

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

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

**“Aplicación de materiales alternativos para el diseño de bolsos que  
sean amigables con el medio ambiente”.**

**Autora:** Tandazo Carpio, Kindra Melisa

**Tutora:** Dis. Mg. Sanchez Sailema, Erika Catalina

**Ambato – Ecuador**

**Febrero 2021**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema: “**Aplicación de materiales alternativos para el diseño de bolsos que sean amigables con el medio ambiente**” la alumna Tandazo Carpio Kindra Melisa, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero de 2021

LA TUTORA



.....  
Dis. Mg. Erika Catalina Sánchez Sailema

C.C: 1803470481

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Aplicación de materiales alternativos para el diseño de bolsos que sean amigables con el medio ambiente**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, febrero del 2021

LA AUTORA



.....  
Kindra Melisa Tandazo Carpio

C.C. 2300258213


## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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

Ambato, febrero del 2021

LA AUTORA



.....  
Kindra Melisa Tandazo Carpio

C.C. 2300258213

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema **“Aplicación de materiales alternativos para el diseño de bolsos que sean amigables con el medio ambiente”** de Kindra Melisa Tandazo Carpio, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, febrero del 2021

Para constancia firman

---

C.C.

PRESIDENTE

---

C.C.

MIEMBRO CALIFICADOR

---

C.C.

MIEMBRO CALIFICADOR

## **DEDICATORIA**

*A mi familia por ser siempre mi apoyo*

Kindra Melisa Tandazo Carpio

## **AGRADECIMIENTO**

*A mi familia por todo su amor y apoyo.  
Y a todos los profesores por su tiempo y su paciencia.*

Kindra Melisa Tandazo Carpio

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. ANTECEDENTES GENERALES.....	3
1.1 Nombre del proyecto.....	3
1.2. Antecedentes (Estado del Arte).....	3
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1 Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2. MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1 Marco teórico.....	7
2.1.1 Desarrollo sostenible.....	7
2.1.2 La moda.....	17
2.2. Marcas referentes.....	21



2.2.1 AURELIA .....	21
2.2.2 SOUF .....	22
2.3 Visionario.....	23
2.3.1 ROCIO .....	23
CAPÍTULO III.....	24
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	24
3.1 Análisis externo.....	24
3.1.1 Análisis Pest.....	24
3.1.2 Tendencias de consumo.....	30
3.1.3 Segmentación del mercado potencial .....	32
3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia.....	34
3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial .....	35
3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) .....	36
3.2 Análisis interno .....	38
3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles .....	38
3.2.2 Análisis Cadena de Valor .....	39
CAPÍTULO IV .....	48
4. MARCO METODOLÓGICO .....	48
4.1. Estudio de público objetivo .....	48
4.2. Modelo de encuesta y/o entrevista.....	48
4.2.1 Encuesta .....	48
4.3. Selección de la muestra .....	51
4.3.1 Población.....	51
4.3.2 Muestra .....	52
4.4 Técnicas de estudio .....	53
4.4.1 Cuantitativas.....	53
4.5 Elaboración e interpretación de los datos .....	54
4.5.1 Encuesta a potenciales clientes .....	54
CAPÍTULO V .....	66
5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN .....	66
5.1 Cronograma de producción .....	66

5.2 Control de Calidad .....	67
5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto .....	68
5.4 Requerimientos de mano de obra .....	69
5.5. Seguridad industrial y medio ambiente .....	70
5.5.1 Seguridad Industrial .....	70
5.5.2 Medio Ambiente.....	72
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>74</b>
<b>6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>74</b>
6.1 Descripción del producto.....	74
6.1.1. Brain storming.....	74
6.2 Perfil del cliente .....	75
6.2.1 Moodboard del perfil del cliente.....	77
6.3. Identidad de marca .....	77
6.3.1 Concepto .....	77
6.3.2. Valores Empresariales .....	78
6.3.3. Versiones.....	79
6.3.4. Responsive .....	80
6.3.5. Área de protección .....	80
6.3.6. Paleta cromática .....	81
6.3.7. Tipografía.....	81
6.4. Uso de la marca.....	82
6.4.1. Caja y bolsa para productos.....	82
6.4.2. Papelería.....	83
6.4.2 Etiqueta y marquilla .....	84
6.5. Tendencia: macro o microtendencia .....	84
6.5.1. Macrotendencia .....	84
6.5.2. Tendencia.....	86
6.6. Análisis de color de la propuesta.....	89
6.6.1. Paleta de color de la propuesta .....	89
6.7. Concepto de la propuesta .....	90
6.8. Elementos del diseño.....	91
6.8.1 Siluetas .....	91

6.8.2 Proporción y línea .....	93
6.8.3 Función .....	93
6.8.4 Detalles .....	93
6.8.5 Estilo .....	94
6.8.6 Estampados, bordados y acabados y terminados .....	95
6.9 Materiales e insumos .....	96
6.10. Sketch o bocetos.....	99
6.10.1 Bocetos.....	99
6.11. Fichas técnicas .....	113
6.11.1 Fichas de dibujo plano.....	113
6.11.2 Fichas de materiales y accesorios .....	116
6.11.3 Fichas de mordería .....	119
6.11.4 Fichas de ruta operativa.....	122
6.12 Photobook .....	125
6.13. Costos de producción .....	145
CONCLUSIONES .....	148
RECOMENDACIONES .....	149
BIBLIOGRAFÍA.....	150

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Variables geográficas .....	32
Tabla 2 Variables demográficas .....	32
Tabla 3 Variables psicográficas .....	33
Tabla 4 Variables conductuales .....	33
Tabla 5 Análisis FODA.....	36
Tabla 6 Cadena de valor según Porter.....	40
Tabla 7 Eslabón de investigación.....	41
Tabla 8 Eslabón de abastecimiento .....	43
Tabla 9 Eslabón de producción .....	45
Tabla 10 Eslabón de comercialización.....	47
Tabla 11 Detalle de la población de estudio .....	53
Tabla 12 Diagrama de Grant.....	66
Tabla 13 Equipo e infraestructura .....	68
Tabla 14 Mano de obra .....	69
Tabla 15 Medidas de seguridad industrial .....	71
Tabla 16 Tipos de bolsos en la propuesta .....	92
Tabla 17 Tipos de siluetas en la propuesta.....	92
Tabla 18 Materiales para la propuesta .....	96
Tabla 19 Insumos para la propuesta.....	97

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Tipos de bolsos.....	20
<b>Gráfico 2.</b> Bolso de marca Aurelia.....	21
<b>Gráfico 3.</b> Bolso de marca Souf .....	22
<b>Gráfico 4.</b> Bolso de marca Rocio .....	23
<b>Gráfico 5.</b> El papel del bolso en la vestimenta.....	54
<b>Gráfico 6.</b> El bolso y la línea de ropa.....	55
<b>Gráfico 7.</b> Preferencias del tipo de bolsos.....	55
<b>Gráfico 8.</b> Factores de compra de un bolso.....	56
<b>Gráfico 9.</b> Diseño de referencia.....	57
<b>Gráfico 10.</b> Material de preferencia en un bolso.....	57
<b>Gráfico 11.</b> Conocimiento del daño ambiental.....	58
<b>Gráfico 12.</b> Consumidor responsable.....	59
<b>Gráfico 13.</b> Consumo de moda ecológica .....	60
<b>Gráfico 14.</b> Consumo de bolsos ecológicos .....	60
<b>Gráfico 15.</b> Consumo de bolsos de madera.....	61
<b>Gráfico 16</b> Color de preferencia.....	62
<b>Gráfico 17.</b> Precios de bolsos ecológicos.....	62
<b>Gráfico 18.</b> Tiempo de compra .....	63
<b>Gráfico 19.</b> Moodboard de perfil de usuario.....	77
<b>Gráfico 20.</b> Tendencia Carácter artesanal .....	86
<b>Gráfico 21.</b> Paleta de color de la propuesta.....	89
<b>Gráfico 22.</b> Paleta de color de la propuesta.....	90
<b>Gráfico 23.</b> Moodboard de concepto de la propuesta.....	91
<b>Gráfico 24.</b> Estilo Casual Chic.....	95
<b>Gráfico 25.</b> Boceto de propuesta 1 .....	99
<b>Gráfico 26.</b> Boceto de la propuesta 2.....	100
<b>Gráfico 27.</b> Boceto de la propuesta 3 .....	101
<b>Gráfico 28.</b> Boceto de la propuesta 4 .....	102
<b>Gráfico 29.</b> Boceto de la propuesta 5.....	103
<b>Gráfico 30.</b> Boceto de la propuesta 6.....	104
<b>Gráfico 31.</b> Boceto de la propuesta 7 .....	105
<b>Gráfico 32.</b> Ilustración de propuesta 1 .....	106
<b>Gráfico 33.</b> Ilustración de propuesta 2 .....	107
<b>Gráfico 34.</b> Ilustración de propuesta 3 .....	108
<b>Gráfico 35.</b> Ilustración de propuesta 4 .....	109
<b>Gráfico 36.</b> Ficha de propuesta 5 .....	110

<b>Gráfico 37.</b> Ilustración de propuesta 6 .....	111
<b>Gráfico 38.</b> Ilustración de propuesta 7 .....	112
<b>Gráfico 39.</b> Ficha de dibujo plano 1 .....	113
<b>Gráfico 40.</b> Ficha de dibujo plano 2.....	114
<b>Gráfico 41.</b> Ficha de dibujo plano 3.....	115
<b>Gráfico 42.</b> Ficha de materiales 1.....	116
<b>Gráfico 43.</b> Ficha de materiales 2.....	117
<b>Gráfico 44.</b> Ficha de materiales 3.....	118
<b>Gráfico 45.</b> Ficha de moldería 1 .....	119
<b>Gráfico 46.</b> Ficha de moldería 2.....	120
<b>Gráfico 47.</b> Ficha de moldería 3.....	121
<b>Gráfico 48.</b> Ficha de ruta operativa 1 .....	122
<b>Gráfico 49.</b> Ficha de ruta operativa 2.....	123
<b>Gráfico 50.</b> Ficha de ruta operativa 3 .....	124
<b>Gráfico 51.</b> Ficha de costos 1 .....	145
<b>Gráfico 52.</b> Ficha de costos 2.....	146
<b>Gráfico 53.</b> Ficha de costos 3 .....	147

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente proyecto integrador se dará a conocer el desarrollo de una propuesta de diseño de bolsos elaborados con materiales alternativos naturales bajo enfoque de moda sostenible y de moda ecológica. Esta propuesta se planteó debido al daño medio ambiental que ocasionan los materiales tradicionales con los que están elaborados los bolsos comúnmente, los cuales son: el cuero natural, el cuero sintético y material textil. Su proceso de obtención de dichos materiales, la gran cantidad de residuos que genera y las décadas que tardan en descomponerse, es la problemática que se estudió para proseguir con la ejecución del proyecto.

Entonces, en respuesta a este daño medioambiental que el hombre está ocasionando a través de estas actividades, se realizó la propuesta de desarrollar diseños de bolsos elaborados con materiales alternativos naturales, tales como, madera, yute y piedra natural, cuyo proceso de obtención y transformación es, sin lugar a duda, menos contaminantes para el medio ambiente. Bajo esta breve exposición de la solución frente a la problemática, es importante explicar que la madera se considerará un material sostenible siempre y cuando provenga de residuos, del reciclaje o de bosques sostenibles.

Con este proyecto, se da a conocer la importancia del papel de los diseñadores de moda en poder aportar, por medio de su trabajo, en el cuidado del medio ambiente. Los diseñadores no deben pensar solo en solventarse económicamente o solo en marcar tendencia, sino que en tiene la necesidad, la responsabilidad y el compromiso de encontrar soluciones, ya sean grandes o pequeñas, a los desafíos que hoy en día forman parte de la Industria de la moda.

**PALABRAS CLAVE: BOLSOS, MADERA, MODA SOSTENIBLE,  
MEDIOAMBIENTE**

## **ABSTRACT**

In this integrating project, the development of a design proposal for handbags made with natural alternative materials under a sustainable fashion and ecological fashion approach will be presented. This proposal was proposed due to the environmental damage caused by the traditional materials with which bags are commonly made, which are: natural leather, synthetic leather and textile material. The process of obtaining these materials, the large amount of waste it generates and the decades it takes to decompose, is the problem that was studied to continue with the implementation of the project.

Then, in response to this environmental damage that man is causing through these activities, the proposal was made to develop bag designs made with alternative natural materials such as wood, jute and natural stone, whose process of obtaining and transforming is, without doubt, less polluting to the environment. Under this brief explanation of the solution to the problem, it is important to explain that wood will be considered a sustainable material as long as it comes from waste, recycling or sustainable forests.

With this project, the importance of the role of fashion designers in being able to contribute, through their work, in the care of the environment is made known. Designers should not think only in solving economically or only in setting trends, but in having the need, the responsibility and the commitment to find solutions, whether big or small, to the challenges that are part of the fashion industry today.

**KEYWORDS: BAGS, WOOD, SUSTAINABLE FASHION, ENVIRONMENT.**



## INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas más graves que se está viviendo hoy en día en todo el mundo es el daño medioambiental que está sufriendo el planeta debido a las diversas actividades industriales que realiza el hombre, siendo una de ellas la industria de la moda. Los materiales que emplea esta industria, su proceso de obtención y los residuos que genera resultan altamente contaminantes para el medio ambiente. Es por ello que mediante este proyecto se propone la utilización de materiales alternativos para la elaboración de bolsos que son materiales naturales menos contaminantes para el medio ambiente.

En el capítulo I, se estudiará acerca de los antecedentes investigativos realizados con referencia al tema del proyecto sobre el diseño de bolsos bajo el concepto de moda sostenible para justificar la ejecución de la investigación y determinar cuáles son los objetivos que se deben llevar a cabo en el desarrollo del proyecto.

En el capítulo II, se procederá a desarrollar el marco teórico de la investigación con el fin de obtener toda la información pertinente y de sustento para el proyecto acerca de todo lo que concierne de la moda sostenible, los materiales alternativos y el diseño de bolsos; y junto con ello analizar y tomar de referencia otras marcas de moda que tienen productos bajo un enfoque similar.

En el capítulo III, se hará un análisis externo e interno del proyecto a realizar. Se estudiarán los entornos actuales en el ámbito político, económico, social, tecnológico, ambiental y legal. También se estudiará acerca de las tendencias de consumo, el mercado potencial, las posibles competencias y por último un análisis de la cadena de valor en la que se desarrollará el producto con el fin de conocer la factibilidad del proyecto y conocer a que situaciones se atiene durante su ejecución.

En el capítulo IV, se explicará acerca de la metodología que se desarrollará para obtener información sobre el mercado potencial a quien va dirigido el producto. Se dará a conocer los procesos de recolección de datos que se efectuará a través de encuestas

realizadas a los posibles clientes con su debida interpretación y su análisis de los resultados.

En el capítulo V, se analizará todo en cuanto a los recursos que se requieren para el desarrollo del producto, siendo estos los económicos, humanos, materiales, tecnológicos y de infraestructura. Adicional a esto, se investigará acerca de la seguridad industrial adecuada y seguridad del medio ambiente para poder realizar un adecuado proceso de producción.

En el capítulo VI, se desarrollará la propuesta del producto cuyo contenido se basará en toda la investigación antes realizada. Se realizará todo el debido proceso de diseño, desde el desarrollo de la marca, atravesando por el estudio de las tendencias, análisis del perfil del cliente, el concepto de la colección a presentar, los bocetos, diseños finales, fichas técnicas y presentación física del producto final.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES GENERALES

### 1.1 Nombre del proyecto

“Aplicación de materiales alternativos para el diseño de bolsos que sean amigables con el medio ambiente”

### 1.2. Antecedentes (Estado del Arte)

Una de las investigaciones que se encontró es la de Silvia Zeas realizada en el año 2017 cuyo título es *Hacia una moda sostenible y ecológica*. La problemática que plantea la autora es el impacto medioambiental que causa la producción de la moda debido a los grandes volúmenes de desechos que se generan gracias a una producción desmedida ocasionada por una sociedad consumista. El objetivo de esta investigación es plantear un modelo sustentable en todo sentido, con un comercio justo, ética laboral y la aplicación de procesos sostenibles en todas las etapas de producción. La metodología que aplica es analizar mediante dos cuadros descriptivos los impactos de los distintos procesos que intervienen en la moda, como estos perjudican al medio ambiente y las alternativas sostenibles que se pueden emplear en el periodo de vida de una prenda. Como resultado se obtuvo la propuesta de vincular la industria con la academia mediante el proceso de diseño para que pueda plantear procesos sustentables en beneficio del medio ambiente (Zeas, 2017)

Otra investigación desarrollada referente al tema de estudio del presente proyecto es de María Zambrano Fernández elaborada en el año 2018, titulado “De la moda rápida a la moda sostenible, la transformación del consumidor”. La problemática que presenta es acerca del crecimiento que ha tenido la moda rápida de manera desmedida. El objetivo de la investigación es estudiar los cambios que experimenta el consumidor de moda rápida

al convertirse en consumidor de moda sostenible. La metodología que usa es la auto etnografía y las entrevistas a cierto número de participantes. Se obtuvo como resultado que el proceso de conversión del consumidor es único y depende del contexto que vive cada persona y de su formación. (Zambrano, 2018)

Así mismo encontramos también la investigación de Tamara Folgueira Suárez desarrollada en el año 2017 cuyo trabajo se titula “El reto de la sostenibilidad en el sector textil-moda”. La problemática que plantea la autora es los impactos negativos que generan el fast fashion como la contaminación de los ríos o la explotación laboral que sufren los trabajadores en esta industria. El objetivo en esta investigación es estudiar cómo se mueve actualmente la industria textil-moda y las oportunidades y los desafíos que enfrenta la sostenibilidad para llegar a un consumo de moda mucho más responsable. La metodología que aplicó la autora para haber desarrollado este estudio fue revisar bibliografía referente a la materia, encuestas, entrevistas a consumidores y expertos en el área. El resultado que se obtuvo fue que las grandes empresas de distribución, así como las nuevas iniciativas están realizando proyectos para obtener una industria que sea más sostenible. (Folgueira, 2017)

En el ámbito nacional se encontró la investigación desarrollada por Natalia del Carmen Villalba y Taña Escobar en el año 2018 titulada: “La metamorfosis social de la moda: el camino hacia el mapeo de empresas de moda sostenible en Ecuador”. La problemática planteada por las autoras hace referencia al sistema de moda rápida introducida por el consumismo, capitalismo, los cuales han generado daños ambientales y sociales que han dado paso a la unificación del mercado con prendas producidas por los países desarrollados. El objetivo de este estudio fue realizar un mapeo a empresas de moda sostenible en el país. La metodología empleada en la investigación fue mediante un diseño etnográfico estudiar el sistema productivo a un determinado grupo de empresas que trabajaban con el concepto de sostenibilidad. El resultado obtenido es que este modelo de negocio de la moda sostenible promueve el comercio justo, la inclusión del trabajo artesanal y un producto de calidad, lo que demuestra que el Ecuador también es participe del cambio del sistema de la moda (Villalba y Escobar, 2018).

### **1.3. Justificación**

El presente proyecto de investigación es importante porque impulsa el desarrollo de la moda sostenible motivando a las personas al cuidado del medio ambiente, ya que la industria de la moda es uno de los sectores más contaminantes en el mundo (Greenpeace, 2012). La industria de la moda debe buscar alternativas sostenibles para la elaboración de sus productos y una de estas es trabajar con materiales alternativos, como la madera o el yute, que son materiales naturales y biodegradables con los que es posible la fabricación de bolsos y carteras, ya que estas, son elaboradas comúnmente con cuero natural, cuero sintético o material textil. Cabe mencionar que, la madera es considerado como un material sostenible, siempre y cuando provenga del reciclaje, de los residuos o de bosques sostenibles, así que, si se lo usa con responsabilidad es una buena opción para cuidar los ecosistemas.

Este proyecto resultará muy beneficioso para el medio ambiente porque el proceso de obtención y transformación de los materiales que se emplearán para la elaboración de estos productos de moda son más naturales y los residuos que se van a generar se biodegradarán, lo que ayudará a reducir la contaminación del entorno natural. Las personas que resultarán beneficiadas dentro de este proyecto serán los mismos usuarios por adquirir un producto de moda de calidad y de diseño ecológico. A más de los usuarios, quienes también serán beneficiadas en gran manera son las personas que intervengan en la producción de los bolsos como son los artesanos en carpintería quienes gozarán de ingresos económicos justos dando a su vez un aporte a la sostenibilidad del medio ambiente.

### **1.4. Objetivos**

#### **1.4.1 Objetivo general**

Aplicar materiales alternativos para el diseño de bolsos que sean amigables con el medio ambiente

### **1.4.2. Objetivos específicos**

1. Indagar materiales alternativos que sean amigables con el medio ambiente por medio de la experimentación de procesos.
2. Determinar los lineamientos para el diseño de bolsos mediante una autopsia de productos.
3. Plantear propuestas de diseño de bolsos con la aplicación de materiales alternativos sostenibles.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 Marco teórico**

##### **2.1.1 Desarrollo sostenible**

###### **2.1.1.1 Contaminación de materiales en la Industria de la Moda**

Los materiales más comúnmente usados en la elaboración de bolsos son el cuero sintético y el cuero natural. Sin embargo, pese a las ventajosas características que poseen estas materias primas, encontramos una serie de cualidades que las hacen, por el otro lado, perjudiciales para el medio ambiente y ser humano debido a sus procesos de obtención y la cantidad de residuos que generan.

El curtido es un proceso químico en el que se someten las pieles de los animales para convertirlos en cuero con la finalidad de preservarlas a través del tiempo con características de resistencia, elasticidad y belleza. A nivel mundial se manejan básicamente dos métodos para realizar el proceso de curtido: uno con agentes vegetales y el otro con sales de cromo, siendo este último como el más utilizado en el 80% de las industrias que se dedican a esta actividad en el país (Ministerio de Ambiente, 2013).

La industria del cuero es una de las actividades productivas que genera un gran nivel de contaminación ambiental debido a las grandes cantidades de sustancias químicas que se emplean y los enormes volúmenes de agua que se requieren en casi todas las etapas del proceso. “Los residuos que se generan en la producción de cuero son: carnazas, tiras de cuero, aserrín de cuero y residuos de líquidos con elevadas concentraciones de: sulfuros ( $S^{2-}$ ), cromo trivalente ( $Cr^{3+}$ ) ...”, entre otros (Guzmán y Luján, 2010, p.466). Sin lugar a duda, estos residuos hacen que los efluentes de la industria curtidora sean altamente

tóxicos y por consiguiente provoquen la contaminación de los suelos, aguas, aire y también ocasionen efectos negativos en la salud de las personas. Este problema se debe a que la gran mayoría de las curtiembres no poseen una planta de tratamiento de aguas residuales en el país para poder reducir la contaminación de esta industria.

Por otro lado, el cuero sintético se empezó a fabricar con el propósito de imitar la piel animal, motivo por el cual el diseño de su textura táctil y visual es lo más idéntica posible a la materia prima de origen natural. Las razones por las que la industria de la moda produce este material son varias en comparación con los cueros naturales. Entre las más destacadas podemos mencionar las siguientes: se reducen los costos del material, la facilidad para el proceso de corte y confección, su fácil obtención con una gran variedad de colores y texturas, y, por último, se aparta de los problemas éticos que se generan en cuanto a la contaminación del medio ambiente con respecto a los procesos de curtido que se aplican para obtener el cuero y la explotación de los animales.

Sin embargo, a pesar de que su producción salvaguarda la vida animal y su elaboración no implica procesos de curtición, no es un material que realmente ayude a mitigar el impacto ambiental. La producción de cuero sintético involucra la utilización de fibras artificiales no ecológicas o también de fibras manufacturadas, tales como acrílicos, nailon, rayón y poliéster que se fabrican a partir de derivados del petróleo, lo que da paso a la generación de emisiones contaminantes y desechos químicos que corresponden ser neutralizados. “Las fibras de piel sintética no pueden ser recicladas o reutilizadas con facilidad, ya que son sensibles al calor y a la abrasión. Por lo tanto, la piel sintética puede contribuir a la degradación del medio ambiente.” (Baugh, 2010, p.254)

### **2.1.1.2 Concepto de desarrollo sostenible**

La necesidad de investigar acerca del deterioro y la conservación del medio ambiente en el país y en todo el mundo ha crecido cada día más. Ha sido apremiante conocer y estudiar cómo y en qué medida las diversas actividades del hombre están



intercediendo en la calidad y en la clase de vida de cada persona y en el estado de los recursos naturales y los ecosistemas. Así también, ha crecido un sinnúmero de investigaciones para determinar las consecuencias negativas del impacto ambiental en la población y las acciones que se están tomando para tratar de disminuir el problema de la contaminación (Zurita, 2016).

