenibles y con procesos circulares, el objetivo es crear nuevos productos cuyas características principales sean procesos sostenibles, funcionalidad y singularidad, centrándose en el concepto de moda circular.

El primer capítulo proporciona antecedentes para ayudar a comenzar la investigación. Se mencionan datos sobre la contaminación ambiental producida por la industria de la moda y los problemas resultantes, y cómo se pueden compensar estos impactos desde la moda circular. De igual forma se refleja la justificación y los objetivos generales y específicos en los que se fundamenta la presente investigación.

El segundo capítulo expone los temas más importantes involucrados en el estudio, como la definición de diseño, ecodiseño, tendencias de desarrollo sostenible, diseño multifuncional, diseño de accesorios. También se habla del tipo de complementos y se dan a conocer los tipos y procesos de producción de bolsos, y se estudian las marcas de referencia que actualmente están realizando proyectos similares.

El tercer capítulo explora el análisis de Pest del proyecto. Asimismo, se analizan las tendencias de consumo teniendo en cuenta varios puntos importantes como el análisis del mercado, la competencia y la posible saturación del mercado. Finalmente, se analiza el entorno y competencia directa presente en el proyecto.

En el cuarto capítulo se realizó un estudio del público objetivo para conocer sus preferencias. Del mismo modo, se entrevistó a varias empresas para conocer sus procesos productivos y las prácticas de gestión. Los resultados obtenidos han contribuido en gran medida al desarrollo de la colección de accesorios marroquinos.

En el quinto capítulo se detalla el cronograma de producción, se toman en cuenta todos los equipos necesarios para la producción y todos los aspectos de seguridad, de manera que todo esto permitirá que el proyecto se lleve a cabo de la manera más ordenada posible.

En el sexto capítulo, se realizó el desarrollo de la propuesta se logra presentando una descripción del producto, detalles del perfil del cliente y un manual de la marca con las características del producto. Las tendencias se analizan y adaptan a los usuarios. Posteriormente pasamos al bocetado, prototipado, Photobook y fichaje técnico.

Para conseguir el objetivo se han seguido una serie de pasos, comenzando por un estudio detallado de todos los aspectos clave en el desarrollo de la propuesta final. Uno de los más relevantes es una combinación de análisis de usuarios y recomendaciones que comienzan con tendencias y se mueven en el medio. El resultado es una colección de accesorios que combina a la perfección con lo que se ofrecía.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto

Diseño de accesorios multifuncionales a partir de cuero producido por industrias locales basados en procesos de moda circular

1.2. Antecedentes

La contaminación medio ambiental es un problema del cual la industria de la moda es uno de los principales contaminantes, la producción de moda genera millones de desechos los cuales contaminan inmensamente nuestros ecosistemas naturales. Los datos de la UNCTAD indican que el rubro del vestido utiliza cada año 93.000 millones de metros cúbicos de agua, un volumen suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas, y que también cada año se tiran al mar medio millón de toneladas de microfibra, lo que es equiparable a 3 millones de barriles de petróleo. ONU (2020). La ONU también indica en sus análisis anuales que la industria de la moda genera mayores emisiones de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos, esto sin duda genera un cambio climático.

Larios, R (2019) menciona que:

Se extraen grandes cantidades de recursos no renovables para producir ropa que a menudo se utiliza sólo por un corto período de tiempo, después de lo cual los insumos son en gran parte perdidos en un vertedero o en una incineradora.

Así al desarrollarse la moda rápida o de corta vida útil tanto en vestimenta como en accesorios, según este autor, la moda ha generado un alto consumo en productos de moda, el consumismo excesivo ha ocasionado efectos negativos no solo a nivel ambiental sino también en ámbitos económicos y sociales.

Es así como nace el concepto de la Moda Sostenible, que puede definirse como la indumentaria que tanto en calzado, vestimenta y accesorios se fabrican, comercializan y utilizan de manera sostenible, teniendo en cuenta tanto los aspectos medioambientales como socioeconómicos. Larios, R. (2019) Por tanto al generar artículos de moda los

cuales cumplan con las necesidades de los consumidores y estos brinden un extra al adquirir un producto que sea elaborado bajo una premisa ética medio ambiental y social el cual responda a tendencias sostenibles se lograría satisfacer a las nuevas tendencias de consumo.

Según Zeas, S (2017) :

Este fenómeno ha generado a su vez, grandes volúmenes de desechos, mayor requerimiento de mano de obra y en varios casos, una producción sin medida, no se ha tomado en cuenta los daños colaterales que esto ocasiona. Nos hemos convertido en sociedades de consumo que habitamos en medio de industrias capitalistas.

Por esto se debe generar estrategias en las cuales prendas y accesorios tengan una vida útil más duradera en la cual no sean artículos desechables, se deben garantizar métodos en los cuales tanto las prendas de vestir como los accesorios de moda se fabriquen de una manera ética y sostenible.

Según Oxford Learners Dictionary Citado en Moda Circular 2021 “La sostenibilidad es la capacidad de prolongar en uso a lo largo del tiempo, y el empleo de productos y energías verdes de un modo que no perjudica al medio ambiente” . Es decir al crear artículos de moda los cuales sean sostenibles se busca que los mismo sean durables, reparables y sean productos los cuales tengan un diseño atemporal. Como objetivo final un accesorio de moda circular busca ser reutilizable, reciclable los cuales tengan un valor sostenible que vaya de mano con el medioambiente.

Se debe generar innovación al crear nuevos productos y así identificar nuevas ideas nuevas para estas ser tangibles a través de productos o servicios, se ha encontrado varias soluciones de manera eficiente inspirados en los procesos que la naturaleza realiza y resolver necesidades de manera sostenible y eficiente. La biomimesis se centra en diseñar soluciones a diversos problemas a partir se estrategias realizadas por la naturaleza.

Según Cervera, A (2020) :

La naturaleza ha demostrado su capacidad de solucionar un sinnúmero de problemas, creando soluciones innovadoras, eficaces, con un uso eficiente de los recursos y con la habilidad de adaptarse continuamente. (con una elevada capacidad de adaptación al medio, de autoorganizarse, de aprender, autosolucionar, reconocer posibilidades...etc.

En la naturaleza se encuentran insumos naturales de procedencia animal con los cuales se pone en práctica la biomiméesis natural, a la vez estos tienen una larga vida útil como lo es el cuero, con el mismo podemos contribuir a la elaboración de productos los cuales vayan de la mano con la cadena de valor circular.

Al desarrollar un producto en cuero se piensa en la durabilidad de este insumo proveniente de la naturaleza el cual retrasa el remplazo constante de los artículos y a la vez facilita su reparación.

Salcedo, E (2014) menciona que:

Para alcanzar estos dos objetivos es clave seleccionar materiales de calidad y apostar por una fabricación duradera. Estas dos acciones influirán en la durabilidad física y visual de la prenda, la cual hipotéticamente implicaría una menor necesidad de nuevas adquisiciones.

“El desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones” (Wackemagel et al. 1996, pag 9).

Por lo cual el diseñador de moda debe reflexionar y tomar en cuenta que la moda va más allá de la creación de prendas de vestir o accesorios con una cadena de producción lineal, se debe analizar la huella ecológica que genera la producción de el mismo y así estos deben ser creados tomando en cuenta aspectos medioambientales y éticos. Se debe establecer estrategias con las cuales las prendas y accesorios tengan una larga vida útil y que a la vez sigan un proceso de producción en cadena circular y así se reduzcan el impacto medioambiental.

1.3. Justificación

El presente proyecto integrador es importante porque busca impulsar el desarrollo de la producción local de accesorios en cuero obtenido a base de procesos eco amigables los cuales reducen la huella ecológica en los procesos, tomando en cuenta a la moda circular como base de desarrollo. Se busca incentivar a los consumidores a adquirir productos en la industria locales. Cabe recalcar que la industria marroquinera de la provincia de Tungurahua desarrolla sus productos en cuero natural, materias sintéticas y material textil.

La industria del cuero en la región Sierra desde hace siete décadas es un sector industrial muy importante en especial en la provincia de Tungurahua. Esta actividad es considerada una de las más contaminantes debido a sus procesos, por lo mismo la industria a lo largo de los años ha buscado reducir su impacto ambiental a través de avances tecnológicos y así lograr una mejora continua de los cueros. Actualmente muchas industrias locales realizan el tratamiento a sus pieles con minerales los cuales causen menos impactos medioambientales, a la vez estos procesos van de la mano con normativas ambientales vigentes. La ASOCAT destaca que las empresas de curtiembres que forman parte de esta realizan la curtición con Cr.3 el mismo que no es contaminante y no llega a niveles tóxicos. Además, la misma indica que es responsable de devolver a la naturaleza agua en iguales o mejores condiciones.

Tomando en cuenta los aspectos anteriormente mencionados se pretende crear productos los cuales en cada uno de sus procesos disminuyan el impacto medio ambiental o huella de carbono además se procederá a diseñar y construir una colección de accesorios multifuncionales para mujeres neotradicionales de 18 años en adelante, residentes en la ciudad de Ambato la cuales tengan un pensamiento ecológico. Este proyecto se enfoca en la creación de accesorios atemporales los cuales sean productos artesanales con una construcción y diseño de calidad los mismos que sean productos que por su calidad trasciendan en el tiempo.

La realización de este producto es factible debido a que se cuenta con los recursos económicos y técnicos, además que a nivel local se cuenta con la materia prima para la realización de este.

Por medio de este proyecto se dará a conocer los procesos sostenibles de las pequeñas y grandes industrias locales del cuero, logrando así que mas personas valoren los beneficios de esta materia prima.

1.4 Planteamiento del problema

¿Qué métodos se debe incorporar en el diseño de accesorios , para que los mismos se enfoquen en la moda circular ?

Ideas a defender:

A través de una colección de accesorios marroquineros los cuales serán elaborados en cuero vacuno, el mismo que debe ser elaborado bajo procesos sostenibles para lo cual se determinara a las curtidurías locales que cumplan con estos procesos y promover el consumo de productos elaborados bajo procesos de circularidad.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar accesorios multifuncionales a partir de cuero producido por industrias locales basados en procesos de moda circular

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar curtidurías locales con procesos de huella verde.
- Seleccionar cueros aptos para el desarrollo de accesorios multifuncionales.
- Desarrollar una colección de accesorios multifuncionales en cuero, aplicando métodos de eco- diseño.

CAPÍTULO II

2.1 Marco Conceptual

2.1.1. Diseño

Al diseño se lo puede definir como un proceso previo a la obtención de conceptos y soluciones los cuales generalmente son un resultado a una aplicación pensada de ciertas técnicas en la búsqueda de la solución a un problema perteneciente a cualquier campo. El proceso del diseño consta de tres fases como son la definición del problema, la generación de varias ideas y la modificación final.

Munari menciona que en diseño está mal diseñar metódicamente, pensar artísticamente, buscar inmediatamente ideas que nos lleven a resolver problemas sin hacer una investigación previa para documentar lo que queremos hacer en esa área. hacer que; no se sabe qué material se utilizó para construir el objeto de diseño, ni se indica su función exacta.

Creatividad no quiere decir improvisación sin método: de esta forma solo se genera confusión y los jóvenes se hacen ilusiones de ser artistas libres e independientes. La serie de operaciones del método proyectual obedece a valores objetivos que se convierten en instrumentos operativos en manos de proyectistas creativos. Munari (2004)

No hay una forma definida de diseñar, puede cambiar durante el proceso y se pueden establecer algunas técnicas para mejorar el proceso. Por lo tanto, todo depende de la creatividad e individualidad del diseñador para descubrir y aplicar nuevos desafíos y seguir mejorándolos. Los métodos establecidos no previenen ni restringen, insta a descubrir cosas nuevas. Esto ayuda más al proceso creativo y da mejores resultados.

Resolver los problemas que plantea el diseño a través de la creatividad es una tarea fundamental del diseñador. Los diseñadores no solo enfrentan desafíos técnicos y de productividad, sino que también brindan respuestas coherentes a situaciones encontradas en las relaciones humano-objeto. Bono menciona que; La manera más sencilla de hacer algo explica que la creatividad sirve para todo inventar diseñar nuevos productos crear oportunidades reaccionar ante los cambios mejorar etc. Feedback today (2005)

2.1.2 Ecodiseño

Crear moda sostenible no es tarea fácil, pero las nuevas generaciones lo están demandando en la elaboración de prendas y complementos. Los consumidores jóvenes buscan formas de reducir su impacto ambiental al comprar ropa y artículos de moda. La moda ecológica, también llamada moda ecológica o moda orgánica, es una parte de la moda sostenible cuyo objetivo principal es reducir el impacto ambiental, es decir, la producción de prendas con un enfoque orgánico en la aplicación. Es aplicar o desarrollar métodos menos dañinos. Salcedo,(2014).

Cuando nos referimos a moda sostenible se puede establecer varios parámetros en los cuales la producción de artículos de moda sea llevada a cabo con menos impactos ambientales o reciclar y a la vez reutilizar los mismos.

Alison Gwilt en su libro *Moda Sostenible* (2014) menciona que:

El diseño ecológico o verde intenta evitar el impacto ambiental asociado con las prendas a lo largo de su ciclo de vida. El objetivo es evitar, reducir o eliminar el impacto que pueda contaminar, destruir o reducir los recursos naturales del planeta.

El ecodiseño o moda sostenible hoy en día debe tener en cuenta tres aspectos principales. Preocupaciones sobre las dimensiones sociales y la igualdad, preocupaciones sobre las dimensiones ambientales y la estabilidad ecológica, preocupaciones sobre las dimensiones y la viabilidad económicas. El diseño de prendas y artículos sostenibles es un compromiso que se debe honrar en cada uno de sus procesos, considerando que estos son responsables con varios actores sociales y así también definir el ciclo de vida de las prendas y artículos.

2.1.2.1 Tendencias Sostenibles

Las tendencias sostenibles surgieron en los años 70 como una protesta al consumismo de la era industrializada con el libro *Diseñar para el mundo real*, del diseñador industrial Victor Papanek. El mismo es una protesta hacia la producción en masa y hacia la responsabilidad directa de los diseñadores de modas con el daño medio ambiental los cuales solo se crean necesidades inexistentes lo cual genera una producción masificada de productos sin una necesidad real.

El diseño tiene que ser una herramienta innovadora, altamente creativa e interdisciplinaria, que responda a las verdaderas necesidades de la humanidad. Ha de estar más orientado a la investigación y es preciso que dejemos de deshonrar a la misma tierra con objetos y estructuras pobremente diseñadas. (Papanek, 2014, p. 22)

Las tendencias sostenibles surgen de una necesidad ambiental y social en la cual se busca satisfacer los requerimientos de los consumidores sin dejar de lado el bienestar medioambiental, el principal propósito es generar productos los cuales tengan correlación entre objeto, sujeto y medioambiente.

2.1.3. Diseño Multifuncional

Con el diseño multifuncional se puede desempeñar varias funciones en un solo artículo en la actualidad es necesario crear artículos los cuales tengan soluciones prácticas y versátiles sin dejar de lado la estética de estos ya que la primera impresión es la que cuenta debemos determinar los aspectos estéticos y funcionales.

Elena Salcedo en su libro *Moda ética para un futuro sostenible* (2014) menciona que:

El diseño de prendas multifuncionales o reversibles es una opción que ayuda a alargar la vida útil del producto y por lo tanto a disminuir el consumo.

El diseño multifuncional ha ido formando parte de varias áreas de diseño como es el diseño de mobiliario en donde se da a conocer que la multifuncionalidad en un artículo contribuye en el ahorro de espacios y a la vez en la reducción de procesos. La multifunción tiene como base la utilidad prefiriendo así los usuarios objetos que tengan varias funciones los cuales se puedan transformar y cambiar de forma y en efecto cambiar también su utilidad.

“El hecho de que creamos que la mayoría de las cosas solo se pueden utilizar de una manera ayuda a que queden obsoletas más rápidamente”. Así lo señala la diseñadora

Daniela Pois creadora de la colección de prendas multifunción Elementum, en esta la diseñadora da varias opciones de uso en una sola prenda a sus consumidores.

Si bien el diseño multifuncional no ha sido explorado a profundidad en la industria de la moda es importante recalcar que al desarrollar artículos de moda se puede brindar los mismos beneficios que el diseño multifuncional en el desarrollo de mobiliario en donde un artículo pueda transformarse y adaptarse a las necesidades de los usuarios sin dejar de lado su estética.

2.1.4. Diseño de Accesorios

Un accesorio, aunque se lleva sobre el cuerpo en la mano, es un objeto completamente independiente del usuario. Esta poderosa prolongación de la silueta humana se presenta bajo mil formas diversas, entre las cuales destacan cuatro categorías: los bolsos, el calzado, la joyería y la sombrerería. Lau. J, (2013) Los accesorios han formado parte de los seres humanos desde épocas lejanas, los mismos han determinado una parte esencial en la estética y la diferenciación social los accesorios son considerados elementos los cuales añaden o minimizan pues también son símbolo de identificación u ostentación los cuales dan características de diferenciación entre sus usuarios. Los accesorios como tales complementan los outfits por lo tanto debe existir un equilibrio entre lo estético y funcional de los mismos.

No solo se trata de lucir bien además los accesorios deben aportar una o varias utilidades específicas con las cuales los usuarios puedan sentirse mayormente cómodos e identificados. Basado en Mente (2010) “el hombre ha permitido que los complementos obtengan un valor; es así que, con el paso de los años los complementos han tenido su propia evolución, hasta que hoy en día, son considerados como un elemento fundamental a la hora de vestir”.

Según la utilización de los materiales para la elaboración de accesorios podemos determinar un estatus social lo cual marca una diferenciación entre las clases sociales. Sin embargo, la industrialización ha logrado a través de productos más económicos y producidos en masa lograr una igualdad entre varias clases sociales, logrando elaborar accesorios con componentes más económicos. Debido a esto y a la variedad de accesorios

todos los seres que conformamos una sociedad podemos adquirir un accesorio el cual complemente cualquier atuendo y ayude a resaltar la personalidad de una persona.

Al momento de la elección de un accesorio muchos géneros sociales se sienten afectados ya que están dirigidos específicamente a un género y en su mayor parte a un género femenino. Sin embargo, se debe considerar los cambios sociales en donde nos permitamos establecer estilos en los que no exista diferenciaciones sociales.

2.1.5. Tipos de Accesorios

Los accesorios son los objetos que complementan las prendas de vestir, en la industria de la moda existe una amplia diversidad de tipologías de accesorios cada uno cubre un rol distinto de necesidades y a la vez los mismos forman parte de la búsqueda de diferenciación como seres humanos. “Los complementos siempre han sido inseparables de la moda, con la llegada de los nuevos tiempos y costumbres, algunos complementos han desaparecido de escena. Brand, Teunissen (2009 p.11) Existen varios tipos de accesorios, los más importantes son:

Existen varios tipos de accesorios, pero los más destacados son:

- **Bolsa:** Un accesorio funcional para llevar artículos personales. En este sentido, existen muchos estilos, formas y tamaños, todos ellos seleccionados según las preferencias del usuario, las ocasiones de uso y el estilo.
- **Zapatos:** Los zapatos tienen una finalidad específica. Se utilizan a diario ya que protegen los pies de objetos que puedan causar daños o lesiones. Los zapatos tienden a reflejar la identidad de cada usuario.
- **Cinturón:** Diseñado para hombres y mujeres, este accesorio hecho de cualquier insumo textil o piel ayuda a sujetar y asegurar la prenda. Su diseño se define por el ancho y el largo, y cuando se trata de materiales, hay muchas variaciones que cumplen con los criterios de flexibilidad y resistencia.
- **Joyería:** Este tipo de accesorio tiene muchos elementos decorativos, según el tamaño y la función. La joyería tiene básicos como collares, anillos, pulseras y broches. Además, su proceso de construcción requiere paciencia, tiempo y

dedicación. La joyería se hizo originalmente con materiales que se encuentran en la naturaleza, como piedras, conchas, huesos, madera, marfil y objetos preciosos, pero a medida que evolucionaron, proliferaron los metales y las piedras preciosas, transformándolos en algo especial.

- **Bufandas y pañuelos:** Utilizados originalmente por los romanos como pañuelos para absorber el sudor, a diferencia de los que ahora se utilizan como complementos de abrigos en climas fríos. En cuanto a los pañuelos, su función es cuidar de la salud, tapando la nariz y la boca de sustancias nocivas. Ambos accesorios son utilizados por hombres y mujeres y son fáciles de usar.
- **Sombrero:** Creado como accesorio, en un comienzo se creó como un accesorio masculino, pero con el tiempo pasó a formar parte del guardarropa de damas y caballeros. Su utilización básica se basa en cubrir el rostro del sol o para complementar un atuendo en particular. Existen dos patrones básicos: el sombrero y la gorra. Su tamaño y forma se combinan con tendencias, gustos y funciones.
- **Guantes:** Inicialmente, fueron considerados un accesorio importante entre la élite y la corte. Están hechos de tela fina y delicada, lo que les permite permanecer flexibles a la mano en constante movimiento. Por lo general, se usa hoy en día en climas fríos y deportes para mejorar el agarre del atleta y la resistencia al impacto.
- **Gafas:** Están hechos para corregir la visión además de ser un artículo de moda que se utiliza para proteger nuestra visión de la luz ultravioleta. Las gafas que cambian de color se han convertido en gafas de sol que ayudan al usuario a proteger sus ojos. Su diseño en sí se basa en consideraciones de lente y montura.
- **Corbata:** Este es un accesorio masculino que se ata alrededor del cuello con un nudo. Dado que a menudo se los ve con atuendo formal, comúnmente este accesorio lo usan como complemento. Del diseño de la corbata surge un lazo que es más corto, más flexible y la forma en que se ata termina en un nudo. Lau, (2013)

2.1.6. Tipos de Bolsos

Los bolsos como tal son un accesorio funcional el cual sirve esencialmente para transportar objetos los mismos en sus inicios fueron un accesorio específicamente masculino con el paso del tiempo los bolsos han marcado una diferenciación en la cual fueron posteriormente utilizados por mujeres como muestra de riqueza. A pesar de que es un accesorio creado para cumplir una función específica, la cual es guardar objetos de uso personal y cotidiano, sus diseños también se enfocan en la parte estética, llevándolos a convertirse en auténticos transmisores de estilo (Lau, 2013).

En la actualidad los bolsos no son representativos de un solo género los bolsos en la actualidad representan diversidad y a la vez funcionalidad. Los bolsos andróginos son los más utilizados por las nuevas generaciones, las conocidas mochilas, bolsos deportivos o bolsas de cartero son las que pertenecen a este grupo.

Mochila: Este tipo de bolso tiene dos correas verticales que cuelgan entre los hombros. Esta bolsa suele tener un asa superior adicional

Satchel: Este es un bolso más usado para estilo formal. Tiene una forma muy estructurada, ideal para llevar objetos más pesados. Consta de una o dos asas cortas, lo que permite llevarlo en la mano o en el antebrazo. Tiene una tapa que se cierra con hebilla o broche.

Bolso para dispositivos tecnológicos: Este tipo de bolso gana demanda en los jóvenes consumidores debido a su practicidad. El bolso es un modular funcional. Esta bolsa le brinda la oportunidad de agregar accesorios y soluciones para almacenar artículos esenciales para viajes en la ciudad, como auriculares, teléfonos y tarjetas de transporte.

Tote: Esta es una bolsa que también sirve para llevar todo lo necesario a lo largo del día. Su estilo es similar al del shopper pero es un poco más estructurado. Son grandes, tienen forma de trapecio invertido y tienen dos asas que se usan para llevar en el antebrazo y en el hombro.

Shopper: Como su nombre indica, este bolso es como un bolso de mano. En cuanto a la estructura, su forma es más relajada y menos rígida. La mayoría de sus diseños son rectangulares, de gran tamaño y cuentan con dos asas largas para llevar al hombro.

Baguette bag: Este bolso se caracteriza por que su tamaño es pequeño, es estrecho y generalmente de forma rectangular. El mismo tiene una pequeña asa para llevarlo en el hombro o también a mano.

Crossbody: Es un tipo de bolso de hombro, el mismo está compuesto por correas de hombro ajustables. Es un bolso práctico y fácil de usar, es apreciado tanto por mujeres como por hombres. Este puede tener varios tamaños y tiene una correa larga para llevar al hombro, casual o cruzada.

Minaudière: Es un bolso más pequeño que un clutch. Son muy pequeños y dedicados a lucir en galas y eventos elegantes. Tienen una textura dura, a menudo viene en una variedad de formas y tiene detalles muy finos.

Clutch: Es una pequeña bolsa apta para llevar en la mano. Con algunas excepciones, no hay asas ni correas para llevarlo al hombro. Es un bolso que se usa para las noches y ocasiones más formales, ya que le da a quien lo lleva un aspecto elegante.

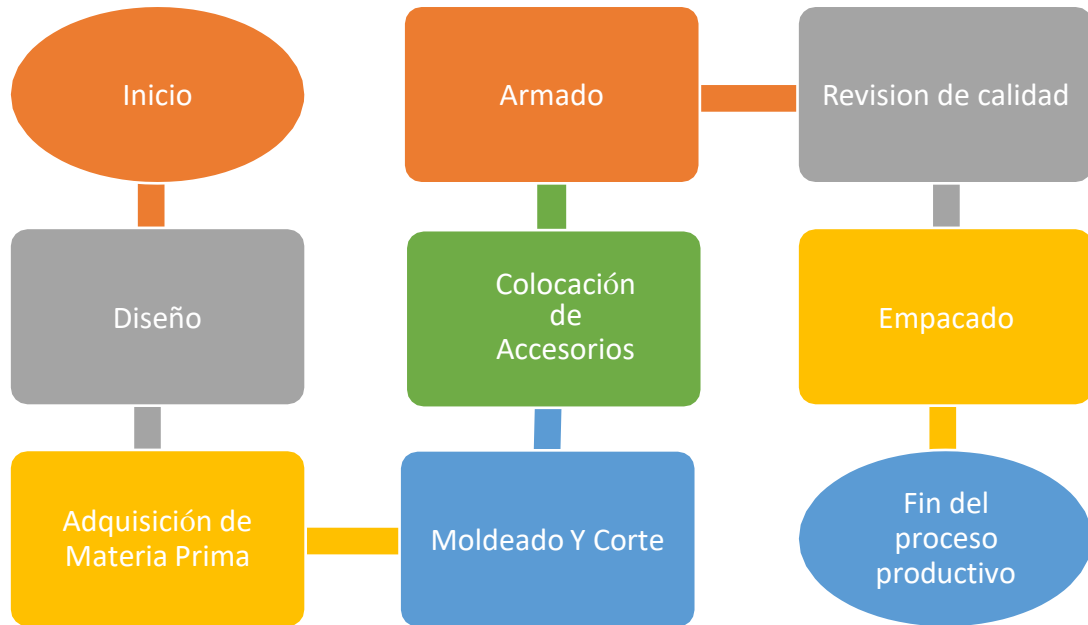
Hobo: Este tipo de bolso no es demasiado voluminoso y tiene el tamaño justo para guardar la mayoría de las cosas que necesitas para el día, manteniendo un estilo muy casual. Está diseñado para llevarlo colgado del hombro, pero tiene un asa corta para que puedas llevarlo en la mano.