Estas actividades surgieron a partir de exhaustivos análisis ambientales que empezaron a realizar por el Programa de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (PNUMA) en 1972 donde se dio a conocer la iniciativa de promover el desarrollo sostenible. Este concepto, por lo tanto, hace referencia al hecho de alcanzar un mayor desarrollo de la población sin poner en riesgo el medio ambiente (Zurita, 2016); es decir, en términos más claros, "... lograr una relación armónica y equilibrada entre el progreso económico, social y ambiental." (Barahona, 2018, p.37)

#### **2.1.1.2 Moda sostenible**

Aplicar este concepto en la moda no ha sido ni es tarea fácil. Sin embargo, hoy en día existen varias organizaciones, empresas y marcas que buscan darle esta nueva perspectiva a la industria la cual ya va ganando poco a poco más espacio y más acogida por parte de los consumidores (Felipe, 2018).

Salcedo (2014) define a la moda sostenible como el conjunto de actividades que practica la industria para poder permanecer en el tiempo considerando el uso consiente y adecuado de los recursos naturales que posee garantizando al mismo tiempo la justicia social y la equidad. Por lo tanto, para llevar a la práctica a la moda sostenible se debe tener presente tres aspectos fundamentales: los sociales, que buscan la igualdad; los ambientales, que buscan un equilibrio ecológico y los económicos, que velan por una economía viable en la industria (Gwilt, 2014). Ahora, partiendo de la investigación realizada por Salcedo (2014) dentro de la moda sostenible se encuentran otros conceptos de hacer moda pero que se fundamentan en los mismos principios. De esta manera tenemos entonces a la moda ética, el slow fashion y moda ecológica.

Frente a todo esto, cabe acotar que el papel del diseñador y su concepción acerca de la sostenibilidad en la moda es de suma importancia para la elaboración de un producto bajo este enfoque. “La función del diseñador de moda es buscar y encontrar soluciones a los desafíos que actualmente presenta el mundo de la moda” (Salcedo, 2014). Estos desafíos giran en torno a la conservación ambiental, buenas condiciones laborales, bienestar de los consumidores y buena solvencia económica de la industria (Gwilt, 2014).

### **Moda ecológica**

La ecomoda o también denominada moda ecológica o moda orgánica, es una parte de la moda sostenible que tiene como objetivo principal reducir los impactos ambientales, es decir, es la producción de artículos vestimentarios que se centra fundamentalmente en aplicar o desarrollar métodos menos dañinos para el medio ambiente (Salcedo, 2014). Cabe recalcar que, esto no significa que se deje totalmente de lado el proveer de buenas condiciones laborales a todos quienes son parte de la industria ni tampoco desconsiderar el bienestar del consumidor, sino que tiene como prioridad encontrar soluciones a los problemas medioambientales.

#### **2.1.1.3 Materiales alternativos**

Una excelente estrategia que ayuda a reducir el impacto ambiental es minimizar los efectos negativos que los materiales ocasionan al medio ambiente. Es por ello que muchas marcas, empresas y emprendimientos de la industria de la moda han optado por sustituir el material común y tradicional por el uso de materiales alternativos que, bajo criterios de sostenibilidad, son todos aquellos materiales que no son comúnmente utilizados para la fabricación de un producto determinado pero que tienen la característica principal de generar bajo impacto ambiental durante su obtención, los procesos de producción y en la generación de residuos (Ramírez, 2002), considerándolos de esta manera como materiales amigables con el medio ambiente.

#### **Materiales alternativos naturales**

De la gran variedad de materiales alternativos tenemos los de origen natural, es decir, como su nombre lo indica, son todos aquellos producidos por la misma naturaleza y se caracterizan por no requerir procesos químicos ni tampoco un alto consumo de energía para procesarlos hasta llegar a obtener el producto final (Ramírez, 2002), como la madera, la piedra natural, el yute, etc. La característica principal que tienen estos materiales naturales es que vienen de fuentes renovables, que son todos aquellos recursos de la naturaleza que pueden regenerarse mediante procesos naturales a un tiempo mayor al del consumo por el ser humano (Deacon, 1997). Pueden ser cultivables o de crianza animal, así como la madera, fibras vegetales, fibras de animales, etc. Cabe recalcar que, “para la utilización de materiales renovables se debe tener en cuenta la producción, de tal manera que se garantice la continuidad de la renovación, evitando el agotamiento de la tierra y/o los recursos hídricos” (Rocha, 2011, p.105)

### **2.1.1.3 La madera**

Según el diccionario forestal de la Sociedad Española de Ciencias forestales, la madera es la materia leñosa y celulósica situada, en los tallos de más de un año, entre la médula y la corteza de un árbol, arbusto o mata. Bajo este concepto, básicamente se puede definir a la madera como aquel material vegetal procedente del tronco de los árboles. Está compuesto principalmente por celulosa, que vienen a ser la base de la madera; de lignina que es la sustancia que proporciona dureza y rigidez al material; y también de otros componentes, tales como resinas, aceites, azúcares, entre otros. (Fundación para la prevención de riesgos laborales, 2012)

### **Estructura básica de la madera**

Estructuralmente la madera está conformada de la siguiente manera: La albura es la parte externa del tronco que cumple con funciones conductoras, mientras que la parte interna de tronco cuyas funciones son de resistencia y almacén de nutrientes se le denomina duramen. Esta sección presenta otros elementos integrados como la médula, los radios leñosos y los anillos de crecimiento. La capa exterior que encierra a la albura y el duramen se llama corteza, la cual posee una parte interior viva con la función conductora

de la savia elaborada y otra parte exterior muerta con función de protección (Forest Stewardship Council 2018).

### **Composición química de la madera**

Como cualquier materia de origen natural y orgánico está compuesta por elementos atómicos de carbono, hidrógeno y oxígeno cuyas proporciones varían levemente según cada especie de la siguiente manera: carbono del 48,0 al 52,0%, hidrógeno del 5,8 al 6,2% y oxígeno del 41,5 a 45,5%. Estos elementos compuestos dan origen a la celulosa, hemicelulosa y lignina que son los responsables de proporcionar resistencia y durabilidad a este material. Junto a estos componentes se encuentran también las denominadas sustancias de impregnación, como los terpenos, ácidos resínicos, etc., que se encuentran en menor cantidad en relación a las tres principales sustancias y cuya función es básicamente proteger al árbol de organismos patógenos (Vignote & Martinez, 2005).

### **Propiedades generales de la madera**

La madera posee diversas propiedades muy particulares que la distinguen de otros materiales, por lo que el hombre la ha empleado para distintas funciones desde hace miles de años. A continuación, se darán a conocer algunas de las más importantes:

1. Es un material relativamente ligero.
2. Tiene buena resistencia a los esfuerzos de tracción y compresión.
3. La madera es estética, su bella apariencia se debe gracias a tres características naturales muy distinguidas las cuales son: el grano, la textura y el vetado.
4. Es renovable, es decir, si se cuidan los bosques estos no se agotarán.
5. Es reciclable, reutilizable y valorizable
6. Es biodegradable, se descompone de forma natural.
7. Es un material poroso, capaz de absorber o desprender humedad.

## **Beneficio de la madera para el medio ambiente**

La madera es un material que, por ser de origen natural, ser de carácter renovable y reciclable tiene un reducido impacto ambiental al utilizarse como materia prima para la elaboración de un producto. Al ser un material que se genera de manera natural, presenta por lo consiguiente una reducción directa de energía, de agua y de emisiones tóxicas en su proceso de extracción y transformación, ya que estos consisten fundamentalmente en procesos mecánicos como corte, prensado, calado, etc. (Forest Stewardship Council 2018)

Otro aspecto a considerar, es que la madera es un material que tiene la facultad de biodegradarse bajo las condiciones apropiadas para ello. La biodegradación es una descomposición orgánica producida por microorganismos que hacen que los materiales se lleguen a transformar en sustancias más simples con el fin de reciclar sus nutrientes (Gómez y Saiz, 20). “Estos procesos y agentes de la degradación están presentes en la naturaleza para garantizar la perfecta sostenibilidad y reciclabilidad de toda la materia orgánica por ella producida” (Forest Stewardship Council, 2018, p. 64)

## **Proceso de transformación de la madera**

El proceso de transformación de la madera empieza desde la extracción de los troncos en los bosques para luego ser aserrados y sacar el mejor aprovechamiento del material y tener como resultado grandes tablones de distintas escuadrías. Después de esta etapa viene el proceso de secado, que es la operación que tiene como objetivo eliminar el contenido de agua o humedad en la madera. Ya con la madera seca empieza el trabajo de carpintería, donde se empieza con las operaciones mecánicas del material, como el tronzado, regreuzado, cepillado, taladrado, etc. mediante la maquinaria, herramienta y técnicas apropiadas para ello. Luego de esta fase viene el proceso de montaje del mueble o cualquier otro producto de madera que se esté construyendo, para finalmente llegar al proceso de acabado y posterior a ellos proceder a la colocación de accesorios finales (AIDMA, 2009)

#### **2.1.1.4 La roca o piedra natural**

La roca o piedra natural “se define como una asociación inorgánica de uno o varios minerales originados en forma natural por procesos geológicos, endógenos o exógenos” (Orozco, Branch y Jiménez, 2014, p.5). Este material de la naturaleza ha sido un recurso geológico que el ser humano ha empleado para llegar a satisfacer muchas de sus necesidades con el fin de mejorar su calidad de vida. De esta manera, utilizaban este material para construir diferentes edificaciones y elaborar objetos de uso cotidiano como ornamentos, aras de defensa, arte funerario, anzuelos, etc.

Hoy en día, aun es un material que se utiliza para obras de construcción, monumentos, esculturas y para una variedad de artículos de decoración u ornamentación. Es por ello que, de acuerdo al uso que se le puede dar, podemos diferenciar dos tipos: Las piedras para construcción o cantería y las rocas o piedras para ornamentación (Fort, 2009). La piedra se selecciona de acuerdo a sus características, las cuales pueden variar en el brillo, el color, la textura, la durabilidad y la resistencia buscando las más apropiadas para que atiendan de manera óptima la funcionalidad del producto que se requiere desarrollar o construir (Pereira, Maciel y Hernandis, 2012).

Es evidente que la piedra natural es un material que se destaca por su peso y su dureza, por lo tanto, suele resultar poco versátil y de difícil manipulación como para ser empleadas como pieza de ornamentación. Sin embargo, se ha podido observar en la historia el arte que han logrado llevar al material a extrema simplicidad por medio de diversas técnicas y tecnologías que han hecho olvidar aquellas características en desventaja, priorizando y resaltando en cambio, la estética y sus formas naturales llevándolas a únicos estándares de belleza (Pereira, Maciel y Hernandis, 2012)

Desarrollar un sinnúmero de diseños con piedras para ornamentación es posible, si se considera por supuesto “...la gran variedad de rocas existentes en la naturaleza, las combinaciones que pueden obtenerse con los tamaños y formas de las piezas, los colores, el aspecto, así como los diferentes acabados superficiales que pueden conseguirse” (Fort, 2009). Existen algunas marcas de diseño en el campo del interiorismo que han tenido la

visión de lanzar al mercado innovadores productos hecho con piedra cuyos diseños a más de cumplir con su funcionalidad buscan estimular sensaciones y cambiar las percepciones que tiene el hombre con relación a las formas contribuyendo de esta manera a dar auténticas soluciones por medio de diversos acabados, formas y la combinación con otros materiales de una manera muy creativa (Pereira, Maciel y Hernandis, 2012). Por lo tanto, si es posible aplicar de manera innovadora la piedra en este tipo de productos, entonces también podría considerarse este recurso geológico para el desarrollo de otros productos en otras áreas de diseño, como es el de diseño de modas.

### **Clasificación de las rocas**

Las rocas de acuerdo a su formación llegan a tener diferentes características o propiedades y se las clasifica en tres grupos: Las rocas ígneas, metamórficas y sedimentarias. Las rocas ígneas son aquellas que se originan debido a la consolidación del magma que se encuentra en el interior de la Tierra, como por ejemplo el granito y el basalto. Las rocas metamórficas son la que provienen de la transformación de otras rocas ya existentes en estado sólido, a causa de los cambios elevados de temperatura y de la presión permitiendo la cristalización de nuevos minerales, nuevas estructuras y texturas; entre estas están los mármoles y las pizarras. Por último, las rocas sedimentarias son aquellas que se llegan a formar en la superficie de la tierra, debido a la acumulación de materiales de diversas procedencias, entre las más destacadas se encuentran las arcillosas y las calizas (SIEMCALSA, 2008).

#### **2.1.1.5 El yute**

##### **La planta de yute**

El yute es una de las fibras de origen natural que se ha empleado para crear material textil y se la obtiene de la parte externa (corteza) de la planta de yute blanco y, en cantidades menores, del yute rojo (*Corchorus Capsularis*). La forma del cultivo del yute es anual y tarda en desarrollarse cerca de 120 días entre los meses de abril/mayo y julio/agosto. Esta planta crece en zonas tropicales de tierras bajas con una humedad que oscila entre el 60% y 90% y su cultivo requiere una cantidad mínima de plaguicidas y

fertilizantes. En cuanto a su rendimiento, suele obtenerse alrededor de dos toneladas de yute seco por hectárea (FAO, s.f).

### **La fibra**

La fibra de yute se caracteriza por ser larga, brillante y blanda, con un diámetro que varía entre 17 a 20 micras y una longitud que puede oscilar entre 1 a 4 metros. Por ser de origen vegetal y leñoso, la fibra de yute está compuesta esencialmente de celulosa y lignina. Su extracción puede realizarse por medio de dos procesos de enriado, el uno químico y el otro que es biológico. Sin embargo, debido a los gastos que implica la utilización de productos químicos, el proceso de enriado biológico es el que más se realizan para extraer la fibra del tallo. Este proceso se lo puede hacer en agua y en cintas, a través de técnicas que consisten en sumergir los tallos embrollados con el fin de poder separar las fibras antes de que estas sean arrancadas. Luego del proceso de enriado se procede con el arrancado, en el cual se hace un raspado de la materia no fibrosa para después extraer las fibras que se encuentran en la parte interna del tallo (FAO, s.f).

### **Beneficio ambiental del yute**

La fibra de yute por su naturaleza orgánica es 100% biodegradable y también reciclable, por lo tanto, no es perjudicial para el medio ambiente. Los estudios dicen que, “una hectárea de plantas de yute consume cerca de 15 toneladas de dióxido de carbono y libera 11 toneladas de oxígeno. En las rotaciones, el cultivo del yute enriquece la fertilidad del suelo para la cosecha siguiente. Su combustión no genera gases tóxicos” (FAO, s.f)

### **El yute como material textil**

Con respecto a su producción y a la diversidad de usos que se le puede dar, el yute es una de las fibras de origen natural más accesibles estando en segundo lugar después del algodón. Los productos que más se manufacturan con la fibra de yute son hilos y cordeles, tela de yute, arpillera, se usa para fondo de alfombras y otros productos que se requiere mezclarlo con otros textiles. La fibra posee gran resistencia a la tensión y ayuda a que los



textiles tengan una mejor respirabilidad, ya que es posible mezclarla con otras fibras naturales y sintéticas (FAO, s.f)

### **2.1.2 La moda**

El término moda, que significa modo o costumbre, expresa de manera más profunda una serie de ideas tan distintas tales como, “conformidad y corrección social, rebelión y excentricidad, aspiraciones sociales y estatus, seducción y persuasión” (Fogg, 2017, p.8). El interés del hombre de estar bien vestido traspasa los límites dados por la historia, la geografía o la cultura y, aunque la forma y el concepto puedan estar cambiando, el motivo principal va a seguir siendo el mismo: “adornar el cuerpo humano como expresión de identidad” (Fogg, 2017, p.8)

Ahora, viendo a la moda como una estructura, se la puede definir de acuerdo a lo expuesto por Joanne Entwistle, quien expresa que la moda es un sistema de vestir desarrollado a través de la historia y según la geografía. Este sistema está presente en sociedades donde es permitido la movilidad social y posee su propia industria de producción y relaciones de consumo que se ubican en toda clase de sociedades y tiene la característica de guardar una lógica de cambio de forma sistemática y regular. (citado en Tamayo, 2018)

#### **2.1.2.1 Accesorios**

El accesorio es considerado como una “prolongación de la silueta humana” (Lau, 2013, p. 9) cuyo papel en el mundo de la moda es básicamente complementar la vestimenta masculina, femenina e infantil (Le Mott Project, 2010). Originalmente los accesorios se crearon para facilitar la vida del hombre y preservar su existencia, por lo que fueron netamente funcionales; así tenemos por ejemplo el bolso, que se creó para transportar comida y el calzado solo para proteger los pies en las actividades laborales. Sin embargo, con el pasar del tiempo, a más de cumplir con aquellas funciones básicas, los accesorios

han llegado a suplir hasta la actualidad el deseo de ostentación con el fin de proyectar un estatus social (Lau, 2013).

### **2.1.2.2 El bolso**

Originalmente, el bolso fue un accesorio que había sido utilizado por los hombres por razones básicamente funcionales. Sin embargo, con el pasar del tiempo su uso fue cambiando hasta llegar a situarse en la actualidad como un accesorio indispensable en la vestimenta de la mujer, pese a que existan también bolsos diseñados para el género masculino. 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).

### **Tipos de Bolsos**

A lo largo de la historia de los bolsos se han logrado desarrollar diseños de diversas formas y tamaños los cuales se los puede clasificar según su estructura y la función de uso de los mismos. A continuación, se expondrán los tipos de bolsos más comunes:

**Balde:** Estos bolsos se los denomina así debido a que su forma se asemeja a un balde. Lleva una correa para llevarlo al hombro y su sistema de cierre es mediante una pequeña correa que cruza aros metálicos y se optime a la parte superior de su estructura.

**Shopper:** Tal como lo indica su nombre, es un bolso que se asemeja a una bolsa de hacer compras. En cuanto a su estructura, su forma es más relajada, no es rígida, en la mayoría de sus diseños son de forma rectangular, son grandes de tamaño y está conformado por dos asas de largas para llevarlo al hombro.

**Hobo:** Este se caracteriza por su forma nada sólida y un tamaño considerable que permite guardar casi todo lo que se necesite durante el día guardando un estilo muy relajado. A pesar que es un diseño que permite llevarlo al hombro, posee un par de asas cortas para poder llevarlo a la mano.

**Tote:** Es un bolso que sirve también para poder todo en cuanto se necesite para el día. Su estilo es parecido al shopper, pero un poco más estructurado. Son amplios de tamaño con una forma de trapecio invertido y lleva dos asas que sirven para llevarlo en el antebrazo y al hombro.

**Crossbody:** Se lo conoce también como bandolera o Messenger. Es considerado como uno de los bolsos más práctico y más preferidos por las mujeres y también por los hombres. Puede ser de un tamaño pequeño o mediano con una correa larga para llevarlo sobre el hombro, ya sea de forma normal o cruzada.

**Satchel:** Es un bolso que se usa más para un estilo formal. Presenta una forma muy estructurada perfecto para llevar cosas un poco más pesadas. Está constituido por una o dos asas cortas que permiten al usuario llevarlo a mano o en el antebrazo. Tiene una tapa que se cierra a través de una hebilla o un broche.

**Baguette bag:** Su tamaño es pequeño, es estrecho y de forma rectangular. Posee una pequeña asa para llevarlo en el hombro o a mano.

**Clutch:** Es un pequeño bolso que se usa precisamente para llevar a mano. No posee asas ni correas para llevarlo al hombro, a pesar de que si se encuentran algunas excepciones. Es un bolso que se lo usa para la noche o en ocasiones más formales ya que proporciona mucha elegancia a quien lo porta.

**Minaudiére:** Es un bolso más pequeño que el clutch. Son diminutos y son exclusivos para llevarlos en galas y eventos nocturnos elegantes. Tiene una estructura rígida y suele ser de distintas formas y poseer detalles muy sofisticados.

**Bolso de boliche:** Es un bolso de mano cuya forma se inspira en los bolsos que se utilizan para llevar bolas de boliche debido a su estructura redondeada, asas gruesas y algunas veces una correa para llevarlo en el hombro.

**Doctor's Bag:** Su forma y estructura está inspirado en los maletines que utilizaban los doctores antiguamente. Está conformado por dos asas para llevarlo e la mano o

antebrazo. Por dentro es muy amplio y su sistema de cierre puede ser mediante un bastidor, hebilla o broche.



**Gráfico 1.** Tipos de bolsos

### **2.1.2.3. Materiales convencionales**

El material más comúnmente usado para la elaboración de bolsos es el cuero natural, siendo el cuero que proviene de los bovinos el material más habitual. También se usa, pero en menor cantidad, el cuero de cabra, el de cerdo, de ciervo, de serpiente pitón o de cocodrilo. Sin embargo, la tela es un recurso cada vez más frecuentemente utilizado. Si bien los primeros modelos se confeccionaban con tejidos de algodón, seda o terciopelo, los diseños hechos con hilo de lana y cosidos a mano ha ido sumando más adeptos. Los diseños más actuales incorporan el uso de materiales sintéticos, llamado cuero sintético o imitación de piel, como el PVC, el polipiel y el plexiglás. A esto se ha adherido aplicaciones como ornamento como pedrería, flecos, borlas, detalles metálicos entre otros.

La gran mayoría de los bolsos están elaborados de cuero natural, cuero sintético o material textil de cualquier tipo; sin embargo, de estas podemos encontrar muchas variaciones con fornituras o determinados elementos de detalle (Le Mott Project, 2010).

## 2.2. Marcas referentes

### 2.2.1 AURELIA



**Gráfico 2.** Bolso de marca Aurelia

**Fuente:** Vogue, 2020

“Aurelia” es una marca de bolsos cuyos diseños son inspirados principalmente en la cultura de México, ya que sus fundadoras son originarias de allí. La “visión interdisciplinaria de las creadoras de la firma, convierte a Aurelia en una marca integral y completa en cuanto a cuestiones de diseño se refiere.” (Ávila, 2020) Sus bolsos son elaborados con madera, correas de cuero, riendas y cinturones de algodón con diseños únicos. La inspiración de cada diseño proviene de los artesanos especializados en este tipo de trabajo con una artesanía puramente tradicional de México. Pero, además de este punto inspiracional, se enfocan también en la naturaleza, al utilizar madera reciclada y reforestada para la elaboración de estas piezas de arte. Mediante esta marca, las tres fundadoras se centraron en rendir tributo a su abuela quien tenía este nombre y quien

también se destacaba por poseer una visión creativa, innovadora y muy vanguardista (Ávila, 2020).

### 2.2.2 SOUF



**Gráfico 3.** Bolso de marca Souf

**Fuente:** Souf, 2020

Souf es una marca de moda ecológica que produce carteras con madera reciclada y piedras nobles creada por la Diseñadora de Accesorios Sofía Ávila. La inspiración de este tipo de carteras nace de las fincas que ella había heredado de sus padres, por lo que decidió juntar en su producto el concepto de moda con madera reciclada. Sus diseños se caracterizan por ser piezas únicas en su estilo y más que todo sostenibles, convirtiéndolas realmente en joyas de cualquier look de una mujer.

## 2.3 Visionario

### 2.3.1 ROCIO



**Gráfico 4.** Bolso de marca Rocio

**Fuente:** Rocio, 2020

Rocio es una marca de bolsos y carteras de moda ecológica fundada en Escocia. Esta marca se enfoca a crear diseños de forma muy artística empleando la que se considera como la mejor madera sostenible. Este tipo de bolsos se elaboran de forma individual y muy artesanal a partir de la madera de acacia mediante un minucioso proceso conformado por 19 etapas con un tiempo de creación que puede llegar hasta 4 semana. Un nivel altísimo de trabajo artesanal junto con una excelente atención al cliente, son las cualidades que definen de manera muy especial a la marca Rocio. De esta manera garantizan “... que cada cliente reciba no solo un hermoso accesorio, sino una obra maestra de arte coleccionable que personifica el lujo ecológico, el estilo y el glamour en su sentido más puro” (Rocio, 2020).

## **CAPÍTULO III**

### **3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **3.1 Análisis externo**

##### **3.1.1 Análisis Pest**

###### **3.1.1.1 Entorno político**

En el Ecuador la presencia de la pandemia causada por el COVID-19 ha permitido evidenciar las debilidades políticas y económicas que venían afectando a la población y al Estado desde hace algunos años atrás. La falta de respuesta a las necesidades sociales, un sistema de salud precario, nuevas medidas económicas aprobadas, proyectos en declive y crisis sociales son algunas de las razones por las que se ha expuesto la fragilidad institucional en el Estado ecuatoriano y, por ende, ha habido una baja aceptación de la ciudadanía hacia la gestión del gobierno que se encuentra en turno. No cabe duda que, la corrupción y el fraccionamiento político en el cuerpo de gobierno son factores que llevaron al país a las condiciones decadentes en las que se encuentra hoy en día, aún más, sobre la pandemia y la delicada situación económica que ya estaba en curso (Alvarado, M. & Arévalo, M., 2020).

Actualmente, según un informe realizado por la encuestadora Click Research, los principales problemas que enfrenta el estado ecuatoriano son: la corrupción, la crisis económica, la pandemia del COVID-19 y el desempleo. Sin embargo, pese a todos estos problemas, la inestabilidad política y la incertidumbre que sufre la población el Estado junto con el pueblo y las industrias se encuentran en el desafío de superarlas a través de una responsable utilización de los recursos existentes.

Hay que tomar en cuenta también que el país se encuentra en estos momentos en un escenario de futuras elecciones presidenciales para el 2021, por lo que se debe



considerar los posibles cambios políticos, económicos y sociales que se establecerán y desarrollarán con el nuevo poder Ejecutivo y Legislativo elegidos. Cabe aclarar que, el rol de la política es crucial para el bienestar de la ciudadanía donde el desarrollo humano y la seguridad se edifican a partir de las actividades gubernamentales (Alvarado, M. & Arévalo, M., 2020)

### **3.1.1.2 Entorno económico**

Es evidente que la inestabilidad económica que el país venía arrastrando años atrás se haya intensificado hoy en día a causa de la pandemia del COVID-19, por lo que el gobierno tuvo que enfrentar la crisis sanitaria padeciendo ya una mala situación en sus finanzas públicas. La crisis sanitaria ocasionó la caída de las dos principales actividades económicas que sostienen al país, que son la producción y la comercialización, causadas por la paralización de actividades que se generó debido al confinamiento. Esto, más la caída del precio internacional del petróleo y la ruptura de algunos tramos del oleoducto han hecho que el PIB (Producto Interno Bruto) registre una contracción que podría estar llegando al final del año 2020 en el rango de -6,0% a -9,6% (Alvarado, M. & Arévalo, M., 2020)

El Estado se encuentra con el reto principal de aplanar la curva de contagio para que siga avanzando progresivamente la reactivación económica en el país. Para esto, priorizado las actividades que son de sostén de la economía del país, que son los sectores de producción y comercialización, con el aseguramiento de empleos decentes, “... con una reactivación laboral, sosteniendo el empleo actual mediante el robustecimiento del emprendimiento y el fortalecimiento al desarrollo de las pymes para reducir la tasa de empleo informal” (Alvarado, M. & Arévalo, M., 2020, p.69)

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

No cabe duda, que el entorno social en el que todos nos encontramos sumidos está determinado por la presencia de la pandemia del covid 19. Es por ello que, la sociedad vive hoy en día se ha visto obligado por situaciones extremas llevar un estilo de vida

diferente al común que se tenía antes de la pandemia bajo el nombre de “nueva normalidad”. Dentro de esta nueva forma de llevar la vida se crearon nuevos hábitos formas de pensamiento en las personas, entre las que podemos destacar las siguientes: las normas de distanciamiento social en el ámbito personal, laboral y social; conciencia en cuanto al cuidado de la salud y la higiene personal; nuevas formas de consumir y la preocupación por el cuidado del medio ambiente (lozano, 2020).

Una de las prácticas más notables es el distanciamiento social, la cual a podido en cierta forma cambiar la convivencia y la manera de interactuar con las personas. Las personas ahora conviven más tiempo en casa, pero realizando distintas funciones de las habituales. La causa de esta situación es debido al cambio de modalidad de trabajo que se convirtió virtual al igual que las clases presenciales. La sociedad que era demasiado consumista ahora pasará a tener más conciencia en su consumo, pasará a ser más humana, más responsable; se dará cuenta de la importancia de socializar con otros seres (lozano, 2020).

En lo que concierne al bienestar y la salud se han desarrollado muchos hábitos de cuidado como la alimentación, las actividades físicas, el cuidado personal, aumento de chequeos médicos constantes, hábitos de higiene personal diarios, entre otras actividades más. Por otro lado, en cuanto al ámbito laboral algunas empresas han podido implementar la modalidad de teletrabajo para cumplir con la norma de distanciamiento social. Sin embargo, existen una gran cantidad de empresas donde esto no ha sido posible y han tenido que acomodarse tomando otras medidas de cuidado para seguir con las actividades laborales (lozano, 2020)

#### **3.1.1.4 Entorno tecnológico**

Puesto como una de las normas hoy en día es el distanciamiento social, ha sido necesario el uso de plataformas digitales para llevar a cabo reuniones sociales, ya sean entre amigo, familiares o del ámbito laboral. Mientras más adopten estas herramientas

digitales, habrá un aumento muy acelerado de tecnología emergente como, por ejemplo, la de realidad virtual o realidad aumentada con el fin de mejorar este tipo de interacción (Canal News Ecuador, 2020)

El cierre prolongado de muchos locales, negocios y tiendas causado por el confinamiento ha demostrado la necesidad de acudir al uso del comercio electrónico. Ahora las personas junto con sus negocios o empresas hacen uso en gran manera de las sedes sociales para dar a conocer su producto y, por ende, seguir generando ventas y más ganancias. Ha aumentado la creación de tiendas virtuales ha aumentado la publicidad en redes sociales y se han generado gran cantidad de cursos para el aprendizaje de marketing digital (Canal News Ecuador, 2020).

Las empresas también se han visto en la necesidad de realizar entregas domicilio de sus productos a sus clientes, por lo tanto, también ha habido el aumento de plataformas digitales de delivery ya sean propias de la empresa o independientes. Junto con ello, han tenido también que trabajar en la mejora del servicio en todos los aspectos debido al aumento de competencia en todos los sectores (Canal News Ecuador, 2020).

### **3.1.1.5 Entorno ambiental**

El estado en el que se encuentra el medio ambiente en el país es crítico al igual que otros países en vías de desarrollo teniendo a consideración que existen varios indicadores que lo demuestran, según una publicación realizada por Diario La Hora (2004):

- Tasa elevada de deforestación y erosión del suelo
- Pérdida de biodiversidad
- Desordenada e irracional de recursos naturales
- Creciente contaminación del agua y el suelo
- Deficiente manejo de desechos
- Detrimento de las condiciones ambientales humanas
- Desertificación, sequías e inundaciones
- Deterioro de las cuencas hidrográficas, entre otros más.

Según un informe presentado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) solos un 5% de las aguas residuales llegan a ser tratadas antes de que sean descargadas en fuentes naturales de agua. Muchos ríos, manglares y lagos han llegado a ser contaminados debido a las diversas actividades industriales del ser humano. Este es un problema, sin duda, que ha provocado el aumento de la pobreza en el país y la disminución de la calidad de vida de muchas personas y que sigue incrementándose con el pasar del tiempo (Paz, 2020)

Además del problema de falta de tratamiento de las aguas residuales en las industrias, otra causa de contaminación del líquido vital son los desechos plásticos. Estos desechos son lanzados en grandes cantidades a los ríos y luego son desembocados en los mares. Existen estudios que indican que, de toda la basura encontrada en los océanos, el 80% procede de los ríos (Paz, 2020).

El aire es otro recurso vital para el hombre que también ha sido afectado en gran manera debido a los desechos tóxicos que provocan las industrias, los contaminantes microbiológicos y también orgánicos, las fumigaciones aéreas, entre otras actividades más.

Por otro lado, la deforestación es uno de los problemas actuales más graves en el país. El Ecuador es uno de los países más deforestados del hemisferio occidental, con una tasa de más de 70000 hectáreas anuales. El Ministerio de Ambiente es el organismo que se encarga de promover proyectos de alto impacto en la naturaleza, pero a pesar de estos esfuerzos no se ha podido disminuir ni controlar en su totalidad esta actividad (Paz, 2020)

Frente a todos estos problemas medioambientales, el país ha tenido la preocupación y el deber de generar muchos proyectos dirigidos a reducir la contaminación del medio ambiente bajo sus propios esfuerzos y también con el apoyo y el trabajo en conjunto con determinadas organizaciones. Uno de las más actuales en este año 2020 es el apoyo económico que recibió el Ecuador por parte del Fondo Verde para el Clima con la suma de 18,5 millones de dólares para desarrollar proyectos que ayuden a reducir el impacto medioambiental nacional (El Telégrafo, 2020)

### **3.1.1.6 Entorno legal**

El presente proyecto se vincula con el Objetivo 3 del Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021 el cual dicta lo siguiente: “Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.”

La Constitución del Ecuador (2008) en los artículos 10 y 71-74 menciona que reconoce a la naturaleza como sujeto de derechos, lo que quiere decir que se debe “respetar integralmente su existencia, el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales y, su restauración en caso de degradación o contaminación.” (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2017, p. 55)

El objetivo explica que, en el Ecuador, los derechos de la naturaleza y el buen estado del medioambiente son aspectos que indispensablemente deben ser tomados como parte fundamental en los conceptos económico, políticos y productivos en el modelo de desarrollo sostenible. El persistir en el modelo tradicional sustentado falsamente en la idea de recursos infinitos con esquemas de producción y consumo no sostenibles causará el incremento de todos aquellos efectos negativos que derivan del cambio climático en el medio ambiente, economía y sociedad; por lo que es imposible ver un buen futuro en la sociedad bajo estas condiciones.

El Desarrollo del Buen Vivir tiene como base la sostenibilidad. Esto involucra desarrollar otras formas de estructura y composición de la economía del país, “...disminuyendo la dependencia de actividades extractivas y orientando su transición hacia una economía basada en el bio conocimiento y en el aprovechamiento de los recursos biológicos (bioeconomía), que reduce la dependencia de productos derivados de energías fósiles y modifica el patrón de producción y acumulación, considerando los límites biofísicos y ciclos naturales” (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2017). Este hecho implica a su vez hacer un replanteamiento de la idea del crecimiento y progreso, el cual tiene que ir de la mano con una práctica más justa, equitativa y humana, aplacando la discordia socioambiental y distinguiendo todos aquellos valores propios de la naturaleza.

La política 3.6. de este objetivo es la que se persigue en el proyecto, la cual determina lo siguiente: “Incentivar la producción y consumo ambientalmente responsables, con base en los principios de economía circular y bio-economía, fomentando el reciclaje y combatiendo la obsolescencia programada.”.

### **3.1.2 Tendencias de consumo**

“Reactivar la economía y recuperar la normalidad serán las dos grandes prioridades globales una vez vencida, o cuanto menos controlada, la pandemia del coronavirus (COVID-19)” (Opinno, 2020, p.2). Es por ello que la crisis ha generado nuevos patrones de comportamiento y de consumo en la sociedad en esta “nueva normalidad”. Según un informe de la reconocida firma internacional EY, Ernst & Young (2020), estos patrones giran en torno a una forma de pensamiento más consciente y más sensible en cuanto a lo ambiental, social, económico y sanitario dando origen así a una tendencia de consumo responsable que va de la mano con la sostenibilidad.

La crisis de la pandemia nos ha mostrado que la economía individual y nacional se encuentra en un estado demasiado frágil. De acuerdo con un informe de la firma de consultoría global Opinno acerca de las tendencias post covid-19 presentado en el 2020, las personas valorarán más el dinero que disponen por lo que serán más conscientes en cuanto a determinar sus gastos y buscarán ahorrar más. Además, por motivo de la recesión económica mucha gente ha perdido sus empleos y otras estarán obligadas a ganar menos, lo que impulsará a llevar una vida “low cost”, pero con conciencia social. Con la capacidad de gastos reducida los consumidores comprarán menos cosas y tratarán de adquirir aquellas que duren más y sean más responsables con el medio ambiente y la sociedad. Los consumidores se fijarán mucho más en la información de las etiquetas, la procedencia de los productos, los valores que posee la marca y el compromiso que tienen con la sociedad (Opinno, 2020)

Aunque todo el mundo y más que todo el Ecuador esté pasando por una fuerte crisis económica y esto lleve aparentemente a los consumidores a considerar por sobre

todo el precio en la compra de un producto, realmente es la propuesta de valor lo que podrá determinar más la decisión de su compra. Las estadísticas muestran que durante la emergencia sanitaria el 74% de los ecuatorianos han decidido cambiar de marca por aquellas que ofrezcan mayor disponibilidad, mejor precio y una propuesta de valor que supere sus expectativas (Coba, 2020). Y no queda duda que esta propuesta de valor estará basada en el compromiso que tiene la empresa y el producto con la sociedad y el medio ambiente, y cuan comprometido está en contribuir realmente con sacar al país adelante.

Otra tendencia impulsada por esta nueva realidad es la de consumir preferentemente productos y servicios nacionales o locales con el fin de contribuir con la reactivación económica del país (Opinno, 2020). Con esto, las industrias tendrán que ir redefiniendo su cadena de suministros para así ofrecer al consumidor una mayor transparencia y confianza en su producto o servicio, ya que ellos tendrán interés de conocer los impactos de sus compras y ver también si cumplen con las normas de bioseguridad adecuadas (EY, 2020)

Finalmente, la preocupación por reducir los impactos medioambientales y sociales es algo que ya había estado creciendo en los últimos años. Sin embargo, la venida de la pandemia hizo que muchas más personas y empresas reconozcan la responsabilidad que deben asumir en cuanto a este problema (EY, 2020). “La sostenibilidad se convertirá en el nuevo gran pilar de los valores corporativos y personales” (Opinno, 2020, p.9) y las empresas que no se adapten a este concepto tendrán el riesgo de perder su puesto en el mercado y sobre todo el riesgo de desaparecer (Opinno, 2020).

### 3.1.3 Segmentación del mercado potencial

**Tabla 1:**

*Variables geográficas*

VARIABLES GEOGRÁFICAS	
<b>País</b>	Ecuador
<b>Región</b>	Costa
<b>Provincia</b>	Santo Domingo de los Tsáchilas
<b>Ciudad</b>	Santo Domingo de los Colorados
<b>Clima</b>	Monzónico

**Tabla 2:**

*Variables demográficas*

VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
<b>Edad</b>	20-35
<b>Sexo</b>	Femenino
<b>Estado civil</b>	Soltera, casada
<b>Nivel económico</b>	Medio, Medio alto
<b>Ocupación</b>	Docentes, Puestos administrativos, estudiantes



**Tabla 3:***Variables psicográficas*

VARIABLES PSICOGRÁFICAS	
<b>Estilo de vida</b>	Afinidad con el mundo digital. Activo y deportista. Llevan alimentación saludable.
<b>Intereses</b>	Deseos de cambiar el mundo. Son más ecológicos y más orgánicos. Buscan ser exitosos. Abiertos a aceptar la diversidad de culturas. Poca afiliación política o religiosa. Prioriza intereses personales. Les gusta viajar.
<b>Personalidad</b>	Impacientes. Ambiciosos. Innovadores. Les gusta los desafíos. Independientes. Buscan la autorrealización. Amante de los animales. Diversión entre amigos.

**Tabla 4:***Variables conductuales*

VARIABLES CONDUCTUALES	
<b>Razón de compra</b>	Por necesidad o apoyo
<b>Beneficio que busca</b>	Relación entre calidad durabilidad, y precio considerado. Diferenciación. Funcionalidad. Atención y producto más personalizado. Seguridad.
<b>Nivel de fidelidad de marca</b>	Nivel medio

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

Bajo esta nueva realidad que vive el mundo la Industria de la moda busca reactivarse económicamente de todas las formas posibles para sobrevivir en esta crisis, ya que resultó ser una de las industrias más golpeadas debido a la emergencia sanitaria. La fuerte caída de ventas que sufrieron este tipo de empresas y negocios se debe a que la mayoría de la gente registró una gran disminución de sus ingresos llevándolos a restringirse ciertos gastos de manera radical y a llevar una vida más austera y a consumir preferentemente productos de primera necesidad (Vargas, 2020). Esta situación trajo el cierre definitivo de muchas empresas y comercios (Monte, 2020), mientras que otras, aún con la incertidumbre del mañana, pudieron encontrar la manera de subsistir.

De esta manera, varias empresas y microempresas en el país tuvieron que reinventarse para resistir a tal impacto económico. Muchas de ellas, durante el estado de emergencia, tuvieron que cambiar su producción normal por insumos y ropa de bioseguridad debido a que las ventas de prendas regulares se encontraban detenidas (Endara, 2020). Tiendas de ropa y de accesorios en cambio, con el término del confinamiento, necesitaron dar salida a las grandes cantidades de stocks por medio de rebajas y promociones. Fue inevitable también el cierre de tiendas pequeñas de marcas reconocidas para favorecer a sus tiendas insignia con el fin de proporcionar al cliente una experiencia de mejor calidad y con las medidas de bioseguridad adecuadas (Regadera, 2020).

Por otra parte, varias microempresas y comercios han logrado incursionarse en medios digitales para mantenerse en pie y seguir generando ganancias. Han reestructurado su red de ventas al por menor a través del comercio electrónico. Las ferias de moda y los desfiles no se han quedado atrás, ya que se han podido realizar por medio de plataformas en línea. También se han aumentado las tiendas virtuales de marcas reconocidas y la apertura de otras tiendas para diseñadores emprendedores nacionales e internacionales donde han podido dar a conocer sus productos (Alvarado, 2020).

No cabe duda que, la industria vive en estos momentos una oportunidad de cambio e innovación para replantear y ofrecer nuevos productos, valores y servicios a los clientes, por lo que han tenido que continuar trabajando en la trazabilidad de la cadena de valor (Regadera, 2020). “Los departamentos de marketing también deberán transformar sus estrategias para no centrarse tanto en el ‘te voy a vender’ como en el ‘te voy a escuchar y entender’. Las personas reclamarán menos presión y más atención” (Ibid, 2020) por un producto más durable y un servicio de mejor calidad y más personalizado.

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

De acuerdo a los últimos datos del INEC culminando el año 2020 el Ecuador registra un total de 17'618.203 habitantes. Ahora, puesto que las cifras más específicas no se encuentran registradas oficialmente, se han tomado los datos de las proyecciones de población realizadas por la misma institución años atrás. Según estos datos, se había estimado que para el 2020 la población total del Ecuador habría llegado a los 17'510.643.

De la población total el 71,1 % se encuentra en la edad de trabajar (PET). De ese porcentaje, el 62,8% de las personas esta económicamente activas (PEA). De todas las mujeres que se encuentran en la población económicamente activa, el 92% esta empleada. De este dato porcentual, el 26,4% de las mujeres tienen un empleo adecuado/pleno, es decir que tienen un nivel económico medio alto mucho más seguro y estable. Este grupo se toma de referencia como mercado potencial principal, ya que por su condición económica estaría mucho más dispuesta a invertir su dinero en productos de lujo como son los accesorios de moda y en sí, bolsos de moda ecológica. También se considerará a las mujeres que poseen un subempleo las cuales conforman el 21,8% del total de las mujeres empleadas, ya que podrían tener interés y disponibilidad en adquirir este tipo de productos. En otras palabras, del total de las mujeres con empleo en el país el 48,2% sería el mercado potencial del presente proyecto.

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

El benchmarking es una herramienta que utilizan las empresas para poder evaluar y mejorar sus resultados por medio de la comparación de sus prácticas con las de aquellas empresas que se consideran líderes con el objetivo de llegar a superarlas aprovechando y estudiando sus procesos de aprendizaje que los ha llevado a alcanzar prácticas exitosas. Estas empresas calificadas como líderes son las que han logrado conseguir los mejores resultados en un determinado sector donde realiza sus actividades (Marciniak, 2017).

Por otro lado, Spendolini define al benchmarking como “una herramienta fundamental en la búsqueda externa de ideas, estrategias y métodos para el perfeccionamiento de la propia organización” (como se cita en Marciniak, 2017). Explica que es un proceso sistemático y permanente que evalúa y compara los procesos de trabajo, los productos, los servicios, las estrategias y métodos de una empresa con aquellas que han llegado a ser reconocidas como líderes a nivel mundial o local, con la finalidad de realizar mejoras y progresos en su organización (Marciniak, 2017)

**Tabla 5:**

*Análisis FODA*

ANALISIS FODA		
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>INTERNO</b>	Producto elaborado con materiales naturales. Producto elaborado con materiales menos contaminantes para el ambiente. Disposición de maquinaria, herramienta e instalaciones apropiadas	Financiamiento limitado para aumento de la producción. Proceso minucioso de fabricación. Algunos proveedores de materiales e insumos no son locales.

	<p>Conocimiento amplio del proceso de transformación de la materia prima.</p> <p>Materia prima nada convencional para este tipo de productos.</p> <p>Producto durable, funcional y de diseño innovador (calidad en todos los aspectos)</p>	<p>Falta de experiencia en la elaboración de este tipo de producto.</p> <p>Poco conocimiento de marketing y publicidad</p>
	<b>OPRTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>EXTERNO</b>	<p>Mano de obra local</p> <p>Disposición del mercado meta por consumir productos amigables con el medioambiente.</p> <p>No existe competencia directa</p> <p>Productos en el mercado local a precios muy económicos.</p> <p>Apoyo del gobierno y entidades bancarias para proyectos de emprendimiento</p>	<p>No existe cultura de diseño en el consumidor local</p> <p>Competencia con productos tradicionales en el mercado de la moda</p> <p>Crisis económica nacional y mundial</p> <p>Marca y producto nuevo en el mercado local</p>

**Fuente:** Elaboración propia

## **3.2 Análisis interno**

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

Es indispensable analizar de antemano los recursos que se tiene a disposición y los que se deben ser adquiridos para poder planificar la el financiamiento, la compra y la contratación de los mismos teniendo en cuenta las especificaciones requeridas y las más convenientes para poder tener excelentes resultados en todo el proceso de gestión del proyecto en general.

**Recursos económicos:** Este recurso vendrá de manos del investigador del proyecto con el apoyo familiar. Esto será necesario para la adquisición de materiales e insumos necesarios para la elaboración del producto. Para los gastos básicos de luz e internet y los gastos de movilidad.

**Materiales:** El investigador junto con su familia dispone de un taller de carpintería propio que se encuentra en la ciudad de Santo Domingo y cuenta ya con la materia prima necesaria, que son los residuos de madera, y los tableros prefabricados adquiridos con anterioridad.

**Recursos humanos:** Para el desarrollo del proyecto se contará con el talento de un maestro artesano calificado en trabajos de carpintería quien viene a ser también el propietario del taller. Se requerirá de igual forma de la mano de obra del investigador ya que dispone del conocimiento del trabajo en carpintería y se encuentra en la capacidad para cumplir su labor como ayudante del maestro artesano para el desarrollo de la propuesta.

**Recursos tecnológicos:** En cuanto a este tipo de recursos se tiene a disposición laptops, teléfonos móviles inteligentes y softwares específicos que son necesarios para la fase investigativa y conceptual en el desarrollo del diseño del producto. Para la etapa de

producción también se tiene toda la maquinaria adecuada y especializada para efectuar cada proceso de manera eficiente y poder obtener un producto de calidad.

### **3.2.2 Análisis Cadena de Valor**

La cadena de valor es una técnica desarrollada por Michel Porter, la cual consiste en proporcionar un modelo general de representar de forma sistemática todas las actividades que práctica una determinada organización basándose en conceptos de valor, costo y margen para poder lograr una ventaja competitiva con su producto o servicio. La cadena de valor de una empresa está compuesta por todas las actividades y funciones que se realizan de forma interna, empezando con el desarrollo del diseño del producto o servicio, continuando con el abastecimiento de la materia prima, la producción, la comercialización, la distribución hasta llegar al consumidor final incluso el seguimiento que se le da en su vida útil y las disposiciones finales posteriores a su uso. (Quintero & Sánchez, 2006) (Nutz & Sievers, 2016)

“Por ventaja competitiva se entienden todas las características o atributos de un producto o servicio que le dan una cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos” (Quintero & Sánchez, 2006, P.383). Estas atributos o características que determinan la diferencia pueden ser directamente propias del producto o servicio, pueden referirse a los servicios complementarios que se adjuntan al servicio que es de base, o también, pueden referirse a la implementación de nuevas modalidades de producción, en la distribución o comercialización del producto (Quintero & Sánchez, 2006).

Entonces, bajo esta explicación, se puede establecer dos tipos de ventajas competitivas: las de diferenciación o también de valor, y las de costos. La ventaja competitiva de costos es cuando la empresa ha logrado una mejor productividad, dominando los costos de fabricación o gestión del producto o servicio; teniendo de esta manera un costo unitario menor al de la competencia permitiendo ofrecer un producto más económico a los clientes y, por ende, logrando una mejor rentabilidad (Quintero & Sánchez, 2006). Mientras que, la ventaja competitiva de valor es la que se basa “... en la oferta de un producto con atributos únicos, apreciables por los clientes, que lo distinguen

de la competencia (dada por la diferencia del empaque, financiamiento, diseño, servicio postventa, estilo, asistencia técnica)” (Quintero & Sánchez, 2006, p.384).