2.1.7. Producción de bolsos

Es importante basar una nueva técnica de producción de bolsos la cual se adapte a los nuevos consumidores. En el proceso de desarrollo social, las personas han podido romper el estereotipo de que los bolsos son un accesorio especial para las mujeres. Las nuevas generaciones buscan productos de moda sin género. En este caso, el objetivo es conseguir un patrón multifuncional para el uso de este tipo de complementos. Tomando en cuenta el corte y el armado adecuado de los mismos, sin dejar de lado la utilización de materias primas sostenibles con el medio ambiente. Así también como el tipo de maquinaria adecuada y acabados del producto final.

Figura 1

Proceso productivo de bolsos



Fuente: Autoría Propia

1. Creación de diseños y moldería: Este proceso depende del tipo de cliente y público objetivo al que el producto este dirigido. Así como, del análisis de mercado en el cual se puede obtener información sobre los gustos y características acerca de los artículos que se pretende ofrecer.

2. Compra de materia prima e insumos: Una vez identificado el diseño de los artículos a fabricar, se identifican los tipos de materiales necesarios para su realización entre estos el tipo de cuero, forros, cierres, broches, hilos, entre otros que se requieren para fabricar satisfactoriamente los productos.

3. Moldeado y Corte: Posterior a la obtención de la materia prima necesaria e insumos se continuará con el proceso de modelado. Este proceso es un proceso importante en la fabricación del producto. Después de modelar el producto se procede a realizar el corte de las piezas, y organizar las mismas marcándolas para evitar confusiones al momento del ensamblaje de la bolsa.

4. Postura de accesorios: Algunos accesorios se adjuntan antes de comenzar a armar los accesorios , tales como cierres, broches, marca externa, bordados, etc. Así se facilita el proceso de fabricación.

5. Armado: Se empieza por conectar las piezas de tal manera que estas den forma al bolso, se une con las partes internas, los broches, correas, cierres, etc.

6. Revisión de calidad: Este proceso es continuo e importante en todas las empresas que fabrican y transforman productos, ya que este proceso permite identificar los puntos clave que se deben controlar en cada etapa del proceso de elaboración para finalmente obtener un producto con la calidad esperada. El supervisor y el operador deben intervenir en este proceso y reconocer que cada parte del proceso agrega valor al producto final.

7. Empacado: Después de pasar el control de calidad del producto final, el producto se etiqueta y empaqueta para su entrega final al cliente.






| NOMBRE PROCESO: | | BROWN PAPER CANVAS | | | | | | | |  |
|---|--------------------------------|---|-----------------------------------|------------------|--|----------|------------------------|--------------------|---------------------|--|
| ACTIVIDADES:  Que hacemos dentro de nuestro proceso? -Analizar informe -Pagar proveedores | Diseño de colección | Determinar Materiales e Insumos | Patronaje | Corte | Confección de la producción | Acabados | Selección de Packaging | Empaque | Publicidad en RRSS | |
| | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLES:  Cuales son mis compromisos y deberes dentro del proceso? - Documentar solicitudes - Controlar indicadores | Diseñador | Diseñador | Diseñador | Cortador | Operario | Operario | Diseñador Grafico | Operario | Diseñador Grafico | |
| | | | | | | | | | | |
| HERRAMIENTAS:  Que instrumentos utilizo dentro del proceso? | Computador internet Tendencias | Tiendas de insumos locales Transporte | Reglas Cartón Marcadores Estilete | Moldes Estilete | Maquinaria | Tijeras | Computador | Cartón Reciclado | Computador Internet | |
| | | | | | | | | | | |
| CONTROLES:  Que reglas debo cumplir en el proceso? | Seguimiento a clientes | Verificar que todos los materiales e insumos no tengan defectos | Verificar Medidas | Verificar Moldes | Verificar costuras Cierres, llaves ,herrajes Hilos | Limpieza | | | | |
| | | | | | | | | Alcance de visitas | | |

Figura 2. Proceso de producción de bolsos basado en Brow Paper Canvas

Fuente: Autoría Propia

2.1.8 Industria Curtiembre

El curtido es el proceso por el cual los agentes curtientes, son absorbidas por las fibrillas de la dermis, combinándose con ellas, haciéndolas insolubles e imputrescibles. Barretto, (2017). Una curtiembre es el lugar donde se procesan pieles principalmente de ganado vacuno las cuales han sido desechadas por los ganaderos a estas se las convierte en cuero, y este posteriormente será utilizado en la fabricación de calzado, marroquinería y vestimenta.

La curtición mineral como industria llego a nuestra ciudad por las décadas 60-70. El hato ganadero del país es de 4.400.000 reses en pie; de estas un 25% se faenan anualmente y un 85% del subproducto faenado (pieles) se las procesa en nuestra ciudad, transformando una materia prima en (piel) en otra (cuero) que proveemos (Cuero y residuos gelatinosos) para las industrias Calzadista, Marroquinera, Vestimentaria (Casual – Industrial). Abril,C. (2021). Por otra, parte las curtiembres han sido consideradas como contaminantes pero actualmente las industrias locales tienen procesos ecológicos en los que se ha dejado de lado la curtición con Cr 6 y actualmente se realiza la curtición con Cr 3 el mismo no es perjudicial para los seres humanos.

En la industria nacional existe una sola curtiduría (Curtiduría Tungurahua) la cual tiene la certificación internacional LWG esta certificación insta a seguir protocolos los cuales evalúan prácticas empresariales ambientales sostenibles en la industria del cuero.

2.1.8.1 Proceso de producción de la curtiduría

Salado:



Imagen N°1 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Salado

Fuente: Autoría Propia

Pelambre y Curtido:



Imagen N°2 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua- Pelambre y Curtido

Fuente: Autoría Propia

División de Pieles en Bandas:



Imagen N° 3 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-División de Pieles en Bandas

Fuente: Verónica Salinas (2014)

Extracción de Carnaza:



Imagen N° 4 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Extracción de Carnaza

Fuente: Verónica Salinas (2014)

Curtido al Cromo



Imagen N° 5 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Curtido al Cromo

Fuente: Autoría Propia

Wet Blue



Imagen N° 6 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Wet Blue

Fuente: Autoría Propia

Clasificación de Pieles



Imagen N° 7 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Clasificación de Pieles

Fuente: Verónica Salinas (2014)

Medición de área



Imagen N° 8 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Medición de Área

Fuente: Verónica Salinas (2014)

Control de Calidad



Calidad

Fuente: Verónica Salinas (2014)

Teñido



Imagen N° 10 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Teñido

Fuente: Autoría Propia

Secado Aéreo



Imagen N° 11 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Secado Aéreo

Fuente: Autoría Propia

Ablandado



Imagen N° 12 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Ablandado

Fuente: Autoría Propia

Prensado



Imagen N° 13 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Prensado

Fuente: Autoría Propia

Clasificación por tipo de Cuero



Imagen N° 14 Proceso de producción de la Curtiduría Tungurahua-Clasificación
Tipo de Cuero

Fuente: Autoría Propia

2.1.9. Tipos de Cuero

El cuero proporciona a los productos hechos por el mismo características únicas, las propiedades del cuero son incomparables y hasta el momento no existe un sustituto de este. Existe una variedad de pieles que son sometidas para el proceso de elaboración de cuero como Ganado Vacuno, Ganado Caprino, Ganado Ovino, entre otros este proyecto se enfocara en el ganado vacuno, ya que es uno de los más preferidos por su durabilidad para la producción de accesorios.

A continuación se mencionan conceptos de diferentes autores relacionados con los tipos de cuero existentes en el mercado.

Cuero de vaca o toro: El cuero obtenido de la piel de este animal es compacto, este tipo de cuero tiene como característica que es impermeable y ligeramente flexible en su parte externa este presenta finos poros dispuestos de manera regular. El cuero agamuzado se emplea también en prendas de vestir. Donnanno (2019)

El cuero vacuno curtido, generalmente tiene superficies superiores a los 32 pies cuadrados. El espesor de la flor va entre $1/8 - 1/3$ de calibre.

Cuero de cabra: Generalmente este tipo de pieles provienen de pequeñas carnicerías estos pesan desde 220 hasta 400 gramos. Este tipo de piel tiene poros dilatados y se usa generalmente para la producción de guantes, tapicería y prendas de vestir costosas, el cuero de cabra agamuzado es considerado un cuero elegante e indeformable este posee una superficie externa blanda y lisa. El espesor de la flor de esta piel varia entre $1/3 - 1/2$.

Cuero de Ovinos: Tiene una estructura porosa muy fina, y de tacto suave. Por ello, es una piel apreciada y elegante, que se usa de varias maneras en la indumentaria y artículos decorativos, la piel de oveja es muy apreciada al ser curtida con pelo, y es utilizada como forro en prendas de vestir o en artículos decorativos, la piel curtida sin pelo al ser muy fina es también muy utilizada como forro y también en plantillas de calzado de lujo. El espesor de la flor comúnmente es de $1/2$.

Cuero de Aves: Uno de los tipos de cuero más utilizados es el de avestruz, dado que se puede grabar en la superficie de cuero vacuno como de avestruz, el uso exclusivo de cuero de avestruz está únicamente destinado a productos de lujo. Barretto (2017)

2.1.10. Moda en Cuero

El cuero al ser un material versátil y resistente es una materia prima que ha logrado permanecer vigente a lo largo del tiempo los usos que se le dan al mismo son múltiples, por lo que este está siempre vigente y nunca pasa de moda. El cuero es utilizado tanto en la elaboración de objetos utilitarios y prendas de vestir. El cuero tiene versatilidad, duración y es un material predilecto por los consumidores.

Los artículos elaborados en cuero son artículos que tienen una amplia longevidad, la preferencia de los artículos en cuero es debido a que son durables y resistentes, en la moda los diseñadores incluyen en sus colecciones varias piezas en cuero las mismas que son consideradas piezas de lujo. Al elaborar y consumir artículos elaborados en cuero se genera un impacto directo en la economía, la moda y la ecología. Según la marca ecuatoriana Qiwa Cueros, actualmente el consumidor utiliza alrededor de 4 artículos elaborados en cuero a diario. La industria del cuero es una de las industrias más importantes y demandadas, con más de \$ 53,8 mil millones en ingresos anuales en todo el mundo, el 60% de los cuales proviene de la venta de artículos de cuero.

El uso de pieles se ha convertido en un tema controvertido en el mundo de la moda adquirió diferentes significados bajo la influencia de varios contextos sociales. Porque hay gente que protege la industria del cuero y producción, a la vez existen constantes acusaciones de explotación y violencia hacia animales que son utilizados en la fabricación de cuero para la posterior producción de prendas de vestir, accesorios, adornos, etc. López N. (2018)

Para carteras y bolsos, el acabado está asociado con la moda, pero la mayor ventaja de elegir el cuero como material para estos artículos es que siempre representa calidad, independientemente del aspecto elegido. diseñadores y marcas que marcan tendencia debido a su durabilidad eterna y carácter fuerte. Las propiedades protectoras del cuero no tienen competencia, lo que lo convierte en el mejor material cuando se trata de

equipaje. El cuero de mejor calidad es lo que luego se convierte en el cuero más flexible. Asensio, O (2011).

Los artículos elaborados con cuero son sinónimo de calidad, el cuero es un material que brinda inmensas ventajas, cuando diseñamos con cuero no existen límites al ser un material que puede ser trabajo en cualquier área de la moda el cuero fino es perfecto para confeccionar prendas de vestir, calzado y accesorios únicos. Las propiedades protectoras del cuero no tienen competencia, lo que lo convierte en el mejor material cuando se trata de equipaje. El cuero de mejor calidad es lo que luego se convierte en el cuero más flexible.

2.1.11. Moda Circular

La moda circular es aquella que insta a generar modelos económicos sostenibles, se basa en un proceso en donde desde su fundamento sea la circularidad a partir desde el diseño. La misma impulsa a la reducción, el reusó y el reciclaje tanto de materias primas como de procesos manufactureros. La economía circular es un paradigma que plantea la regeneración y restauración de ecosistemas a través de un cambio estratégico de producción y consumo, evitando la generación de residuos desde el diseño (Ellen Macarthur Foundation, 2013; Geissdoerfer et al., 2017).

La moda circular va mas allá de un modelo de diseño es un modelo económico que pretende reducir residuos desde el proceso del diseño a la vez mantener los productos y los materiales en uso constante los cuales trasciendan en el tiempo y no generen contaminación a corto plazo, también se busca la regeneración de los recursos naturales.

“un sistema económico, que busca la preservación de los recursos naturales y que tiene como propósito contribuir simultáneamente a disminuir el impacto ambiental del desarrollo, aumentar la eficiencia del uso de recursos y mejorar el bienestar de todas las partes interesadas” (INEN 2020, 7).

La moda circular busca que la cadena de producción deje de ser lineal y se empleen técnicas para una cadena de producción circular donde se erradique el comprar, usar y desechar. Es así como la moda circular busca generar una cultura de reciclaje y reutilización en donde los artículos de moda no sean desechados y al final de su vida útil se logre a través de procesos de restauración seguir usándolos o darles un nuevo uso.



Figura 3 Modelo circular.

Fuente: Cuaderno de ideas #13 Ecodiseño para una economía circular.

La moda circular insta a tomar acciones desde la adquisición de los suministros necesarios para la elaboración de una prenda o artículo de moda se debe identificar las nuevas posibilidades las mismas que vayan de la mano con procesos en la cadena circular, se debe diseñar con una mentalidad sostenible y darle un giro a los modelos de negocio establecidos y tomar en cuenta el ciclo de vida del producto.

La moda circular además analiza el tipo de materiales a utilizar los mismos que vayan de mano con la circularidad. Los materiales sostenibles son aquellos que procuran que un producto tenga el menor efecto medioambiental.

En el Libro *Moda sostenible*, Morales, M. (2014), define que la moda sostenible persigue dos objetivos claros:

1. Impartir información y traer conciencia sobre los criterios medio ambientales y sociales del consumidor, para que estos vayan en aumento, y para que sean las empresas que den respuesta a estas inquietudes las primeras en posicionarse con un valor positivo en la mente del consumidor.

2. Pensar con tranquilidad en el futuro de las empresas sabiendo que se tienen otras alternativas cuando empiecen a faltar recursos.

La sostenibilidad está involucrada en la industria de la moda, esta busca que en los ciclos de vida de los productos tengan un proceso ecológico comenzando con sus materias primas, hasta su desarrollo, promoción y venta. Todo esto para que los usuarios puedan satisfacer sus necesidades y marcar su identidad.

2.2 . Marcas Referentes

BUTRICH

La marca Butrich es una marca peruana que se consolidó en el año 2013 su fundadora es la diseñadora de modas Jessica Butrich, sus diseños son muy destacados a nivel mundial ya que su marca crea piezas de moda con aires retro adaptándolas a un contexto latino. La marca busca con sus artículos atemporales que sus usuarias sean mujeres arriesgadas, femeninas y sofisticadas. La marca desarrolla 8 colecciones de zapatos y accesorios al año, hechos a mano en Perú con los mejores materiales en cada una de sus colecciones busca nuevas formas, elementos y acabados de excelente calidad.

Jessica Butrich define a sus clientas como mujeres fuertes, seguras, sin miedo, femeninas pero con una feminidad fuerte, con mucha seguridad. Son mujeres que creen en si mismas y no se toma a si misma ni a la moda tan en serio. Usan la moda para expresarse y como una herramienta para divertirse. (Revista Cosas 2021)

Maxi oval bag fresia rosa



Figura 4 MAXI OVAL BAG FRESIA ROSA

Fuente: <https://butrich.com/producto/maxi-oval-bag-fresia-rosa/>

OVRA

Ovra es una marca de diseño de bolsos de la diseñadora ecuatoriana Daniela Dapelo. La marca busca transmitir en sus creaciones pasión y creatividad a través de construcciones precisas, busca excelencia y originalidad en cada una de sus creaciones se destaca por sus texturas únicas en cada colección sin dejar de lado su esencia e imaginación creando artículos llenos de glamour, modernidad y sofisticación. Esta marca desarrolla sus productos en piel de cocodrilo, lagarto y serpiente además de decorar sus bolsos con Tagua. La mayor parte de sus insumos son Italianos y elaborados con estándares internacionales en talleres ecuatorianos especializados en cuero de alta gama.

Palma Iraca



Figura 5 PALMA IRACA

Fuente: <https://www.instagram.com/p/CRPwm2HrMv2/?hl=es>

Kon – Dor

Esta marca fue creada por las ecuatorianas Carmen María Correa y Laura Carrión. La marca deja en claro que su nombre esta inspirado en el ave emblema del Ecuador el Condor por ser una ave que simboliza poder, virtudes, belleza y además misticismo. Sus productos están elaborados en cuero y están combinados con textiles originarios de artesanos Otavaleños, además la marca tiene como misión apoyar a los artesanos ecuatorianos. Kon – Dor deja en claro que en cada una de sus creaciones busca la diferenciación ya que tienen como lema la singularidad y dejan en claro que ninguna persona es igual a otra y por aquello sus bolsos también deben serlo.



Figura 6 ANKU BACKPACK

Fuente: <https://www.kon-dor.com/collections/anku-backpacks>

Atelier avanzar

ATELIER AVANZAR es una empresa social que existe en Ecuador desde 2009. Esta empresa ayuda a mujeres socialmente desfavorecidas a llevar una vida independiente y económicamente lo más independiente posible a través de la enseñanza específica de conocimientos prácticos. Las mujeres artesanas que forman parte de este proyecto se esfuerzan por hacer una vida mejor para ellas y sus familias. Este atelier busca que sus

artesanas sean activamente económicas.

Atelier avanzar crea bolsos en cuero y a mano de excelente calidad, El trabajo es coordinado y cada uno de los procesos de elaboración son seguidos por distintos coordinadores en la atelier. Así es como los mismos logran alcanzar altos estándares de calidad.



Figura 7 Warmi - Studio

Fuente: <https://en.avanzar-shop.ch/final-import/warmi-atelier>

2.3 Visionario

Theodora

Theodora fue fundada por las ecuatorianas Fernanda Marcondes y Fernanda Reyes siempre tuvieron la idea de crear un producto práctico y funcional, las creadoras de la marca reflejan sus valores personales en su concepto Fernanda Marcondes busca transmitir la organización y practicidad mientras Fernanda Reyes busca transmitir excelencia orden y tiempo. En theodora buscan llevar como su bandera el empoderamiento femenino a través de la mano de obra local, materias primas duraderas

y diseños simples y elegantes. Sus productos al ser personalizados le dan un toque extra de delicadeza y feminidad que las hace caracterizarse.

La marca Theodora tiene como concepto crear diseños simples y funcionales los cuales faciliten la vida a sus usuarios cuidando cada detalle sin dejar de lado la belleza y practicidad de sus productos.



Figura 8 Laptop Sleeve Paula

Fuente: <https://www.instagram.com/p/CgKR8Tluq7O/>

CAPITULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo

El análisis externo es importante para así conocer las tendencias y acontecimientos que puede beneficiar o perjudicar el desarrollo de un proyecto, se debe conocer las situaciones reales del mercado local así esto ayuda a generar estrategias claras para llegar a consumidores y usuarios, tomando en cuenta sus necesidades actuales y futuras.

3.1.1 Análisis PESTAL

3.1.1.1 Entorno político

Este factor es aquel que interviene el gobierno ecuatoriano en las claves políticas para la industria manufacturera. La industria manufacturera ecuatoriana debe superar altibajos económicos los cuales debido a la pandemia han sido reiterados por lo cual la industria ecuatoriana salvaguardar sus negocios a través de recursos y políticas que las instituciones gubernamentales proporcionen en beneficio de estas.

El gobierno nacional busca a través de nuevas políticas nacionales y globales busca conseguir apoyo en conjunto con la población, empresas del sector privado y de varios actores políticos para así superar los efectos causados por la crisis y así se establezcan bases económicas y políticas con las cuales exista una recuperación sostenible a largo plazo entre estas políticas globales se encuentran los ODS.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son 17. Los ODS tienen una visión integral entre el desarrollo económico, social, ambiental y cultural como un eje en conjunto para la sostenibilidad. Las ODS tienen varios objetivos uno de ellos es el Objetivo 12 el cual dice: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles y tiene entre sus metas.

12.a Ayudar a los países en desarrollo a consolidar su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles

12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de obtener un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

12.c Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas.

Varias industrias nivel nacional y local a lo largo de los años han ido formando parte de acuerdos sostenibles, y así a la vez las mismas contribuyen al medio ambiente y son beneficiarias de acuerdos nacionales e internacionales.

3.1.1.2 Entorno económico

La crisis sanitaria por la COVID – 19 desencadenó un repunte muy significativo del desempleo en el Ecuador durante y posterior a la pandemia lo cual influyó significativamente en los índices de pobreza. La crisis mostró las debilidades económicas del país, así el país se vio limitado a capitales económicos y la informalidad laboral se elevó. La misma no solo significó la pérdida del capital económico del país sino también de los recursos humanos ya que con la misma hubo muchas pérdidas humanas, cuarentenas y aislamientos obligatorios. Se han constatado más de 500 millones casos de COVID y como resultado de esto, se perdieron más de 6 millones de vidas humanas a nivel mundial. Ecuador, por su parte, ha registrado más de 800 000 casos confirmados y más de 35 000 personas fallecidas (Ritchie et al., 2020).

La emergencia sanitaria provocada por el COVID-19 ha provocado una profunda recesión económica y ha aumentado los índices de pobreza. La crisis ha acrecentado la inestabilidad macroeconómica en el país es así como se ha buscado corregir desde que se dispararon los precios del petróleo. Además, la crisis ha expuesto una serie de debilidades

estructurales, incluida la falta de amortiguadores macroeconómicos, alta informalidad, un sistema de salud poco preparado y grandes brechas en el acceso a los servicios públicos.

Los aspectos económicos negativos desencadenaron en que los consumidores ecuatorianos busquen estrategias para disminuir sus gastos y destinarlos a solamente necesidades básicas como salud y alimentación. Los gobiernos han buscado estrategias para reducir el impacto económico en la sociedad, pero estas han resultado ineficaces en el corto plazo. Económicamente, el plan tiene como objetivo mejorar las oportunidades de empleo y las condiciones de trabajo mediante el establecimiento de un marco más coherente para la inversión y la productividad, mientras continúa mejorando la sostenibilidad fiscal y la transparencia. (Bancomundial , 2021).

El gobierno ecuatoriano debe balancear su sistema económico y promover más actividades económicas y así proteger a las industrias y también a los sectores vulnerables de la sociedad, la mejor manera de promover un crecimiento económico es estableciendo apoyo a los PYMES el gobierno debe confiar en las industrias locales y crear políticas que protejan la producción nacional.

3.1.1.3 Entorno social/cultural

El Ecuador al ser un país con mucha diversidad social y cultural es un país con inmensa riqueza y valores ya establecidos. Una encuesta realizada por el INEC revelo el porcentaje de estratificación en el nivel socio económico. La encuesta reflejó que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22 ,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D. Ecuador en Cifras (2021)

El 2021 es un año en el que la reactivación de las actividades económicas formales e informales a nivel nacional han sido beneficiadas. Sin embargo, datos indican que aún existe un alto índice de pobreza en el país. Por lo tanto, el quintil D tiene un nivel económico limitado y sus gastos están limitados a artículos de primera necesidad. Sin embargo, en el quintil C+ se encuentra la población que obtiene como sueldo familiar entre 1200 a 2999 dólares por mes. En este estrato económico se encuentran médicos, técnicos, docentes y personas con niveles educativos de tercer y cuarto nivel. A la vez este estrato es el que dinamiza la economía en el país.

El INEC (2021) menciona que los hábitos de consumo del estrato social C+ son:

- El 38% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 90% de los hogares utiliza internet.
- El 77% de los hogares tiene correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 63% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 46% de los hogares ha leído leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Ecuador es un país con gran diversidad. Es por esto por lo que en el Buen Vivir el ámbito cultural tiene gran importancia, con el mismo se busca el bienestar de todos y fortalecer la identidad nacional y multicultural. A la vez se intenta fomentar un entorno amigable entre todos juntamente con el medio ambiente (Ministerio de Educación, 2021).

3.1.1.4 Entorno tecnológico

La pandemia a hecho que los seres humanos cambiemos nuestro comportamiento y seamos seres mas tecnológicos por lo cual conocemos mas acerca de nuevas tecnologías a la vez las mismas impulsan a promover cambios en la forma de hacer negocios y promover nuevas oportunidades laborales. La unión europea menciona que “La urgencia por volver a reactivar la economía, preservando la salud y minimizando los riesgos, está acelerando la creación de esos raíles digitales comunes”. La tecnología es un recurso emergente el cual nos hace cuestionarnos si como empresarios o emprendedores que tan rápido debemos ingresar a un mercado digital y a la vez generar confianza en la misma.

Para el año 2022, las empresas ecuatorianas reportan niveles similares de automatización respecto al año anterior: 43% de sus funciones automatizadas. Lo cual indica que aún existe un alto potencial de automatizar con un 34,8% de funciones aún con alto componente manual. Una buena alternativa para mejorar este panorama durante el presente año es considerar el rediseño de las operaciones mediante hiper-automatización como uno de los apalancadores para digitalizar los procesos de punta a punta. Adicionalmente la encuesta identifica que las organizaciones aún mantienen, en

promedio, un 22,2% de las funciones sin ningún grado de automatización. (Tendencias Tecnológicas, 2022).

Los cambios tecnológicos nos han llevado a encontrar soluciones y así poder generar métodos que agilicen la interacción entre clientes, proveedores y colaboradores de la industria mediante plataformas tecnológicas.

3.1.1.5 Entorno ambiental

Si bien el Ecuador al ser un país latinoamericano no es uno de los mayores causante de emisiones contaminantes al medio ambiente, sin embargo necesita tomar medidas para minimizar los efectos contaminantes ya que la reducción de los mismos es un desafío global, sin duda en este aspecto es importante la ayuda del sector privado, el crecimiento de la economía también incrementa las emisiones de gases de efecto invernadero por lo cual las industrias y las instituciones gubernamentales deben encontrar métodos en los cuales exista una producción comercial la cual no cause efectos contaminantes a corto o largo plazo.

En la constitución del año 2008 se reconoció por primera vez los derechos de la naturaleza lo cual insto a sectores públicos y privados a buscar mecanismos los cuales vayan de acuerdo con las nuevas leyes gubernamentales , con la ayuda de la academia y sectores productivos con los cuales se planteo estrategias las cuales definan proyectos a nivel nacional. Se busca cumplir con acuerdos internacionales hasta el año 2030 los cuales fueron pactados en el Acuerdo de París en el año 2015.

A través de Incentivos Ambientales el gobierno nacional busca promover en el país la implementación de procesos encaminados al uso sustentable de recursos y aplicación de Buenas Prácticas Ambientales en los sectores público, privado, productivo y de servicios, así como en la comunidad; para de esta forma sumar esfuerzos en pro del uso adecuado de recursos y disminución de la Huella Ecológica. (Ministerio del Ambiente,2020)

- Certificación Ecuatoriana Ambiental por casos de Producción Más Limpia (P+L)
- Autorización Ambiental por adquisiciones de maquinaria, equipo o tecnología (MET's) destinadas a la Producción Más Limpia

- Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental «Punto Verde» por Buenas Prácticas Ambientales (BPAs) en oficinas
- Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental «Punto Verde» a Construcciones Ecoeficientes

Además el gobierno nacional en sus ejes de trabajo toma en cuenta la huella ecológica la misma es un indicador que se encarga de medir el consumo de recursos naturales renovables, la misma mide el impacto medio ambiental y así se determinan los límites ecológicos en los que vive la nación y el planeta, su principal objetivo es presentar alternativas para reducir el impacto en el consumo de recursos y así generar políticas públicas en las que toda la ciudadanía sea participe directa en la Huella Ecológica del país.

3.1.1.6 Entorno legal

Este proyecto está asociado a normas ambientales y sociales las cuales respetan integralmente la existencia de todos los participantes en su desarrollo, tomando en cuenta los aspectos necesarios para el buen funcionamiento de una empresa o una industria. El estado ecuatoriano a través del acuerdo ministerial nro. 21 001 en el estatuto orgánico de gestión organizacional por procesos del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, inversiones y pesca indica en el Capítulo I del direccionamiento estratégico señala que:

Artículo 1.- El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca se alinea con su misión y define su estructura institucional sustentada en su base legal y direccionamiento estratégico institucional determinados en su matriz de competencias, planificación institucional y modelo de gestión.

Artículo 2.- Misión: Fomentar la inserción estratégica del Ecuador en el comercio mundial, a través del desarrollo productivo, la mejora de la competitividad integral, el desarrollo de las cadenas de valor y las inversiones.

Visión: Al 2030 ser una institución referente en la implementación óptima de política pública en el ámbito productivo, comercio e inversiones, sobre una base de competitividad sostenible en el mercado nacional e internacional. Ministerio de Producción, (2021).

Además, el gobierno nacional se ha planteado planes de protección medio ambiental a largo plazo uno de ellos es el Objetivo 3 del Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021 en donde el gobierno ecuatoriano busca “Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.” Es así, que la Asamblea Constituyente en el año 2012 reconoce los siguientes derechos:

1) El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

2) Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales y jurídicas en el territorio nacional.

3) El Estado garantizará la participación y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución, y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

4) En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza (p.177).

El gobierno nacional a través de sus reformas legales protege a cada uno de los actores sociales de la nación, por lo cual al iniciar un emprendimiento en cualquier ámbito se debe tomar en cuenta los aspectos para hacerlo ya sea como persona natural o jurídica.

3.1.2 Tendencias de consumo

Uno de los segmentos de mercado más afectados por el COVID 19 fue el de la moda debido a que la población a nivel mundial priorizo las necesidades básicas humanas como la alimentación y la salud, dejando atrás a las compras por tendencias de moda. Sin embargo, los efectos Post – Pandemia han marcado las nuevas necesidades y enfoques en los consumidores al momento de realizar una compra. Desde la perspectiva del consumidor, los hábitos de consumo han evolucionado en dos direcciones diferentes: por un lado, hay personas que creen que la pandemia les ha hecho comprar de forma más

consciente, comprando únicamente artículos de primera necesidad, personales y de seguridad que ayuden a cuidarse y cuidarse de posibles nuevas enfermedades. Mientras que por otra parte, la población afirma que tuvo impulsos de comprar no solo productos básicos sino también productos de tecnología, ocio y entretenimiento. Cerón et al. (2022)

La WGSN señala que comprar menos, pero mejor es un lema que se tomara muy enserio para el año 2023 en la moda femenina. las consumidoras quieren saber más sobre los orígenes y el futuro de la ropa que compran, la artesanía y la tecnología se unen. Los consumidores anhelan la creatividad y aprecian los procesos lentos. La digitalización también es importante para estos nuevos consumidores.

La industria de la moda está pasando de hacer menos daño a hacer más bien, ya sea a través de fibras cultivadas de forma regenerativa o de asociaciones equitativas con comunidades artesanales. Los diseños duraderos, los envases biodegradables y de circuito cerrado y las colaboraciones entre industrias también están iluminando el camino hacia un futuro más sostenible. La diversidad, la equidad y la inclusión ocupan un lugar destacado en la agenda del lujo y la moda. Trendy 0° (2022)

Una de las tendencias que marcan relevancia según Trendy 0° es la tendencia primavera – verano para el año 2023 y 2024 llamada “Raw”, su objetivo es hacer que la sociedad vuelva a los materiales totalmente naturales para evitar el consumo excesivo. “De la semilla al estante” es necesario perseguir el negocio de la moda desde un enfoque integral a largo plazo. Esta tendencia busca diseños simples y minimalistas. La idea de "Raw" surgió del creciente apetito de los consumidores por una experiencia auténtica. La importancia del gran cambio climático es desencadenar un consumo consciente y ético que prioriza lo “esencial” sobre lo “deseable”, la de paleta de colores que la tendencia toma son colores que evoquen a una naturaleza simplista en donde los tonos tierra se hacen muy presentes. Trendy (2022)

La sociedad ha tenido que hacer frente a diversos cambios en todos los sectores a nivel mundial y local. Con relación, a la moda esta ha ocasionado que los consumidores sean consumidores con consciencia a cerca de aquello que están consumiendo. Así muchos de estos consumidores prefieren adquirir productos sostenibles sean de marcas locales o extranjeras, por lo cual es importante resaltar todos los procesos y diseñar

productos sostenibles que vayan de acuerdo a procesos circulares que reduzcan los impactos climáticos.

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

El mercado al cual este proyecto se dirige es a mujeres neo tradicionales e inconformistas con tendencias preestablecidas, en un rango de edad entre 18 años en adelante, estudiantes universitarias, profesionales con responsabilidad ambiental las cuales revalorizan el consumo y producción local, las mismas son residentes en la ciudad de Ambato, las cuales pertenecen a un quintil económico C+.

Variable geográfica:

- ✓ Continente: América latina.
- ✓ País: Ecuador.
- ✓ Provincia: Tungurahua.
- ✓ Ciudad: Ambato.

Variable socioeconómica:

- ✓ Ingresos: Medio - Alto
- ✓ Ocupación: Emprendedoras, profesionales, influencers, estudiantes.
- ✓ Educación: Universitaria.

Variable demográfica:

- ✓ Edad: De 18 años en adelante.
- ✓ Sexo: Femenino.
- ✓ Distribución de ingresos: Alimentación, educación, moda, hobbies.

Variable pictográfica:

- ✓ Personalidad: Resiliente, amigable, organizada.
- ✓ Intereses: Busca experiencia digitales, se contrapone a lo ortodoxo y conservador
- ✓ Gustos: Visitar blogs, viajar, visitar museos, hacer voluntariado, hacer ejercicio.
- ✓ Opiniones: Se siente responsable de arreglar el mundo.

Valores conductuales:

- ✓ Valores: Busca marcas que sigan sus ideales, identidad local.
- ✓ Expectativas: Trascendencia en los productos , diseños atemporales, justicia social.
- ✓ Lealtad de marca: Busca empresas innovadoras y divertidas con las cuales pueda interactuar.
- ✓ Beneficios: Diseño con estilo, calidad, diferenciación, precio justo.
- ✓ Usuario: Le llama la atención el proceso continuo y el cambio a largo plazo.

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia

La industria textil y curtiembre en la provincia de Tungurahua es una de las principales productoras del Ecuador. Según el, INEC (2020) el 80% de la producción se destina a la venta al por menor de calzado y vestuario, los artículos de cuero como accesorios representan el 13% del sector comercial de la región. Además, el número de empresas de Tungurahua es de 3818 las mismas que se dedican a la fabricación de textiles, prendas de vestir, calzado y marroquinería.

En términos constantes el PIB del sector de la Industria Manufacturera en relación con el PIB total registró una participación promedio del 11,71% entre 2016 y 2020, con su máximo nivel de 11,97% en el año 2020 y el más bajo en 2016 (producto del terremoto de dicho año). Cabe señalar que, si bien se prevé un crecimiento del PIB total y del PIB de este sector en el año 2022, la participación del PIB de Manufactura en el PIB total

tendría niveles superiores antes de la pandemia, debido a que el PIB de este sector crecerá a una menor tasa (3,1%) que el PIB total (4.2%).

Los ingresos macroeconómicos del país se deben al petróleo. Sin embargo, La industria manufacturera, lidera entre las 18 principales industrias del país. En el 2019, el aporte fue de \$13.962.6. Otro dato importante se relaciona con 2018, cuando la participación de la producción textil y de cuero en el Valor Agregado Bruto fue del 0,9%. En referencia específicamente a la industria del calzado, en el 2019 se registró un total de \$134,4 millones, de los cuales el 54,5% se encontraba en la provincia de Tungurahua, por lo que de estos datos se desprende que esta zona es una de las zonas con mayor concentración de esta actividad económica. Ecuador en Cifras, (2020).

En la provincia de Tungurahua se producen 743.200 pieles anualmente lo que representa el 86% de la producción nacional. Entre las curtiembres más importantes de la provincia de Tungurahua, según datos obtenidos en el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, (2015). Destaca a las siguientes empresas Promepell, Tenería Díaz, Proinpiel S.A, , Curtiduría Aldas ,Tenería San José, Curtiduría Hidalgo, Curtiduría Tungurahua S.A, Curtiembre Quisapincha, Curtiduría Serrano, Tenería Ambato ,Cueros RJ, Curtiduría San Vicente, Curtiduría Pico, Suelas Javi, Curtiduría Ortiz, Curtiduría los Andes y Curtiembre Chimborazo.

El mercado de accesorios elaborados en cuero tales como bolsos, mochilas, carteras, etc. En la ciudad de Ambato tiene como epicentro de comercialización la parroquia de Quisapincha la mayor parte de artículos ofertados aquí son de producción local. Todos los productos que se ofertan en la localidad son elaborados de manera artesanal con insumos que varían su calidad, pero todos con excelentes terminados. Los precios de cada uno de los productos varían según el diseño, calibre de cuero, acabados y tiempo en mostrador los precios van desde los \$15 a \$135 por artículo.

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial

Tungurahua es el estado con mayor índice de producción de cuero, pero el estado con mayor índice de producción de cuero es Pichincha con el 53% de las empresas Corporación Financiera Nacional, (2021). Estos índices generan ventajas para el

desarrollo de este proyecto ya que las materias primas clave se pueden encontrar fácilmente. Por otro lado, el mercado de producción de accesorios no se saturará en el medio.

Existe una amplia producción de accesorios de baja, media y alta calidad a nivel nacional y local. Sin embargo existe una amplia variedad de accesorios importados específicamente de China los mismos que por sus costos bajos tienen una amplia acogida por parte de los consumidores, los comercios chinos ofrecen artículos por unidad o en serie, si bien este tipo de comercios tiene una amplia acogida a lo largo del tiempo estos negocios han ido reduciendo la variedad en los artículos que ofrecen.

Actualmente las nuevas tendencias de consumo sostenible han generado que las personas busquen adquirir artículos con conciencia ecológica, social y sello ético, lo que hace que los usuarios busquen conocer la trazabilidad de cada artículo y como los mismos aportan a las pequeñas y grandes economías locales. La Asociación Nacional de Curtidores Ecuatorianos trabaja con el Ministerio de Industria y Producción para garantizar que los productores obtengan pieles de animales tratadas éticamente.

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

En la ciudad de Ambato hay muchas tiendas especializadas en la venta de accesorios. Sin embargo, son muy pocas las marcas que se han dedicado específicamente a diseñar estos complementos basándose en aspectos de la moda circular. Hay varias marcas en el mercado que se destacan por su artesanía 100% cuero y diseños únicos inspirados en las tendencias.

Tabla 1

Análisis Competitivo. Benchmarking.

| |
|-----------------------------|
| Análisis Comparativo |
|-----------------------------|

| Indicadores | Nivel Nacional | Provincial Tungurahua | Local Ambato | CONCLUSION |
|------------------|---|---|---|---|
| | Haku Handmade | Musso Ecuadorian Piel | Ana Lalama | |
| Diseño | Artículos con diseños básicos y funcionales. | Diseños generalmente replicados de revistas y paginas web | La marca maneja conceptos de moda atemporal, se rigen a tendencias actuales de moda. | A nivel Nacional la industria marroquinera ha ido implementando conceptos de moda pero muy pocos adaptados a el contexto nacional. |
| Productos | Productos elaborados en cuero y con mezcla de materiales y distintas técnicas de elaboración. Mochilas, bolsos, billeteras, artículos de hogar. | Productos elaborados en cuero vacuno y caprino. Elaboración de carteras, mochilas, cinturones, billeteras, monederos. | Productos artesanales y exclusivos producción bajo pedido. Carteras, mochilas, calzado. | Ninguna marca produce un solo tipo de accesorio y cada marca anuncia una variedad de artículos de cuero. No se encuentra a nivel nacional ninguna marca que se especialice solamente en la producción de bolsos de mujer. |
| Target | Hombres y mujeres de todas | Hombres y mujeres de | Mujeres de 20 a 40 años de | Ninguna de las marcas se centra |

| | | | | |
|----------------------------|---|--|--|---|
| | las edades de nivel económico medio alto – alto. | todas las edades de nivel económico medio. | nivel económico medio alto – alto. | en un solo perfil o rango de edad todos ofrecen variedad a sus clientes. |
| Precios | Desde \$5 a \$145 | Desde \$2 a \$70 | Desde \$50 a \$120 | Los precios Oscilan entre los \$2 a \$145 cada precio responde a el tipo de producto que se ofrece y a la calidad de cuero que se emplea en los mismos. |
| Marketing y Ventas | Ventas a través de pagina web, redes sociales. | Ventas en local propio y ferias. | Ventas a través de redes sociales y galerías Pop Up. | Poseen estrategias de ventas digitales, además de comunicar en sus redes los valores de marca. |
| Servicio Post venta | Tienen una amplia base de datos de clientes Suscripción a su pagina web. Promoción de productos para el cuidado de los artículos. | Reparación de los artículos obtenidos en tienda. | Base de datos de sus clientes. | Poseen un servicio post venta, pero poca comunicación del mismo lo que genera que los clientes no hagan uso de este servicio. |

3.2 Análisis interno

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

Para la implementación del proyecto es necesario describir los recursos disponibles que se requerirán al momento de su desarrollo, consistente en la elaboración de una colección de accesorios en cuero con los procesos ecológicos de la industria local, para crear productos que respondan a el proceso de la moda y el consumo circular.

3.2.1.1 Recursos Económicos

Los recursos económicos que ayudarán en el desarrollo de este proyecto son propios. Sirven para adquirir las herramientas necesarias para la construcción de la colección. Asimismo, estos recursos se utilizan para comprar recursos necesarios y los costos también se reservan para eventos imprevistos.

3.2.1.2 Recursos Humanos

Los recursos humanos son uno de los puntos más importantes para el desarrollo de una colección. En primer lugar, es la presencia de un gerente que dirige el trabajo en la dirección correcta. La materialización de accesorios es desarrollada por el diseñador y autor del proyecto actualmente dedicado al diseño de accesorios.

3.2.1.3 Recursos Tecnológicos

Los recursos tecnológicos necesarios para realizar el proyecto son una computadora, Internet y programas especializados en diseño como Illustrator y Photoshop. No se requiere equipos especiales para la elaboración del presente proyecto ya que la maquinaria que se utilizara para la elaboración de la colección la encontramos disponible en el medio local. Los materiales que son necesarios en el proceso incluyen pegamento, tijeras, moldes, entre otros.

3.2.1.4 Análisis FODA

Tabla 2

Análisis Interno del Proyecto

| Fortalezas | Oportunidades |
|---|---|
| Diseños exclusivos Fácil contacto con el mercado potencial Operarios Eficientes Fácil adquisición de materia prima en la localidad | Libro Blanco de la Ecología Leyes Nacionales que apoyan el ecodiseño. Ferias Locales Productores de curtidurías con procesos ecológicos sostenibles. |
| Debilidades | Amenazas |
| Escasa mano de obra Pocas industrias locales productoras de productos y servicios de calidad. Escasas industrias productoras de cuero con escasos parámetros de cumplimiento ecológico. | Tratados de libre comercio Conflictos económicos y sociales Incremento de importaciones |

3.2.2. Análisis Cadena de valor

El análisis de cadena de valor será de utilidad ya que va a permitir determinar y estudiar cuáles serán las actividades estratégicas más importantes que van a intervenir al momento de llevar a cabo el proyecto y hacerlo de la mejor manera.

3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo

La investigación y el desarrollo es la primera parte del proyecto, ya que en esta etapa se recopila información relevante. En esta etapa se explora todo lo que se convierte

en parte importante del proyecto en diversas fuentes incluyendo la competencia local y tendencias actuales que marquen preferencia y todo lo que se necesita saber para el correcto desarrollo del proyecto de igual forma se realiza una caracterización del producto según los gustos del público objetivo.

Como fuentes de información, utilizamos libros verificados, sitios web y fuentes alternativas, como las redes sociales, cuando corresponda. En relación con la preparación de encuestas, los formularios de Google se utilizan como una herramienta para optimizar la recopilación de datos requeridos y filtrar información de manera efectiva utilizando las herramientas proporcionadas por la plataforma.

3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

La obtención de materia prima se realiza tomando en cuenta a curtidurías locales las cuales tienen procesos medioambientales sustentables, se utilizara el cuero de vaca además se analizan aspectos como tipo de cuero, color, textura y espesor de estos. Todo ello con el objetivo de crear un producto el cual tenga mayor calidad posible.

También se deberá adquirir suministros como herrajes, hilos, y pegas para la elaboración del proyecto estos insumos se pueden encontrar en diversos almacenes de la ciudad.

Tabla 3

| <i>Materia Prima</i> | | |
|---|---------------|------------------|
| Especificaciones | <i>Cumple</i> | <i>No Cumple</i> |
| La superficie no presenta desperfectos | x | |
| El calibre es el adecuado para el diseño propuesto | x | |
| El color se ajusta al diseño propuesto | x | |
| El material es ampliamente resistente a la fricción | x | |

3.2.2.3 Eslabón de producción

Actualmente existe una amplia diversidad tecnológica las mismas que posibilitan el desarrollo de productos, este proyecto pretende destacar los procesos sostenibles y de consumo circular a la vez que el mismo se caracteriza por la intervención humana y su reconocimiento justo en el proceso. Se busca obtener un acabado pulido y de gran calidad, a la par también un diseño único el mismo que se creará acorde a las características requeridas en el diseño. También se realizará un control de calidad en todas las etapas, desde la adquisición de materiales hasta la fase de construcción, pulido, empaque y previo a la comercialización del producto.

Por otro lado, el espacio de producción también es importante. Esta zona de trabajo estará compuesta y equipada con la maquinaria necesaria y a la vez con todos los materiales necesarios para para facilitar una óptima construcción en cada fase.

3.2.2.4 Eslabón de comercialización

Para ofertar el producto al público, se va a realizar un pequeño stand en una tienda de accesorios en cuero en la parroquia Quisapincha. La misma que esta ubicada en la zona comercial de la parroquia, en esta se van a exhibir la colección la misma que contara la trazabilidad de cada uno de los productos. Además, se contara con el apoyo de varias plataformas digitales para dar a conocer el producto y para su comercialización las plataformas digitales a utilizarse son Facebook, Instagram y TikTok, estas plataformas nos brindan la oportunidad de dar a conocer los productos tanto a nivel local como internacional. Actualmente la presencia en el mundo virtual es clave y una de las más importantes ya que gracias a estas herramientas se pude llegar de manera más rápida y eficaz a varios segmentos de mercado

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

Dirigida a estudiantes y profesionales mayores de 18 años que viven en la ciudad de Ambato, con mentalidad sostenible, conectados con el mundo de la moda y las tendencias, y con vida social activa con amigos y familiares. También valoran su apariencia y siempre buscan ropa y accesorios que combinen con su estilo y personalidad. Se desarrolló una encuesta para obtener más información sobre los datos más relevantes de este grupo objetivo y guiar mejor la investigación que realiza.

Variable Geográfica:

La población muestreada pertenece a la provincia de Tungurahua, la cual se encuentra ubicada en la región Sierra del país. La ciudad donde se está realizando el estudio es Ambato. El grupo objetivo vive en la zona urbana de Ambato.

Variable Demográfica:

Mujeres ambateñas de 18 años en adelante que viven en la ciudad de Ambato se caracteriza por su independencia, poder adquisitivo y trabajo duro. Está muy preocupado por su bienestar físico y mental, formar una familia no está incluido en sus planes actuales. Su actividad en las redes sociales es alta. Pertenece a la generación de los millennials, caracterizados por un alto conocimiento del mundo digital, alto nivel académico, buena salud en la vida cotidiana y laboral, son muy activos ya que constantemente se dedican a diversas actividades.

Variable Socioeconómica:

Mujeres pertenecientes a un estrato social C+. las cuales se caracterizan por tener una forma de vida cómoda, las mismas son profesionales o están cursando estudios de tercer nivel, tienen solvencia económica. Son profesionales, empresarias, emprendedoras o influencers.

Variable Psicográfica:

La mujer neotradicional tiene una personalidad auto analítica, entusiasta por el mundo de la moda y sensible a temas de actualidad como la contaminación medioambiental. Se caracteriza por tener un estilo de vida socialmente activo. Se interesa por las tendencias de moda presentes en redes sociales o fenómenos visuales o musicales del momento y las adapta a su estilo personal. El tipo de consumidor neotradicional se caracteriza por sus gustos tradicionales, pero combinando nuevas tendencias, no le teme a lo nuevo es decir, siempre encuentra el equilibrio adecuado entre lo tradicional y lo innovador.

4.1.1 Modelo de encuesta y/ entrevista

**Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Diseño y Arquitectura
Diseño de Modas**

Encuesta

Dirigido a: Mujeres estudiantes universitarias y profesionales de la ciudad de Ambato.

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de las mujeres en accesorios elaborados en cuero natural.

Indicaciones:

- Leer detenidamente cada pregunta y responder marcando el literal correspondiente.

Cuestionario:

1) ¿Conoce usted el significado de los siguientes términos ?

- a) Moda Ecológica
- b) Moda Circular
- c) Diseño de moda sostenible

2) ¿Que tipo de Accesorio es el que ud. usa como complemento vestimentario?

- a) Mochilas
- b) Carteras Ejecutivas
- c) Bolsos de Mano
- d) Bandoleras
- e) Otro

3) ¿De los siguientes accesorios cual de ellos prefiere ud.?

- a) Una sola función
- b) Dos Funciones
- c) Multifunción

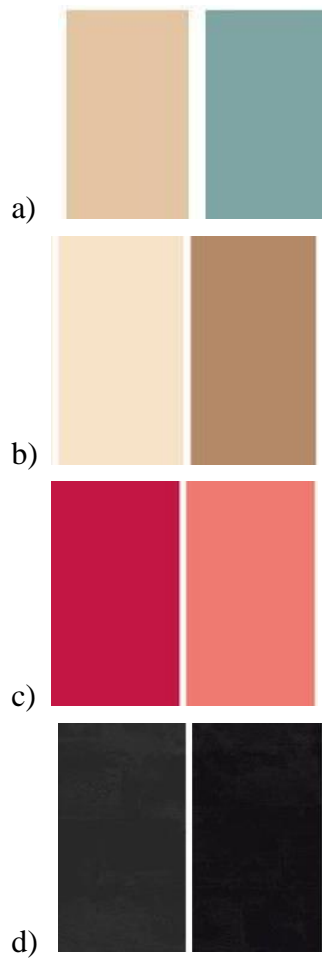
4) ¿Porque considera ud que es importante el uso de un accesorio (Tipo cartera o bolso)?

- a) Porque es un complemento vestimentario
- b) Porque es útil para transportar mis artículos personales
- c) Por comodidad y practicidad
- d) Para reflejar elegancia

5) ¿Cuál es la característica más importante al adquirir un bolso ?

- a) Precio
- b) Diseño
- c) Exclusividad
- d) Funcionalidad
- e) Calidad

6) ¿Qué paleta de color ud preferiría al escoger un accesorio vestimentario?



7) ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un accesorio vestimentario de diseño ecológico e innovador elaborado en cuero ?

- a) Hasta \$60
- b) Hasta \$80
- c) Hasta \$100
- d) Hasta \$120

8) ¿Con que frecuencia ud. adquiere accesorios vestimentarios (Cartera,bolso. Mochila)?

- a) Trimestral
- b) Semestral
- c) Anual

9) ¿Por qué medio ud prefiere adquirir sus artículos de moda?

- a) Online
- b) Centro comercial
- c) Local físico

10) ¿Qué medio considera que es mejor para conocer nuevas marcas y productos?

- a) Redes Sociales
- b) Paginas Web
- c) Ferias

Responsable: Abigail Carvajal

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Diseño y Arquitectura
Diseño de Modas

Entrevista dirigida a: Diseñadores de moda productores de accesorios de moda.

Nombre del proyecto: Diseño de accesorios polifuncionales a partir de cuero producido por industrias locales basados en procesos de moda circular

Preguntas:

- 1) ¿Cómo se llama su empresa?
- 2) ¿Qué tipo de accesorios realiza su empresa?
- 3) ¿Cuál es el valor estimado de sus productos?
- 4) ¿A que tipo de consumidor están dirigidos sus productos?
- 5) ¿Que tipo de accesorios prefieren sus consumidores?
- 6) ¿Qué colores prefieren sus consumidores?
- 7) ¿Qué busca comunicar su empresa con la creación de sus productos?
- 8) ¿Cuál es el material más utilizado en la elaboración de los productos en su empresa?
- 9) ¿Que valores eco amigables practica su empresa?
- 10) ¿Por qué medios promociona su marca?

11) ¿En que ciudades ud. vende sus productos ?

Responsable: Abigail Carvajal

4.2 Selección de la muestra

El público objetivo al que el proyecto se enfoca es a las mujeres de 18 años en adelante las cuales radiquen en la ciudad de Ambato con un nivel económico medio alto y alto. Este público ha sido considerado debido a que son personas las cuales por su nivel económico tienen las condiciones económicas al momento de adquirir accesorios de moda elaborados en cuero relacionados con marroquinería.

De acuerdo con el (INEC, 2011), la población de Tungurahua consiste en:

Tungurahua: 504.583

Ambato:329.856

Mujeres Ambato: 170.026

Hombres Ambato: 159.830

Mujeres de Ambato con autonomía económica: 8643

Aplicación de la fórmula:

$n =$ *Tamaño de muestra*

$z =$ *Nivel de confianza*

$p =$ *Probabilidad de éxito*

$N =$ *Población*

$E =$ *Error de muestreo*

Formula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{z^2 * p * q + N * e^2}$$

Se aplica la formula sustituyendo los datos:

Donde:

n = ?

z = 90% 1.65

p = 50 % 0.50

q = 50% 0.50

N = 8643

e = 10 % 0.10

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + p * q}$$

$$n = \frac{1.65^2 * 0.50 * 0.50 * 8643}{(1.65^2 - 1) * 0.10^2 + 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{5882,64}{8643,58}$$

$$n = 0.68$$

Personas a encuestar: 68 mujeres

Se logro entrevistar a 81 mujeres de 18 años en adelante con dependencia económica.