**Tabla 6:**

*Cadena de valor según Porter*

<b>Actividades de Soporte</b>	<b>Infraestructura y sistemas</b> Actividades de dirección general, contabilidad, planificación, asuntos legales y gubernamentales, sistemas de información, control de calidad					<b>MARGEN</b>
	<b>Investigación, desarrollo y diseño (Tecnología)</b> Actividades correspondientes al conocimiento, procedimientos, capacitaciones, tecnología					
	<b>Recursos humanos:</b> Actividades que corresponden en la selección, promoción y distribución del personal dentro de la organización					
	<b>Abastecimiento:</b> Actividades que intervienen en la compra de materias primas, materiales, suministro, insumos, artículos consumibles.					
<b>Actividades principales</b>	<b>Logística Interna</b> Entrada de materiales, manejo de materiales Inventarios Transporte, etc.	<b>Operaciones</b> Transformación del producto final	<b>Logística externa</b> Distribución Almacén Transporte	<b>Marketing y ventas</b> Canales, publicidad, precios, mercado, promoción	<b>Servicios</b> Mantener y aumentar el valor del producto luego de la venta	

**Fuente:** Quintero & Sánchez, 2006

### 3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo

Las empresas frente a un entorno tan cambiante de hábitos, consumo, tecnología y aumento de competencia, no puede conformarse simplemente con los productos que ya existen en el mercado. Cada vez las personas recurren más a la búsqueda de artículos que logren satisfacer de manera más óptima todas sus necesidades, las cuales también se van creando y evolucionando con el paso del tiempo. Es por ello, que las empresas frente a



esta situación se ven en la obligación de desarrollar nuevos productos o sino solo de modificar y mejorar los ya existentes (García, 2013).

Todo este exhaustivo análisis se lo realiza en la etapa de investigación y desarrollo de una empresa. Este primer eslabón de la cadena de valor busca generar, evaluar e implementar una solución a través del proceso de diseño de un producto (Arango, 2009). “Se enfoca en aspectos estratégicos y gerenciales para asegurar que el desarrollo de un producto cumpla con los objetivos y metas propuestas para esta y para la organización” (Arango, 2009, p.25). Sin, embargo, a pesar de considerarse como una etapa y estar ubicado en la primera posición dentro de la cadena de valor, el proceso de investigación y desarrollo debe estar presente como evaluador en todos eslabones.

A continuación, se describirá las fases del eslabón de investigación y desarrollo junto con sus respectivas actividades el cual está basado en el modelo Circular Chaos. Se ha tomado este modelo debido a que los expertos consideran que presenta las situaciones más reales a cualquier empresa manufacturera (Arango, 2009).

**Tabla 7:**

*Eslabón de investigación*

FASES	RESULTADOS	ACTIVIDADES
<b>FASE 1</b>	1.Situación estratégica de la empresa	1.- Análisis interno
		2.- Análisis externo
		2.- Búsqueda de áreas de estudio
		4.- Evaluación de la fase
		5.-Análisis interno de cuellos de botella
<b>FASE 2</b>	2. Búsqueda de campos	6.- Análisis externo de necesidades
		7.- Generación de ideas de producto
		8.- Evaluación de la fase
		9.- Desarrollo de la manufactura
<b>F A</b>		

<b>FASE 4</b>	3. Brief de diseño	10.- Desarrollo del producto
	4. Diseño de producto	11.- Desarrollo del mercado
		12.- Evaluación de la fase
	5. Lanzamiento del producto	13.- Introducción del mercado
14.- Manufactura		
15.- Distribución, promoción y ventas		
16.- Evaluación de la fase		
<b>FASE 5</b>	6. Posición situacional estratégica	17.- Uso del producto
		18.- Evaluación del uso del producto
		19.-Evaluación del producto
		20. Evaluación de la fase

**Fuente:** Arango, 2009

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

El eslabón de abastecimiento se refiere a la gestión de compras de materias primas, materiales, empaques, repuestos, entre otros, que son necesarios principalmente para el proceso de producción de un determinado producto. El resultado de conocer dichas necesidades surge de una debida planificación y cálculo de la demanda que realiza previamente una empresa. Sin embargo, la gestión de compra va más allá de abastecer simplemente a la producción, por lo que está obligado a integrarse a las demás áreas de la empresa logrando tener el conocimiento suficiente de todas las fuentes de abastecimiento y, por lo tanto, conoce qué proveedor satisface de forma óptima lo que exige la empresa en cuanto a costo, calidad o algún otro parámetro de suma importancia para la misma (Díaz, 2017).

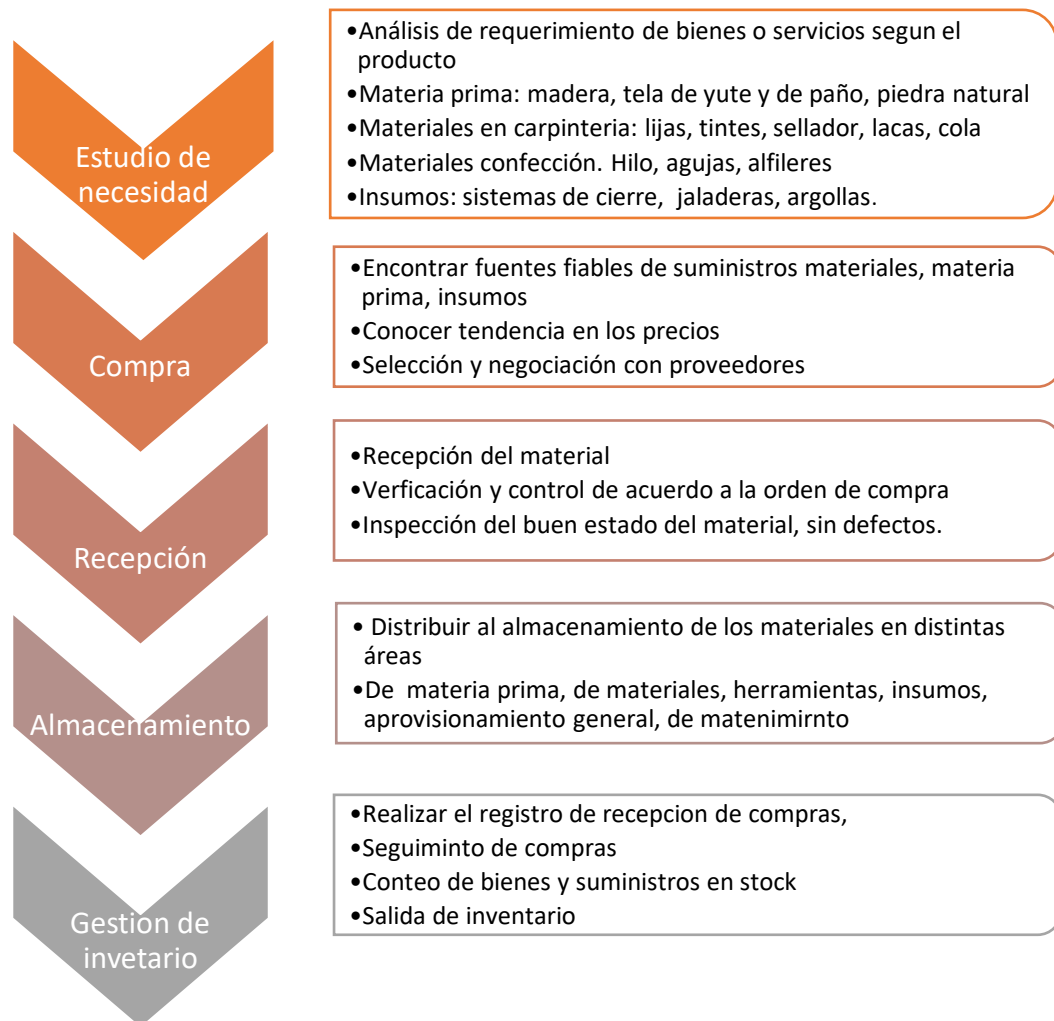
El equipo encargado del abastecimiento tiene la responsabilidad de coordinar todas las actividades asociadas con la adquisición de materia prima, insumos y otros materiales necesarios para la producción (Monterroso, 2002), por ende, es indispensable seguir un proceso específico para poder realizar una debida gestión. Este proceso comprende varias

etapas, las cuales se las ha designado de la siguiente manera: Estudio de necesidad, compras, recepción, almacenamiento y gestión de inventario (Monterroso, 2002).

A continuación, se presentará el eslabón de abastecimiento general y aplicable al sector de la fabricación de muebles de madera, ya que es acorde al proyecto que se está desarrollando:

**Tabla 8:**

*Eslabón de abastecimiento*



**Fuente:** Monterroso, 2002

### **3.2.2.3 Eslabón de producción**

El eslabón de producción es un conjunto sistemático de procesos de transformación de una materia prima a un producto determinado a través del uso de tecnologías específicas, la intervención de mano de obra calificada, la aplicación de técnicas adecuadas, entre otros recursos más (Izasa, 2008). Las etapas que conforman el eslabón de producción dependen del tipo de industria a la que pertenece la empresa y específicamente, al tipo de producto que la compañía fabrica. Según el Instituto Tecnológico del Mueble, Madera, Embalaje y Afines de España, AIDIMA (2009) en el sector de la fabricación de muebles de madera el eslabón de producción está constituido por las siguientes etapas:

**Tabla 9:**

*Eslabón de producción*



**Fuente:** AIDIMA, 2009

### 3.2.2.3 Eslabón de comercialización

El eslabón de comercialización es el “conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor” (IICA, 2018, p.5) en un mercado específico. Comprende toda aquella gestión de búsqueda de potenciales clientes, ventas, ofertas, distribución, marketing, etc., a través de herramientas y estrategias determinadas para que el producto llegue a manos del cliente. Sin embargo, este proceso no se trata simplemente de introducir un bien al

comprador, sino que, el objetivo real de la comercialización es crear lealtad en el cliente para que este siga consumiendo sus productos y poder seguir generando cada vez más ventas (OIT, 2016). Es decir que, bajo esta premisa, “la comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacer mejor que sus competidores para obtener ganancias.” (OIT, 2016, p.3)

El canal de comercialización es el camino por el cual los productores ofrecen y disponen sus productos al consumidor final para que ellos puedan adquirirlos. Existen varios tipos, uno de ellos se denomina canal directo de comercialización. Estos canales se caracterizan por ser el medio más corto de distribución, donde el propio fabricante es el que entrega su producto en manos del consumidor final teniendo un contacto directo con el cliente (Álvarez & García, 2016). Por lo general, los productos comercializados por este canal disponen de un cierto nivel de diferenciación debido a que poseen “atributos relacionados con lo local, artesanal, cultural y/o la propia identidad de los productores, aun cuando no cuentan con una marca, sello o certificación” (IICA, 2018, 34).

Para una buena gestión de comercialización hay que realizar primeramente una cuidadosa planificación tomando en cuenta varios factores y funciones que intervienen en este proceso. Entre todos ellos podemos destacar los siguientes: el canal de comercialización, las estrategias de marketing, el mercado, empaque, el transporte, almacenes, estrategias de venta, los clientes, intermediarios, instituciones financieras, entre otros más (IACA, 2018)

Para el presente proyecto se tiene pensado desarrollar este proceso a través de un canal directo de comercialización, ya que se requiere tener un contacto inmediato con el cliente (consumidor final). Se aplicará un plan de marketing adecuado y una selección de los posibles clientes. Se desarrollará la publicidad más pertinente tomando a consideración el tipo de consumidor, el tipo de producto y el medio de promoción, puesto que también se utilizará canales electrónicos (redes sociales) para dar a conocer la marca y el producto. Se realizará el proceso de venta haciendo uso de las estrategias más eficientes incluyendo un servicio de postventa para lograr la fidelización de los clientes.

A continuación, se presentará lo que básicamente sería el eslabón de comercialización con sus respectivas actividades, el cual se va a considerar para el proyecto en desarrollo de moda ecológica:

**Tabla 10:**

*Eslabón de comercialización*



**Fuente:** IACA, 2018

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO METODOLÓGICO

#### 4.1. Estudio de público objetivo

El público objetivo del proyecto que se está realizando está conformado por mujeres de 25 a 35 años de edad que radican en la ciudad de Santo Domingo con un nivel económico medio, medio alto o alto. Se ha considerado este target primeramente por el hecho de que son personas que por su nivel económico estarían en condiciones más seguras de invertir su dinero en accesorios de moda de diseño ecológico. En segundo lugar, según el rango de edad establecido, son mujeres que en su mayoría ya han podido determinar su estilo de vestir y por lo tanto tienen la madurez y la seguridad de decidir en adquirir un accesorio de moda con un diseño nada tradicional, fuera de lo que comúnmente existe en el mercado local.

#### 4.2. Modelo de encuesta y/o entrevista

##### 4.2.1 Encuesta

La encuesta es un instrumento que sirve para medir y recolectar datos cuantitativos a través de un cuestionario. Este material es un conjunto de preguntas que refieren su contenido a una o más variables de interés que se requieren medir dentro del contexto de la investigación que se está ejecutando (Hernández, 2014). Con respecto al presente proyecto que se está desarrollando la encuesta se utilizará para conocer los intereses de los potenciales clientes para lanzar al mercado local nuevos bolsos de moda ecológica elaborados con materiales alternativos y determinar ciertos lineamientos que se deben considerar en el desarrollo del diseño para así lograr tener una buena acogida del producto.



## Modelo de encuesta

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

**Objetivo:** Conocer los comportamientos y las preferencias de los potenciales clientes para lanzar al mercado local un bolso de moda ecológica elaborado con materiales alternativos y determinar ciertas pautas que se deben considerar en el desarrollo del diseño.

**Dirigido a:** Mujeres de 20 a 35 años

**Instrucciones:** Por favor, lea detenidamente las preguntas y responda según su criterio.

### Información general

**Estado civil:**

**Ocupación:**

### Desarrollo de encuesta

1. **¿Considera usted que el bolso es un accesorio indispensable en la vestimenta de una mujer?**
  - a. Si
  - b. No
  
2. **¿Con que línea de ropa usted utiliza más un bolso?**
  - a. Casual
  - b. Formal
  - c. Deportiva
  
3. **¿Qué tipo de bolso usa con más frecuencia?**
  - a. Satchel
  - b. Crossbody
  - c. Clutch



**4. Para usted como consumidor ¿Cuál de las siguientes características considera que es la MENOS IMPORTANTE en un bolso al momento de realizar una compra?**

- a. Que sea durable y de buena calidad
- b. Que sea práctico y funcional
- c. Que presente un buen diseño estéticamente
- d. Todas las anteriores son importantes para mí.

**5. Si tuviera que elegir entre uno de estos dos bolsos. ¿Cuál preferiría usted?**

- a. Diseño con elementos recargados
- b. Diseño más simple



**6. ¿De qué material suele comprar más sus bolsos?**

- a. Cuero natural
- b. Cuero sintético
- c. Poliéster u otro material textil

**7. ¿Sabía usted que el cuero sintético y material textil como el poliéster provienen de derivados del petróleo y que su proceso de obtención genera emisiones contaminantes y gran cantidad de desechos sólidos y químicos, y que también tardan décadas en descomponerse?**

- a. Si
- b. No

**8. ¿Cree que usted como consumidor debería preocuparse más por adquirir artículos vestimentarios elaborados con materiales y procesos menos contaminantes para el medio ambiente (moda ecológica/moda sostenible)?**

- a. Si
- b. No

**9. ¿Alguna vez ha adquirido antes un bolso u otro artículo vestimentario de moda ecológico o moda sostenible?**

- a. Si
- b. No

**10. ¿Estaría dispuesta a adquirir bolsos de moda ecológica que tengan un diseño muy distinto a los modelos tradicionales que existen en el mercado?**

- a. Si                      b. No

11. **¿Estaría dispuesta a adquirir bolsos de diseño ecológico elaborados con materiales naturales, como madera, sabiendo que estos provienen de residuos o de bosques sostenibles?** (tome de referencia los diseños presentados a continuación)



- a. Si                      b. No

12. **¿Qué tonos de color preferiría usted que tenga este tipo de bolsos ecológicos?**

- a. Tonos claros                      b. Tonos medios                      c. Tonos oscuros



13. **¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un bolso de diseño ecológico e innovador elaborado con estos materiales y acabados de buena calidad?**

- a. Hasta \$40                      b. Hasta \$50                      c. Hasta \$60                      d. Hasta \$80

14. **Considerando la situación actual que vivimos con la pandemia y la economía ¿dentro de cuánto tiempo estaría dispuesta usted en invertir su dinero en la compra de uno de estos bolsos de diseño ecológico?**

- a. Ahora o inicios del 2021  
b. A mediados del año 2021  
c. A finales del año 2021

### 4.3. Selección de la muestra

#### 4.3.1 Población

Para realizar el proceso de selección de la muestra es necesario primeramente definir la unidad de muestreo/análisis de acuerdo a la investigación que se está

desarrollando, la cual puede tratarse de individuos, comunidades, situaciones, organizaciones, periodos, entre otros. Una vez definido la unidad de muestreo/análisis se debe delimitar la población que va a ser analizada y sobre la cual se sacarán resultados de forma generalizada. Entonces, una población es, como la define Lepkowski, “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” que son de interés para el investigador. Por ejemplo, si la unidad de muestreo/análisis son los individuos, entonces la población vendría a ser un grupo de personas que reúnen una serie de características en común que pueden ser de carácter demográfico, conductual, psicológicas, entre muchas otras más (Hernández, 2014)

#### **4.3.2 Muestra**

Según Hernández (2014) “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p.173). Entonces, la muestra es un número determinado de personas que han sido cuidadosamente seleccionadas de la población a quienes se les realizará la encuesta para que por medio de los datos recolectados se pueda determinar, en este caso, si el proyecto en curso de lanzar al mercado local los bolsos de moda ecológica resulta rentable de acuerdo a quienes se han considerado como clientes potenciales.

Ahora, existen dos tipos de muestras que se diferencian por su proceso de selección: la muestra probabilística y la no probabilística. La muestra probabilística es el subgrupo en el que se consideran a todos los participantes que componen la población con las mismas posibilidades de ser seleccionados para la muestra. Mientras que en la muestra no probabilística la selección de sus participantes no se sujeta a la probabilidad, no se basa en fórmulas ni procedimientos mecánicos, sino que, depende de los propósitos y criterios del investigador. La ventaja de este tipo de muestra es su gran beneficio para ciertos estudios que requieren de una cuidadosa elección de los participantes de la población con determinadas características especificadas con anterioridad en la investigación (Hernández, 2014)

**Tabla 11:**

*Detalle de la población de estudio*

Técnicas e instrumento		
Muestra	No de personas	Técnica
Potenciales clientes/Usuarios	70	Encuestas

Fuente: Elaboración propia

#### 4.4 Técnicas de estudio

##### 4.4.1 Cuantitativas

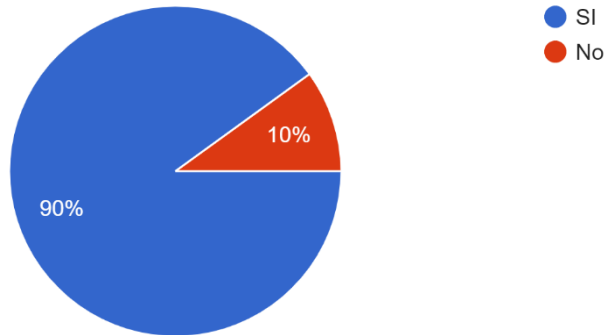
El enfoque cuantitativo requiere aplicar el proceso de recolección de datos para probar la hipótesis planteada en la investigación por medio de una medición numérica y análisis estadístico con el objetivo de determinar normas de comportamiento y así poder demostrar teorías. La investigación cuantitativa tiene que tratar de ser lo más objetiva posible. El investigador debe evitar que sus creencias, tendencias o deseos afecten o influyan en los resultados obtenidos o que intervengan en sus procesos y tampoco deben ser alterados por tendencias de otras personas.

Para el presente proyecto se realizó la recolección de datos a través de la elaboración de un cuestionario con el fin de conseguir información de interés que sea útil para conocer cuan factible es lanzar al mercado los bolsos de moda ecológica elaborados con materiales alternativos. Los datos conseguidos en las encuestas realizadas a las 100 personas consideradas como clientes potenciales serán posteriormente sometidos a un análisis para luego determinar los resultados en porcentajes permitiéndonos con esto llegar finalmente a una conclusión acerca del tema de estudio.

## 4.5 Elaboración e interpretación de los datos

### 4.5.1 Encuesta a potenciales clientes

1. ¿Considera usted que el bolso es un complemento indispensable en la vestimenta de una mujer?

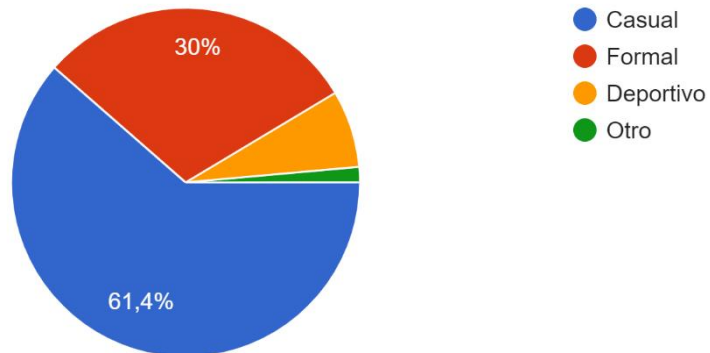


**Gráfico 5.** *El papel del bolso en la vestimenta*

### Análisis e interpretación

Mediante esta pregunta se pudo determinar que el 90 % de las mujeres encuestadas, que es su gran mayoría, piensan que el bolso es un complemento indispensable en la vestimenta de una mujer, mientras que el 10% de las mujeres no lo consideran como un complemento indispensable en su vestimenta. Sus razones se basan más que todo en la funcionalidad de este accesorio, en la necesidad que tienen las mujeres en llevar con facilidad todos sus objetos personales al momento de salir de casa. Su uso no se basa simplemente por lujo.

## 2. ¿Con que línea de ropa usted utiliza más un bolso?

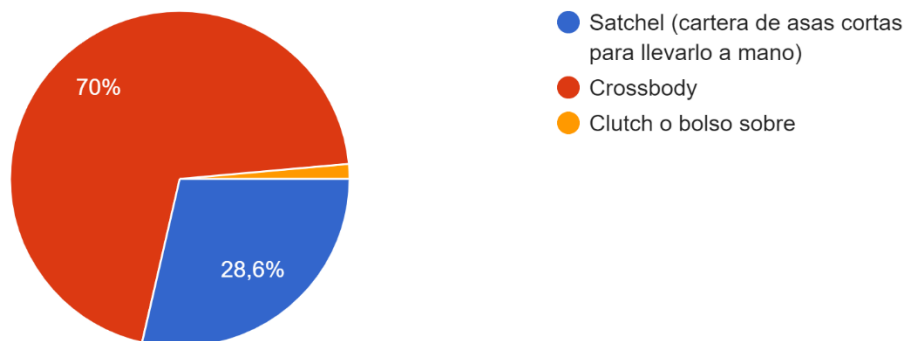


**Gráfico 6.** *El bolso y la línea de ropa*

### Análisis e interpretación

Con respecto a la línea de ropa con la que las mujeres utilizan más un bolso se comprobó que, el 61,4% de todas las encuestadas indicaron que lo utilizan más cuando visten de ropa casual, el 30% lo usan más cuando visten de ropa formal, el 7,1% cuando visten de ropa deportiva y finalmente solo el 1,4% indicó otra línea de ropa. Estos resultados nos dan entender que el mercado consume en mayor cantidad bolsos de línea y diseño más casual.

## 3. Qué tipo de bolso usa con más frecuencia?

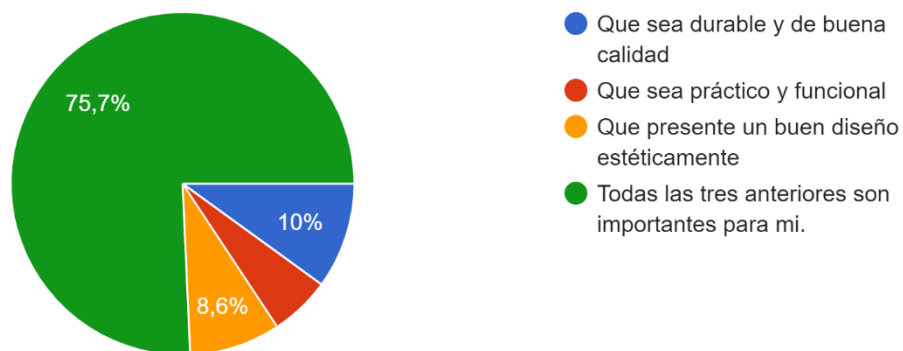


**Gráfico 7.** *Preferencias del tipo de bolsos*

### **Análisis e interpretación**

Según el análisis de esta gráfica, el 70% de las mujeres encuestadas indicaron que utilizan más el bolso crossbody, el 28,6% prefiere usar el bolso satchel, mientras que el 1,4% se inclina por usar mas el bolso clutch. Estos resultados nos indican que el tipo de bolso que más consume mujeres entre de 20 a 35 años el crossbody.