4.3 Técnicas de estudio

4.3.1 Cualitativas

El método de investigación cuantitativa se realiza a través de una encuesta que permite recopilar datos específicos sobre las preferencias de los posibles usuarios; Mujeres de 18 años en adelante con mentalidad ecológica que viven en la ciudad de Ambato. De esta forma se podrá definir mejor la dirección en la que debe moverse el proyecto a la hora de crear una colección y su materialización.

4.3.2 Cuantitativas

La técnica de estudio cualitativa se lleva a cabo mediante una entrevista a diseñadores y artesanos productores de accesorios en cuero de la ciudad de Ambato, lo cual permitirá conocer información importante acerca de la producción, diseños y materiales aptos en la fabricación de diversos accesorios elaborados en cuero, con el fin de establecer la cantidad de las materias primas que se tendrá a disposición en la localidad y las preferencias de los usuarios. para la adecuada realización del presente proyecto.

4.4 Elaboración e interpretación de los datos

Encuesta

- 1. ¿Conoce usted el significado de los siguientes términos ?**

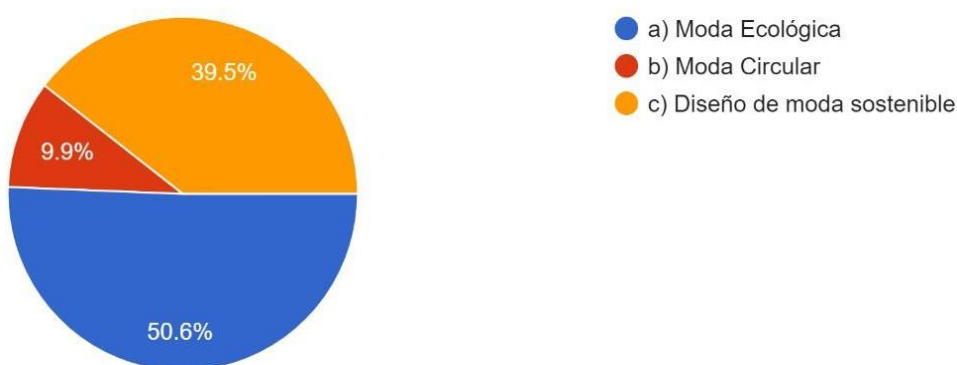
Figura 9

Pregunta 1

32 personas Diseño de Moda Sostenible

41 personas Moda Ecológica

8 personas Moda Circular



Nota. Estadísticas pregunta 1. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: Para el 50.6% de la población encuestada conoce de que se trata el termino “moda ecológica” , mientras que para el 39.5 % tiene conocimiento de el diseño de moda sostenible, así solamente el 9.9 % conoce a que se refiere el termino moda circular.

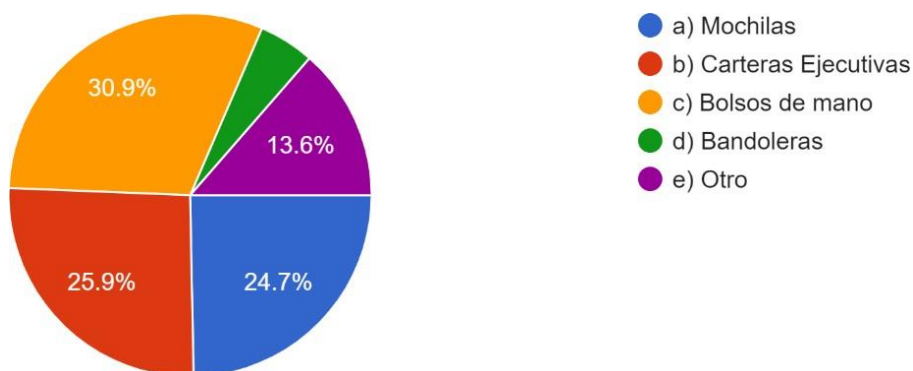
Conclusión: Hay un porcentaje mínimo de mujeres que dicen saber lo que significa la moda circular. Cabe señalar que el término “moda circular” es nuevo, pero a la vez esto puede contribuir al desarrollo de estrategias productivas que inciden en sus procesos ambientales.

2. ¿Que tipo de Accesorio es el que ud. usa como complemento vestimentario?

Figura 10

Pregunta 2

25 personas Bolsos de mano
21 personas Carteras ejecutivas
20 personas Mochilas
11 Otros
4 Bamdoleras



Nota. Estadísticas pregunta 2. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 30.9 % de las encuestadas usa como accesorio complementario bolsos de mano, siguiéndole el uso de carteras ejecutivas con un 25.9%, el 24.7% prefiere el uso de mochilas, el 13.6% usa otro tipo de accesorios y así solamente el 4.9% usa bolsos tipo bandoleras.

Conclusiones: Existe un alto porcentaje de mujeres que prefieren adquirir bolsos de mano es alto. Sin embargo, no se puede dejar de lado también la alta preferencia de carteras ejecutivas y mochilas.

3. ¿De los siguientes accesorios cuál de ellos prefiere ud.?

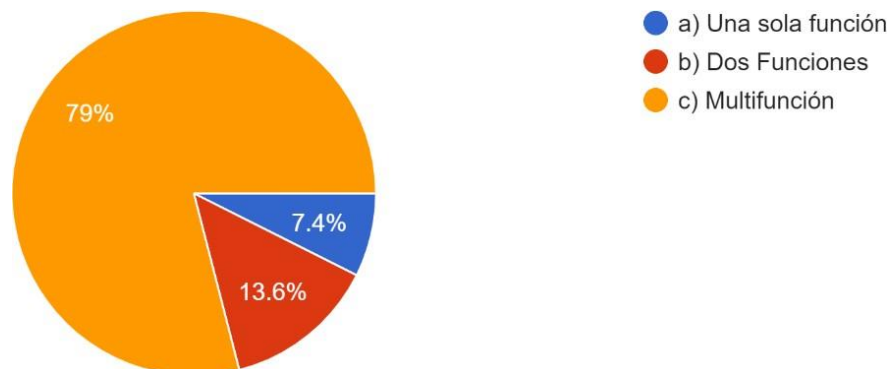
Figura 11

Pregunta 3

64 personas Multifunción

11 personas Dos funciones

6 personas Una función



Nota. Estadísticas pregunta 3. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 79% de mujeres encuestadas prefieren los accesorios los cuales les brinden multifunción, el 13.6 % indica que prefiere accesorios los cuales brinden dos funciones, y solamente 7.4 % prefieren los accesorios de una sola función.

Conclusiones: Para la mayor parte de mujeres encuestadas es importante que un accesorio brinde más de dos funciones, así se ha logrado definir una tendencia de consumo, por lo que se puede concluir que ofertar accesorios multifuncionales tendrá éxito en el mercado.

4. ¿Porque considera ud que es importante el uso de un accesorio (Tipo cartera o bolso)?

Figura 13

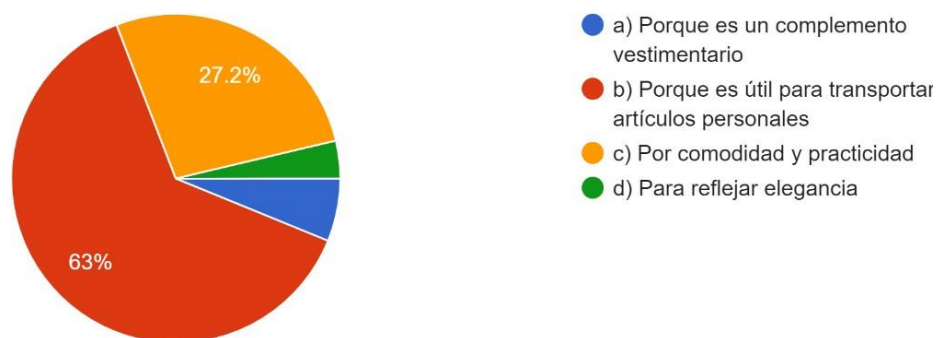
Pregunta 4

51 personas porque es útil para transportar objetos personales

22 personas por comodidad y practicidad

5 personas porque es un complemento vestimentario

3 personas para reflejar elegancia



Nota. Estadísticas pregunta 4. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 63% de las mujeres encuestadas indica que el uso de una cartera o bolso es importante porque es útil para transportar los objetos personales, el 27.2% indica que los utiliza por comodidad y practicidad, el 6.2% indica que su uso es importante como complemento vestimentario, y solamente el 3.7% para reflejar elegancia al momento de usarlo.

Conclusiones: Para la mayor parte de personas encuestadas es importante cubrir la necesidad de transportar sus objetos personales de manera cómoda y segura, antes que reflejar elegancia. Así, se puede establecer propuestas las cuales brinden funcionalidad a las usuarias a través de diseños a proponerse.

5. ¿Cuál es la característica más importante al adquirir un bolso ?

Figura 13

Pregunta 5

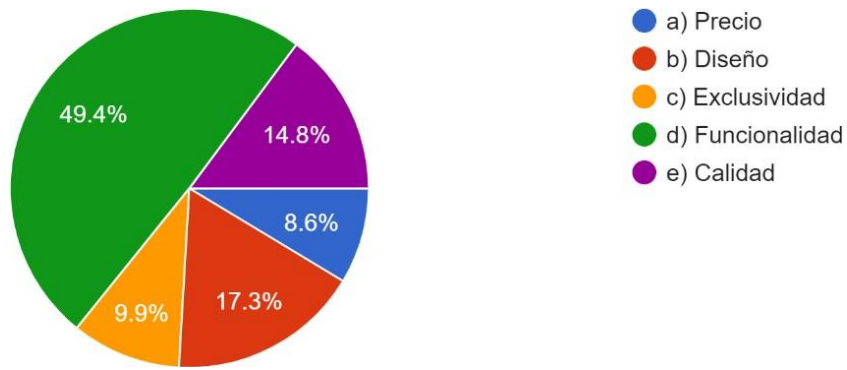
40 personas seleccionaron Funcionalidad

14 personas seleccionaron Diseño

12 personas seleccionaron Calidad

8 personas seleccionaron Exclusividad

7 personas seleccionaron Precio



Nota. Estadísticas pregunta 5. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 49.4 % considera que la característica mas importante al momento de adquirir un bolso es que este brinde funcionalidad, el 17.3% de las encuestadas considera que el diseño es importante al momento de adquirir un bolso, 14.6% considera que la calidad es importante cuando adquieren un bolso, el 9.9% busca exclusividad y el 8.6 % señala que el precio es un punto por tomar en cuenta.

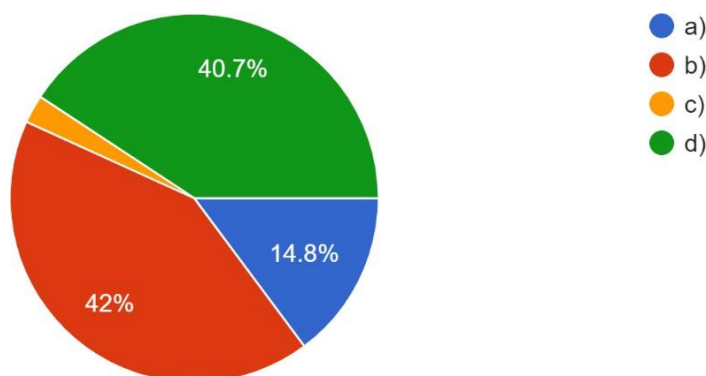
Conclusiones: La mayor parte de las mujeres encuestadas busca bolsos que les brinden funcionalidad sin dejar de lado que un producto al ser funcional no debe dejar de ser un producto estéticamente agradable, a la vez las encuestadas señalan que mientras los bolsos cumplan con cubrir la necesidad de guardar sus objetos personales no importa el precio.

6. ¿Qué paleta de color ud preferiría al escoger un accesorio vestimentario?

Figura 14

Pregunta 6

- 34 tonos Oscuros
- 33 tonos Tierra
- 12 tonos Pasteles
- 2 tonos Rojizos



Nota. Estadísticas pregunta 6. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 40.7% de las personas encuestas señala que entre los tonos oscuros de su preferencia se encuentra los tonos negros y gris oscuro, seguido por el 42% de mujeres encuestadas que prefieren combinaciones en tonalidades tierra, el 14.8% señala que gusta de las combinaciones de tonos pasteles y el 2.5% señala su gusto por las combinaciones en tonos rojizos.

Conclusiones: Para la mayor parte de mujeres encuestadas los tonos oscuros y tonos tierra son los que predominan en sus gustos, por lo cual es una variable por tomar en cuenta para la conceptualización y elaboración de los diseños a proponerse en este proyecto.

7. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un accesorio vestimentario de diseño ecológico e innovador elaborado en cuero ?

Figura 16

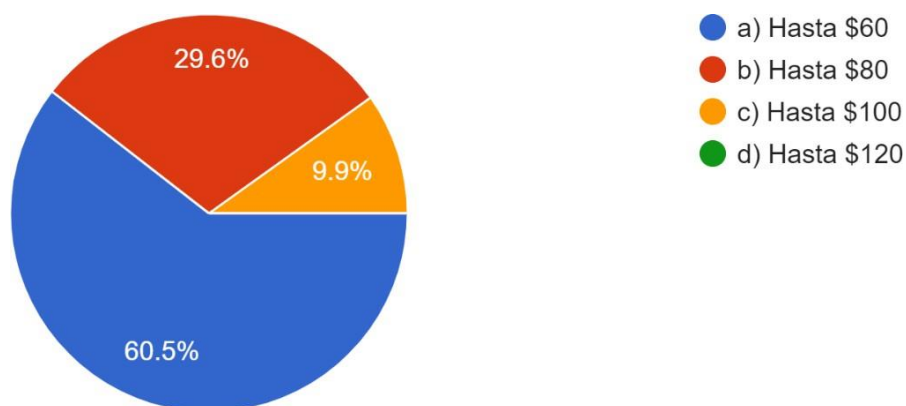
Pregunta 7

49 personas hasta \$60

24 personas hasta \$80

8 personas hasta \$100

0 personas hasta \$120



Nota. Estadísticas pregunta 7. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 60.5% de las mujeres encuestadas indica que están dispuestas a pagar hasta \$60 en un accesorio a base de cuero, el 29.6 % señala que podría pagar hasta \$80, el 9.9% indica que pagaría un valor hasta de \$100, de las mujeres encuestadas nadie estaría dispuesta a pagar hasta \$120.

Conclusiones: La mayoría de las mujeres encuestadas dijeron que pagarían hasta \$60 por accesorios ecológicos de cuero. Es importante establecer un límite de precio. Esto proporciona variables para fijar el precio del producto a proponerse.

8. ¿Con que frecuencia Ud. adquiere accesorios vestimentarios (Cartera, bolso? Mochila)?

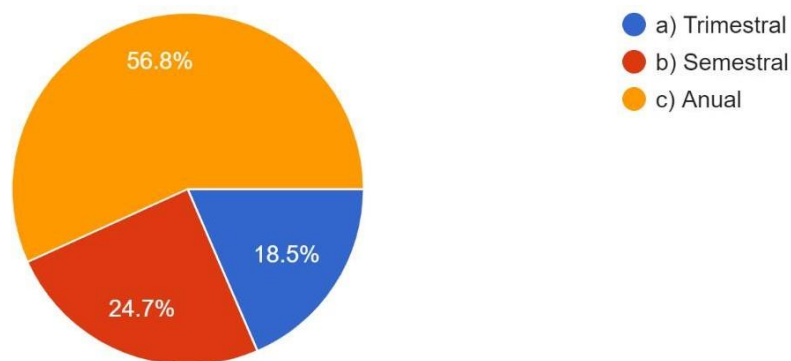
Figura 16

Pregunta 8

46 personas Anualmente

20 personas Semestralmente

15 personas Trimestralmente



Nota. Estadísticas pregunta 8. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 56.8% de mujeres encuestadas señala que adquiere sus accesorios anualmente, mientras que el 24.7% lo hace de manera semestral y el 18.5% lo hace trimestralmente.

Conclusiones: Esta variable indica que la mayor parte de las encuestadas realiza una compra anual, lo que señala que a la vez las mismas buscan cada año ya sea renovar sus accesorios porque estos ya dejaron de ser funcionales o por seguir tendencias del momento.

9. ¿Por qué medio ud. prefiere adquirir sus artículos de moda?

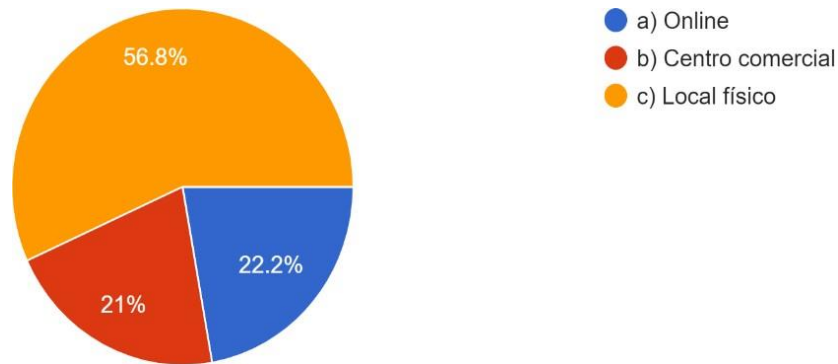
Figura 17

Pregunta 9

46 personas en Local Físico

18 personas medios Online

17 personas en Centros Comerciales



Nota.

Estadísticas pregunta 9. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 56.8% de las mujeres encuestadas prefiere adquirir sus artículos de moda en tiendas físicas, mientras que el 22.2% lo hace por medios digitales y el 21% lo hace en centros comerciales.

Conclusiones: La mayor parte de las encuestadas prefieren adquirir los accesorios en una tienda física. Por lo tanto, los canales de venta de productos deben establecerse a través de tiendas físicas, showrooms o pop ups. Además, existe una alta proporción de compras digitales, lo que permite a la marca comercializar a través de tiendas online.

10. ¿Qué medio considera que es mejor para conocer nuevas marcas y productos?

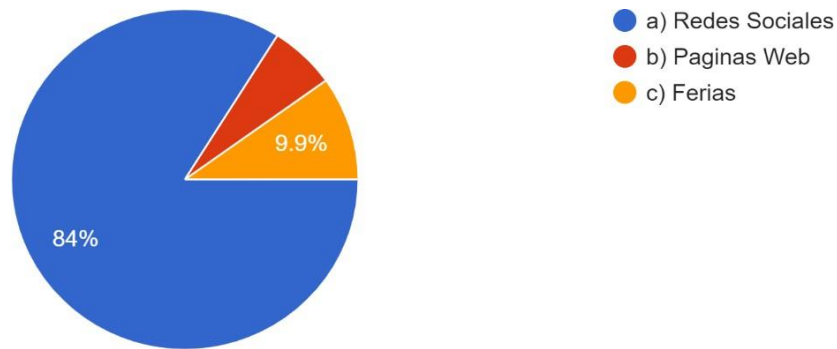
Figura 18

Pregunta 10

68 personas por RRSS

8 personas por Ferias

5 personas por Paginas Web



Nota. Estadísticas pregunta 10. [Gráfico], por Abigail Carvajal

Análisis: El 84% de mujeres encuestadas señala que el mejor medio para conocer marcas nuevas es a través de redes sociales, el 9.9 % señala que se puede dar a conocer las mismas por ferias y solamente el 6.2% considera que se puede conocer marcas nuevas a través de páginas web.

Conclusiones: Este porcentaje indica que la mayor parte de futuros consumidores conocen marcas nuevas a través de redes sociales, por lo cual se concluye que, se debe dar énfasis a la publicidad de impacto por medios digitales.

Entrevista

En las siguientes tablas se analizan las entrevistas a tres empresas de accesorios marroquinos. esto se hace para conocer más sobre lo que realiza cada una de ellas, sus métodos de fabricación, los materiales que utilizan. La relación con el mercado actual y cuál es su público objetivo.

1. ¿Cómo se llama su empresa?

Las marcas de accesorios entrevistada fueron las marcas ambateñas Lama Glama, Ana Lalama y Leo.

2. ¿Qué tipo de accesorios realiza su empresa?

| | |
|-----------------------|--|
| LAMA GLAMA | Calzado casual de dama, accesorios para el hogar, marroquinería. |
| ANA LALAMA | Calzado casual de damas y marroquinería. |
| LEO | Guantes de trabajo, motociclistas, deportes. |

Análisis: Se definió que las empresas entrevistadas son productoras de varias tipologías en el universo de los accesorios, ninguna marca se centra en un accesorio definido.

Conclusiones: Se concluye que las empresas buscan proporcionar una diversidad de accesorios a sus clientes y así comunicar el concepto de su marca.

3. ¿Cuál es el valor estimado de sus productos?

| | |
|-----------------------|--|
| LAMA GLAMA | Sus precios oscilan entre \$58 a \$70. |
| ANA LALAMA | El costo de sus productos oscila entre \$50 a \$120. |
| LEO | El costo de sus productos oscila entre \$20 a \$ 40. |

Análisis: Las empresas entrevistadas debido a sus procesos productivos y la calidad de sus productos determinan el costo al consumidor final.

Conclusiones: Se concluye que las empresas entrevistadas por el costo de sus productos se dirigen hacia un público de clase media alta.

4. ¿A que tipo de consumidor están dirigidos sus productos?

| | |
|-----------------------------|---|
| LAMA GLAMA | Existen varios rangos de edad que consumen esta marca sin embargo la empresa a determinado que sus productos son más adquiridos por mujeres generalmente profesionales de 25 a 45 años. |
| ANA LALAMA | Sus productos están dirigidos a mujeres 25 a 40 años la mayor parte de sus consumidoras son mujeres independientes con solvencia económica. |
| LEO | Se caracteriza por tener un amplio rango de clientes entre estos están hombres y mujeres de 15 a 50 años. |

Análisis: Las empresas entrevistadas cuentan con un amplio rango de edad en sus consumidores.

Conclusiones: Las empresas no se etiquetan como marcas dirigidas a un solo rango etario, es así que estas a través de sus productos buscan tener una gran variedad de consumidores.

5. ¿Que tipo de accesorios prefieren sus consumidores?

| | |
|-----------------------------|---|
| LAMA GLAMA | En la línea de bolsos nuestras clientas prefieren los bolsos tipo sobre y en nuestra línea de calzado nuestro producto más vendido son los botines cambrados. |
|-----------------------------|---|

| | |
|-----------------------|---|
| ANA LALAMA | Considera que los productos que proporcionan comodidad y versatilidad al momento de usarlos son los mas vendidos en el caso de calzado los mocasines y en el caso de accesorios marroquineros las mochilas. |
| LEO | Al ofrecer una sola tipología de accesorios como son los guantes los consumidores prefieren guantes con diseños atemporales. |

Análisis: El tipo de consumidores de estas marcas prefiere versatilidad en cada accesorio.

Conclusiones: En todos los casos los consumidores de estas marcas prefieren accesorios vestimentarios los cuales sean durables mismos que les ofrezcan varias oportunidades de uso y que estos sean cómodos y funcionales.

6. ¿Qué colores prefieren sus consumidores?

| | |
|-----------------------|--|
| LAMA GLAMA | Los colores preferidos son el negro, miel y dorado |
| ANA LALAMA | Colores en tendencia y tonalidades básicas. |
| LEO | Colores básicos como el negro y café |

Análisis: La mayor parte de los consumidores de esta marca prefiere tonalidades clásicas como los tonos neutros sin dejar de lado las tonalidades tierra y colores que estén en tendencia según la época.

Conclusiones: La industria marroquinera se caracteriza por elaborar productos en tonalidades básicas en su mayor parte, ya que a lo largo de su experiencia en el mercado sus consumidores han preferidos estas tonalidades.

7. ¿Qué busca comunicar su empresa con la creación de sus productos?

| | |
|-----------------------|---|
| LAMA GLAMA | Busca comunicar sostenibilidad, trabajo justo y diferenciarse con sus modelos clásicos. |
| ANA LALAMA | Busca comunicar que cada uno de sus diseños son elaborados con trabajo justo. |
| LEO | Conciencia ética y social. |

Análisis: Las empresas entrevistadas se caracterizan por ser marcas las cuales tienen sus valores ya establecidos y con los cuales manejan cada una de sus industrias.

Conclusiones: Se concluye que cada una de estas marcas se caracteriza por aplicar procesos sostenibles según sus conocimientos y a la vez buscan comunicar esto a sus clientes.

8. ¿Cuál es el material más utilizado en la elaboración de los productos en su empresa?

| | |
|-----------------------|--|
| LAMA GLAMA | Cuero tanto en el material externo como forros de los artículos. |
| ANA LALAMA | Nuestros accesorios están elaborados en cuero. |
| LEO | Los guantes que elaboramos están hechos en cuero. |

Análisis: Las tres empresas entrevistadas elaboran sus productos utilizando como materia prima el cuero natural.

Conclusiones: El material que estas empresas prefieren es el cuero de vaca debido a sus cualidades y la durabilidad que brinda a cada uno de sus productos.

9. ¿Que valores eco amigables practica su empresa?

| | |
|-----------------------|--|
| LAMA GLAMA | Se realiza el aprovechamiento de los residuos del cuero, supra reciclaje. |
| ANA LALAMA | Mi marca produce los accesorios con la aplicación de materias primas reutilizables. |
| LEO | Como valor ecológico en nuestra empresa reciclamos los residuos del cuero para posteriormente emplearlos en otros proyectos ajenos a la producción de guantes. |

Análisis: Se pudo analizar que dos de las marcas entrevistadas le dan una segunda vida a los desechos obtenidos en el proceso productivo, mientras que una marca utiliza materias primas reutilizables para que estas posteriormente sean transformadas o reutilizadas.

Conclusiones: En cada una de las empresas se cuenta con un proceso por el cual se disminuyan los residuos o los mismos puedan ser reutilizados en el futuro para así disminuir residuos los cuales son destinados a la basura.

10. ¿Por qué medios promociona su marca?

| | |
|-----------------------|--|
| LAMA GLAMA | Redes digitales como Instagram y Facebook, showroom. |
| ANA LALAMA | Medios digitales como Instagram y galerías en la ciudad de Cuenca. |
| LEO | Boca a boca, redes sociales. |

Análisis: Las empresas promocionan sus marcas en redes sociales, showrooms y galerías.

Conclusiones: La mayor parte de marcas debido a la diversidad de usuarios que tienen buscan la manera de llegar a estos y a sus posibles nuevos consumidores, es así como apuestan por promocionarse por medios digitales sin dejar de lado las tiendas físicas.

11. ¿En que ciudades Ud. vende sus productos?

| | |
|-----------------------------|--|
| LAMA GLAMA | Zona Sierra centro del Ecuador |
| ANA LALAMA | En el país en las ciudades de Cuenca, Quito, Guayaquil. En el exterior en galerías en New York. |
| LEO | Cuenca, Ambato, Cotacachi, Quito. |

Análisis: Las empresas entrevistadas señalan que comercializan sus productos en la Sierra del Ecuador y una marca a logrado exportar sus productos fuera del país.

Conclusiones: La mayor parte de consumidores de estas marcas se encuentran en la sierra, ya que estos productos cumplen con las necesidades de la población de este sector.

Conclusiones

Las conclusiones a las que se llegó a partir de la encuesta son:

Existe un amplio porcentaje de personas que desconocen acerca de la moda circular, sin dejar de lado que la mayor parte conoce o relaciona alguno de los términos relacionados con sostenibilidad. Sin embargo, se debe señalar que el término moda circular es un tema que apenas se está dando a conocer a nivel mundial, el desconocimiento del mismo permitirá generar estrategias con las cuales se proponga

productos sostenibles bajo este predicamento logrando así un nuevo tipo de consumidores.

El porcentaje de mujeres que prefiere adquirir bolsos de mano es alto el cual acompañe sus atuendos de manera discreta. Sin embargo, así mismo se mostró un amplio interés por la adquisición de mochilas y otro tipo de carteras. Es así, que esto permite identificar cuáles son las preferencias a nivel local y así posteriormente elaborar los productos que las consumidoras prefieren.

La mayor parte de mujeres encuestadas prefiere un accesorio de más de dos funciones o que el mismo sea multifuncional. Este dato permitirá establecer parámetros funcionales dentro de las propuestas y así elaborar productos respetando los requerimientos de las consumidoras.

La mayoría de mujeres menciona que es importante el uso de un bolso o mochila debido a que en estos pueden transportar sus objetos personales y por esto buscan accesorios con los cuales puedan transportar los mismos de manera cómoda y segura sin dejar de lado la estética. Cabe resaltar que, este es una variable importante al momento de establecer el diseño del producto.

Existe un amplio porcentaje de mujeres encuestadas que busca que los bolsos que estas usan les brinden funcionalidad dejando de lado así la variable económica de lado.

La mayor parte de mujeres encuestadas prefiere al momento de adquirir un bolso seleccionar tonos oscuros y tonalidades tierra es así, que al momento de la materialización de los accesorios se tomara esta variable en cuenta.

La mayoría de las mujeres al conocer que es un producto elaborado bajo parámetros sostenibles están dispuestas a pagar hasta \$60. Así, se establece un precio máximo ya que así se podrá definir un valor a los productos.

La mayor parte de mujeres encuestadas realiza la adquisición de bolsos, mochilas o carteras una vez por año, esto debido a que muchos de sus accesorios dejan de ser funcionales o por que desean renovar su armario según las nuevas tendencias. Con este

análisis se establecerán dos colecciones al año con productos de edición limitada para así responder a las compras por tendencia que realizan las consumidoras.

Es relevante señalar que la mayor parte de encuestadas prefiere adquirir sus productos en una tienda física y así constatar la elaboración de los productos. Sin embargo, existe un porcentaje alto de compras online. Por lo tanto, se deben establecer alianzas estratégicas para la promoción en tiendas de los productos sin dejar de lado las campañas comerciales a través de medios digitales.

La mayor parte de encuestadas señala que conocen nuevas marcas a través de redes sociales. Es por esto que este factor se deberá tomar en cuenta como una de las variables mas importantes al momento de dar a conocer el nuevo concepto de marca y productos.

Las conclusiones a las que se llegaron a partir de la aplicación de la entrevista a empresas locales son:

Las empresas entrevistadas son marcas ambateñas. Se concluye que las empresas entrevistadas proporcionan a sus clientes una diversidad de accesorios, por lo cual esto indica que se debe proporcionar variedad en diseño y productos en el mercado local.

Se determino que las tres empresas entrevistadas debido al margen del valor de los productos que ofertan se dirigen hacia un segmento de mercado medio alto. Además, estas marcas no están dirigida a un solo segmento de edad estas al ofrecer diversidad en sus productos hacen que los mismos sean llamativos para varios tipos de usuarios. La mayor parte de sus usuarios prefieren productos con tonalidades básicas y neutras, es así que estas empresas desarrollan productos en estas tonalidades.

Cada una de estas empresas busca a través de cada proceso productivo generar procesos sostenibles y que los mismos sean valorados por sus consumidores es así que estos comunican a través de distintos medios como su marca contribuye al cuidado medioambiental. Las empresas entrevistadas realizan sus productos en cuero debido a las

cualidades de esta materia prima. Las empresas cuentan con procesos con los cuales disminuyen o reutilizan sus desechos.

Se concluyo que debido a las experiencias comerciales de las marcas aun existe un alto porcentaje de consumidores que prefiere adquirir los productos en tiendas físicas. Sin embargo, debido a los nacientes mercados digitales los mismos promocionan y venden sus productos por medios digitales, todas las empresas entrevistadas centran su mercado potencial en la Sierra Ecuatoriana.

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

5.1 Cronograma de producción

Es necesario un cronograma detallado de todas las actividades para que el proyecto funcione de la mejor manera posible. De manera similar, el cronograma anterior requiere fechas de cumplimiento para actividades específicas a fin de cumplir y realizar un seguimiento del cronograma a tiempo.

Tabla 4

Cronograma de actividades primer semestre

| Actividades | Cronograma Primer Semestre | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------------------------|---|---|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | Enero | | | | Febrero | | | | Marzo | | | | Abril | | | | Mayo | | | | Junio | | | |
| Pre producción | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Obtención de eco cuero | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Moodboard | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Etapas de bocetaje | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Selección de artículos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Compra de insumos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de fichas técnicas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Producción | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Corte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Armado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Acabados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Post Producción | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fotografía | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Etiquetado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empaque | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promoción | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Venta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 5
Cronograma de actividades segundo semestre

| Actividades | Cronograma Segundo Semestre | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|-----------------------------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|--|--|--|--|--|--|--|
| | Julio | | | | Agosto | | | | Septiembre | | | | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | | | | | | | | |
| Pre producción | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | | | |
| Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Obtención de eco cuero | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Moodboard | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Etapas de bocetaje | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Selección de artículos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Compra de insumos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de fichas técnicas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Producción | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Corte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Armado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Acabados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Post Producción | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fotografía | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Etiquetado | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empaque | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promoción | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Venta | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 6
Actividades vs. tiempo

| Actividad | Descripción | Tiempo |
|---------------------------------|---|---------------|
| Investigación | Recolección de información | 40 h |
| Recolección de eco cuero | Escoger el cuero que cumpla con los requerimientos adecuados | 10 h |
| Moodboard | Esquematizar el concepto | 16 h |
| Bocetaje | Propuestas de los posibles artículos | 16 h |
| Selección de accesorios | Elegir el tipo de bolsos a elaborar | 5 h |
| Compra de insumos | Adquirir los insumos necesarios | 8 h |
| Elaboración de fichas | Especificar la información de cada artículo | 40 h |
| Corte de piezas | Cortar las piezas de cada modelo | 40 h |
| Construcción | Elaborar los artículos | 120 h |
| Acabados | Revisar los detalles de cada artículo. | 16 h |
| Fotografía | Imágenes del producto basadas en el concepto | 18 h |
| Etiquetado | Marcar todos los productos | 16 h |
| Empaque | Empacar los artículos | 16 h |
| Distribución | Repartir los productos a los clientes y posibles puntos de venta. | 24 h |

5.2 Control de calidad

El control de calidad es uno de los pasos más importantes en el proceso de producción. Porque de esta manera se garantiza y presenta al público un producto final de alta calidad.

Tabla 7

Control de calidad

| Actividades | Control de Calidad |
|------------------------------|--|
| Pre producción | |
| Selección de material | Seleccionar cueros con el calibre adecuado para la producción de accesorios los mismos que cumplan con los requerimientos según los diseños propuestos. |
| Selección de insumos | Revisar que los insumos sean adecuados para la elaboración de los accesorios. |
| Investigación | Verificar que la información obtenida sea de fuentes confiables. |
| Moodboard | Confirmar que la información obtenida y el concepto de las imágenes que buscamos coincidan como marca. |
| Producción | |
| Corte de piezas | Cada corte debe mantener la forma y el tamaño del patrón base, debe ser un corte pulido y sin imperfecciones. |
| Elaboración | La elaboración debe seguir las indicaciones de las fichas técnicas. |
| Acabados | Todos los artículos deben estar limpios y pulidos. |
| Control de calidad | No deben existir fallos en las medidas del artículo elaborado. |
| Post Producción | |
| Fotografía | Las fotos deben responder al concepto del diseño. |
| Etiquetado | Las etiquetas deben estar correctamente ubicadas y tener una correcta impresión. |
| Empaque | No debe tener defectos y el tamaño debe ser el adecuado para cada accesorio. |
| Distribución | Los productos deben entregarse en los plazos y cantidades establecidas, se debe verificar la base de datos de los clientes para distribuir el artículo requerido por el cliente. |

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Para llevar a cabo las fases de diseño y construcción, se necesita espacio suficiente para realizar cada actividad de forma segura, cómoda y organizada. En la tabla se detalla el área de trabajo y los equipos necesarios para desarrollar el presente proyecto.

Tabla 8

Distribución de áreas

| Áreas | Equipos |
|------------------------------|--|
| Área de diseño | Herramientas: Lápices, papel, colores, etc. Silla Computadora – Power Point, Illustrator, Photoshop Revistas Escritorio Impresora |
| Secretaría | Escritorio Computadora – programas administrativos Área de espera Sillas |
| Producción | Mesa de corte Maquinas de coser Remachadora Herramientas: Tijera, pegamento, pinzas, insumos, materia prima, etc. Silla |
| Acabados | Pulidora Líquidos limpiadores |
| Etiquetado y empaçado | Mesa Tijera Cinta Adhesiva Silla |

Figura 19
Plano del taller



5.4 Requerimientos de mano de obra

Para que el presente proyecto se lleve a cabo de la manera más óptima y eficiente, se requiere de la intervención de expertos que realicen importantes aportes en cada etapa los mismos que deben estar altamente calificados para la realización de las actividades en cada etapa. Esta tabla contiene una lista de los profesionales que participaron en el desarrollo de la colección.

Tabla 9
Requerimientos de mano de obra

| Personal | Actividad | Cantidad |
|--------------------|---|----------|
| Diseñador de modas | Investigación, lectura de tendencias, bocetaje, presentación de propuestas, | 1 |

| | | |
|--------------------------|--|---|
| | selección de materiales e insumos, desarrollo de prototipos. | |
| Diseñador gráfico | Diseño de marca, diseños de packaging y etiquetas. Contenido de valor para redes sociales. Edición de fotografías. | 1 |
| Artesanos | Elaboración de artículos propuestos en la colección. | 3 |
| Pulidor | Terminados y pulido se accesorios. Revisión de los artículos. | 1 |
| Secretario | Ocupación en tareas administrativas | 1 |
| Empacadores | Verificar empaques, colocar los artículos en el empaque que corresponda, etiquetado. | |

5.5 Seguridad industrial y medio ambiente

Estrategias de seguridad industrial propuestas por “Marsa Leather Desing”

El Ministerio Del Trabajo en el año 2012 señaló que, para mantener el orden y la seguridad de todos los trabajadores, se han tomado ciertas medidas en el marco de la Ordenanza sobre Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento de las Condiciones de Trabajo. En el cual proporcionan un conjunto de pautas que deben seguirse para mantener el lugar de trabajo y sus empleados en las condiciones mas optimas entre estas el Ministerio de Trabajo señala:

- a) Informar e instruir a las empresas y trabajadores sobre métodos y sistemas a adoptar para evitar siniestros y daños profesionales.
- b) Vigilar el cumplimiento de las normas legales vigentes, relativas a Seguridad y Salud de los Trabajadores.
- c) Ordenar la suspensión o paralización de los trabajos, actividades u operaciones que impliquen riesgos para los trabajadores.

Para ello, “Marsa Leather Desing” ha establecido asuntos importantes a implementar como empresa. Es así que se determina que:

- Nuestros colaboradores requieren uniformes para realizar actividades.
- Todos los colaboradores deben recibir capacitaciones en normas de seguridad, uso de máquinas y seguridad personal.
- Cada área de la instalación debe contar con un extintor y botiquín de primeros auxilios.
- Los colaboradores recibirán una formación ambiental.
- Se realizara revisiones periódicas en consumos de energía y agua para marcar pautas comunes de ahorro.
- Las máquinas y todos los equipos deben usarse por los colaboradores capacitados para su uso de manera correcta y adecuada.
- La iluminación debe ser adecuada para cada lugar de trabajo.
- El sistema eléctrico debe estar debidamente trazado y mantenido en maquinaria y equipo.
- Todas las instalaciones eléctricas deben revisarse periódicamente por personal capacitado en esta área.
- Todas las áreas de trabajo deben tener la ventilación adecuada.
- El sistema de producción debe mantenerse continuo.
- Las instalaciones deben tener toda la señalización adecuada.
- Todos los empleados deben mantener su lugar de trabajo limpio y ordenado.
- No está permitido fumar ni tomar bebidas alcohólicas en el lugar de trabajo.
- Cualquier defecto en equipos y maquinarias utilizados debe ser comunicado inmediatamente.
- Los trabajadores pueden rotar tareas de vez en cuando o según la necesidad.

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

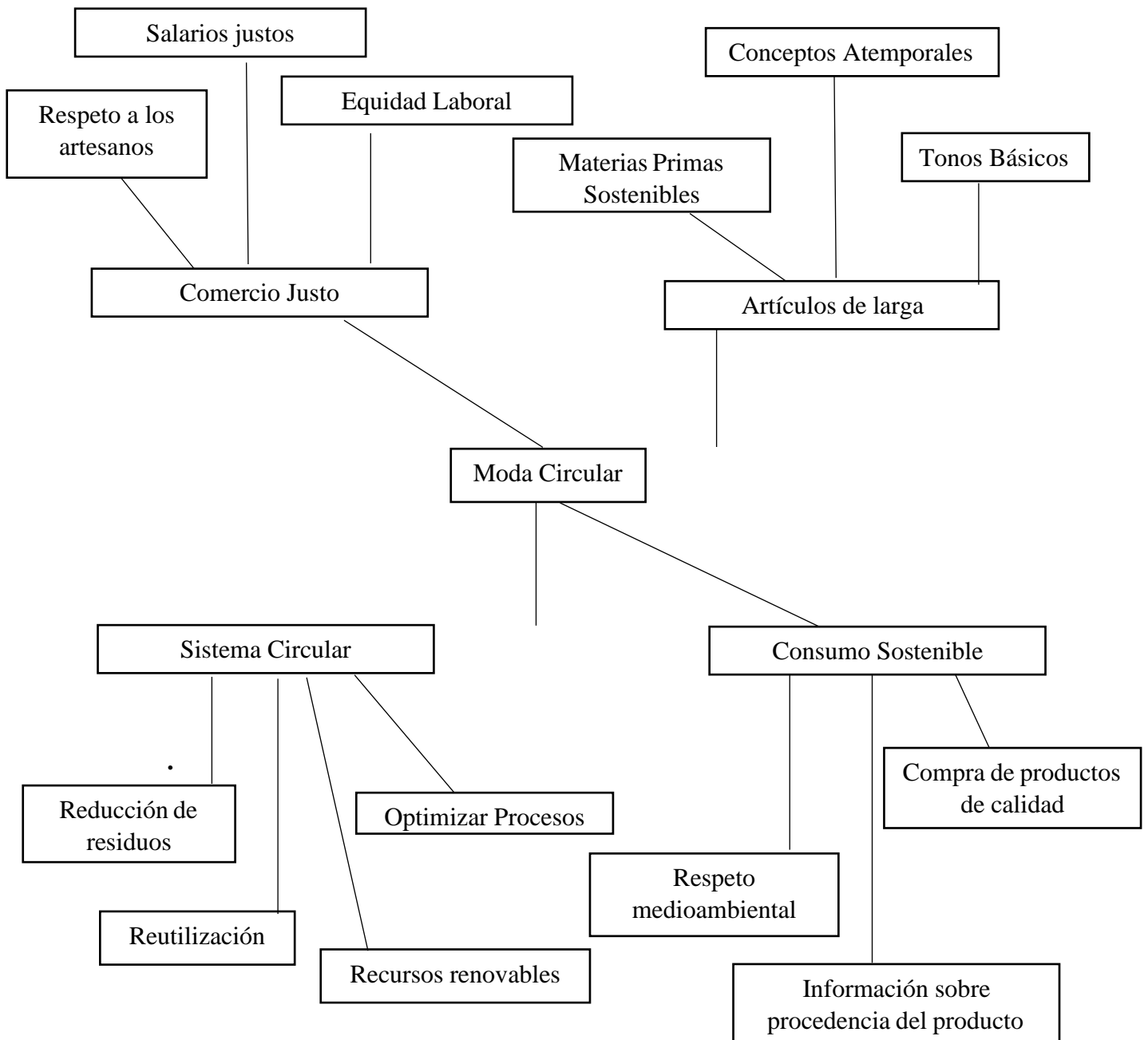
Los problemas ambientales que enfrenta el planeta son cada vez más preocupantes. Una de las principales razones de esto son las décadas de industrialización global sin conciencia ambiental. Por ello, el proyecto pretende preservar y revitalizar los procesos industriales que sean sostenibles y artesanalmente justos con el medio ambiente, la sociedad y la cultura. Es así, que se elaborara una colección de bolsos de mujer, elaborados en cueros de los cuales se conoce su procedencia y procesos. Además, que la colección reducirá el consumo y la contaminación a través de la implementación de procesos de moda circular.

El enfoque de la marca, además de conocer la procedencia de la materia prima y construir los accesorios marroquinos de manera ética y sostenible, es de elaborar diseños exclusivos y funcionales en la línea de bolsos para mujer, se ofrece a los clientes la oportunidad de formar parte de la marca creando una conexión entre los clientes y el medio ambiente al comunicar la procedencia de cada uno de los productos funcionales de alta calidad que estos adquieren. La colección será elaborada por cueros de pequeñas y grandes industrias ambateñas tratados de manera sostenible y la elaboración será por artesanos capacitados.

6.1.1. Brain storming (lluvia de ideas)

Figura 20

Lluvia de Ideas



6.2. Perfil del cliente.

Este proyecto está enfocado hacia mujeres de 18 años en adelante residentes en la ciudad de Ambato con pensamiento ecológico que estudien o trabajen, las cuales pertenezcan al estrato social C +. Las mismas son participes de la moda ética e innovadora y tienen una vida social activa.

Así también son responsables con su apariencia física sin dejar de lado su identidad y valores los mismos que se adaptan a su estilo personal. Se ubican dentro del perfil del consumidor inconformista el cual destaca su gusto en productos los cuales tengan trascendencia a lo largo del tiempo y sean diferenciadores sin dejar de lado las nuevas tendencias sociales, siempre busca un punto medio entre lo moderno y lo conservador.

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente

Figura 21

Moodboard del perfil del cliente



6.3. Identidad de marca

Marsa Leather Desing es una marca de artículos marroquinos elaborados con materiales cuya trazabilidad se conoce, además de contar con mano de obra local. El valor de marca es que la misma busca que sus productos sean funcionales y a la vez exclusivos, busca como objetivo crear diseños atemporales que se adapten a la vida diaria de las usuarias. La paleta de tonalidades de la marca es en tonos neutros como es el negro y el blanco, proyectando la esencia de simplicidad y belleza.

Figura 22

Manual de Marca



LEATHER DESING

MANUAL DE MARCA

La marca

Marsa Leather Desing es una marca de accesorios marroquinos fabricados por artesanos ambateños a partir de cuero procesado sosteniblemente por curtidurías locales. Sus diseños se caracterizan por sus diseños funcionales y atemporales. Los diseños buscan brindar seguridad y comodidad a los usuarios. Una de las bases elementales es el de ofrecer productos y servicios de calidad no solo como un artículo de moda, sino que también contribuya a aumentar la conciencia del consumidor sobre los problemas ambientales.

La materia prima esencial para las colecciones es el eco cuero, este a la vez será complementado con insumos extras dependiendo del diseño propuesto. La finalidad de la marca es crear bolsos y mochilas con diseños atemporales que se adapten a los requerimientos de mujeres neotradicionales que tengan un pensamiento sostenible. El

nombre de la marca está inspirado en mi abuela Marcia, quien fue una mujer valiente y apasionada por la vida, que con su simplicidad y amor marco cada suceso de su vida, estas son características que la marca busca transmitir a sus consumidores a través de sus productos.

Construcción

El concepto de la marca surge a partir de la necesidad de adquirir varios accesorios los cuales tienen una corta vida útil y cumplen con una sola función generando un consumismo extremo. Se logró determinar una oportunidad en el mercado local debido a que en la provincia se cuenta con las materias primas y mano de obra necesaria para desarrollar el proyecto y a la vez existe un mercado creciente en cuanto a productos de moda elaborados con principios de moda circular. Además, que localmente el uso de accesorios no solo busca cubrir una tendencia, sino que los usuarios buscan propuestas estéticas y funcionales y que estas a la vez reduzcan impactos económicos y ambientales.

Tipografía

Se ha empleado dos tipos de tipografías para la elaboración de la imagen de la marca. Para el nombre “Marsa” se utilizó la tipografía “Miss Katherine” ya que la misma refleja la esencia de la de una forma orgánica y calmada sin dejar de ser entendible, pero sin perder la elegancia de una tipografía cursiva. La fuente “Bebas Neue” se usa para especificar el enfoque de marca lo que permite que ambas tipografías sean armónicas en conjunto.

Figura 23

Tipografía de marca



Color

Se ha determinado usar el tono negro, debido a que este tono genera elegancia, sofisticación y poder. Logrando así establecer una relación con los valores de marca y el tipo de productos que se pretenden ofertar. Además, que las tonalidades oscuras dan la posibilidad de combinación con el tipo de cuero y tonalidades. El fondo de la marca es blanco y el mismo puede cambiar de blanco sobre fondo negro dependiendo de las necesidades y uso que se pretenda dar.

Figura 24

Color de Marca



6.4. Uso de la marca.

Usos no permitidos

Para evitar dañar la imagen de la marca, no está permitido alterar de ninguna manera, no se debe utilizar colores distintos a los sugeridos, ni tampoco alterar las tipografías ya establecidas, o tampoco está permitido los siguientes usos como los indica la figura

Figura 25

Usos no permitidos





Papelería

- **Etiquetas:** Las etiquetas serán elaboradas en cartón reciclado, mismas que tendrán la marca impresa y la especificación de procedencia y cuidados del producto que adquirido.

Figura 26

Etiquetas



- **Empaque:** El empaque será elaborado en cambrella ya que este material es elaborado a base de residuos plásticos. Así mismo la bolsa de papel tendrá impresa la marca en la parte frontal. El empaque dará la posibilidad de cubrir los bolsos o a la vez podrá se utilizada como una bolsa ecológica o como un guarda trajes.

Figura 27

Empaque



- **Papelería:** La imagen de la marca puede ser empleada según los requerimientos en papelería de oficina y otros.

Figura 28

Papelería



6.5. Análisis de color de la propuesta

Las tonalidades de color propuesta en esta colección han sido determinados por la tendencia descrita posteriormente, está a sido elegida ya que adapta al desarrollo del proyecto y a lo que la colección pretende reflejar. La paleta de colores planteada por la tendencia “Raw” dicta tonalidades tierra y tonos pasteles los mismos que reflejen simplicidad y una correlación con una naturaleza que inspire minimalismo y simplicidad.

La paleta de color propuesta está conformada de tonos tierra, ya que se busca que los diseños sean útiles en varios aspectos de la vida cotidiana de los usuarios y a la vez se busca ofertar productos atemporales tanto en su estilo como en su tonalidad.

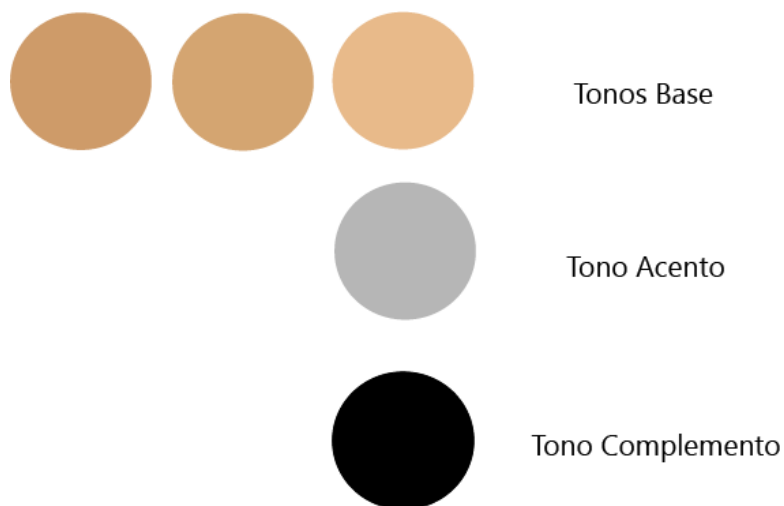
Se eligió una paleta de tonos tierra con una combinación análoga, las tonalidades pasteles se caracterizan por su baja saturación lumínica. Es así que, se decidió conservar el tono Beige como tono acento, así este tono es el color principal de la tendencia y se lo contrastara armoniosamente con tonalidades análogas que acompañen y luzcan armoniosamente.

La combinación de colores se ha determinado para que esta coincida perfectamente con lo propuesto en el proyecto y el perfil del cliente. Estas tonalidades generan atemporalidad al ser colores armoniosos, por lo que se pueden adaptar fácilmente con una variedad inmensa de estilos y atuendos. Igualmente, es necesario dar una sensación de simplicidad y seguridad al mismo tiempo generar emociones positivas y tranquilizantes en el usuario como sugiere la tendencia.

6.5.1 Paleta de color de la propuesta

Figura 29

Paleta de colores



6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia

6.6.1 Macrotendencia

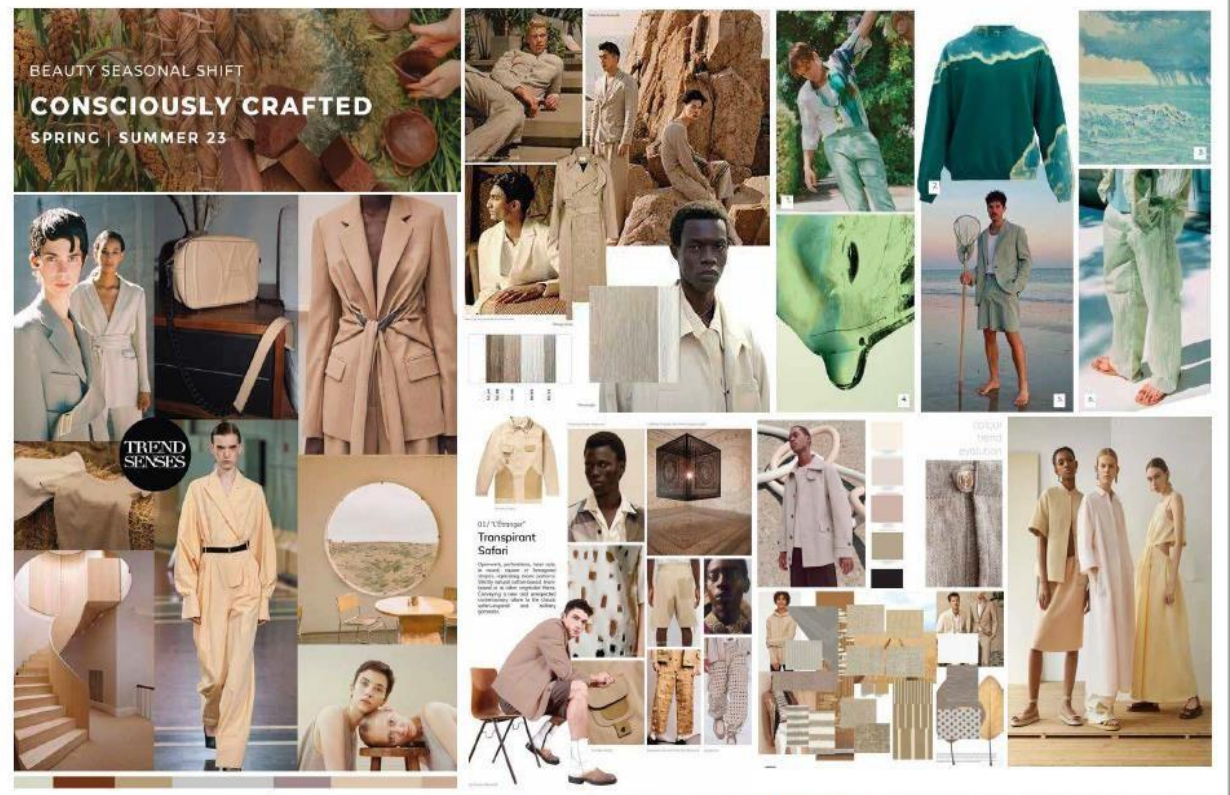
Las macrotendencias son tendencias a largo plazo que afectan directamente al medio ambiente en relación con los estilos de vida de los consumidores y así también a cualquier proveedor de bienes y servicios. Existen diversos pronosticadores de tendencias a nivel mundial una de ellas es la WGSN, la cual dicta tendencias de moda, sin embargo, las tendencias dictadas por grandes empresas no siempre están adaptadas a los contextos de países más pequeños como el Ecuador es por eso que a nivel local existe Trendy 0° un código de tendencias que adapta las tendencias globales a el entorno local.