#### **4. Para usted como consumidor ¿Cuál de las siguientes características considera que es la menos importante en un bolso al momento de realizar una compra?**



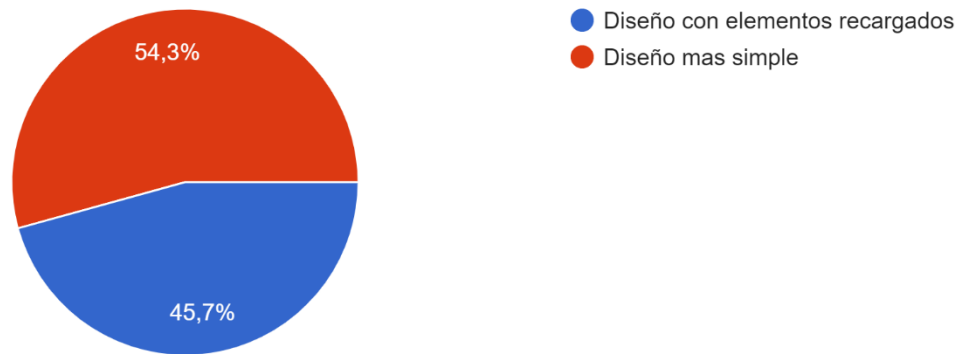
**Gráfico 8.** Factores de compra de un bolso

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a la gráfica, se puede observar que el 75,7% de las mujeres que se encuestaron consideran que al momento de realizar la compra de un bolso es muy importante encontrar en este accesorio las tres características siguientes: que sea durable y de buena calidad, que sea práctico y funcional y que presente un buen diseño estéticamente. El 10% considera que encontrar durabilidad y calidad en un bolso es lo que menos le interesa al momento de adquirir uno. El 8,6% piensa en cambio que, encontrar un buen diseño estéticamente en un bolso es lo menos importante al momento de realizar una compra. Y finalmente, el 5,7% considera que al instante de efectuar la compra de un bolso lo que menos le interesa es ver que este sea práctico y funcional.



**5. Si tuviera que elegir entre uno de estos dos bolsos. ¿Cuál preferiría usted?**

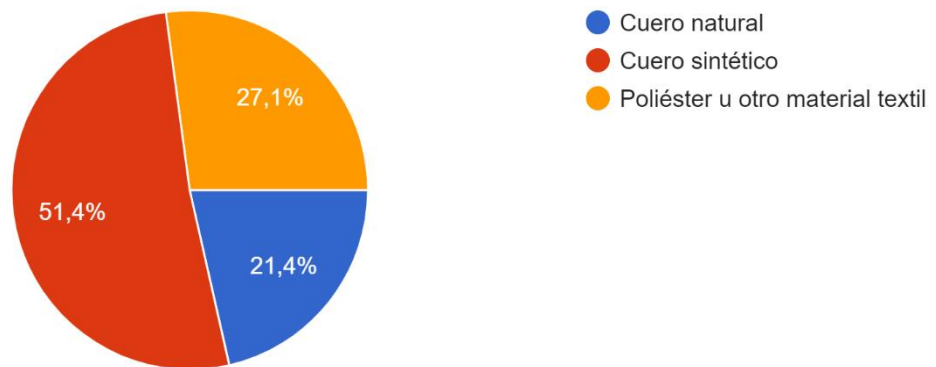


**Gráfico 9.** *Diseño de referencia*

**Análisis e interpretación**

En cuanto a las preferencias acerca de la estética del diseño, el 54,3% de las mujeres se inclinan por diseños más simples, mientras que el 45,7% se inclina por diseños que contengan más elementos recargados. Estos datos también nos muestran que no hay una diferencia grande de porcentajes entre los dos criterios.

**6. ¿De qué material suele comprar más sus bolsos?**

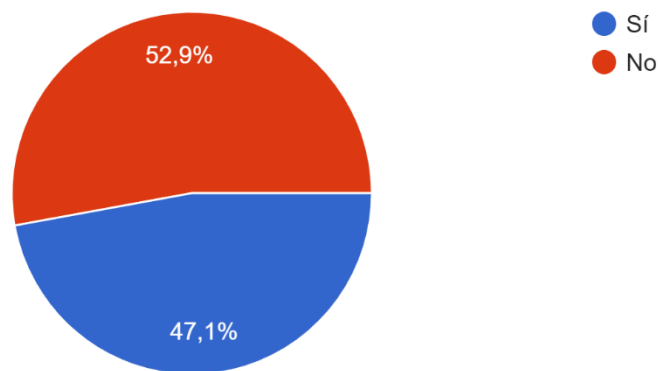


**Gráfico 10.** *Material de preferencia en un bolso*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo al material que más suelen comprar los bolsos, el 51,4% de las mujeres a quienes se les encuestó nos indican que adquieren los que están elaborados con cuero sintético, el 27,1% compra bolsos elaborados con poliéster o algún otro material textil y el 21,4% compra bolsos hechos con cuero natural.

**7. ¿Sabía usted que el cuero sintético y material textil como el poliéster provienen de derivados del petróleo y que su proceso de obtención genera emisiones contaminantes y gran cantidad de desechos sólidos y químicos, y que también tardan décadas en descomponerse?**

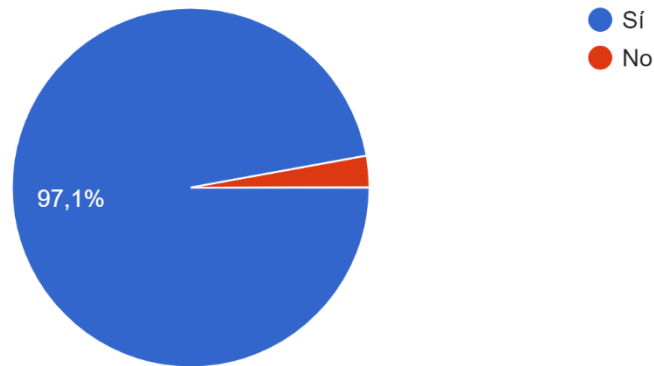


**Gráfico 11.** *Conocimiento del daño ambiental*

### **Análisis e interpretación**

Según los datos porcentuales, el 52,9% de las mujeres encuestadas nos supieron indicar que no tenían conocimiento acerca de la contaminación que provoca el cuero sintético y algunos materiales textiles como el poliéster. Mientras que, el 47,1% nos indicó que si conocían acerca de los grandes efectos contaminantes de estos materiales. Estos datos también nos muestran que no hay una diferencia grande de porcentajes entre los dos grupos.

**8. ¿Cree que usted como consumidor debería preocuparse más por adquirir artículos vestimentarios elaborados con materiales y procesos menos contaminantes para el medio ambiente (moda ecológica/moda sostenible)?**

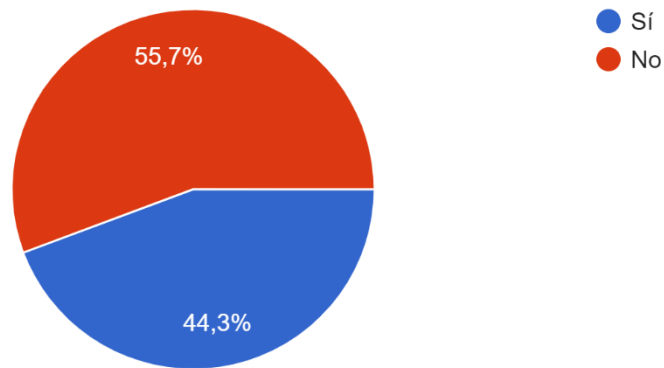


**Gráfico 12.** *Consumidor responsable*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo al gráfico, se puede interpretar que el 97,1% de las mujeres encuestadas piensan que debería poner más interés en adquirir artículos vestimentarios elaborados con materiales y procesos menos contaminantes para el medio ambiente. Mientras que el 2,9% no muestra preocupación ni interés por aplicar estos criterios en la compra de cualquier artículo vestimentario.

**9. ¿Alguna vez ha adquirido antes un bolso u otro artículo vestimentario de moda ecológico o moda sostenible?**

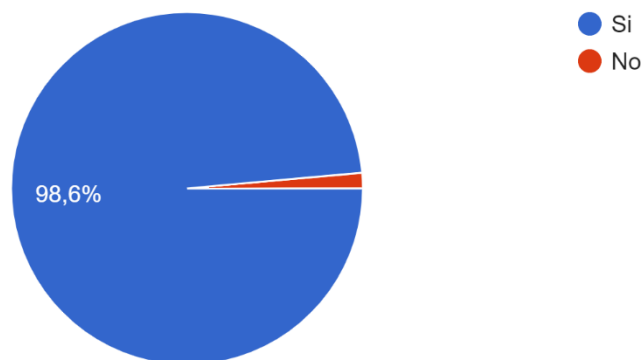


**Gráfico 13.** Consumo de moda ecológica

### **Análisis e interpretación**

El 55,7% de las mujeres encuestadas indicaron que ya han adquirido con anterioridad algún artículo vestimentario de moda ecológica o moda sostenible y el 44,3% indicaron que no han comprado antes algún artículo vestimentario bajo estos conceptos de moda. Estos datos nos dan a conocer cuan familiarizada se encuentran las personas con la moda ecológica, lo cual es casi la mitad de la muestra.

### **10. Estaría dispuesta a adquirir bolsos de moda ecológica que tengan un diseño muy distinto a los modelos tradicionales que existen en el mercado?**

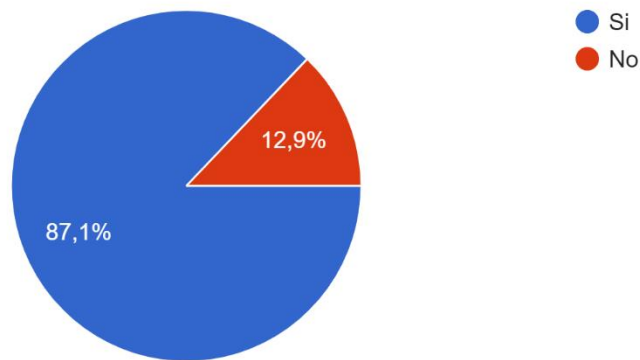


**Gráfico 14.** Consumo de bolsos ecológicos

### **Análisis e interpretación**

Como se puede observar, en cuanto a la disponibilidad de adquirir bolsos de moda ecológica que presenten un diseño muy distinto a los bolsos tradicionales existentes en el mercado, la gran mayoría, es decir el 98,6% de las mujeres encuestadas indicaron que, si estarían dispuestas, mientras que el 1,4% señalaron que no estarían dispuestas a utilizar en su vestimenta un artículo con un diseño fuera de lo ordinario.

### **11. ¿Estaría dispuesta a adquirir bolsos de diseño ecológico elaborados con materiales naturales, como madera, sabiendo que estos provienen de residuos o de bosques sostenibles?**

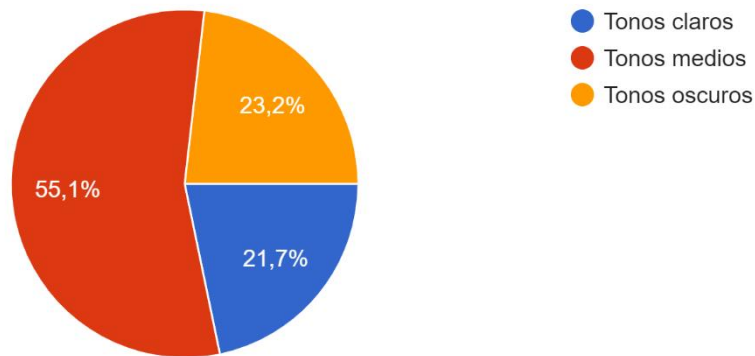


**Gráfico 15.** *Consumo de bolsos de madera*

### **Análisis e interpretación**

Según los resultados, el % de las mujeres a quienes se les encuestó reveló que si se encontrarían dispuestas a adquirir bolsos de moda ecológica elaborados con madera o bambú conociendo de antemano su procedencia sostenible. Mientras que el % señaló que no estaría dispuesta a adquirir este tipo de bolsos de moda ecológica.

### **12. ¿Qué tonos de color preferiría usted que tenga este tipo de bolsos ecológicos?**

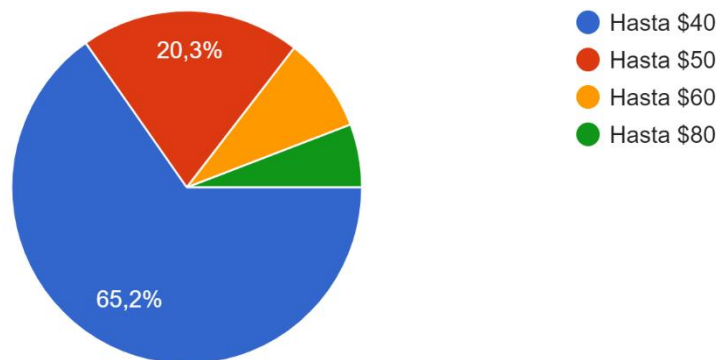


**Gráfico 16** *Color de preferencia*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a la gráfica, el 51,5% de las mujeres encuestadas indicaron que prefieren los tonos medios de color en los bolsos hechos con madera, el 23,2% mostró más interés en los tonos oscuros y el 21,7% mostró más preferencia por los tonos claros.

### **13. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un bolso de diseño ecológico e innovador elaborado con estos materiales y acabados de buena calidad?**



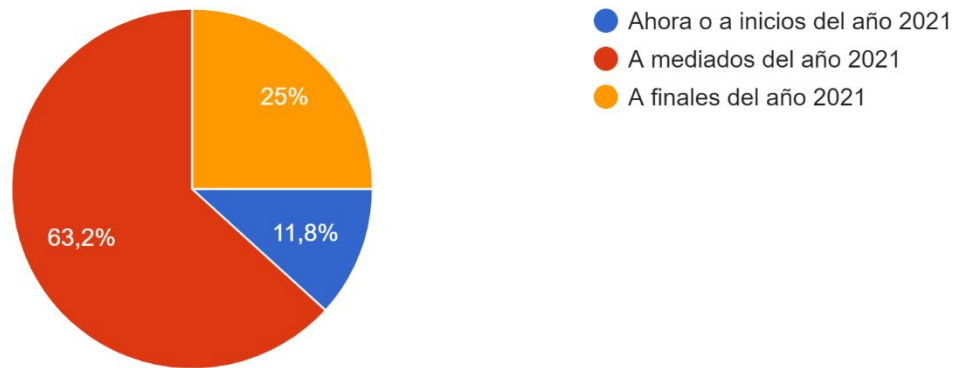
**Gráfico 17.** *Precios de bolsos ecológicos*

### **Análisis e interpretación**

Con respecto al valor que estarían dispuestas las mujeres encuestadas a pagar por un bolso de diseño ecológico e innovador elaborado con materiales naturales como la madera y acabados de buena calidad, el 65,2% reveló que pagarían hasta \$40 por un bolso

con estas características, 20,3 el % indicó que pagarían hasta \$50, el 8,7% señaló que podrían pagar hasta \$60 y, por último, el 5,8% mostró su disposición de pagar hasta \$80 por un bolso con estas características.

**14. Considerando la situación actual que vivimos con la pandemia y la economía ¿dentro de cuánto tiempo estaría dispuesta usted en invertir su dinero en la compra de uno de estos bolsos de diseño ecológico?**



**Gráfico 18.** *Tiempo de compra*

**Análisis e interpretación**

En cuanto al tiempo en el que las mujeres encuestadas estarían dispuestas a invertir su dinero en la adquisición de uno de estos bolsos de diseño ecológico, considerando la situación económica y sanitaria que vive el país y el mundo, solo un 63,2% señaló que ahora o a inicios del año 2021 se encuentran en las posibilidades y en la disposición de hacerlo. Un 25%, que es la mayoría, indicó que podrían hacerlo a medios del 2021 y finalmente, un 11,8% mostró que estaría dispuesta a invertir su dinero en este producto a finales del 2021.

**4.6 Conclusiones**

En primer lugar, se pudo concluir que casi el 100% de las mujeres encuestadas entre las edades de 20 a 35 años, son conscientes de daño medioambiental que sufre el planeta hoy en día y, por lo tanto, se encuentran realmente interesadas por tratar de adquirir

artículos vestimentarios elaborados con materiales menos contaminantes para el medio ambiente. Un poco más de la mitad de ellas conocen acerca de la moda ecológica al indicar que ya han consumido antes un producto bajo este concepto, a pesar de que en el mercado local (Santo Domingo) no hay una tienda o una marca que ofrezca este tipo de productos.

La mayoría de las mujeres encuestadas indicaron que se encontraban dispuestas a adquirir bolsos de moda ecológica elaborados principalmente con madera, ya sea por lucir un diseño innovador fuera de los modelos tradicionales existentes en el mercado o por su interés real de aportar con el cuidado del medio ambiente. Esto nos lleva a concluir que es más posible que el producto va a llegar a tener una buena acogida por parte del mercado que se ha considerado como potencial.

En cuanto a las preferencias de las mujeres encuestadas con respecto a características básicas de los bolsos se pudo concluir lo siguiente: La línea de vestimenta que más frecuentan usar con un bolso, en la gran mayoría, es la línea casual, seguida de la línea formal. También dieron a conocer que usan más el tipo de bolso crossbody y en segundo lugar el satchel y que casi la mitad de las mujeres encuestadas prefieren los diseños más simplistas y la otra mitad optan más por diseños con elementos más recargados.

Gran número de las mujeres encuestadas consideran que para adquirir un bolso es indispensable que este sea de materiales de buena calidad y durable, que sea funcional y practico, y que presente una buena estética en su diseño. Esto nos demuestra que, para exigir todas estas cualidades en un bolso, están conscientes de que su precio va a ir acorde a estas exigencias, que no es un producto que se centra en guardar ventaja en su precio, sino que se centra en satisfacer la necesidad del cliente y ofrecerle un producto de calidad total y cuanto más, ser un producto que ayude a no contaminar el medio ambiente. Por ello, en cuanto al valor a pagar por este tipo de bolsos se demostró que la mayoría si se disponía a pagar hasta \$40 por este artículo, pues este se consideró el precio base de los diseños de bolsos a ofrecer, pero también hubo mujeres que se disponían a pagar un valor más elevado por este producto, hasta 60 y 80 dólares incluso, aunque haya sido en un porcentaje más bajo.



Por último, se pudo determinar la disponibilidad económica de las personas para darse la oportunidad de invertir en este tipo de productos de moda ecológica, ya que la crisis sanitaria generada por la pandemia del COVID-19 ha afectado en gran manera la economía de muchas personas, pero para otros en cambio, el daño ha sido mínimo. Con esto, se llegó a la conclusión de que para mediados del año 2021 el proyecto podrá tener mejor acogida, puesto que más de la mitad de las mujeres encuestadas indicaron que para ese tiempo ya tendrían la posibilidad de adquirir con más seguridad un bolso de moda ecológica.

## CAPÍTULO V

### 5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

#### 5.1 Cronograma de producción

**Tabla 12:**

*Diagrama de Grant*

TIEMPO	DICIEMBRE			ENERO	
ACTIVIDADES	SEMANA 14-20	SEMANA 21-27	SEMANA 28-31	SEMANA 1-3	SEMANA 4-10
Estudio de tendencias					
Desarrollo de concepto de la propuesta					
Estudio y selección de materiales e insumos					
Realización de bocetos					
Selección de diseños					
Fichas técnicas					
Realización de plantillas					
Labrado y aserrado de la madera					
Marcada					
Unión y ensamblaje de piezas					
Masillado					
Lijado en crudo					
Tratamiento contra la polilla					
Proceso de sellado					
Tinturado					
Ultima mano de laca					
Colocación de insumos					
Control de calidad					
Etiquetado y empaque					

## 5.2 Control de Calidad

El control de calidad, considerado también como gestión de calidad es un concepto que ha evolucionado a través del tiempo en el cual se han ido integrando nuevas ideas. Nebrera (2015) explica que, la filosofía de la calidad ha pasado por diferentes etapas, considerándose cada una como un nivel más de crecimiento que le ha permitido llegar a lo que es hoy en día una gestión de calidad a nivel de excelencia empresarial. Estas etapas evolutivas son:

**Control de calidad:** Etapa inicial donde solo los inspectores del departamento de control de calidad de la empresa eran los únicos que tenían el deber de realizar este control en el producto terminado. Se encargaban de verificarlos a través de un sistema de muestreo e inspección al 100% para procurar que estos no lleguen con fallas al cliente (Nebrera, 2015). Aquí, el control de calidad se orientaba solo a detectar defectos (Arias, 2010).

**Aseguramiento de la calidad:** Para este periodo la empresa empieza a establecer un sistema de gestión de calidad donde regirse, las normas ISO 9000 (Nebrera, 2015). El aseguramiento de la calidad implicaba aplicar su concepto en todas las etapas del ciclo de vida del producto: en el diseño de producto y sus procesos, en la fabricación, en la venta y la postventa; por medio de técnicas de ingeniería en calidad. Este periodo se centraba en cambio, en prevenir los defectos en los productos para garantizar un nivel de calidad estándar (Arias, 2010).

**Gestión de calidad total:** Aquí, el control de calidad va mucho más allá de su aseguramiento. Ahora, “su introducción implica la comprensión y la implantación de un conjunto de principios y conceptos de gestión en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización” (Arias, 2010, p.7): en el producto, en el servicio, en la gestión y en la calidad de vida. El concepto de calidad total implica un cambio en la cultura de la empresa, puesto que las personas deben entender que este control es responsabilidad de todos absolutamente (Nebrera, 2015). Los principios de la gestión de calidad total se fundamentan en: un “enfoque sobre los clientes, participación y trabajo en equipo, y la mejora continua como estrategia empresarial” (Arias, 2010, p.7).

Busca permanentemente el mejoramiento de la calidad en todos los eslabones de la cadena de suministros del producto. El proveedor es considerado como un colaborador y compañero, ya que juega un papel muy importante en la cadena. El mismo personal de la empresa está encargado de comprobar la calidad de los productos a través de determinadas técnicas de control en base a estadísticas (Nebrera, 2015). De esta manera, es como las empresas de hoy buscan mantener su calidad total e integral, pensando en absolutamente todo lo que le envuelve a la compañía, llegando así, a una excelencia empresarial alcanzando con su producto una satisfacción plena de las necesidades de los clientes y una efectividad en la economía.

### 5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

**Tabla 13:**

*Equipo e infraestructura*

Etapas	Equipo e infraestructura
<b>Preproducción</b>	Computadora portátil
	Softwares apropiados para el desarrollo de la investigación y el diseño del producto (ilustrador, Photoshop)
	Teléfono móvil
	Insumos de oficina
	Área de estudio
	Equipo de internet

<b>Producción</b>	Taller de carpintería
	Maquinas grandes: Cepilladora, sierra cinta, sierra de mesa, sierra de inglete, lijadora de mesa, compresor
	Maquinas manuales: Taladro, destornillador de batería, caladora, sierra manual de inglete, clavadora neumática, tupí, ensambladora.
	Herramientas: cepillo de mano, martillo, escuadra, prensas, pistolas de aire, formones, brocas, puntas de entornillar, destornillador manual, serrucho
<b>Post producción</b>	Computadora
	Impresora
	Materiales de embalaje

**Fuente:** Elaboración propia

#### 5.4 Requerimientos de mano de obra

Para la realización del proyecto de bolsos de moda ecológica elaborados con materiales alternativos será necesario, sin lugar a duda, el requerimiento de mano de obra especializada en las diferentes etapas para su correcto desarrollo.

**Tabla 14:**

*Mano de obra*

Mano de Obra	Área de trabajo
<b>Investigador</b>	Proceso de investigación, diseño, producción y postproducción.