Según Trendy 0° (2022) a nivel mundial existen varias macrotendencias, entre estas están “Cromaverso”, “Raw”, “Liberación”, las mismas que estarán presentes alrededor del mundo para el año 2023. Los conceptos de cada macrotendencia contienen una serie de preferencias y comportamientos humanos en donde los consumidores buscan una correlación entre la naturaleza y la tecnología.

La humanidad actualmente busca un mundo en el cual predomine y se de a notar la diversidad, la equidad e inclusión y que estos formen parte del mundo de la moda. Sin dejar de lado el pensamiento ecológico en el que se busca productos y servicios que procuren el cuidado medio ambiental, la industria de la moda está pasando de hacer menos daño a hacer más bien.

Figura 30

Moodboard macro tendencia



Fuente: Tendencias Primavera – Verano 2023, Código de tendencias Trendy 0°

6.6.2 Tendencia

Figura 31

Moodboard tendencia



Fuente:. Tendencias Primavera – Verano 2023, Código de tendencias Trendy 0°

6.7. Concepto de la propuesta.

La colección busca transmitir a través de sus propuestas la conexión del ser humano con la simplicidad de la naturaleza por medio de tonalidades serenas y equilibradas para así proporcionar delicadeza al bolso o mochila, sin dejar de lado la funcionalidad de estos. Y que estos lleven un concepto de durabilidad y seguridad al momento de ser usados.

La idea de este proyecto se centra en destacar los procesos sostenibles de las industrias locales para así crear productos de moda circular y así contrarrestarla destrucción ambiental que provoca la industrialización. Uno de los objetivos

principales de la moda circular es crear piezas atemporales y de larga vida útil ya que solo así se pueden reducir las huellas de impacto medio ambientales.

Los accesorios marroquineros serán combinados con otro tipo de insumos según sean los requerimientos de cada colección. La marca busca ofrecer artículos exclusivos que no solo sean funcionales sino también cómodos y respetuosos con el medio ambiente. Actualmente el uso de complementos vestimentarios es muy importante debido a que se busca accesorios que simplifiquen la agitada vida diaria y que estos además complementen el estilo personal y que estos vayan de la mano con tendencias globales y así buscar la diferenciación en un mundo que cada vez se conecta más a través de la virtualidad, pero se desconecta de la simpleza de la naturaleza.

6.8 Elementos del diseño

Tabla 10

Ámbitos del diseño

| 9 ÁMBITOS DEL DISEÑO | | |
|--|--|--|
| Segmentación | Función | Morfología |
| Mujeres de 18 años en adelante profesionales de estrato social C+. Con un perfil neotradicional, residentes en la ciudad de Ambato | Accesorios marroquineros multifuncionales y atemporales. Elaborados con el propósito de combinar con varios outfits. | Siluetas geométricas básicas. Tono marrón con toques en negro y plata. Textura lisa y brillante. |
| Ámbito social | Simbolismo | Estilo |
| Se caracterizan por ser mujeres independientes con solvencia económica, profesionales, emprendedoras o se | Busca generar un contacto con la calidez de la naturaleza. Los bolsos además de ser funcionales son un complemento del conjunto vestimentario. | Mujer neo tradicional con un estilo Chic. La cual busca combinar lo esencial con lo funcional sin dejar de lado la |

| encuentran cursando estudios superiores | | estética y el orden en cada atuendo. |
|---|---|--|
| Contexto | Materiales | Concepto |
| Sur América, Ecuador, Ambato. Clima templado/ seco. Temporada Primavera-Verano 2023 | Cuero vacuno, herrajes, ojalillos ,hilos, pega y cadenas metálicas. | Bolsos multifuncionales destinados a la comercialización por medios digitales inspirados en la tendencia Raw. Diseñados a partir de las características que el usuario requiere. |

6.8.1 Función

La función de esta colección es facilitar de manera estética y funcional la vida diaria de quien use como complemento un bolso o mochila y así aportar un toque de distinción en sus atuendo diario. El uso de accesorios marroquinos se enfoca más en la funcionalidad de este sin embargo no deja de lado lo estético y estructural. Es así, como este tipo de accesorios busca brindar a los usuarios seguridad, practicidad y comodidad. También es importante resaltar la exclusividad de cada artículo, dando así un valor extra al objeto y creando una conexión con quien lo use.

6.8.2 Detalles

El detalle que prima en la colección es que el material principal con el que se realizara es el eco cuero, el mismo que tiene una textura lisa con efectos de tamponado lo cual genera detalles jaspeados en su apariencia y una textura rugosa la cual tiene aplicada una placa de imitación a piel de cocodrilo esto a la vez aporta a darle detalles inigualables a cada bolso o mochila. Se emplearán insumos adicionales como herrajes y cadenas metalizadas, mismas que han sido examinadas y aprobadas gracias a su calidad y resistencia, por lo cual, se lograra elaborar productos de larga vida útil.

6.8.3 Estilo

Chic

El estilo elegido para la elaboración de la presente colección es el estilo chic este da pequeños toques de elegancia a cualquier look, el mismo que tiene una diversidad de tipos una de estos es el estilo Shabby chic el cual genera una sensación romántica y relajada. El estilo Shabby se caracteriza por generar una sensación simple pero detallada. A menudo, estos detalles asociados con el romanticismo, los tonos claros pueden aportar elegancia y sofisticación en los textiles. Generalmente los usuarios los cuales tienen este estilo se caracterizan por el uso de tonalidades neutras y la selección de básicos atemporales en sus armarios.

Figura 32

Estilo Shabby Chic



Nota. Adaptado de ¿Qué es el estilo chic y como conseguirlo? Lokiero, 2022, Blog (<https://lookiero.es/blog/que-es-el-estilo-chic/>).

6.8.4 Estampados, bordados y acabados, terminados

Se mantendrán las características del cuero seleccionado en el mismo no se realiza ningún cambio se mantendrá la textura y tonalidad propia del cuero.

Para los acabados se realizará cortes minuciosos y sin fallas los cuales serán posteriormente pulidos en caso de ser necesario, las piezas anteriormente a ser cosidas serán pegadas con pegamentos adecuados para la previa revisión del armado.

6.9 Materiales e insumos.

Tabla 11

Materiales e insumos

| Material/ Insumo | Características | Proveedor |
|------------------------------------|--|---------------------------|
| Cuero natural Nuvola Marron | Cuero natural de acabado brillante de calibre 1.2 | Curtiduría Tungurahua |
| Pega Blanca | Pega de consistencia ligera de secado lento. Permite unir piezas para su posterior armado. | Comercial Yolanda Salazar |
| Herrajes | Herrajes metálicos de excelente calidad y sin fallas. | Importadora Nuñez |
| Ojalillos | Ojalillos en tono plata de 5 mm de diámetro. | Importadora Nuñez |
| Cadena mediana | Cadena metálica en color plata. | Importadora Nuñez |
| Textil Carola | Textil característico para forro de accesorios de marroquinería y prendas de vestir. | Textiles Vizu |

6.10. Bocetos e Ilustración

Figura 33

Boceto 1



Figura
126

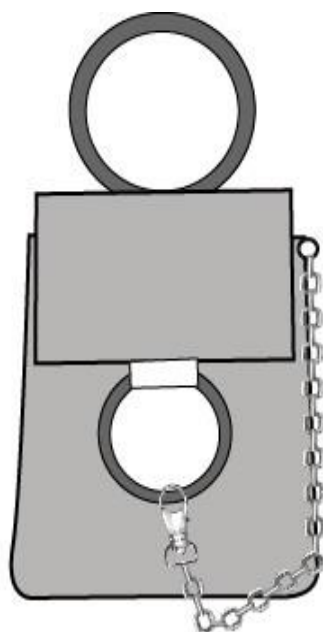


Figura 35

Boceto



Figura 37

Boceto



Figura 37

Boceto 5



**Figura
130**



Figura 39

Boceto



Figura 41

Boceto



Figura 41


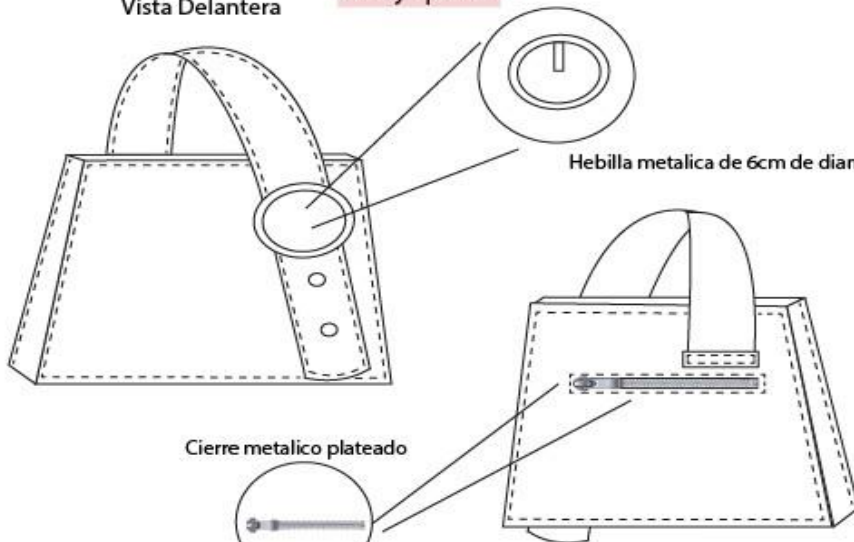

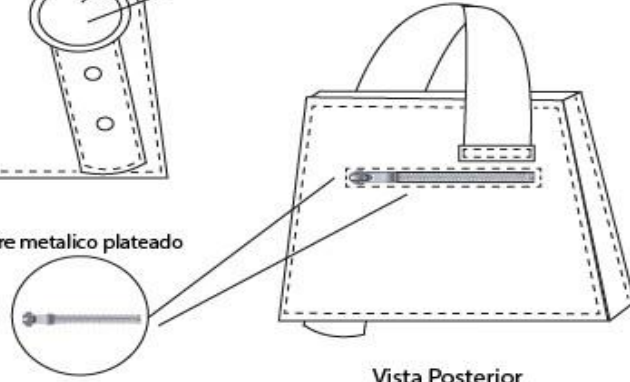

Ilustración final



6.11 Fichas Tecnicas





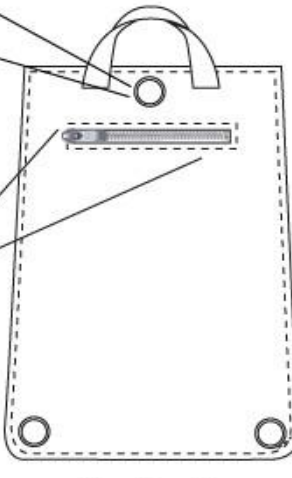


Figura 42

Ficha de diseño MARSA

| FICHA INTEGRAL DE DISEÑO | | | |
|---|--------------------------------------|---|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EM001 | Nombre: Marsa N° 1 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Espiritual | Descripción: Bolso mediano de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |
| <p>Vista Delantera Dibujo plano</p>  <p>Hebilla metalica de 6cm de diametro</p> | | <p>Paleta de Color</p>  | |
| <p>Cierre metalico plateado</p>  <p>Vista Posterior</p> | | <p>CANTIDAD DE MOLDES</p> <p>8 Unidades</p> <p>INSUMOS</p>  | |
| <p>Observaciones:</p> | | <p>Muestra aprobada:</p> <p><input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO</p> | <p>Responsable de entrega: Abigail Carvajal</p> <p>Fecha de entrega : 02/2023</p> |


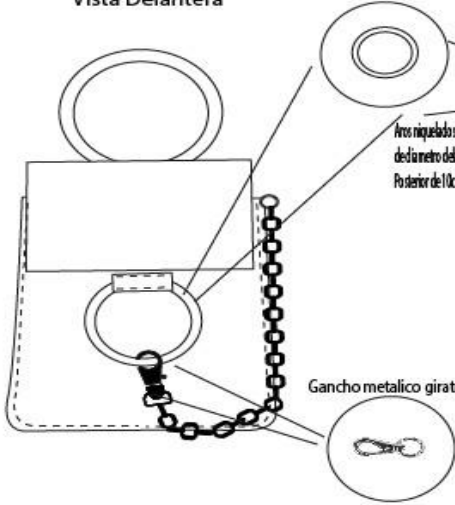
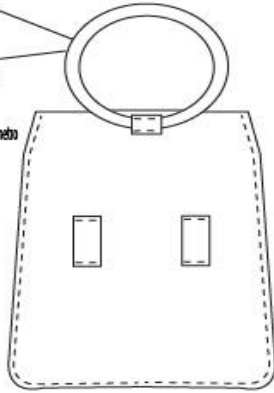


Figura

Ficha de diseño SIA

| FICHA INTEGRAL DE DISEÑO | | | | | |
|---|-------------------------------|---|---|--|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ES002 | Nombre: SIA N° 2 | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila mediana 3 funciones de mano con asa fija y correa removible | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Mochila | | | |
| <p style="text-align: center;">Dibujo plano</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Delantera</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Aros niquelados de 5cm de diametro delanteros Posteriores de 3cm de diametro</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Cierre metalico plateado</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Posterior</p>  </div> </div> | | <p style="text-align: center;">Paleta de Color</p>  | | | |
| <p style="text-align: center;">CANTIDAD DE MOLDES</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 60%; height: 20px;">8</td> <td style="width: 40%;">Unidades</td> </tr> </table> | | 8 | Unidades | <p style="text-align: center;">INSUMOS</p>  | |
| 8 | Unidades | | | | |
| Observaciones: | | <p>Muestra aprobada:</p> <p><input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO</p> | <p>Responsable de entrega: Abigail Carvajal</p> <p>Fecha de entrega : 02/2023</p> | | |






Figura

Ficha de diseño LOLA

| FICHA INTEGRAL DE DISEÑO | | | |
|---|-------------------------------|---|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EL003 | Nombre: LOLA N° 3 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mini bolso con cinturón, argolla de mano y cadena decorativa. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Minibolso/ Canguro | |
| <p style="text-align: center;">Dibujo plano</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Delantera</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Posterior</p>  </div> </div> <p style="text-align: center;">Arco niquelado de 5cm de diámetro delantero Posterior de 10cm de diámetro</p> <p style="text-align: center;">Gancho metálico giratorio</p> | | <p style="text-align: center;">Paleta de Color</p>  | |
| <p>Observaciones:</p> | | <p style="text-align: center;">CANTIDAD DE MOLDES</p> <p style="text-align: center;">4 Unidades</p> <p style="text-align: center;">INSUMOS</p>  | |
| | | <p>Muestra aprobada:</p> <p style="text-align: center;"><input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO</p> <p>Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023</p> | |


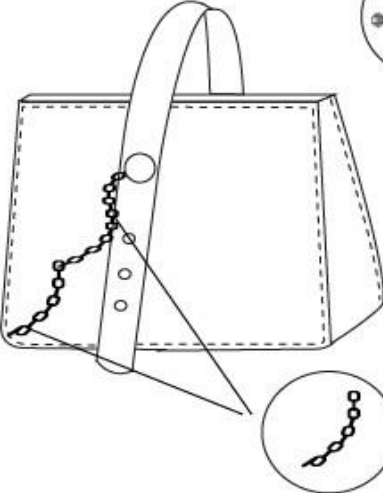


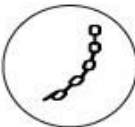


Figura

Ficha de diseño NINA

| FICHA INTEGRAL DE DISEÑO | | | |
|--|--|--------------------------------------|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EN004 | Nombre: NINA N° 4 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |
| <p style="text-align: center;">Dibujo plano</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Delantera</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Posterior</p>  </div> </div> <p style="text-align: center;">Aros niquelados de 5cm de diametro</p> <p style="text-align: center;">Cierre metalico plateado</p> | | | <p style="text-align: center;">Paleta de Color</p>  |
| | | | <p style="text-align: center;">CANTIDAD DE MOLDES</p> <p style="text-align: center;">8 Unidades</p> |
| | | | <p style="text-align: center;">INSUMOS</p>  |
| Observaciones: | <p>Muestra aprobada:</p> <p><input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO</p> | | <p>Responsable de entrega: Abigail Carvajal</p> <p>Fecha de entrega: 02/2023</p> |






Figura

Ficha de diseño DINA

| FICHA INTEGRAL DE DISEÑO | | | |
|--|-------------------------------|--|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ED005 | Nombre: DINA Nº 5 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso ejecutivo de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior y cadena decorativa. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |
| <p style="text-align: center;">Dibujo plano</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Delantera</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Cierre metálico plateado</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Posterior</p>  </div> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;">Colocar 25 cm de cadena</p>  | | | <p style="text-align: center;">Paleta de Color</p>  |
| <p style="text-align: center;">CANTIDAD DE MOLDES</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>6 Unidades</p> </div> | | | <p style="text-align: center;">INSUMOS</p>  |
| Observaciones: | | <p>Muestra aprobada:</p> <p><input checked="" type="radio"/> SÍ <input type="radio"/> NO</p> | <p>Responsable de entrega: Abigail Carvajal</p> <p>Fecha de entrega: 02/2023</p> |


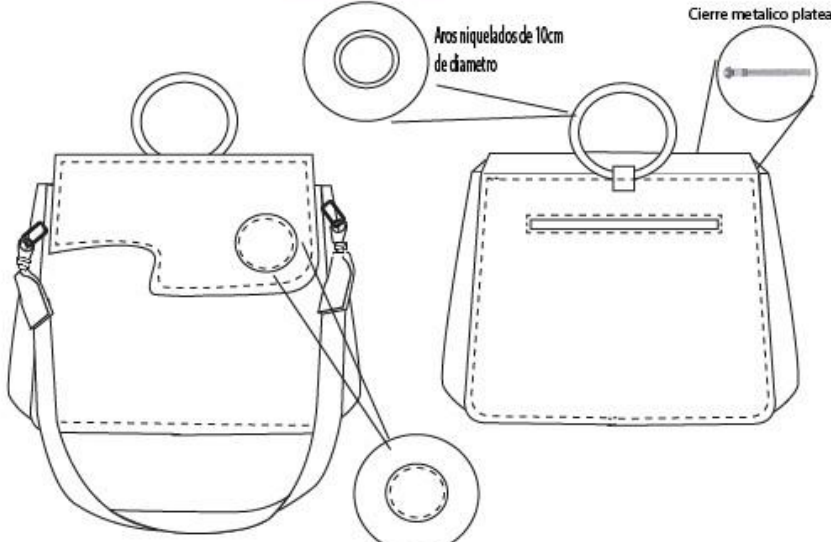


Figura

Ficha de diseño KELA

| FICHA INTEGRAL DE DISEÑO | | | |
|---|-------------------------------|--|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EK006 | Nombre: KELA Nº 6 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila mediana con una asa, correa extendible y cadena decorativa. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Mochila | |
| <p style="text-align: center;">Dibujo plano</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Delantera</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Vista Posterior</p>  </div> </div> <p style="text-align: center;">Aros niquelados de 5cm de diametro</p> <p style="text-align: center;">Cierre metalico plateado</p> <p style="text-align: center;">Colocar 25 cm de cadena</p> | | | <p style="text-align: center;">Paleta de Color</p>  |
| | | | <p style="text-align: center;">CANTIDAD DE MOLDES</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">5 Unidades</div> |
| | | | <p style="text-align: center;">INSUMOS</p>  |
| Observaciones: | | <p>Muestra aprobada:</p> <p><input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO</p> | <p>Responsable de entrega: Abigail Carvajal</p> <p>Fecha de entrega: 02/2023</p> |

Figura

Ficha de diseño JES

| FICHA INTEGRAL DE DISEÑO | | | | | |
|--|---|--|--|----------|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EJ007 | Nombre: JES N° 7 | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con argolla y correa extensible. | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera mediana | | | |
| <p>Vista Delantera Dibujo plano Vista Posterior</p>  | <p>Paleta de Color</p>  | | | | |
| | | <p>CANTIDAD DE MOLDES</p> <table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">7</td> <td style="text-align: center;">Unidades</td> </tr> </table> | 7 | Unidades | |
| 7 | Unidades | | | | |
| | | <p>INSUMOS</p>  | | | |
| Observaciones: | | <p>Muestra aprobada:</p> <p><input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO</p> | <p>Responsable de entrega: Abigail Carvajal</p> <p>Fecha de entrega: 02/2023</p> | | |


Figura

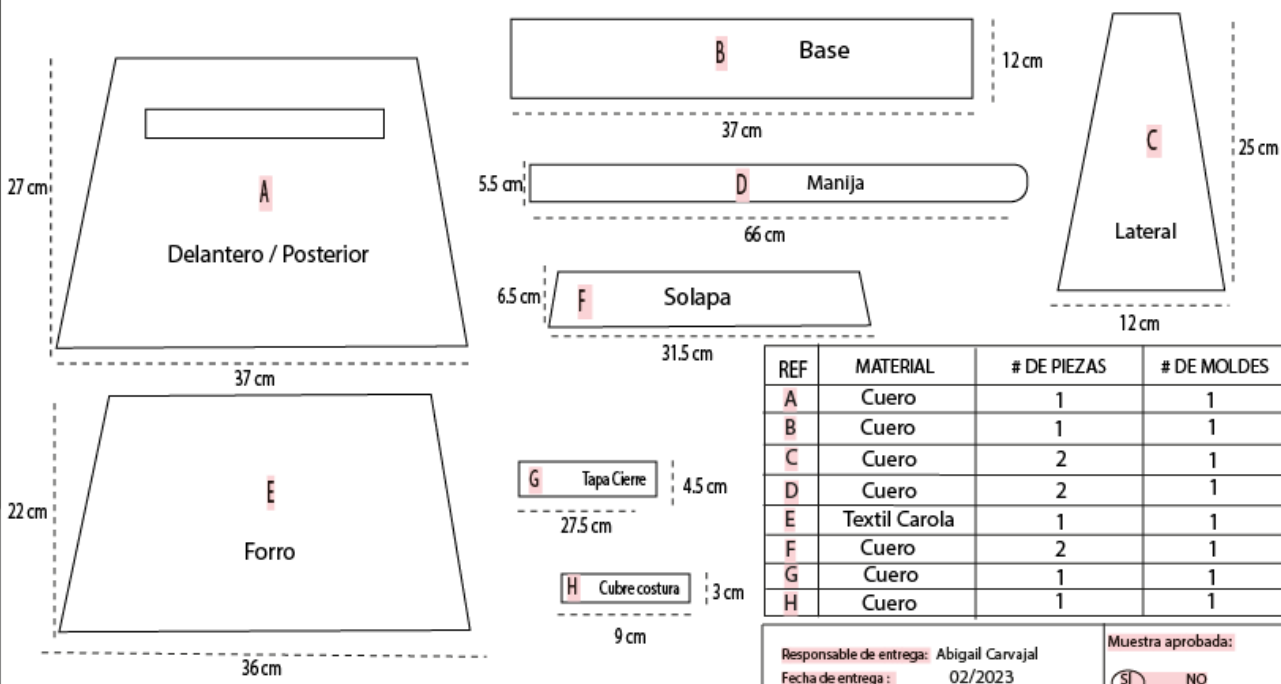
Ficha de diseño DEMA

| FICHA INTEGRAL DE DISEÑO | | | |
|---|--|--|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ED008 | Nombre: DEMA N° 8 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila cuadrada con tapa asimétrica, asa y correa extendible. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |
| <p>Aplique circular de 8 cm de diametro</p> <p>Vista Delantera</p>  | | <p>Dibujo plano</p>  | <p>Cierre metalico plateado</p>  |
| | | <p>Paleta de Color</p>  | <p>CANTIDAD DE MOLDES</p> <p>5 Unidades</p> |
| | | <p>INSUMOS</p>  | |
| Observaciones: | <p>Muestra aprobada:</p> <p><input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO</p> | <p>Responsable de entrega: Abigail Carvajal</p> <p>Fecha de entrega: 02/2023</p> | |

Figura

Ficha de patronaje y despiece MARSA

| FICHA DE PATRONAJE | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------------------|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ES002 | Nombre: Marsa N° 9 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |



A Delantero / Posterior: 27 cm x 37 cm

B Base: 37 cm x 12 cm

C Lateral: 25 cm x 12 cm

D Manija: 5.5 cm x 66 cm

E Forro: 22 cm x 36 cm

F Solapa: 6.5 cm x 31.5 cm

G Tapa Cierre: 4.5 cm x 27.5 cm

H Cubre costura: 3 cm x 9 cm


| REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES |
|-----|---------------|-------------|-------------|
| A | Cuero | 1 | 1 |
| B | Cuero | 1 | 1 |
| C | Cuero | 2 | 1 |
| D | Cuero | 2 | 1 |
| E | Textil Carola | 1 | 1 |
| F | Cuero | 2 | 1 |
| G | Cuero | 1 | 1 |
| H | Cuero | 1 | 1 |

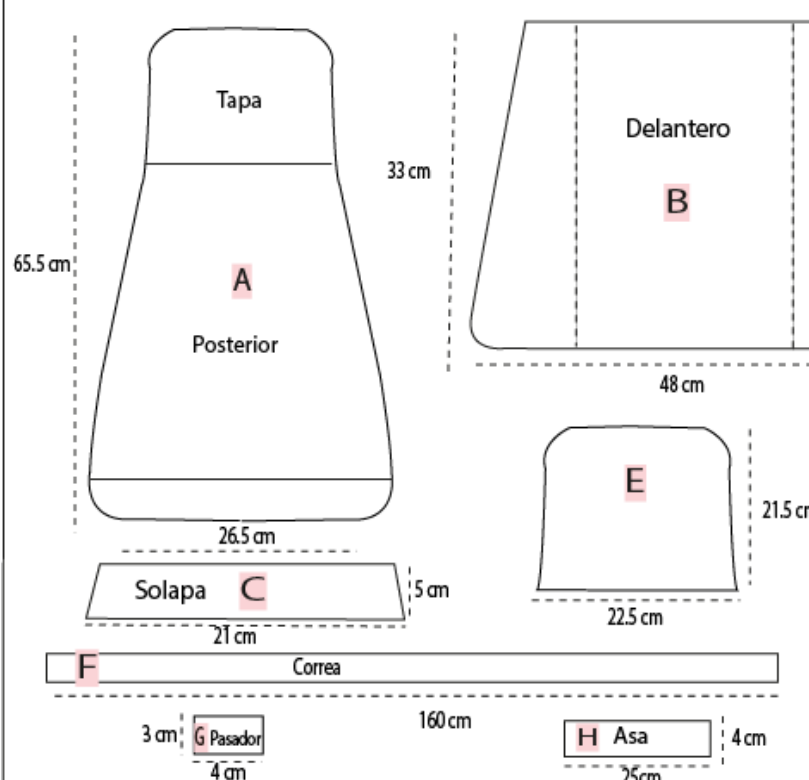
| | |
|--|--|
| Responsable de entrega: Abigail Carvajal | Muestra aprobada: |
| Fecha de entrega: 02/2023 | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |

Figura

Ficha de patronaje y despiece SIA

FICHA DE PATRONAJE

| | | | |
|---|-------------------------------|--------------------|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ES002 | Nombre: SIA N° 10 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila mediana 3 usos con correa extendible, asa y cierre posterior. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Mochila | |




| REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES |
|-----|---------------|-------------|-------------|
| A | Cuero | 1 | 1 |
| B | Cuero | 1 | 1 |
| C | Cuero | 2 | 1 |
| D | Textil Carola | 2 | 1 |
| E | Cuero | 1 | 1 |
| F | Cuero | 1 | 1 |
| G | Cuero | 1 | 1 |
| H | Cuero | 1 | 1 |

| | |
|---|---|
| Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |
|---|---|

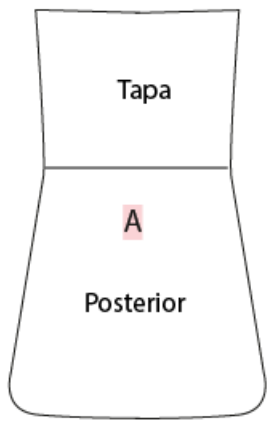
Figura

Ficha de patronaje y despiece LOLA

FICHA DE PATRONAJE

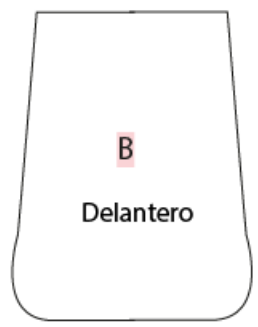
| | | | |
|---|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EL003 | Nombre: LOLA N° 11 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Minibolso/ Canguro | Mini bolso con cinturón, argolla de mano y cadena decorativa. |

14.5 cm



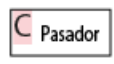
16 cm

14 cm



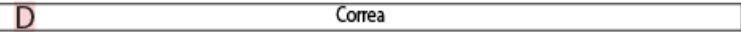
19 cm

C Pasador 3 cm



4 cm

D Correa



1.20


| REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES |
|-----|----------|-------------|-------------|
| A | Cuero | 1 | 1 |
| B | Cuero | 1 | 1 |
| C | Cuero | 2 | 1 |
| D | Cuero | 1 | 1 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

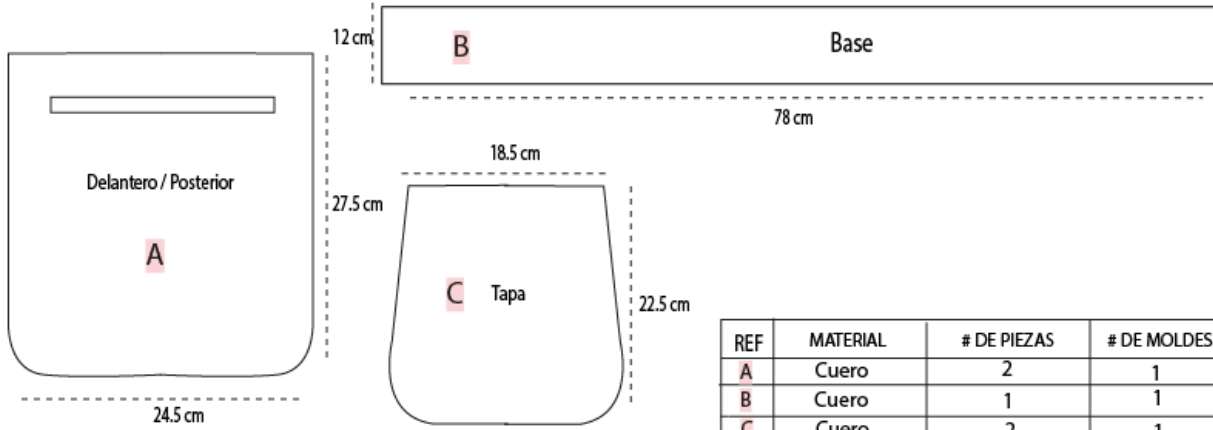
| | |
|---|--|
| Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SÍ <input type="radio"/> NO |
|---|--|

Figura

Ficha de patronaje y despiece NINA

FICHA DE PATRONAJE

| | | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------------------|---|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EN004 | Nombre: NINA | Nº 12 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | | |




| REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES |
|-----|----------|-------------|-------------|
| A | Cuero | 2 | 1 |
| B | Cuero | 1 | 1 |
| C | Cuero | 2 | 1 |
| D | Cuero | 1 | 1 |
| E | Cuero | 1 | 1 |
| F | Cuero | 1 | 1 |
| G | Cuero | 2 | 1 |
| H | Cuero | 1 | 1 |

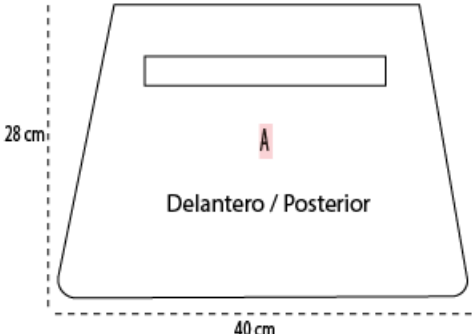
| | |
|--|--|
| Responsable de entrega: Abigail Carvajal | Muestra aprobada: |
| Fecha de entrega: 02/2023 | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |

Figura

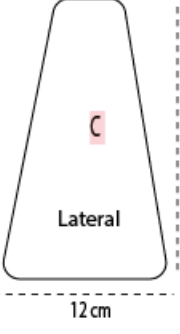
Ficha de patronaje y despiece DINA

FICHA DE PATRONAJE

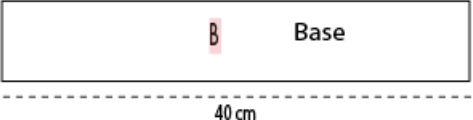
| | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------------------|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ED005 | Nombre: DINA N° 13 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso ejecutivo de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior y cadena decorativa. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |



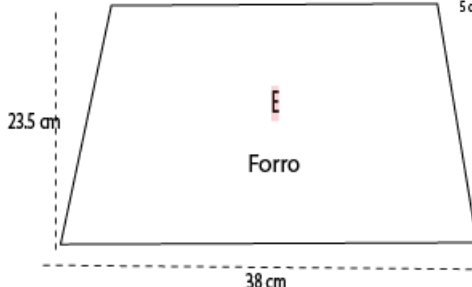
A
Delantero / Posterior



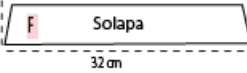
C
Lateral



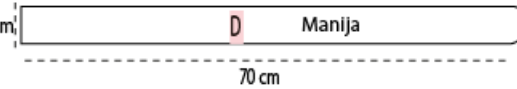
B Base



E
Forro



F Solapa



D Manija

| REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES |
|-----|----------|-------------|-------------|
| A | Cuero | 2 | 1 |
| B | Cuero | 1 | 1 |
| C | Cuero | 2 | 1 |
| D | Cuero | 1 | 1 |
| E | Textil | 2 | 1 |
| F | Cuero | 1 | 1 |

Responsable de entrega: Abigail Carvajal

Fecha de entrega: 02/2023


Muestra aprobada:

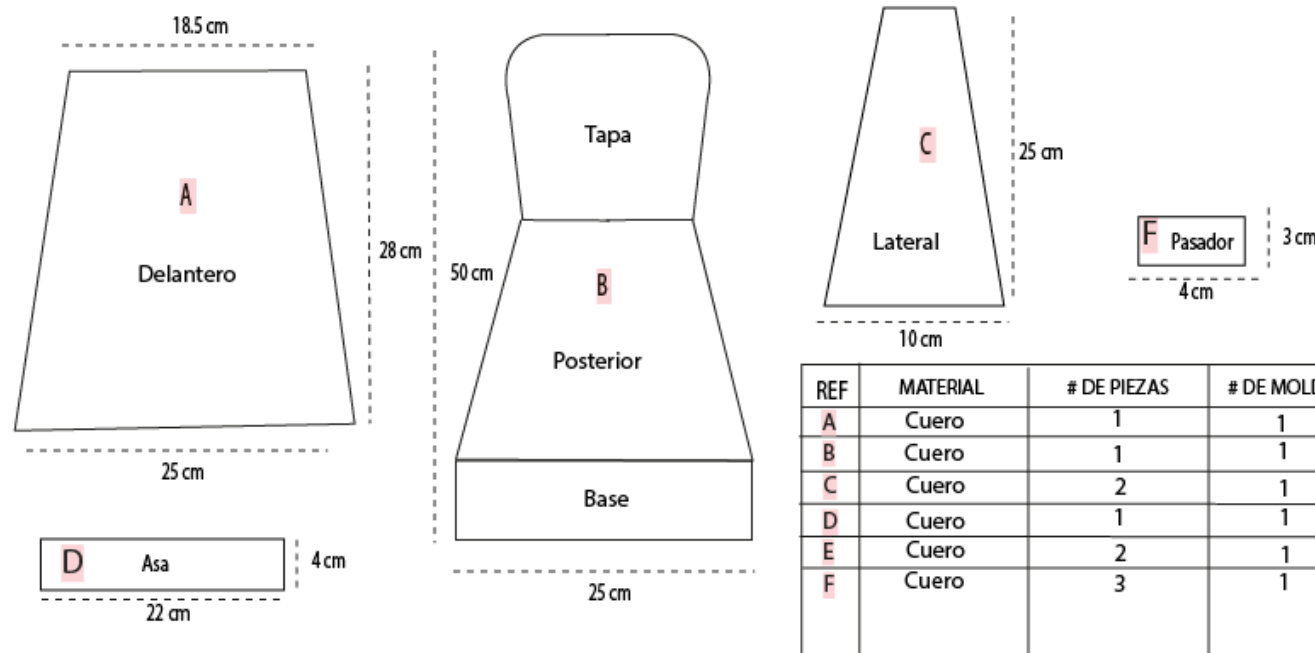
SI
 NO

Figura

Ficha de patronaje y despiece KELA

FICHA DE PATRONAJE

| | | | |
|---|--------------------------------------|---------------------------|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EK006 | Nombre: KELA N° 14 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila mediana con una asa, correa extendible y cadena decorativa. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Mochila | |




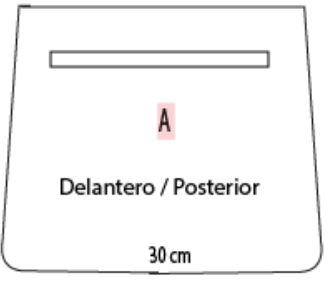
| REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES |
|-----|----------|-------------|-------------|
| A | Cuero | 1 | 1 |
| B | Cuero | 1 | 1 |
| C | Cuero | 2 | 1 |
| D | Cuero | 1 | 1 |
| E | Cuero | 2 | 1 |
| F | Cuero | 3 | 1 |

| | |
|---|--|
| Responsable de entrega: Abigail Carvajal | Muestra aprobada: |
| Fecha de entrega: 02/2023 | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |

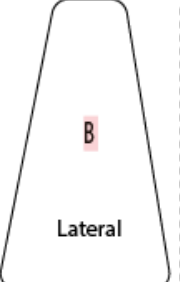
Figura

Ficha de patronaje y despiece JES


| FICHA DE PATRONAJE | | | |
|---|-------------------------------|----------------------------|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EJ007 | Nombre: JES N° 15 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con argolla y correa extendible. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera mediana | |



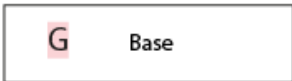
A
Delantero / Posterior
30 cm



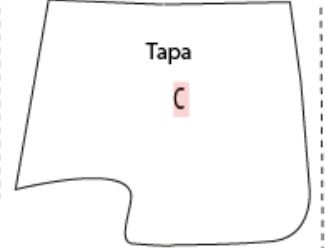
B
Lateral
13.5 cm



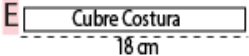
D Pasador
3 cm
4 cm



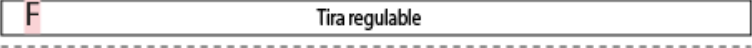
G Base
30 cm



C
Tapa
20 cm
25 cm



E Cubre Costura
3 cm
18 cm



F Tira regulable
1.40 cm

| REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES |
|-----|----------|-------------|-------------|
| A | Cuero | 2 | 1 |
| B | Cuero | 2 | 1 |
| C | Cuero | 1 | 1 |
| D | Cuero | 3 | 1 |
| E | Cuero | 1 | 1 |
| F | Cuero | 1 | 1 |
| G | Cuero | 1 | 1 |

Responsable de entrega: Abigail Carvajal


Fecha de entrega: 02/2023

Muestra aprobada:

SI
 NO


Figura

Ficha de patronaje y despiece DEMA

| FICHA DE PATRONAJE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------------------|---|-----|----------|-------------|-------------|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ED008 | Nombre: DEMA N° 16 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila cuadrada con tapa asimétrica, asa y correa extendible. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="font-size: small;">REF</th> <th style="font-size: small;">MATERIAL</th> <th style="font-size: small;"># DE PIEZAS</th> <th style="font-size: small;"># DE MOLDES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="font-size: small;">A</td> <td style="font-size: small;">Cuero</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">B</td> <td style="font-size: small;">Cuero</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">C</td> <td style="font-size: small;">Cuero</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">D</td> <td style="font-size: small;">Cuero</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">E</td> <td style="font-size: small;">Cuero</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> | | | | REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES | A | Cuero | 1 | 1 | B | Cuero | 1 | 1 | C | Cuero | 2 | 1 | D | Cuero | 1 | 1 | E | Cuero | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | |
| REF | MATERIAL | # DE PIEZAS | # DE MOLDES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A | Cuero | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| B | Cuero | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| C | Cuero | 2 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| D | Cuero | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| E | Cuero | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | | Muestra aprobada: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de entrega: 02/2023 | | | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Figura

Ficha de materiales e insumos MARSA

| FICHA DE MATERIALES E INSUMOS | | | |
|--|---|--|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EM001 | Nombre: Marsa N° 17 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |
|  |  |  | |
| Nombre: Nubuck Grabado Proveedor: Teneria San Jose Composicion: Calibre 1.4 - 1.6 | Nombre: Hebilla redonda para cinturon Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel | Nombre: Textil Carola Proveedor: Textiles Vizu Composicion: Poliester | |
|  |  |  | |
| Nombre: Cierre Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: | Nombre: Hebilla media luna Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel | Nombre: Ojalillos Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Metal | |
| Observaciones: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |

Figura

Ficha de materiales e insumos SIA

| FICHA DE MATERIALES E INSUMOS | | | |
|--|-------------------------------|--|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ES002 | Nombre: SIA N° 18 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila mediana 3 funciones de mano con asa fija y correa remobile |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Mochila | |
|  | |  |  |
| Nombre: Napa efecto tamponado Proveedor: Teteria San Jose Composición: Calibre 1.2 - 1.4 | | Nombre: Hebilla redonda Proveedor: Importadora Nuñez Composición: Niquel | Nombre: Textil Carola Proveedor: Textiles Vizu Composición: Poliester |
|  | |  |  |
| Nombre: Cierre Proveedor: Importadora Nuñez Composición: | | Nombre: Hebilla media luna Proveedor: Importadora Nuñez Composición: Niquel | Nombre: Hebilla reguladora Proveedor: Importadora Nuñez Composición: Niquel |
| Observaciones: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |








Figura

Ficha de materiales e insumos LOLA

| FICHA DE MATERIALES E INSUMOS | | | |
|--|-------------------------------|--|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EL003 | Nombre: Lola Nº 19 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mini bolso con cinturon, argolla de mano y cadena decorativa. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Minibolso/Canguro | |
|  | |  |  |
| Nombre: Napa efecto tamponado Proveedor: Teneria San Jose Composicion: Calibre 1.2 - 1.4 | | Nombre: Hebilla redonda Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel | Nombre: Gancho metalico giratorio Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel |
|  | |  | |
| Nombre: Cadena Metalica Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Metal | | Nombre: Hebilla media luna Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel | |
| Observaciones: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |

Figura

Ficha de materiales e insumos NINA

| FICHA DE MATERIALES E INSUMOS | | | |
|--|---|--|--|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EN004 | Nombre: NINA N° 20 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |
|  |  |  | |
| Nombre: Nubuck Grabado Proveedor: Teneria San Jose Composicion: Calibre 1.4 - 1.6 | Nombre: Napa efecto tamponado Proveedor: Teneria San Jose Composicion: Calibre 1.2 - 1.4 | Nombre: Textil Carola Proveedor: Textiles Vizu Composicion: Poliester | |
|  |  |  | |
| Nombre: Cierre Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: | Nombre: Hebilla media luna Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel | Nombre: Cadena Metalica Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Metal | |
| Observaciones: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |








Figura

Ficha de materiales e insumos DINA

| FICHA DE MATERIALES E INSUMOS | | | |
|--|--|--|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ED005 | Nombre: DINA N° 21 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso ejecutivo de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior y cadena decorativa |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |
|  |  |  | |
| Nombre: Napa efecto tamponado Proveedor: Teteria San Jose Composicion: Calibre 1.2 - 1.4 | Nombre: Cadena Metalica Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Metal | Nombre: Textil Carola Proveedor: Textiles Vizu Composicion: Poliester | |
|  |  |  | |
| Nombre: Cierre Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: | Nombre: Hebilla media luna Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel | Nombre: Ojalillos Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Metal | |
| Observaciones: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |

Figura

Ficha de materiales e insumos KELA

| FICHA DE MATERIALES E INSUMOS | | | |
|---|--|--|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EK006 | Nombre: KELA Nº 22 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila mediana con una asa, correa extendible y cadena decorativa. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Mochila | |
|  |  |  | |
| Nombre: Nubuck Grabado Proveedor: TENERIA San Jose Composición: Calibre 1.4 - 1.6 | Nombre: Hebilla redonda Proveedor: Importadora Nuñez Composición: Niquel | Nombre: Textil Carola Proveedor: Textiles Vizu Composición: Poliester | |
|  |  |  | |
| Nombre: Cierre Proveedor: Importadora Nuñez Composición: | Nombre: Hebilla media luna Proveedor: Importadora Nuñez Composición: Niquel | Nombre: Cadena Metalica Proveedor: Importadora Nuñez Composición: Metal | |
| Observaciones: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |







Figura

Ficha de materiales e insumos JES

| FICHA DE MATERIALES E INSUMOS | | | |
|--|--|---|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EJ007 | Nombre: JES N° 23 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con argolla y correa extendible. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera mediana | |
|  |  |  | |
| Nombre: Napa efecto tamponado Proveedor: Teneria San Jose Composicion: Calibre 1.2 - 1.4 | Nombre: Hebilla redonda Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel | Nombre: Textil Carola Proveedor: Textiles Vizu Composicion: Poliester | |
|  |  |  | |
| Nombre: Cierre Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: | Nombre: Hebilla media luna Proveedor: Importadora Nuñez Composicion: Niquel | Nombre: Nubuck Grabado Proveedor: Teneria San Jose Composicion: Calibre 1.4 - 1.6 | |
| Observaciones: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega : 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |

Figura

Ficha de materiales e insumos DEMA

| FICHA DE MATERIALES E INSUMOS | | | |
|--|-------------------------------|--|---|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ED008 | Nombre: DEMA Nº 24 |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila cuadrada con tapa asimétrica, asa y correa extendible. |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | |
|  | |  |  |
| Nombre: Napa efecto tamponado Proveedor: Teteria San Jose Composición: Calibre 1.2 - 1.4 | | Nombre: Gancho metalico giratorio Proveedor: Importadora Nuñez Composición: Niquel | Nombre: Textil Carola Proveedor: Textiles Vizu Composición: Poliester |
|  | |  | |
| Nombre: Cierre Proveedor: Importadora Nuñez Composición: | | Nombre: Hebilla media luna Proveedor: Importadora Nuñez Composición: Niquel | Nombre: Proveedor: Composición: |
| Observaciones: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal Fecha de entrega: 02/2023 | Muestra aprobada: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO |



Figura

Ficha de ruta operacional MARSa

| FICHA DE RUTA OPERATIVA | | | | | | |
|--|-------------------------------|--|---|---------|----------------|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EM001 | Nombre: Marsa N° 25 | | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | | | | |
|  | # | Operación | Máquina/Herramienta | Puntada | Tipo de hilo | # PPP |
| | 1 | Cortar piezas | Estilote | | | |
| | 2 | Preparar piezas | Debastadora | | | |
| | 3 | Unir piezas con pega | Pegamento / Martillo | | | 9 |
| | 4 | Coser piezas laterales con base | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 5 | Coser pieza frontal/posterior con base/laterales | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 6 | Coser correa de mano a pieza posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 7 |
| | 7 | Coser forro interno | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 8 | Coser solapa Frontal/Posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 9 | Coser tapas de cierre | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 10 | Coser cierre posterior y central | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 11 | Coser y unir pasadores con herrajes | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | |
| | 12 | Control de calidad y acabados | Manual | | | |
| | 13 | Empaquetar | Manual | | | |
| | 14 | | | | | |
| | 15 | | | | | |
| | 16 | | | | | |
| | 17 | | | | | |
| | 18 | | | | | |
| | 19 | | | | | |
| | 20 | | | | | |
| | 21 | | | | | |
| | 22 | | | | | |
| | 23 | | | | | |
| | 24 | | | | | |
| | 25 | | | | | |
| | 26 | | | | | |
| | 27 | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| Observaciones: | | Muestra aprobada: | Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | | |
| | | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | Fecha de entrega: 02/2023 | | | |


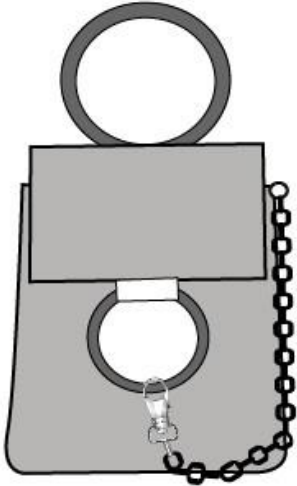
Figura

Ficha de ruta operacional SIA

| FICHA DE RUTA OPERATIVA | | | | | | |
|--|-------------------------------|--|---|--|----------------|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ES002 | Nombre: Mochila Sia N° 26 | | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: | Descripción: Mochila mediana 3 funciones de mano con asa fija y correa remobile | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | | | | |
|  | # | Operación | Máquinaria/Herramienta | Puntada | Tipo de hilo | # PPP |
| | 1 | Cortar piezas | Estilete | | | |
| | 2 | Preparar piezas | Debastadora | | | |
| | 3 | Unir piezas con pega | Pegamento / Martillo | | | 9 |
| | 4 | Coser pieza delantera con posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 5 | Coser forro interno | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 6 | Coser solapas a forro | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 7 |
| | 7 | Preparar correa de hombros | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 8 | Coser cierre posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 9 | Coser y unir pasadores con herrajes | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 10 | Colocar imanes en tapa frontal | Prensa | | | |
| | 11 | Control de calidad y acabados | Manual | | | |
| | 12 | Empaquetar | Manual | | | |
| | 13 | | | | | |
| | 14 | | | | | |
| | 15 | | | | | |
| | 16 | | | | | |
| | 17 | | | | | |
| | 18 | | | | | |
| | 19 | | | | | |
| | 20 | | | | | |
| | 21 | | | | | |
| | 22 | | | | | |
| | 23 | | | | | |
| | 24 | | | | | |
| | 25 | | | | | |
| | 26 | | | | | |
| | 27 | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| Observaciones: | | Muestra aprobada: | | Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | |
| | | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | | Fecha de entrega: 02/2023 | | |

Figura

Ficha de ruta operacional LOLA

| FICHA DE RUTA OPERATIVA | | | | | | |
|--|-------------------------------|--|--|---------|----------------|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EL003 | Nombre: LOLA N° 27 | | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mini bolso con cinturón, argolla de mano y cadena decorativa. | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Minibolso/ Canguro | | | | |
|  | # | Operación | Máquina/Herramienta | Puntada | Tipo de hilo | # PPP |
| | 1 | Cortar piezas | Estilete | | | |
| | 2 | Preparar piezas | Debastadora | | | |
| | 3 | Unir piezas con pega | Pegamento / Martillo | | | 9 |
| | 4 | Colocar hebilla en cinturón | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 5 | Unir herrajes circulares con pasadores | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 6 | Coser pieza frontal/posterior/pasadores | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 7 |
| | 7 | Coser cierre posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 8 | Colocar argollas posterior/delantero | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 9 | Colocar imanes en tapa frontal | Prensa | | | 9 |
| | 10 | Colocar cadena | Manual | | | |
| | 11 | Control de calidad y acabados | Manual | | | |
| | 12 | Empaquetar | Manual | | | |
| | 13 | | | | | |
| | 14 | | | | | |
| | 15 | | | | | |
| | 16 | | | | | |
| | 17 | | | | | |
| | 18 | | | | | |
| | 19 | | | | | |
| | 20 | | | | | |
| | 21 | | | | | |
| | 22 | | | | | |
| | 23 | | | | | |
| | 24 | | | | | |
| | 25 | | | | | |
| | 26 | | | | | |
| | 27 | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| Observaciones: | | Muestra aprobada: | Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | | |
| | | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | Fecha de entrega: 02/2023 | | | |