<b>Maestro artesano en trabajo de carpintería</b>	Diseño y producción
<b>Asistente de carpintería</b>	Producción
<b>Diseñador gráfico</b>	Creación de la marca, etiqueta y empaque

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

### **5.5.1 Seguridad Industrial**

La seguridad e higiene industrial es el conjunto de normas o medidas técnicas, psicológicas, sanitarias, etc., que tienen como objetivo ayudar a que las empresas junto con sus trabajadores puedan prevenir los accidentes industriales, mediante el control de los riesgos que implica cada ocupación, la conservación de la infraestructura industrial, local y, sobre todo medioambiental. El fin fundamental de la creación de estas normas es “proteger la vida y la salud de los trabajadores, salvaguardar y proteger las instalaciones industriales” (Chamochumbi, 2014, p. 23) y evitar pérdidas tanto humanas como económicas en la empresa

El trabajo que se realiza en los talleres de carpintería no se encuentra exonerado de estos riesgos. Los procesos que se aplican en este trabajo son mecanizados, lo cual nos indica que se requiere de diferentes tipos de máquinas que pueden ser manuales, portátiles automáticas o semiautomáticas. Entre las más utilizadas se encuentran: las sierras, cepilladoras, canteadoras, ingleteadoras, taladros, lijadoras, fresadoras y otras herramientas como, formones, martillos, serruchos, entre muchas otras más. Este tipo de procesos sin duda involucra una serie de riesgos para quienes los opera, por ello se debe tomar las medidas preventivas pertinentes para evitar cualquier tipo de accidente y poder llevar a cabo un trabajo de calidad gozando de una jornada laboral sana, segura y tranquila, al mismo tiempo de ser productiva (Asociación Chilena de Seguridad, s.f)

Las medidas de seguridad industrial que se considerarán dentro de la etapa de producción del proyecto en curso estarán basadas según determinados artículos del “Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo” del Ecuador.

**Tabla 15:**

*Medidas de seguridad industrial*

EMPLEADOR	TRABAJADOR
Acatar todas las medidas necesarias para prevenir riesgos que afecten la salud y bienestar de los trabajadores en el taller.	Deben participar en el control de prevención de riesgos y manutención de higiene en las áreas de trabajo.
Conservar en buen estado las máquinas, herramientas, materiales y las instalaciones de taller para un trabajo seguro	Utilizar de forma correcta los complementos de protección personal.
Otorgar a los trabajadores de forma gratuita la indumentaria adecuada con los complementos de protección personal, como protectores faciales, mandiles, orejeras de seguridad, mascarillas.	Dar a conocer a su superior de las averías y riesgos que adviertan determinada maquina o proceso un accidente de trabajo.
Instruir a los trabajadores acerca de los riesgos en las diferentes zonas de trabajo y las medidas que se deben tomar para la prevención.	No introducir bebidas alcohólicas en las instalaciones
Suspender las operaciones que señalen riesgos inminentes de accidentes si es que	No presentarse en estado de embriaguez al lugar de trabajo

no existiera el medio apropiado para evitarlo.	
Colocación de la señalización adecuada en las áreas de trabajo	Usar la debida protección al momento de utilizar sustancias inflamables.
Disponer de buena iluminación natural y artificial en cada área del taller	

**Fuente:** Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo,

### 5.5.2 Medio Ambiente

Las medidas de seguridad medioambiental que se considerarán dentro de la etapa de producción del proyecto también estarán basadas según determinados artículos del “Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo” del Ecuador. A continuación, se mencionarán las más acordes y más relevantes para los procesos de producción en los talleres de carpintería.

#### Art. 53. CONDICIONES GENERALES AMBIENTALES: VENTILACIÓN, TEMPERATURA Y HUMEDAD

“En los locales de trabajo y sus anexos se procurará mantener, por medios naturales o artificiales, condiciones atmosféricas que aseguren un ambiente cómodo y saludable para los trabajadores”

Art. 67. VERTIDOS, DESECHOS Y CONTAMINACIÓN AMBIENTAL. – “La eliminación de desechos sólidos, líquidos o gaseosos se efectuará con estricto cumplimiento de lo dispuesto en la legislación sobre contaminación del medio ambiente.”

Art. 143. EMPLAZAMIENTO DE LOS LOCALES.



“Deben estar provistos de una ventilación adecuada para todas las operaciones que comprenden el uso y almacenamiento de líquidos inflamables y de una adecuada ventilación permanente del edificio y tanques de almacenamiento.”

“Prohíbese fumar, encender llamas abiertas, utilizar aditamentos o herramientas capaces de producir chispas cuando se manipulen líquidos inflamables.”

Art. 152. RESIDUOS. – “Siempre que se produzca residuos que puedan originar un incendio se instalarán recipientes contenedores, cerrados e incombustibles, para depositarlos en ellos.”

“Cuando estos residuos puedan reaccionar entre sí, se dispondrán recipientes contenedores diferentes, señalizados adecuadamente.”

“Estos recipientes se vaciarán con la frecuencia adecuada, manteniéndose en buen estado de conservación y limpieza.”

**Art 162 SE CONSIDERAN LOCALES CON RIESGO DE EXPLOSIÓN AQUELLOS EN LOS QUE EXISTA ALGUNO DE LOS MATERIALES SIGUIENTES**

“Materiales E.2. Se dispondrán instalaciones colectoras de polvos de modo que se evite la aparición de concentraciones peligrosas y se efectuarán operaciones de limpieza periódicas de modo que se eliminen los depósitos de polvo.

## CAPÍTULO VI

### 6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 6.1 Descripción del producto

##### 6.1.1. Brain storming

1. **Producto:** Bolsos elaborados con materiales menos contaminantes para el medio ambiente
2. **Tipo de producto:** Producto de moda ecológica - moda sostenible.
3. **Tipo de materiales a utilizar:** Materiales naturales
4. **Nombres de los materiales**
  - Madera
  - Yute
  - Piedra Natural
5. **Nota:** La madera es un material sostenible siempre y cuando provenga del reciclaje, de residuos o de bosques sostenible

#### 6. Características generales del producto

- Durabilidad/ Buena calidad
- Práctico y funcional
- Diseño
- Diseño ecológico

#### 7. Otras características

- Bolsos elaborados con materiales de la naturaleza
- Producto amigable con el medio ambiente
- De materiales biodegradables
- Bolsos de línea casual
- Elaborados de forma artesanal
- Diseño fuera de los modelos tradicionales que existen en el mercado

- La función y la forma son importantes.
- Combina texturas, colores en tonos marrones

### **8. Simbolismo**

- Estar en armonía con la naturaleza
- La madera: material noble en conexión con el hombre
- Distinción
- Responsabilidad ambiental
- Simplicidad

### **9. ¿Qué se promueve con el producto y qué tipo de aporte hace?**

- Promover la economía local (reactivación económica del país)
- Usar materiales de productores nacionales (no productos importados)
- Responsabilidad ambiental
- Consumo responsable
- Trabajo artesanal
- Promover que el consumidor aprecie la calidad y no la cantidad
- Inculcar la cultura de diseño en el consumidor
- Que el consumidor valore el trabajo que hay detrás de cada pieza que compra.

## **6.2 Perfil del cliente**

### **Contemporáneo**

El consumidor contemporáneo se caracteriza por ser alguien muy versátil y estar en constante progreso y construcción. Son independientes y más seguros de sí mismos. Son más prácticos, descompilados, más simplistas y consideran la comodidad en su estilo de vida. Les interesa estar informados de todo lo que ocurre en su entorno y en el mundo; y enriquecerse culturalmente a través de viajes, los libros, el arte, el buen cine y música de calidad. Consideran a la tecnología como algo muy útil en su estilo de vida, por lo que se encuentran bien adaptados a las redes sociales, teléfonos inteligentes, aplicaciones, etc.

Les gusta los desafíos, son innovadores y ambiciosos. Les gusta viajar, conocer todos los lugares del país y aspiran conocer también diferentes partes del mundo. Son amantes de los ambientes naturales y les gusta realizar actividades como el camping. No les gusta la monotonía. Se preocupan bastante por su bienestar interno, por lo que les interesa los pensamientos y filosofías de vida que les enseñen a apreciarse a sí mismas y que les haga crecer como personas. Busca ser más activos, deportistas y llevar una alimentación mucho más saludable.

No se apegan a afiliaciones políticas ni tampoco son fieles devotos de alguna creencia religiosa, por lo que tienen un pensamiento más humanista. Buscan sentirse realizados en su vida. Se caracterizan por poseer buena formación académica, sin embargo, tienen un deseo constante de seguirse formando profesionalmente y aprender de cualquier forma muchas cosas más (autodidactas). En lo laboral, buscan un equilibrio entre trabajo y familia. Son independientes. Demandan resultados inmediatos. Aspiran poseer cargos de liderazgo dentro del mundo laboral y son abiertos a enfrentarse a nuevas oportunidades.

Aspiran de alguna manera ser parte del cambio por un mundo mejor, ya que les preocupa mucho más los problemas sociales y medioambientales llevándolos a adoptar en su forma de pensamiento principios ecológicos, a acoger ciertas prácticas orgánicas, ser más sensibles con los animales, más sensibles con personas, estar en contra de la desigualdad y se abren a aceptar la diversidad cultural, entre otras cosas más.

En cuanto a su consumo, les interesa y valoran más los artículos ricos en cultura y en diseño y calidad. Les interesa la ética y la sostenibilidad en los productos que adquieren, así que tienen la cultura de llevar un consumo responsable. Buscan la comodidad, lo práctico y funcional, sin dejar de lado la estética del producto para que este vaya acorde con su estilo. No son perseguidores de lo que “está a la moda”. Son más auténticos y tienen un estilo de vestir ya construido o en proceso de construcción.

### 6.2.1 Moodboard del perfil del cliente



Gráfico 19. Moodboard de perfil de usuario

### 6.3. Identidad de marca

#### 6.3.1 Concepto



Bursa es un proyecto de moda sostenible que forma parte del cambio por un medio ambiente más sano y mejor. Los bolsos que elaboramos están hechos a partir de materiales que provienen de la naturaleza, como es, la madera, el yute y la piedra natural. Todo un trabajo hecho cuidadosamente por manos artesanales que buscan plasmar en cada pieza, arte, persona y naturaleza.

La madera, material noble que esta siempre en conexión con el hombre, es el elemento protagónico de cada uno de los diseños de la marca debido a su belleza natural y a su carácter de ser sostenible. La madera que se utiliza proviene de residuos generados en un taller de carpintería artesanal local y de productos maderables que proceden de bosques sostenibles certificados ubicados dentro del país.

La inspiración principal en el diseño de cada bolso es la naturaleza. Por lo tanto, esto nos motiva a nosotros a poder enseñar a las personas lo consientes que debemos ser con el cuidado del medioambiente y a empezar a llevar un consumo más responsable. Que podamos valorar por sobre todo la calidad y no la cantidad. A aprender a apreciar el trabajo artesanal que hay detrás de cada pieza y de cada detalle y, por último, que podamos elegir en primer lugar los productos locales y muchísimo mejor si son sostenibles.

Con el bolso, la marca no solamente ofrece cubrir la necesidad de utilidad. Lo que ofrece es un estilo de vida diferente, uno más consiente, más lento, menos consumista y más simple. Ofrece seguridad, carácter y decisión. Ofrece moda ecológica, moda sostenible.

### **6.3.2. Valores Empresariales**

#### **Valores de la Marca**

- Responsabilidad ambiental
- Transparente
- Empatía
- Compromiso



### 6.3.3. Versiones

*Versión Color*



*Versión Negativo*



*Versión Lineal*

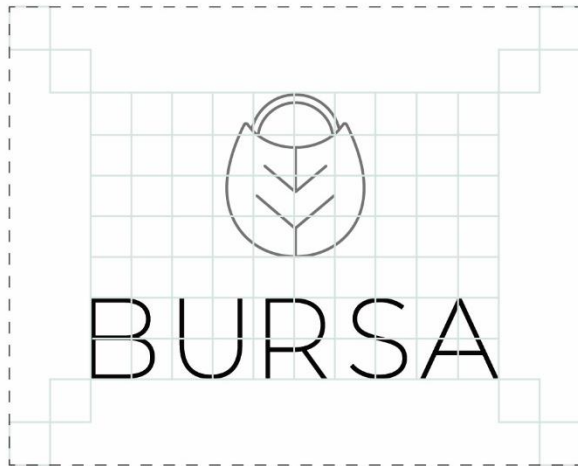


### 6.3.4. Responsive



*Versiones del Isologo en cuestión al espacio que se disponga y las diversas aplicaciones de la marca, según sea el caso. Desde la presentación de todos sus elementos hasta su más mínima esencia.*

### 6.3.5. Área de protección



El área de seguridad son las distancias en las dimensiones alto y ancho en las cuales otros elementos no pueden entrar, es como si fuera el "espacio vital" del Isotipo.

Este será equivalente a una unidad proporcional y definida en el mismo identificador. Esta área debe ser respetada por elementos gráficos, textos, imágenes, otros logotipos de instituciones o empresas.



### 6.3.6. Paleta cromática

<p>100%</p> <p>CMYK 82 / 48 / 71 / 7 RGB 61 / 101 / 90 HEX. #3d6c5a</p> <p><b>Naturaleza Sostenible</b></p>	75%	50%	25%
<p>100%</p> <p>CMYK 0 / 0 / 0 / 100 RGB 31 / 20 / 15 HEX. #1f140f</p> <p><b>Distinción Sofisticado</b></p>	75%	50%	25%
<p>100%</p> <p>CMYK 20 / 06 / 15 / 0 RGB 215 / 229 / 224 HEX. #d7e5e0</p> <p><b>Frescura Simplicidad</b></p>	75%	50%	25%
<p>100%</p> <p>CMYK 45 / 81 / 86 / 16 RGB 135 / 74 / 48 HEX. #874a30</p> <p><b>Madera Artesanal</b></p>	75%	50%	25%

### 6.3.7. Tipografía

#### MONTSERRAT

Textos Corporativos  
construcción **del logotipo**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

#### COLTAN GEA

Textos Complementarios  
piezas **gráficas**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



**6.4. Uso de la marca**

**6.4.1. Caja y bolsa para productos**



## 6.4.2. Papelería



### Tarjeta de Presentación



## 6.4.2 Etiqueta y marquilla

Las etiquetas que se realizarán de papel Kraft, ya que es un papel 100% reciclable y ecológico y a más de eso viene de grosor apropiado para emplearlo en este tipo de trabajos. Además, debido a su color y su textura, le podrá otorgar al diseño de la etiqueta una apariencia sobria y simple, siendo también estas cualidades parte del concepto de la marca. El reverso de etiqueta tendrá una descripción breve del concepto de la marca, de la procedencia de los materiales y junto a ello, un mensaje que impulse a las personas al cuidado medioambiental.



## 6.5. Tendencia: macro o microtendencia

### 6.5.1. Macrotendencia

#### SOSTENIBILIDAD

Pese a la avalancha de información que advierte sobre el deterioro del ecosistema y la biodiversidad, la humanidad está a tiempo de salvar al planeta. En este futuro

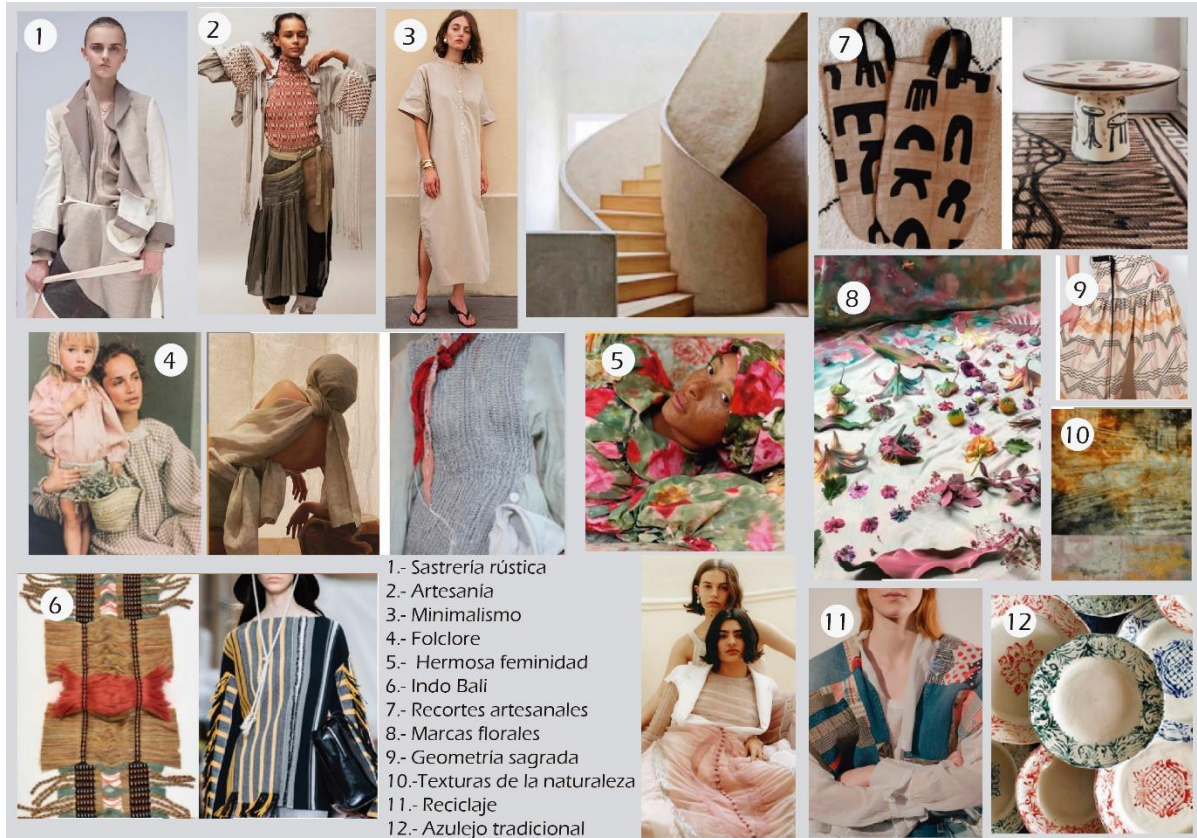
catalogado como catastrófico ya es una realidad. Las personas deben proponerse actuar en el ahora y ralentizar o regenerar lo poco que está en nuestras manos. El planeta está llegando a su límite y aunque, actuar pronto era una tarea de ayer, es necesario empezar al menos con acciones pequeñas de forma que cada persona asuma su compromiso en él está ocurriendo en el presente. Esperar hoy no es una posibilidad. Hacer cumplir las normas de desarrollo y gestión de las políticas del gobierno en temas de sostenibilidad y reciclaje es deber de cada persona. Poner a funcionar la estrategia que propone el modelo de economía circular de reducir y repara como sistema de aprovechamiento de los recursos también lo es.

Generar microclimas para crear ecosistemas sanos y sostenibles en el tiempo apoyados en tecnologías con herramientas para diseñar un mejor futuro es posible. La recursividad está a disposición del hombre. Termina la etapa de la preocupación por el planeta y comienza la fase de ejecución, actuar es una responsabilidad colectiva.

Hoy, con la pandemia del covid-19 se ha visto una mentalidad bastante distinta. Muchas personas en sus hogares han tenido la iniciativa de sembrar sus propias huertas, mostrándonos de esta manera su preocupación de empezar a hacer algo, aunque sea, en un pequeño espacio de su hogar. Esto es un indicador de cómo ha aumentado la sensibilidad frente a este tema. Se observa todas las propuestas en crecimiento, como los edificios verdes, los vehículos híbridos, los refugios de animales y otros proyectos a gran escala de sostenibilidad. Si las empresas en la actualidad no son sostenibles no existirán en el futuro. El mundo está cambiando, y las personas tenemos que adaptarnos a aquel cambio (Inexmoda, 2020)

## 6.5.2. Tendencia

### CARÁCTER ARTESANAL



**Gráfico 20.** *Tendencia Carácter artesanal*

“El minimalismo evoluciona de una manera más rústica con unos diseños de mujer que aprecian la longevidad, la sostenibilidad y la artesanía” (WGSN, 2020). Esta tendencia es un retorno al trabajo artesanal y al arte de la creatividad con el propósito de valorar más la longevidad dentro de un mundo que vive cada día más acelerado. Sus bases se enfocan en el minimalismo conjugándose con lo sofisticado en contraste con lo rústico, lo atemporal y espíritu sostenible. La paleta de color se basa en tonos neutros y tonos propios de la naturaleza. Poseen el carácter de ser atemporales con la cualidad de trascender las temporadas, como el verde hierba, colores tierra, azul niebla. A continuación, se presentarán los principios y las directrices de la tendencia:

**Sastrería rústica:** Estructura más simplificada, más relajada y tonos neutros. Propone combinar abrigos, chalecos, camisas holgadas, cuadros con pantalones cómodos y faldas largas. Uso de rayas cutí para dar sofisticación a los diseños. Combinar texturas, linos, yute, flameados, tejidos orgánicos y artesanales para la creación de los básicos.

**Concepto minimalista:** Es tener menos, pero de una mejor calidad. Refinamiento de los básicos, sumándole valor, materiales de calidad con lo atemporal. Flameados discretos, texturas naturales, prendas de denim y de punto con siluetas holgadas.

**Reutilización:** Prendas personalizadas junto con la artesanía lenta son parte de la sostenibilidad. Remiendos y aplicaciones ensambladas en diseños con denim. Con todo esto, puede enfocarse en ser parte de un look sofisticado.

**Artesanía:** Idea rectora de la tendencia. Aplicaciones manuales para propuestas llenas de nostalgia. Macramé, crochet y calado artesanal sobre tela plana o como apliques. Detalles metálicos y adornos hechos a mano son clave para otorgar individualidad en el look.

**Geometría sagrada:** Estampados de mosaicos y formas espirográficas. Las líneas detalladas en los estampados dan modernidad a las figuras clásicas. Es preferible usar líneas muy finas con suaves texturas de acuarela. Utilizar para vestidos veraniegos

**Vestida/ Desvestida:** Las imperceptibles transparencias tienen el concepto de madurez en la “nueva feminidad”. Plisados con arrugas, suaves frunces, encaje, botones forrados o costuras revertidas para crear la idea de lencería en la ropa exterior.

**Hermosa feminidad:** Los looks proponen un estilo evidente y suntuoso antes que ser recatado con el uso recargado de uniones “satíricas”. Llevan mangas y vuelos muy grandes con faldas amplias, adornos metálicos, algo toscos y transparencias.

**Marcas florales:** Estampados florales más suaves y naturales con sutiles diseños. Uso de técnicas sostenibles de teñido. Uso de flores para estampar y dejar la marca de sus pétalos en el textil (Susan Fange). Estos diseños traen con fuerza de vuelta a la feminidad.

**Mar adentro:** Estilo del “marinero moderno”. Telas de algodón livianas con nudos o sogas como sistemas de cierre. Su estilo juega con capas muy densas y distintas proporciones en las prendas; como los vestidos camiseros de talla extragrande. Rayas desgastadas y estampados de conchas.

**Indo – Bali:** Inspiración en la cultura de Indonesia. Textiles artesanales, rayas Baja, apliques manuales, estampe shibori, colores tierra combinados con naranja. Caftanes, tops estilo bufanda y faldas amplias reflejan una estética de relax en vacaciones.

**Recortes artesanales:** Temáticas artesanales en estampados. Motivos simplistas, un solo color en los diseños y gráficos integrales. Propone prendas que relaten historias y plantea trabajar junto con artistas afines para ediciones limitadas.

**Folclore:** Estilo con temas campestres. Vestimenta de trabajo reusada y folclore agrícola. Estética rural, desgastada y tonos terrosos con telas deshilachados. Vestidos trapecio, blusas campesinas, shorts cargo. Combinación de cuadros guinga, rayas y madrás.

**Azulejo tradicional:** Inspirado en las artesanías pintadas manualmente. Estampados que reflejan nostalgia. Apuesta por métodos artesanales. Colores: rojo arcilla, índigos, blanco hueso. Texturas envejecidas con imperfecciones para un estilo bohemio.

**Texturas de la naturaleza:** Técnica de tie-dye más refinado con técnicas sostenibles de teñido inspirado en la naturaleza. Experimentación de colores con texturas marmoleadas de rocas. Arrugas, tinta difuminada, sobreestampado para dar texturas moteadas.

**Utilitarismo delicado:** Las consumidoras siguen valorando tanto forma como función. Superficies desgastadas, cremalleras, cordones, adornos metálicos para crear volumen y función. Inspiración en uniformes de ropa de trabajo. Branding ecológico.



## 6.6. Análisis de color de la propuesta

Una determinada selección de colores en tonos neutros y naturales son los escogidos para la elaboración de la propuesta, ya que ellos forman parte la tendencia mencionada con anterioridad. Los tonos neutros se caracterizan por poseer niveles bajos de saturación de los colores puros. También, es la combinación de los tonos acromáticos (negro y blanco) con reducidas proporciones de los colores en tonos puros. En base a este contexto de color para la propuesta se tomaron ciertos matices de los colores tierra, el color gris piedra y unos blancos rotos, los cuales tienen la facultad de otorgar elegancia y sofisticación. En cuanto a los colores naturales tendremos el azul neblina, el verde hierba y el color lavanda en suaves tonalidades. Estos colores se acogen de manera muy adecuada al estilo y al concepto principal de la colección el cual es el minimalismo, ya que, su neutralidad otorga un carácter simplista a la composición que se le determine.