Figura

Ficha de ruta operacional NINA

| FICHA DE RUTA OPERATIVA | | | | | | |
|--|-------------------------------|--|---|---------|----------------|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EN004 | Nombre: NINA N° 28 | | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila pequeña con asa y correa extendible con argolla y cadena | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | | | | |
|  | # | Operación | Máquina/Herramienta | Puntada | Tipo de hilo | # PPP |
| | 1 | Cortar piezas | Estilete | | | |
| | 2 | Preparar piezas | Debastadora | | | |
| | 3 | Unir piezas con pega | Pegamento / Martillo | | | 9 |
| | 4 | Coser piezas laterales con base | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 5 | Coser pieza frontal/posterior con base/ laterales | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 6 | Coser asa a pieza posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 7 |
| | 7 | Coser forro interno | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 8 | Coser solapa Frontal/Posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 9 | Preparar correa | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 10 | Coser cierre posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 11 | Coser y unir pasadores con herrajes | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 12 | Coser argolla en tapa | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 13 | Colocar imanes en tapa frontal | Prensa | | | |
| | 14 | Colocar cadena | Manual/Pinza | | | |
| | 15 | Control de calidad y acabados | Manual | | | |
| | 16 | Empaquetar | Manual | | | |
| | 17 | | | | | |
| | 18 | | | | | |
| | 19 | | | | | |
| | 20 | | | | | |
| | 21 | | | | | |
| | 22 | | | | | |
| | 23 | | | | | |
| | 24 | | | | | |
| | 25 | | | | | |
| | 26 | | | | | |
| | 27 | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| Observaciones: | | Muestra aprobada: | Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | | |
| | | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | Fecha de entrega: 02/2023 | | | |

Figura

Ficha de ruta operacional DINA

| FICHA DE RUTA OPERATIVA | | | | | | |
|--|-------------------------------|---|--|--|----------------|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ED005 | Nombre: DINA | N° 29 | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso ejecutivo de mano con una sola manija con cierre en la parte posterior y cadena decorativa. | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | | | | |
|  | # | Operación | Máquina/Herramienta | Puntada | Tipo de hilo | # PPP |
| | 1 | Cortar piezas | Estilete | | | |
| | 2 | Preparar piezas | Debastadora | | | |
| | 3 | Unir piezas con pega | Pegamento / Martillo | | | 9 |
| | 4 | Coser piezas laterales con base | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 5 | Coser pieza frontal/posterior con base/ laterales | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 6 | Coser correa de mano a pieza posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 7 |
| | 7 | Coser forro interno | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 8 | Coser solapa Frontal/Posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 9 | Coser tapas de cierre | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 10 | Coser cierre posterior y central | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 11 | Coser marquilla en la correa de mano | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 12 | Colocar hojalillos | Hojaladora | | | |
| | 13 | Colocar cadena decorativa | Manual/Pinzas | | | |
| | 14 | Control de calidad y acabados | Manual | | | |
| 15 | Empaquetar | Manual | | | | |
| 16 | | | | | | |
| 17 | | | | | | |
| 18 | | | | | | |
| 19 | | | | | | |
| 20 | | | | | | |
| 21 | | | | | | |
| 22 | | | | | | |
| 23 | | | | | | |
| 24 | | | | | | |
| 25 | | | | | | |
| 26 | | | | | | |
| 27 | | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| Observaciones: | | | Muestra aprobada: | Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | |
| | | | <input checked="" type="radio"/> SÍ <input type="radio"/> NO | Fecha de entrega : 02/2023 | | |

Figura

Ficha de ruta operacional KELA

| FICHA DE RUTA OPERATIVA | | | | | | |
|--|-------------------------------|---|--|--|----------------|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EK006 | Nombre: KELA | | N° 30 | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila mediana con una asa, correa extendible y cadena decorativa. | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Mochila | | | | |
|  | # | Operación | Máquinaria/Herramienta | Puntada | Tipo de hilo | # PPP |
| | 1 | Cortar piezas | Estilote | | | |
| | 2 | Preparar piezas | Debastadora | | | |
| | 3 | Unir piezas con pega | Pegamento / Martillo | | | 9 |
| | 4 | Coser piezas laterales con base | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 5 | Coser pieza frontal/posterior con base/ laterales | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 6 | Coser asa de mano a pieza posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 7 |
| | 7 | Coser cierre posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 8 | Coser forro interno | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 9 | Coser solapa Frontal/Posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 10 | Colocar argolla con pasador a tapa | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 11 | Preparar correa extendible con herrajes | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 12 | Coser y unir pasadores con herrajes | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 13 | Colocar imanes a la tapa | Prensa | | | |
| | 14 | Colocar cadena | Manual/Pinza | | | |
| | 15 | Control de calidad y acabados | Manual | | | |
| 16 | Empaquetar | Manual | | | | |
| 17 | | | | | | |
| 18 | | | | | | |
| 19 | | | | | | |
| 20 | | | | | | |
| 21 | | | | | | |
| 22 | | | | | | |
| 23 | | | | | | |
| 24 | | | | | | |
| 25 | | | | | | |
| 26 | | | | | | |
| 27 | | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| Observaciones: | | | Muestra aprobada: | Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | |
| | | | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | Fecha de entrega: 02/2023 | | |


Figura

Ficha de ruta operacional JES

| FICHA DE RUTA OPERATIVA | | | | | | |
|--|-------------------------------|--|---|---------|----------------|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: EJ007 | Nombre: JES | N° 31 | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Bolso mediano de mano con argolla y correa extendible. | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera mediana | | | | |
|  | # | Operación | Máquina/Herramienta | Puntada | Tipo de hilo | # PPP |
| | 1 | Cortar piezas | Estilete | | | |
| | 2 | Preparar piezas | Debastadora | | | |
| | 3 | Unir piezas con pega | Pegamento / Martillo | | | 9 |
| | 4 | Coser piezas laterales con base | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 5 | Coser pieza frontal/posterior con base/ laterales | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 6 | Coser argolla con pasador a posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 7 |
| | 7 | Colocar marquilla | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 8 | Coser forro interno | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 9 | Coser solapa Frontal/Posterior | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 10 | Coser tapas de cierre | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 11 | Coser cierre posterior y central | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 12 | Coser y unir pasadores con herrajes | Recta | | | |
| | 13 | Colocar imanes a la tapa | Prensa | | | |
| | 14 | Control de calidad y acabados | Manual | | | |
| | 15 | Empaquetar | Manual | | | |
| | 16 | | | | | |
| | 17 | | | | | |
| | 18 | | | | | |
| | 19 | | | | | |
| | 20 | | | | | |
| | 21 | | | | | |
| | 22 | | | | | |
| | 23 | | | | | |
| | 24 | | | | | |
| | 25 | | | | | |
| | 26 | | | | | |
| | 27 | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| Observaciones: | | Muestra aprobada: | Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | | |
| | | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | Fecha de entrega : 02/2023 | | | |

Figura

Ficha de ruta operacional DEMA

| FICHA DE RUTA OPERATIVA | | | | | | |
|--|-------------------------------|--|---|---------|----------------|-------|
|  | Colección: Espiritual | Referencia: ED008 | Nombre: DEMA N° 32 | | | |
| | Temporada: Primavera - Verano | Línea: Casual | Descripción: Mochila cuadrada con tapa asimétrica, asa y correa extendible. | | | |
| | Responsable: Abigail Carvajal | Tipología: Cartera de mano y cruzada | | | | |
|  | # | Operación | Máquinaria/Herramienta | Puntada | Tipo de hilo | # PPP |
| | 1 | Cortar piezas | Estilote | | | |
| | 2 | Preparar piezas | Debastadora | | | |
| | 3 | Unir piezas con pega | Pegamento / Martillo | | | |
| | 4 | Coser pieza frontal/posterior con base/ laterales | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 5 | Coser tapa | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 6 | Coser cubre costura en tapa | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 7 | Coser cierre posterior y central | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 8 | Coser forro interno | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 9 | Coser forro interno con solapas | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 10 | Coser y unir pasadores con herrajes | Recta | 301 | Poliéster 20/3 | 9 |
| | 11 | Colocar imanes a la tapa | Prensa | | | |
| | 12 | Control de calidad y acabados | Manual | | | |
| | 13 | Empaquetar | Manual | | | |
| | 14 | | | | | |
| | 15 | | | | | |
| | 16 | | | | | |
| | 17 | | | | | |
| | 18 | | | | | |
| | 19 | | | | | |
| | 20 | | | | | |
| | 21 | | | | | |
| | 22 | | | | | |
| | 23 | | | | | |
| | 24 | | | | | |
| | 25 | | | | | |
| | 26 | | | | | |
| | 27 | | | | | |
| 28 | | | | | | |
| Observaciones: | | Muestra aprobada: | Responsable de entrega: Abigail Carvajal | | | |
| | | <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | Fecha de entrega : 02/2023 | | | |

6.12. Photobook

Photobook



Mazza

LEATHER DESIGN



Figura 167

Fotografia 1



Figura 75

Fotografía 2



Figura 76

Fotografía 3



Figura 77

Fotografía 4



Figura 171

Fotografia 5



Figura 172

Fotografía 6



Figura 173

Fotografía 7



Figura 81

Fotografía 8



Figura 82
Fotografía 9



6.13. Costos de producción

6.13.1. Costos fijos

Tabla 12

Costos Fijos

| Descripción | Frecuencia de pago | Subtotal |
|----------------------------|--------------------|----------------|
| Agua | Mensual | \$30 |
| Luz | Mensual | \$20 |
| Internet | Mensual | \$25 |
| Arriendo | Mensual | \$350 |
| Movilidad | Mensual | \$50 |
| Papelería | Mensual | \$20 |
| Salario Diseñador de Modas | Mensual | \$500 |
| Salario Diseñador Grafico | Mensual | \$200 |
| Secretario | Mensual | \$450 |
| Salario artesano 1 | Mensual | \$450 |
| Salario artesano 2 | Mensual | \$450 |
| Salario artesano 3 | Mensual | \$450 |
| Salario pulidor | Mensual | \$225 |
| Empacador | Mensual | \$225 |
| Total | | \$3,445 |

6.12.2 Costos variables

Tabla 13

Costos Variables

| Descripción | Frecuencia de compra | Subtotal |
|-----------------------|----------------------|-----------------|
| Banda de Cuero Nubuck | Trimestral | \$99 |
| Banda de Cuero Napa | Trimestral | \$66 |
| Herrajes | Trimestral | \$20 |
| Pegas | Trimestral | \$18 |
| Cartón | Semestral | \$3.50 |
| Total | | \$206.50 |

Tabla 14

Costos Totales

| Total Costos Fijos | Total Costos Variables | TOTAL |
|---------------------------|-------------------------------|----------------|
| \$3,445 | 206.50 | 3651.50 |

La inversión inicial para elaborar el presente proyecto será de \$ 3651.50

Figura**6.12.3. Fichas de costos****Figura 83** *Ficha de costos MARSÁ*

| COSTOS FIJOS | | | | |
|--------------------------------|----------|-------------|----------------|--------------|
| GASTOS DIRECTOS | | | | |
| CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P. UNITARIO | TOTAL |
| Cuero Nubuck | 70 | centímetros | 0,18 | 12,60 |
| Forro | 0,5 | metros | 3,00 | 1,50 |
| Cierre | 0,25 | metros | 1,80 | 0,45 |
| Herraje redondo | 1 | pieza | 0,50 | 0,50 |
| Ojalillos | 4 | pieza | 0,15 | 0,60 |
| Cabeza de cierre | 2 | pieza | 0,30 | 0,60 |
| Mano de Obra | 1 | dólares | 15,00 | 15,00 |
| | | | Total | 31,25 |
| 30% GANANCIA | | | | 9,38 |
| TOTAL DEL COSTO DIRECTO | | | | 40,63 |
| | | | IVA 12% | 4,88 |
| TOTAL DEL PRESUPUESTO | | | | 45,50 |

Figura*Ficha de costos SIA*

| FICHA DE COSTOS | | | | | |
|------------------------|--------------------------------|-----------------|----------------|--------------------|--------------|
| FECHA: | feb-23 | | Línea: | Casual | |
| COLECCIÓN: | Espiritual | | Nombre: | Sia | |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| GASTOS DIRECTOS | | | | | |
| | CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P. UNITARIO | TOTAL |
| | Cuero Napa | 85 | centímetros | 0,18 | 15,30 |
| | Forro | 0,5 | metros | 3,00 | 1,50 |
| | Cierre | 0,25 | metros | 1,80 | 0,45 |
| | Herraje redondo pequeño | 3 | pieza | 0,25 | 0,75 |
| | Ganchos | 2 | pieza | 0,25 | 0,50 |
| | Cabeza de cierre | 1 | pieza | 0,25 | 0,25 |
| | Herraje regulador | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | Mano de Obra | 1 | dólares | 12,00 | 12,00 |
| | | | | Total | 31,05 |
| | 30% GANANCIA | | | | 9,32 |
| | TOTAL DEL COSTO DIRECTO | | | | 40,37 |
| | | | | IVA 12% | 4,84 |
| | VALOR TOTAL | | | | 45,21 |

Figura

Ficha de costos LOLA

| FICHA DE COSTOS | | | | | |
|--------------------------------|----------|-------------|----------------|----------------------|-------|
| FECHA: | | feb-23 | | Linea: Casual | |
| COLECCIÓN: | | Espiritual | | Nombre: Lola | |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| GASTOS DIRECTOS | | | | | |
| CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P. UNITARIO | TOTAL | |
| Cuero Napa | 30 | centímetros | 0,18 | 5,40 | |
| Herraje redondo | 1 | pieza | 0,50 | 0,50 | |
| Ganchos | 3 | pieza | 0,25 | 0,75 | |
| Herraje redondo pequeño | 3 | pieza | 0,25 | 0,75 | |
| Cadena | 0,5 | metros | 0,80 | 0,40 | |
| Mano de Obra | 1 | dólares | 8,00 | 8,00 | |
| | | | | Total | 15,80 |
| 30% GANANCIA | | | | 4,74 | |
| TOTAL DEL COSTO DIRECTO | | | | 20,54 | |
| | | | IVA 12% | 2,46 | |
| VALOR TOTAL | | | | 23,00 | |

Figura 86

Ficha de costos NINA

| FICHA DE COSTOS | | | | | |
|------------------------|--------------------------------|----------|----------------|----------------|--------------|
| FECHA: | feb-23 | | Línea: | Casual | |
| COLECCIÓN: | Espiritual | | Nombre: | Nina | |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| GASTOS DIRECTOS | | | | | |
| | CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P. UNITARIO | TOTAL |
| | Cuero Nubuck | 50 | centímetros | 0,18 | 9,00 |
| | Cuero Napa | 40 | centímetros | 0,18 | 7,20 |
| | Forro | 0,5 | metros | 3,00 | 1,50 |
| | Cierre | 0,25 | metros | 1,80 | 0,45 |
| | Herraje redondo pequeño | 2 | pieza | 0,15 | 0,30 |
| | Ganchos | 2 | pieza | 0,10 | 0,20 |
| | Cabeza de cierre | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | Herraje regulador | 2 | pieza | 0,10 | 0,20 |
| | Herraje redondo | 1 | pieza | 0,50 | 0,50 |
| | Mano de Obra | 1 | dólares | 10,00 | 10,00 |
| | | | | Total | 29,65 |
| | 30% GANANCIA | | | | 8,90 |
| | TOTAL DEL COSTO DIRECTO | | | | 38,55 |
| IVA 12% | | | | | |
| | | | | | 4,63 |
| VALOR TOTAL | | | | | 43,17 |

Figura*Ficha de costos DINA*

| FICHA DE COSTOS | | | | | |
|------------------------|--------------------------------|-----------------|----------------|------------------------|--------------|
| FECHA: | feb-23 | | Línea: | Casual | |
| COLECCIÓN: | Espiritual | | Nombre: | Dina | |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| GASTOS DIRECTOS | | | | | |
| | CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P. UNITARIO | TOTAL |
| | Cuero Napa | 80 | centímetros | 0,18 | 14,40 |
| | Cadena | 0,5 | centímetros | 0,80 | 0,40 |
| | Forro | 0,5 | metros | 3,00 | 1,50 |
| | Cierre | 0,25 | metros | 1,80 | 0,45 |
| | Ojalillos | 3 | pieza | 0,15 | 0,45 |
| | Cabeza de cierre | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | Hebilla media luna | 2 | pieza | 0,12 | 0,24 |
| | | | | | 0,00 |
| | | | | | 0,00 |
| | Mano de Obra | 1 | dólares | 12,00 | 12,00 |
| | | | | Total | 29,74 |
| | 30% GANANCIA | | | | 8,92 |
| | TOTAL DEL COSTO DIRECTO | | | | 38,66 |
| | | | | IVA 12% | 4,64 |
| | VALOR TOTAL | | | | 43,30 |

Figura

Ficha de costos KELA

| FICHA DE COSTOS | | | | | |
|------------------------|--------------------------------|-----------------|----------------|--------------------|--------------|
| FECHA: | feb-23 | | Línea: | Casual | |
| COLECCIÓN: | Espiritual | | Nombre: | Kela | |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| GASTOS DIRECTOS | | | | | |
| | CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P. UNITARIO | TOTAL |
| | Cuero Nubuck | 65 | centímetros | 0,18 | 11,70 |
| | Cadena | 0,5 | centímetros | 0,80 | 0,40 |
| | Forro | 0,5 | metros | 3,00 | 1,50 |
| | Cierre | 0,25 | metros | 1,80 | 0,45 |
| | Hebilla media luna | 4 | pieza | 0,12 | 0,48 |
| | Ganchos | 1 | pieza | 0,25 | 0,25 |
| | Cabeza de cierre | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | Herraje regulador | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | Herraje redondo | 1 | pieza | 0,50 | 0,50 |
| | Mano de Obra | 1 | dólares | 8,00 | 8,00 |
| | | | | Total | 23,88 |
| | 30% GANANCIA | | | | 7,16 |
| | TOTAL DEL COSTO DIRECTO | | | | 31,04 |
| | | | | IVA 12% | 3,73 |
| | VALOR TOTAL | | | | 34,77 |

Figura*Ficha de costos JES*

| FICHA DE COSTOS | | | | | |
|------------------------|--------------------------------|-----------------|---------------|--------------------|--------------|
| FECHA: | feb-23 | Linea: | Casual | | |
| COLECCIÓN: | Espiritual | Nombre: | Jes | | |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| GASTOS DIRECTOS | | | | | |
| | CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P. UNITARIO | TOTAL |
| | Cuero Napa | 50 | centímetros | 0,18 | 9,00 |
| | Cuero Nubuck | 50 | centímetros | 0,18 | 9,00 |
| | Forro | 0,5 | metros | 3,00 | 1,50 |
| | Cierre | 0,25 | metros | 1,80 | 0,45 |
| | Hebilla media luna | 2 | pieza | 0,12 | 0,24 |
| | Ganchos | 2 | pieza | 0,25 | 0,50 |
| | Cabeza de cierre | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | Herraje regulador | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | Herraje redondo | 1 | pieza | 0,50 | 0,50 |
| | Mano de Obra | 1 | dólares | 10,00 | 10,00 |
| | | | | Total | 31,79 |
| | 30% GANANCIA | | | | 9,54 |
| | TOTAL DEL COSTO DIRECTO | | | | 41,33 |
| | | | | IVA 12% | 4,96 |
| | VALOR TOTAL | | | | 46,29 |

Figura*Ficha de costos DEMA*

| FICHA DE COSTOS | | | | | |
|------------------------|--------------------------------|-----------------|---------------|------------------------|--------------|
| FECHA: | feb-23 | Línea: | Casual | | |
| COLECCIÓN: | Espiritual | Nombre: | Dema | | |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| GASTOS DIRECTOS | | | | | |
| | CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P. UNITARIO | TOTAL |
| | Cuero Napa | 75 | centímetros | 0,18 | 13,50 |
| | | | | | 0,00 |
| | Forro | 0,5 | metros | 3,00 | 1,50 |
| | Cierre | 0,25 | metros | 1,80 | 0,45 |
| | Hebilla media luna | 2 | pieza | 0,12 | 0,24 |
| | Ganchos | 2 | pieza | 0,25 | 0,50 |
| | Cabeza de cierre | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | Herraje regulador | 1 | pieza | 0,30 | 0,30 |
| | | | | | 0,00 |
| | Mano de Obra | 1 | dólares | 10,00 | 10,00 |
| | | | | Total | 26,79 |
| | 30% GANANCIA | | | | 8,04 |
| | TOTAL DEL COSTO DIRECTO | | | | 34,83 |
| | | | | IVA 12% | 4,18 |
| | VALOR TOTAL | | | | 39,01 |

CONCLUSIONES

En el desarrollo de este proyecto, exploramos con más detalle la contaminación que genera la industria de curtidora a nivel local y así se crearon propuestas que ayuden a mitigar los impactos medio ambientales a través de la propuesta de una colección de accesorios marroquineros encaminados a procesos de moda circular, una vez culminado este trabajo, se presentan las siguientes conclusiones.

- Tenemos una gran oportunidad para lanzar este producto de moda circular ya que las nuevas generaciones a nivel mundial buscan productos los cuales sean elaborados bajo procesos éticos con el medioambiente.
- Existe una gran diversidad de industrias productoras de cuero en la provincia de Tungurahua, muchas de estas pequeñas y grandes industrias presentan un porcentaje alto de contaminación al elaborar el cuero, contaminando así las fuentes naturales locales. Sin embargo, existen industrias locales las cuales cumplen con procesos tecnológicos con los cuales se cuida todos los elementos de la naturaleza.
- Se elaboró una propuesta de una colección de accesorios marroquineros basado en procesos de moda circular a partir de cuero vacuno obtenido a nivel local el mismo que es producido bajo estándares sostenibles y poco contaminantes. Para la elaboración de las propuestas se obtuvo información generada durante el periodo de estudio tanto de usuarios como de tendencias. A continuación, se hicieron una serie de propuestas y así se logró determinar las obras finales de la colección.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a los productores verificar la procedencia de cada uno de los materiales y que los mismos cumplan con procesos ambientales justos, para la posterior producción de artículos de moda.
- Impulsar el consumo de productos locales elaborados en cuero, los mismos que estén enfocados a un sistema de moda circular.
- Sensibilizar tanto a los productores y consumidores sobre los problemas ambientales a los que nos enfrentamos actualmente e impulsar estrategias con las cuales se puedan mitigar las consecuencias de la contaminación.

BIBLIOGRAFÍA

Atelier Avanzar . (2022). www.avanzar-shop.ch. Obtenido de <https://www.avanzar-shop.ch/final-import/warmi-atelier>

Barahona, M. (2018). ANÁLISIS DEL FAST FASHION COMO GENERADOR DE PATRONES DE. Bogota D.C.

Barahona, N. (2018). Analisis del fast fashion como generador de patrones de consumo. Bogota D.C.

Barretto, S. E. (2017). Tecnología del cuero . San Isidro .

Bazan, G. (s.f). <https://escholarship.org>. Obtenido de <https://escholarship.org/content/qt7730w81q/qt7730w81q.pdf?t=q9ns62>

BBVA. (22 de Junio de 2020). <https://www.bbva.com/>. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/identidad-digital-machine-learning-y-criptografia-avanzada-los-cambios-tecnologicos-de-la-era-post-covid-19/>

Bono, E. D. (2004). El pensamiento Creativo. Mexico: Paidos.

Buitrago, N. L. (2018). Alternativas, usos e impactos ambientales de la moda con la elaboracion de prendas de vestir con tejido animal.

Carrera, D. (2016). Lineamientos para la implementacion de un taller de produccion responsable. Cuenca.

Cervera, A. (Febrero de 2020). www.simbiotia.com. Obtenido de <https://www.simbiotia.com/biomimesis/>

Corporacion de Desarrollo de Ambato y Tungurahua. (2022). Trendy . Ambato.

Cosas, R. (18 de Octubre de 2021). www.cosas.com.ec. Obtenido de <https://cosas.com.ec/jessica-butrich-todo-sobre-su-primera-tienda-en-ecuador-y-su-nueva-linea-popurri/>

Dulce Hernandez, Roberto Hernandez, M Baptista. (2016). Metodología de la Investigación. Mexico.

Ecuador: Ecuador en Cifras.

Edouard Mathieu, Hannah Ritchie, Lucas Rodés-Guirao, Cameron Appel, Daniel Gavrillov, Charlie Giattino, Joe Hasell, Bobbie Macdonald, Saloni Dattani, Diana Beltekian, Esteban Ortiz-Ospina, and Max Roser. (2020). <https://ourworldindata.org/>.
Obtenido de <https://ourworldindata.org/coronavirus>

Gabriela, M. (2007). Diseño no es moda y moda no es diseño de indumentaria. Argentina.

Gwilt, A. (2014). Moda Sostenible. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

Hernandez R, F. C. (2014). Metodología de la Investigación. . Maxico DF: McGraw-Hill Interamericana.

Hilda María Sasnalema Ochoa y Mayra Asanza Valencia . (2018). www.eumed.net.
Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/exportacion-bolsos-ecuador.html>

INEC. (2020). INDUSTRIA MANUFACTURERA Calzado y afines. Ecuador

INEC. (2020). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>

José E. Putruele, Marcia C. Veneziani. (2019). Sustentabilidad, diseño y reciclajedad. Buenos Aires.

Jose Teunissen, Jan Brand. (2009). Moda y Accesorios. Gustavo Gili, SL.

Keyla Carvajal. (2020). Instagram. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/CC1TKPgnmLS/>

Larios, R. (2019). El reto de la sostenibilidad en la industria textil y de la moda. Lima.

Lau, J. (2013). Diseño de Accesorios. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

Lokiero. (21 de Julio de 2022). <https://www.lookiero.es>. Obtenido de <https://lookiero.es/blog/que-es-el-estilo-chic/>

Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo. Ecuador: trabajo.gob.ec.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). Ecodiseño. Ecuador: Issuu.

Ministerio de Educación. (2021). Obtenido de <https://educacion.gob.ec/que-es-el-buenvivir/>

Munari, B. (2004). ¿Cómo nacen los objetos? . Barcelona: Gustavo Gili.

Mundial, B. (28 de Septiembre de 2021). Banco Mundial.org. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>

Muñoz Ramos, A. (2004). Fundamentos para la constitución de un mercado común de electricidad. División de recursos naturales e infraestructura, 8-17.

NEC. (2011). Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011.

Neumeinster, B. (2022). Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de. Ambato.

ONU. (12 de Abril de 2019). www.news.un.org. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>

Papanek, V. (2014). Diseñar para el mundo real. New York: Pol-len edicions.

Pesca, M. d. (2021). Libro Blanco de economía circular en Ecuador. Quito.

Provincial, G. (2020). Tungurahua, Tierra de Oportunidades. Obtenido de https://rrnn.tungurahua.gob.ec/promocion/productos/get_by_categoria/553a7d7abd92ea e00e000000

RAE. (2022). <https://www.rae.es/>. Obtenido de <https://dle.rae.es/multifunci%C3%B3n>

Rambla, W. (2007). EStetica y Diseño. Salamanca.

Salcedo, E. (2014). Moda Etica para un futuro sostenible. Barcelona: Gustavo Gili.

Super Bancos. (2022). www.superbancos.gob.ec. Obtenido de <https://www.superbancos.gob.ec/estadisticas/portalestudios/sistema-financiero-publico-y-privado/>

Tandazo, K. (2021). Aplicación de materiales alternativos para el diseño de bolsos que sean amigables con el medio ambiente. Ambato.

Telegrafo, E. (10 de Agosto de 2014). El Telegrafo. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/1/en-ecuador-se-faena-un-millon-de-reses-al-ano>

Trabajo.gob.ec. (2012). Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y

Zarza, N. (2022). Política ambiental: qué es y ejemplos. Ecología verde, 2-4.

Zeas, S. (2017). Hacia una moda sostenible y ecológico.