### 6.6.1. Paleta de color de la propuesta

#### TONOS NEUTROS - MARRONES



Gráfico 21. Paleta de color de la propuesta

## TONOS NATURALES - NEUTROS



**Gráfico 22.** *Paleta de color de la propuesta*

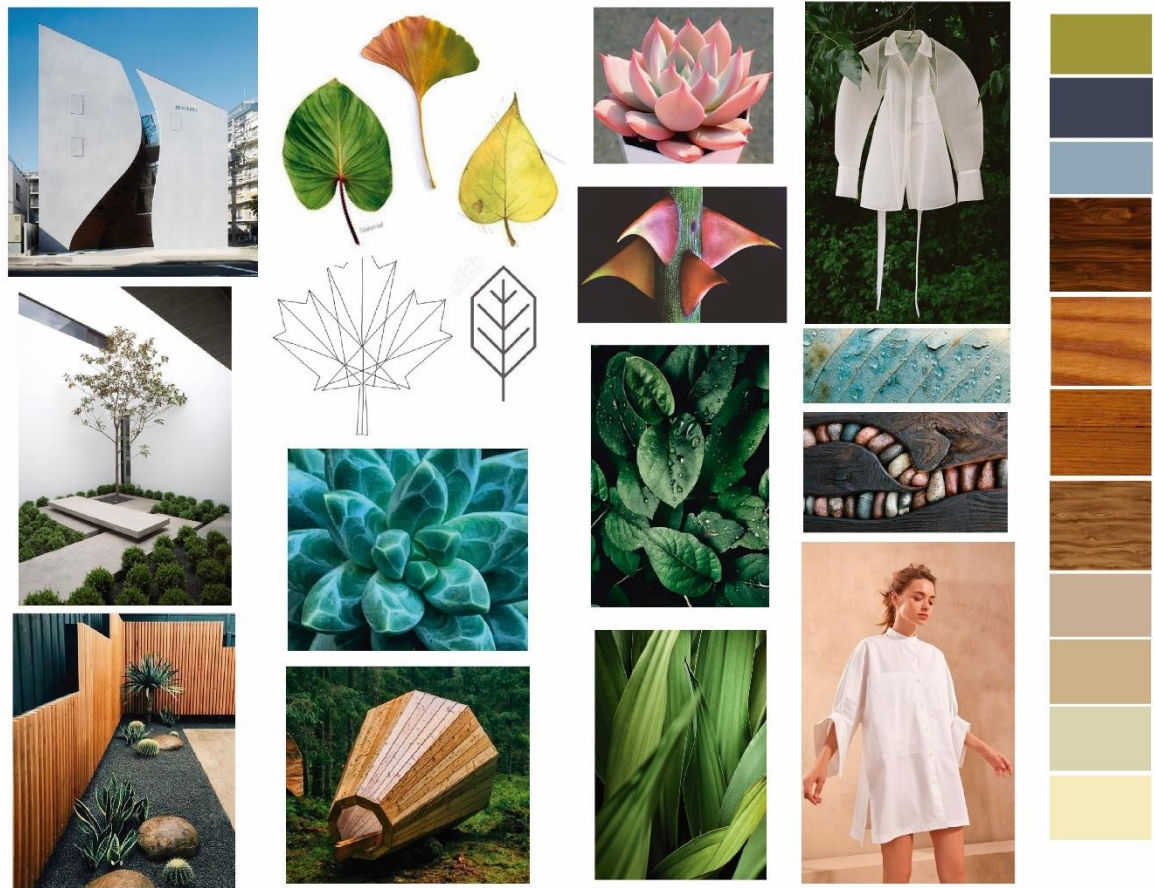
### **6.7. Concepto de la propuesta**

Nombre de la colección: “Rencuentro”

El concepto se basa fundamentalmente en el rencuentro del hombre con la naturaleza. Esta conexión que se está generando hoy en día ayuda a las personas a recuperarse de las adversidades que han vivido este último año. Presenciar el entorno natural se está convirtiendo en una necesidad; es por ello que los elementos de la naturaleza y la imitación o representación de la misma en los objetos que le rodean le permiten al hombre establecer una relación más fuerte con ella, aunque no se encuentre precisamente en estos entornos. La necesidad de cuidarla y tratar de preservarla es algo ineludible que formará parte del pensamiento este nuevo estilo de vida. La sensibilidad ante las plantas, las flores, los árboles, el cielo se desarrollará más por lo que se pretende tenerlos más cerca de cada uno de nosotros.

De esta manera, tenemos a las hojas como el elemento principal de inspiración que darán origen a la propuesta. La estilización de sus formas y la simplicidad serán claves para cada uno de los diseños. Estas líneas y formas conjugadas con tonos neutros y naturales darán origen a una delicadeza sutil de una feminidad bien marcada. Los

materiales, las texturas y los colores propios de la naturaleza llevará a cada persona a sentirse en armonía con ella sin perder la sofisticación, la simplicidad y el buen gusto. Lo simple es lo más compuesto y lo sobrio demanda carácter.



**Gráfico 23.** Moodboard de concepto de la propuesta

## 6.8. Elementos del diseño

### 6.8.1 Siluetas

Los tipos de bolsos que se seleccionaron para realizar de los diseños para la propuesta son: el bolso crossbody, satchel y clutch. Estos tres modelos se escogieron porque se considera que su tamaño es el más adecuado con respecto al material principal que se va a utilizar. Las siluetas con las que se determinaron trabajar en los diseños de la propuesta son la

rectangular, trapezoidal y circular; sin embargo, también ha considerado la opción de fusionarlas para poder dar forma a nuevas siluetas. Cabe aclarar que, las siluetas con las que se va a trabajar en los diseños se usarán en cualquiera de los tres tipos de bolsos escogidos.

**Tabla 16:**

*Tipos de bolsos en la propuesta*

TIPOS DE BOLSO PARA LA PROPUESTA		
Crossbody	Satchel	Clutch
		

**Tabla 17:**

*Tipos de siluetas en la propuesta*

TIPOS DE SILUETAS PARA LA PROPUESTA		
Trapezio	Rectangular	Circular
		

### **6.8.2 Proporción y línea**

Las líneas que presentarán los diseños serán líneas diagonales y curvas, ya que estas representan básicamente el elemento principal de la propuesta (naturaleza-hojas) y se usarán para dar forma a cada una de las estructuras de los bolsos. Este tipo de líneas darán una apariencia sinuosa, estilizada para otorgar una delicada feminidad a los bolsos. Las líneas verticales y horizontales también se utilizarán como parte de su estructura.

La asimetría será un concepto que predominará en la colección para determinar los diseños con el fin de salir de las formas tradicionales existentes y darle un concepto más moderno, natural y dinámico. Esto se logrará a través del uso de las líneas diagonales y la disposición de los elementos que componen cada diseño, teniendo en cuenta que cada una de sus partes guarden relación con el todo.

### **6.8.3 Función**

Los bolsos en primer lugar, van a cumplir su función regular de utilidad. La ocasión de uso es para el día a día y puede formar parte también en la vestimenta de trabajo. Se va a considerar un tamaño adecuado para llevar los objetos necesarios y básicos como: un celular, llaves, documentos personales, billetera y gel antibacterial; sin olvidar también que sea práctico y ligero para la persona que lo va a portar. Llevarán en su interior los compartimentos más elementales para organizar de mejor manera los objetos que se guardarán en el bolso. Por otro lado, la función simbólica que cumplirán los bolsos se manifestará mediante su diseño, sus colores, texturas, materiales y detalles. Estos elementos en conjunto expresarán el concepto de sostenibilidad, artesanal, ecológico y simplista.

### **6.8.4 Detalles**

A continuación, se especificará los detalles que se van a considerar y aplicar en los bolsos de la propuesta:

- La piedra natural de río que se utilizará se va a colocar como detalle y decoración en determinados diseños de los bolsos e irá incrustada en la madera en sitios específicos.
- Las correas y algunas asas serán elaboradas con cordón de algodón tejido manualmente (macramé).
- Se implementarán también asas de madera y de cordón de fibra de yute tejidas manualmente.
- Ciertos diseños tendrán piezas de madera que serán unidas mediante un cordón tejido de forma simple.
- Algunos sistemas de bisagra estarán elaborados con madera.

### **6.8.5 Estilo**

#### **Casual Chic**

El estilo de la propuesta será casual chic, el cual es básicamente un look casual, pero con un toque más refinado. Es una mezcla de prendas y accesorios informales con otros más elegantes y se lo puede usar para diferentes ocasiones, por lo que es considerado como un look muy versátil y cómodo. Adjunto a este estilo se ha considerado en la propuesta ciertas bases del minimalismo, pero sin guardar su concepto de forma rigurosa. “Se entiende por «minimalistas» todas aquellas creaciones que tienden hacia una abstracción total, obras ejecutadas solo en términos de material, superficie, tamaño y color. Su diseño es de la máxima sencillez tanto en el exterior como en el interior” (LOFT Publications S.L., 2014, p.9). De este concepto se tomará en cuenta la simplicidad en el diseño en cuanto al color, un uso de elementos decorativos casi nulo y la aplicación de, por lo general un solo material de estructura.



**Gráfico 24.** *Estilo Casual Chic*

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





Los bolsos estarán elaborados con madera en un 90%, por lo tanto, los acabados que se determinarán serán pertinentes a la materialidad del producto.

- El acabado que tendrá la superficie de la madera será solo con una laca transparente mate.
- El tinturado de la madera será leve y su tono dependerá del color que se le requiera aplicar.
- Los colores de los tintes que se usarán serán en tonos propios de la madera.
- La aplicación del tinte se realizará a mano con ayuda de un guaipe.
- La aplicación de la laca se realizará con pistola de pintar.
- Algunos de los accesorios que se aplicarán al final serán herrajes que se emplean en muebles de madera, así como bisagras o los sistemas de cierre.
- Los forros que tendrán ciertos diseños serán realizados con tela de yute.
- El interior de los bolsos tendrá compartimentos elaborados con tela de yute.
- El tinturado que se realizará a ciertas piezas de tela y de cordón de macramé se realizará con pigmentos vegetales de acuerdo al color requerido en el diseño.

## 6.9 Materiales e insumos

**Tabla 18:**

*Materiales para la propuesta*

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA
<b>Madera</b>	Residuos de madera de pino, laurel y guayacán blanco	
<b>Tela de Yute</b>	Tela de fibra natural de yute	
<b>Tela de yute crudo</b>	Tela de fibra natural de yute en crudo	
<b>Piedra natural redonda</b>	Piedra redonda de mar o río	



**Tabla 19:**

*Insumos para la propuesta*

INSUMOS	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA
<b>Cerradura tipo 1</b>	Cerradura de cofres metálico color oro envejecido	
<b>Cerradura tipo 2</b>	Cerradura color oro envejecido y color plata	
<b>Bisagra para madera</b>	Bisagra pequeña color oro envejecido y galvanizado	
<b>Bisagra para madera</b>	Bisagra decorativa pequeña color dorado	
<b>Broche imán</b>	Broche imán color plata de 12 mm	
<b>Hilo</b>	Hilo de poliéster algodón	
<b>Aros de madera</b>	Aro de madera para agarre de correas en bolsos	

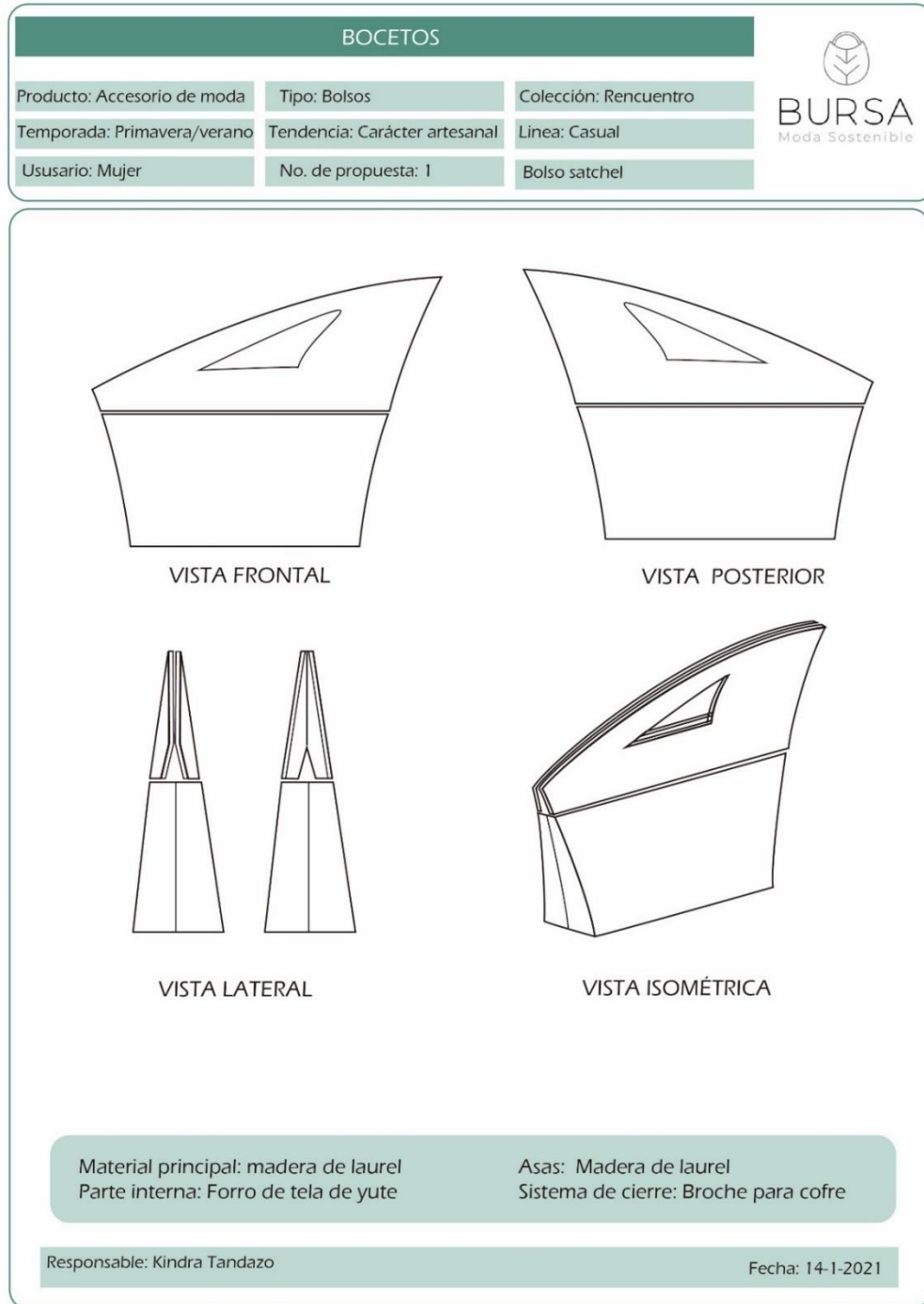
**Cordón macramé**

Cordón 100% de algodón



## 6.10. Sketch o bocetos

### 6.10.1 Bocetos



**Gráfico 25. Boceto de propuesta 1**

## BOCETOS



**BURSA**  
Moda Sostenible

Producto: Accesorio de moda

Tipo: Bolsos

Colección: Rencuentro

Temporada: Primavera/verano

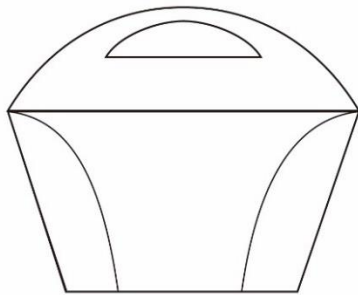
Tendencia: Carácter artesanal

Línea: Casual

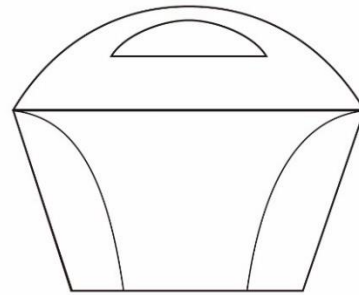
Usuario: Mujer

No. de propuesta: 2

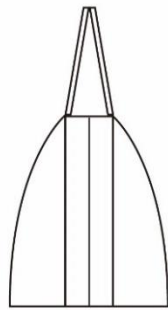
Bolso satchel



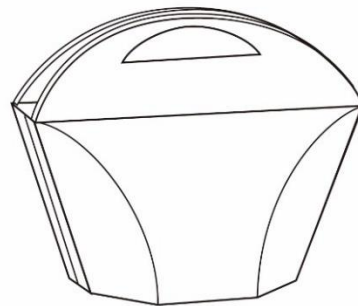
VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMÉTRICA

Material principal: madera de guayacán  
Parte interna: Forro de tela de yute

Asas: madera  
Sistema de cierre: Broche para cofre


Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

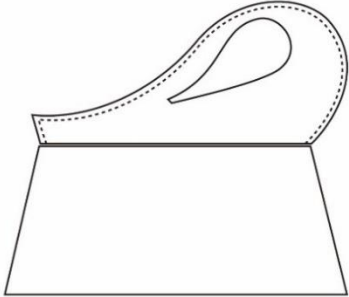
**Gráfico 26.** Boceto de la propuesta 2

**BOCETOS**

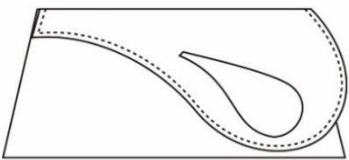
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolsos	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de propuesta: 3	Bolso Clutch




**BURSA**  
Moda Sostenible



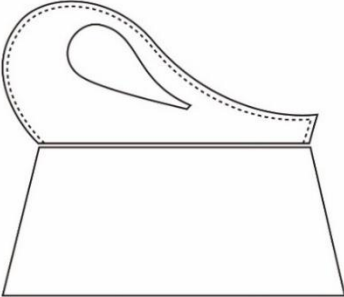
VISTA FRONTAL 1



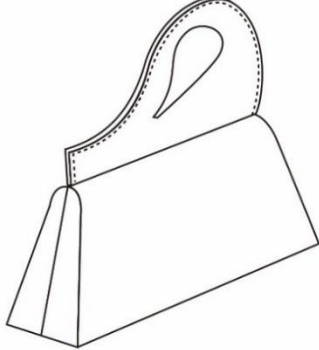
VISTA FRONTAL 2



VISTA LATERAL



VISTA POSTERIOR



VISTA ISOMÉTRICA

Material principal: madera de pino  
Parte interna: Forro de tela de yute


Asas: Tela de yute  
Sistema de cierre: Broche imán

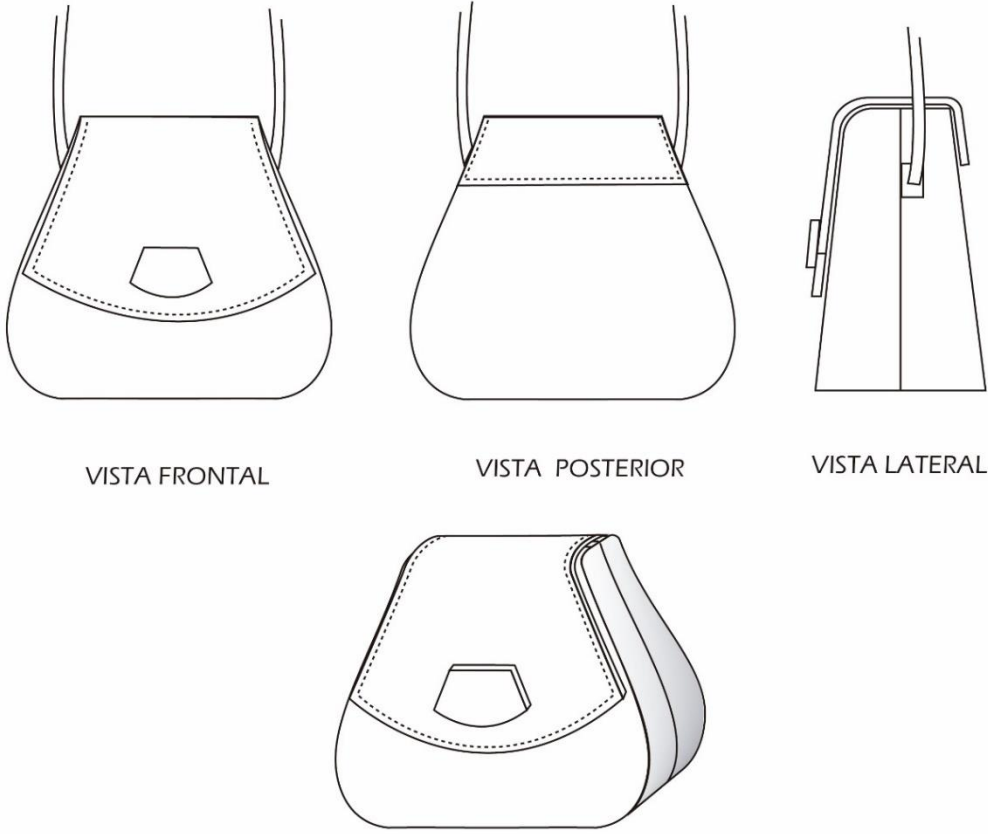
Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 27. Boceto de la propuesta 3**

BOCETOS		
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolsos	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de propuesta: 4	Bolso crossbody





VISTA FRONTAL
VISTA POSTERIOR
VISTA LATERAL

VISTA ISOMÉTRICA

Material principal: madera de laurel  
Tapa: Macramé  
Parte interna: Forro de tela de yute

Correa: Macramé  
Sistema de cierre: Broche imán  
Detalle: piedra natural

Responsable: Kindra Tandazo
Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 28.** Boceto de la propuesta 4

## BOCETOS



**BURSA**  
Moda Sostenible

Producto: Accesorio de moda

Tipo: Bolsos

Colección: Rencuentro

Temporada: Primavera/verano

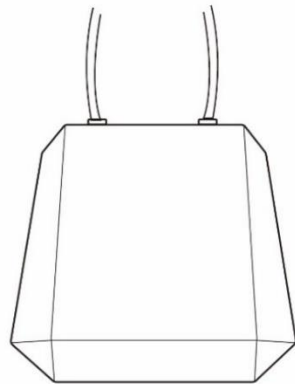
Tendencia: Carácter artesanal

Línea: Casual

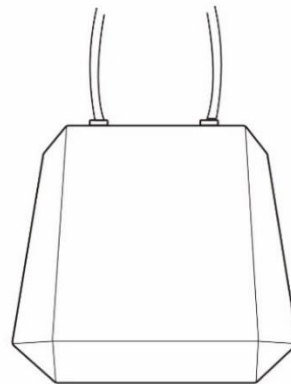
Usuario: Mujer

No. de propuesta: 5

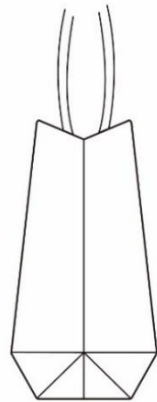
Bolso crossbody



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMÉTRICA

Material principal: madera de pino  
Parte interna: Forro de tela de yute

Correa: Macramé  
Sistema de cierre: Broche para cofre

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 29.** Boceto de la propuesta 5

## BOCETOS



**BURSA**  
Moda Sostenible

Producto: Accesorio de moda

Tipo: Bolsos

Colección: Rencuentro

Temporada: Primavera/verano

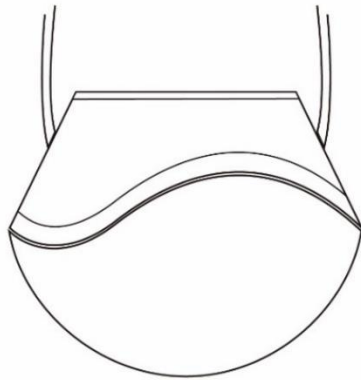
Tendencia: Carácter artesanal

Linea: Casual

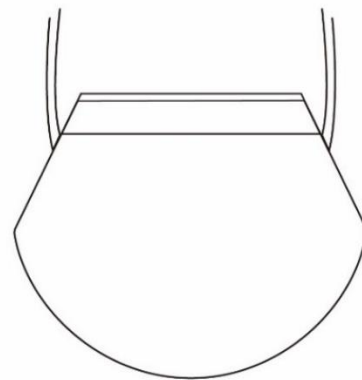
Usuario: Mujer

No. de propuesta: 6

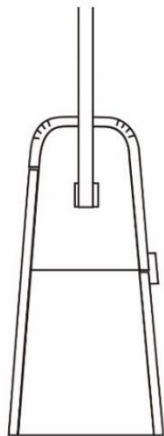
Bolso crossbody



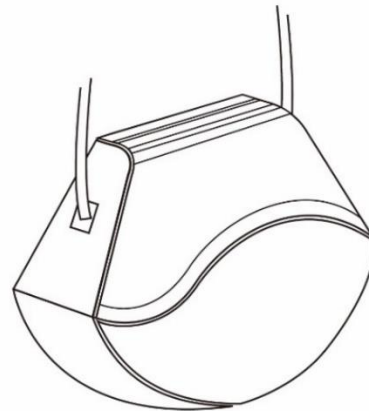
VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMÉTRICA

Material principal: madera de guayacán  
Parte interna: Forro de tela de yute

Correa: Macramé  
Sistema de cierre: Broche imán

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 30.** Boceto de la propuesta 6



**BOCETOS**

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolsos	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de propuesta: 7	Bolso Satchel

  
**BURSA**  
 Moda Sostenible



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMÉTRICA

Material principal: madera de pino  
Parte interna: Forro de tela de yute

Correa: Macramé  
Sistema de cierre: Broche para cofre


Responsable: Kindra Tandazo
Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 31.** Boceto de la propuesta 7

## 6.10.2 Ilustraciones

FICHA DE ILUSTRACIÓN		
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso satchel	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de ilustración: 1	






VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMETRICA

Material principal: madera de laurel  
Asas: Madera de laurel  
Parte interna: Forro de tela de yute

Sistema de cierre: cerrojo  
Detalle: piedra natural

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 32.** Ilustración de propuesta 1

FICHA DE ILUSTRACIÓN		
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso clutch	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de ilustración: 2	



VISTA FRONTAL 1



VISTA FRONTAL 2



VISTA LATERAL



VISTA POSTERIOR



VISTA ISOMETRICA

Material principal: madera de pino  
 Parte interna: Forro de tela de yute  
 Asas: Tela de yute  
 Sistema de cierre: Broche imán

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 33.** Ilustración de propuesta 2

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso crossbody	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de ilustración: 3	



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMETRICA

Material principal: madera de laurel  
 Tapa: tela de yute  
 Parte interna: Forro de tela de yute

Correa: Macramé  
 Sistema de cierre: Broche imán  
 Detalle: piedra natural

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

Gráfico 34. Ilustración de propuesta 3

### FICHA DE ILUSTRACIÓN

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso satchel	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de ilustración: 4	



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMETRICA

Material principal: madera de pino  
Parte interna: Forro de tela de yute

Asas: Macramé  
Sistema de cierre: Broche para cofre

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 35.** Ilustración de propuesta 4

## FICHA DE ILUSTRACIÓN



**BURSA**  
Moda Sostenible

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolsos	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de ilustración: 5	Bolso crossbody



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMÉTRICA

Material principal: madera de pino  
Parte interna: Forro de tela de yute

Correa: Macramé  
Sistema de cierre: Broche para cofre  
Detalle: piedra en la parte frontal

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 36.** Ficha de propuesta 5

FICHA DE ILUSTRACIÓN

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolsos	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	No. de ilustración: 7	Bolso satchel



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMETRICA

Material principal: madera de guayacán  
 Parte interna: Forro de tela de yute

Asas: madera  
 Sistema de cierre: Broche para cofre

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 37.** Ilustración de propuesta 6

### FICHA DE ILUSTRACIÓN



**BURSA**  
Moda Sostenible

Producto: Accesorio de moda

Tipo: Bolsos

Colección: Rencuentro

Temporada: Primavera/verano

Tendencia: Carácter artesanal

Línea: Casual

Usuario: Mujer

No. de ilustración:6

Bolso crossbody



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL



VISTA ISOMÉTRICA

Material principal: madera de guayacán  
Parte interna: Forro de tela de yute

Correa: Macramé  
Sistema de cierre: Broche imán

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021


**Gráfico 38.** Ilustración de propuesta 7



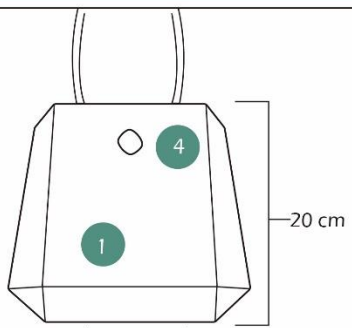
## 6.11. Fichas técnicas

### 6.11.1 Fichas de dibujo plano

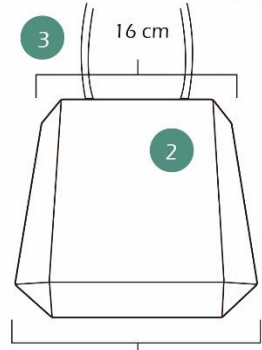
FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO		
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Lavinia	Referencia: Lavinia 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera .		



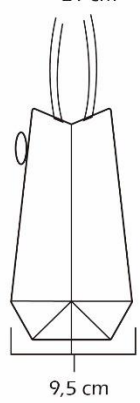
**DELANTERO**



**POSTERIOR**



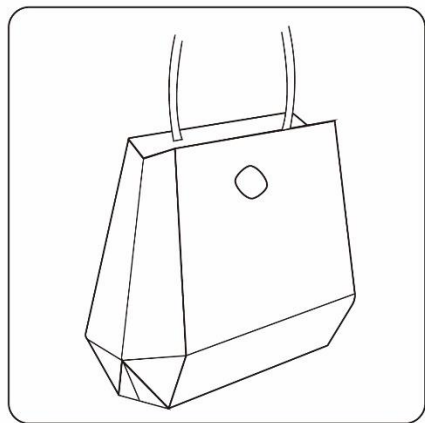
**LATERAL**



**DETALLES**

Material: Madera de pino
Número de piezas: 2
Pieza 1: Frontal - Pieza 2: Posterior
Medidas generales: 21 cm x 20 cm x 9.5 cm
3.- Correa del bolso
Detalles frontal: piedra decorativa

**PERSEPECTIVA ISOMÉTRICA**

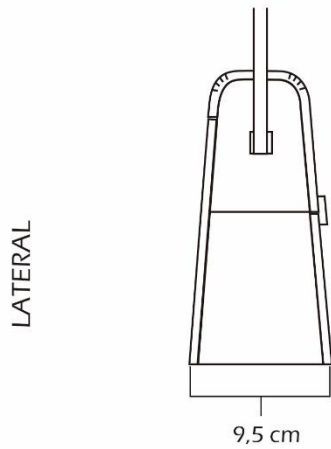
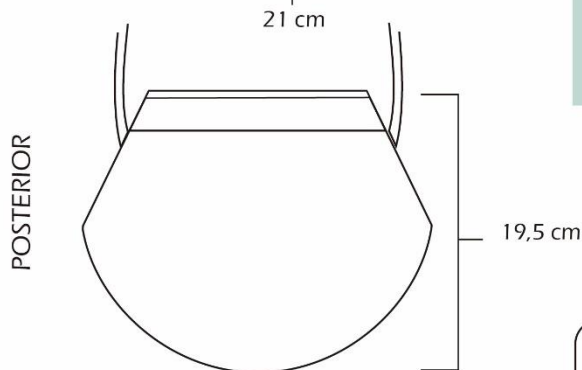
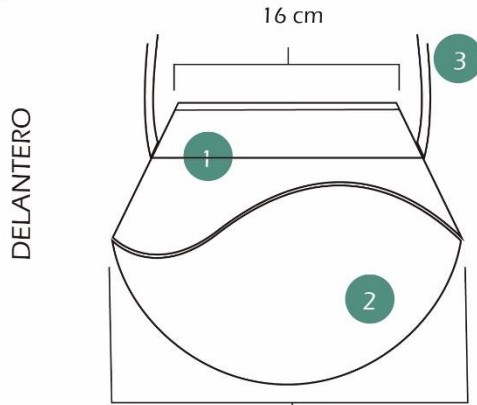


Responsable: Kindra Tandazo
Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 39.** Ficha de dibujo plano 1

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

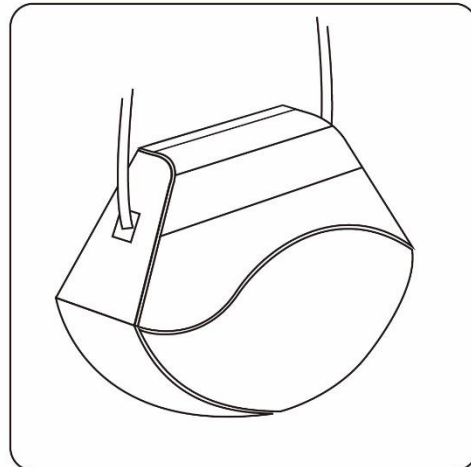
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuetro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Cloe	Referencia: Cloe 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera.		



DETALLES

Material: Madera de guayacán blanco
Número de piezas: 2
Pieza 1: Cuerpo
Pieza 2: Tapa
3.- Correa del bolso
Medidas generales: 21 cm x 19,5cm x 9.5 cm

PERSEPECTIVA ISOMÉTRICA



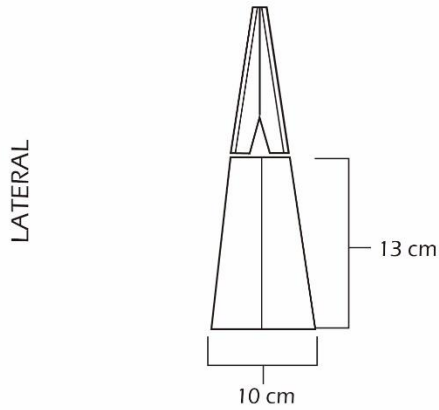
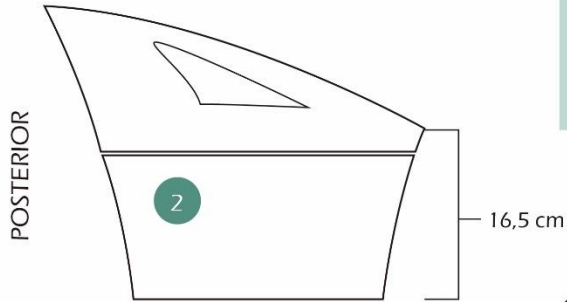
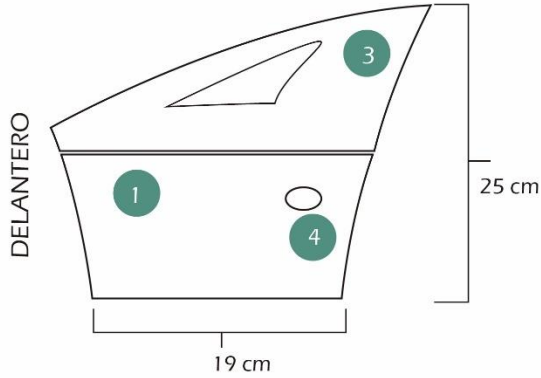
Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

Gráfico 40. Ficha de dibujo plano 2

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso satchel	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Bosco	Referencia: Bosco 1921
Descripción: Bolso tipo satchel de mediano tamaño elaborado con madera.		



DETALLES

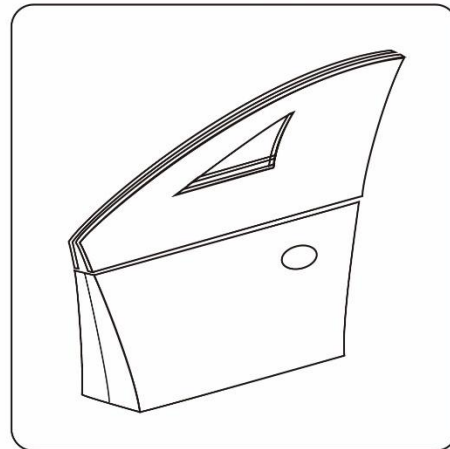
Material: Madera de laurel

Número de piezas: 4

Medidas generales: 19 cm x 25 cm x 10 cm

- 1.- Pieza delantera
- 2.- Pieza posterior
- 3.- Asas de madera (2)
- 4.- Piedra de decoración

PERSEPECTIVA ISOMÉTRICA



Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

Gráfico 41. Ficha de dibujo plano 3

## 6.11.2 Fichas de materiales y accesorios

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES Y ACCESORIOS		
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Lavinia	Referencia: Lavinia 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera .		





PERSPECTIVA ISOMÉTRICA



VISTA FRONTAL

Material parte externa: Madera de pino

Color : amarillo pálido, aumentando su intensidad a marrón muy pálido.  
Veteado suave  
líneas longitudinales oscuras.  
Grano recto.  
Textura fina.  
Brillo medio  
Durabilidad.  
No es resistente al ataque de hongos e insectos.  
Posee una duración en uso exterior de un año.  
De fácil trabajabilidad



Material parte interna: tela de yute

Composición: Fibra natural de yute.  
Apariencia: Rustica  
Color: Blanco  
Uso: Para la elaboración de los compartimentos internos.



ACCESORIOS

Bisagras para madera

Color: oro envejecido  
Medidas: 1 X 2 cm  
Cantidad: 1 par



Cerrojo pequeño para madera

Color: oro envejecido  
Medidas: 2,5 x 2,5 cm  
Cantidad: 1 unidad



Cordón de algodón

Color Blanco  
Uso: Correa del bolso



Piedra natural de río

Color: blanco-marrón  
Forma. cuadrada  
Tamaño: pequeña  
Uso: Decorativo en la parte frontal



Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

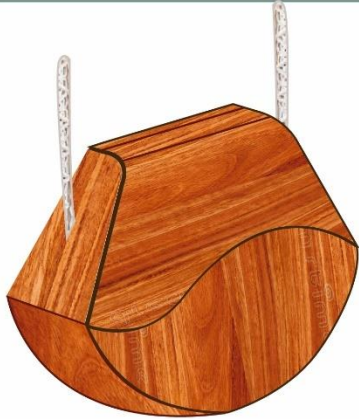
**Gráfico 42. Ficha de materiales 1**

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES Y ACCESORIOS



**BURSA**  
Moda Sostenible

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuetro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Cloe	Referencia: Cloe 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera.		



PERSPECTIVA ISOMÉTRICA



VISTA FRONTAL

Material parte externa: Madera de guayacán blanco

Color: duramen café oliva oscuro y albura amarillento o rosado.  
Veteado: De suave a marcado.  
Textura: Media  
Grano: Recto o entrecruzado.  
Brillo irregular.  
Durable y resistente  
Trabajabilidad: buena



Material parte interna: tela de yute

Composición: Fibra natural de yute.  
Apariencia: Rustica  
Color: Blanco  
Uso: Para la elaboración de los compartimentos internos.



ACCESORIOS

Bisagras para madera

Color: oro envejecido  
Medidas: 1 X 2 cm  
Cantidad: 1 par



Broche imán

Color: plateado  
Medida: 2 cm d.  
Cantidad: 1 unidad



Cordón de algodón

Color Blanco  
Uso: Correa del bolso



Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

Gráfico 43. Ficha de materiales 2

## FICHA TÉCNICA DE MATERIALES Y ACCESORIOS

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso satchel	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Bosco	Referencia: Bosco 1921
Descripción: Bolso tipo satchel de mediano tamaño elaborado con madera.		



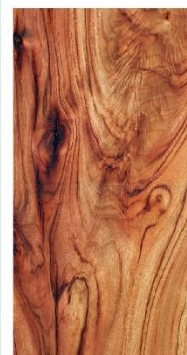
PERSPECTIVA ISOMÉTRICA



VISTA FRONTAL

### Material parte externa: Madera de laurel

Color: Beige amarillento y capas internas de café claro.  
 Veteado: Con arcos superpuestos, vetas oscuras y bandas en tonos dorados.  
 Grano: Recto  
 Textura: es fina y homogénea.  
 Brillo: Medio  
 durabilidad: alta  
 Trabajabilidad: Fácil  
 Material proveniente de residuos



### Material parte interna: tela de yute

Composición: Fibra natural de yute.  
 Apariencia: Rustica  
 Color: natural  
 Uso: Para la elaboración de los compartimentos internos.



### ACCESORIOS

#### Bisagras para madera

Color: oro envejecido  
 Medidas: 1X 3 cm  
 Cantidad: 4 pares



#### Cerrojo pequeño para madera

Color: oro envejecido  
 Medidas: 2,5 x 2,5 cm  
 Cantidad: 1



#### Piedra natural de río

Color: verde grisáceo  
 Forma: Redondeada  
 Tamaño: pequeña  
 Uso: Decorativo en la parte frontal  
 Cantidad: 1 unidad




Responsable: Kindra Tandazo

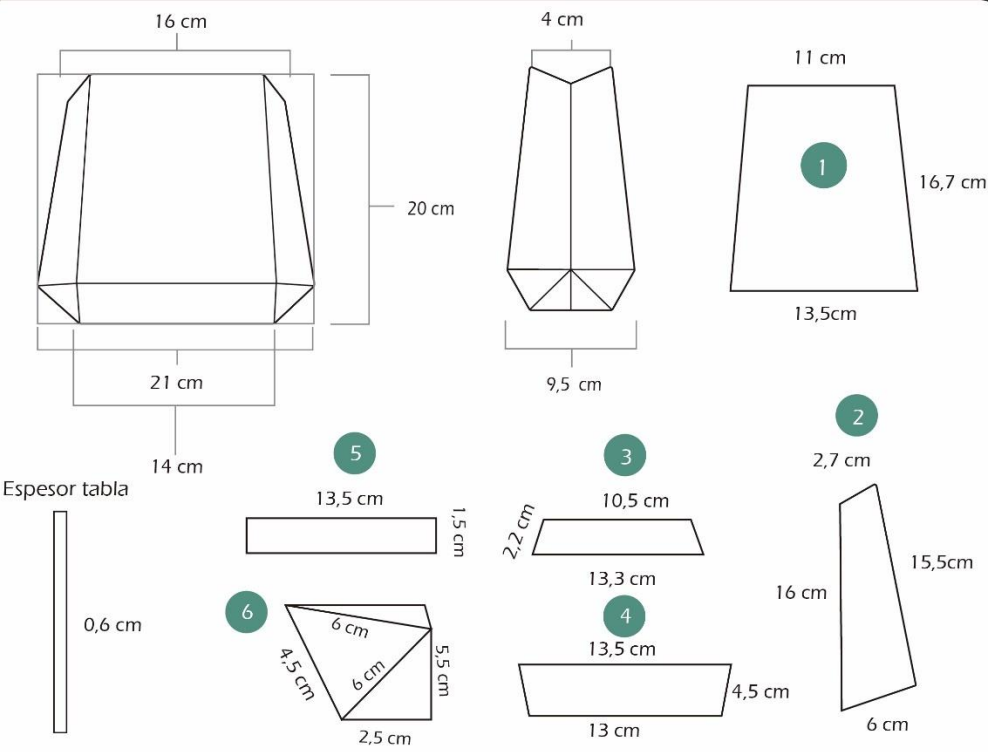
Fecha: 14-1-2021

Gráfico 44. Ficha de materiales 3

### 6.11.3 Fichas de mordería

FICHA TÉCNICA DE MOLDERÍA		
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Linea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Livinia	Referencia: Livinia 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera .		



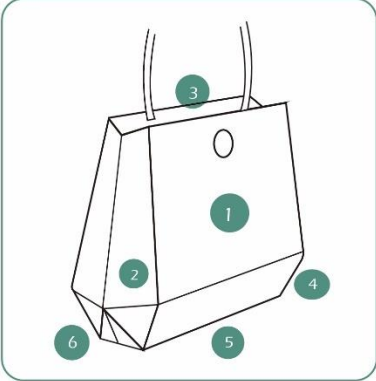


The technical drawing includes the following dimensions and parts:

- Front/Back View:** Top width 16 cm, bottom width 21 cm, height 20 cm.
- Side View:** Top width 4 cm, bottom width 9.5 cm.
- Part 1 (Front/Back):** Top width 11 cm, bottom width 13.5 cm, height 16.7 cm.
- Part 2 (Lateral):** Top width 2.7 cm, bottom width 6 cm, height 15.5 cm.
- Part 3 (Top Flap):** Top width 10.5 cm, bottom width 13.3 cm, height 2.2 cm.
- Part 4 (Bottom Flap):** Top width 13.5 cm, bottom width 13 cm, height 4.5 cm.
- Part 5 (Base):** Top width 13.5 cm, height 1.5 cm.
- Part 6 (Corner):** Sides of 6 cm, 4.5 cm, 5.5 cm, and 2.5 cm.
- Table Thickness:** 0.6 cm.

**PIEZAS PARA ARMADO**

- 1.- Frente/ posterior: 2x u
- 2.- Lateral: 4 x u
- 3.- Tapa superior: 2 x u
- 4.- Frente inferior: 2 x u
- 5.- Base: 2 x u
- 6.- Esquinero: 4 x u

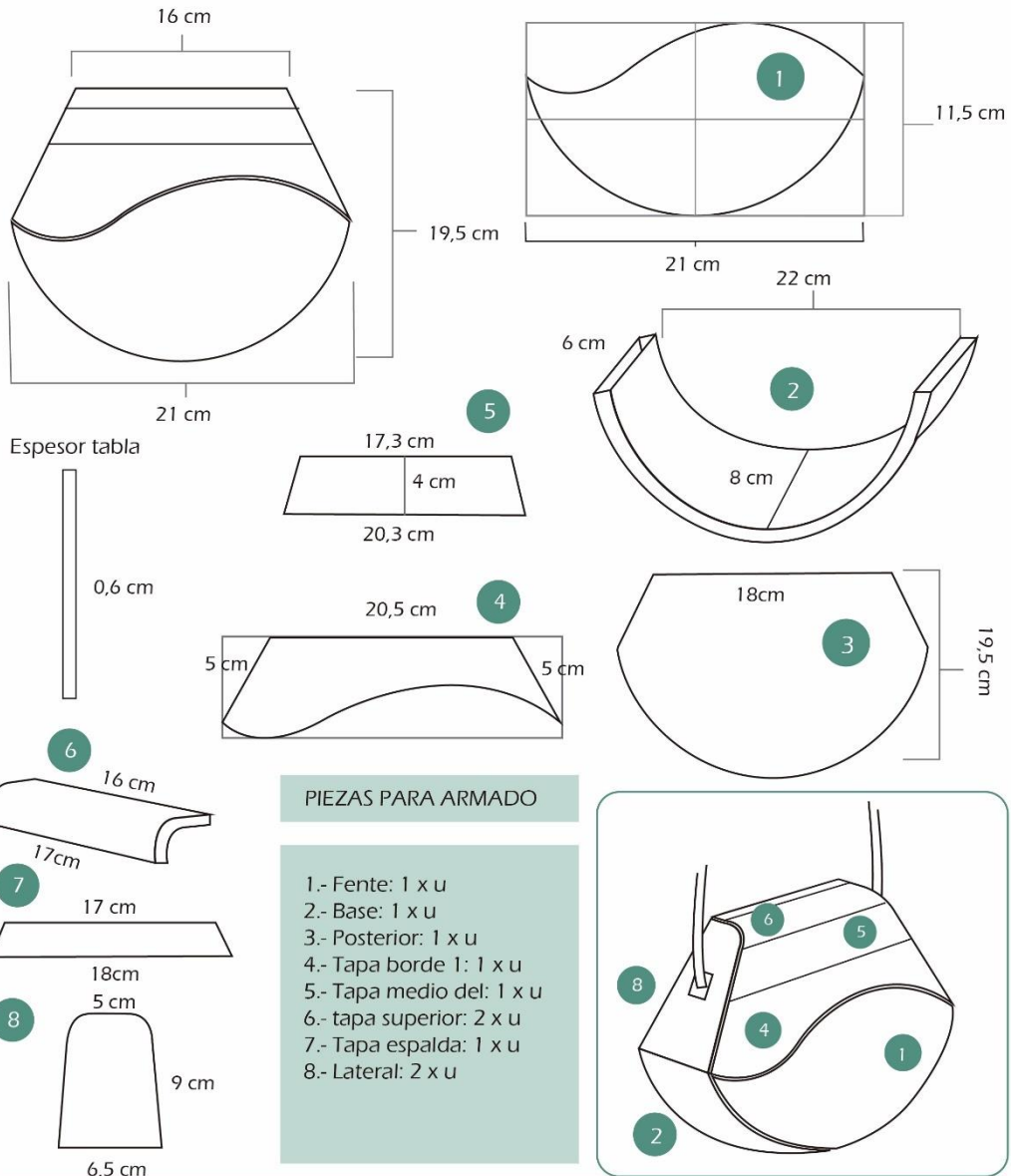


Responsable: Kindra Tandazo
Fecha: 14-1-2021

Gráfico 45. Ficha de moldería 1

### FICHA TÉCNICA DE MOLDERÍA

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuetro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Linea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Cloe	Referencia: Cloe 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera.		



Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

**Gráfico 46.** Ficha de moldería 2



### FICHA TÉCNICA DE MOLDERÍA

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso satchel	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Bosco	Referencia: Bosco 1921
Descripción: Bolso tipo satchel de mediano tamaño elaborado con madera.		

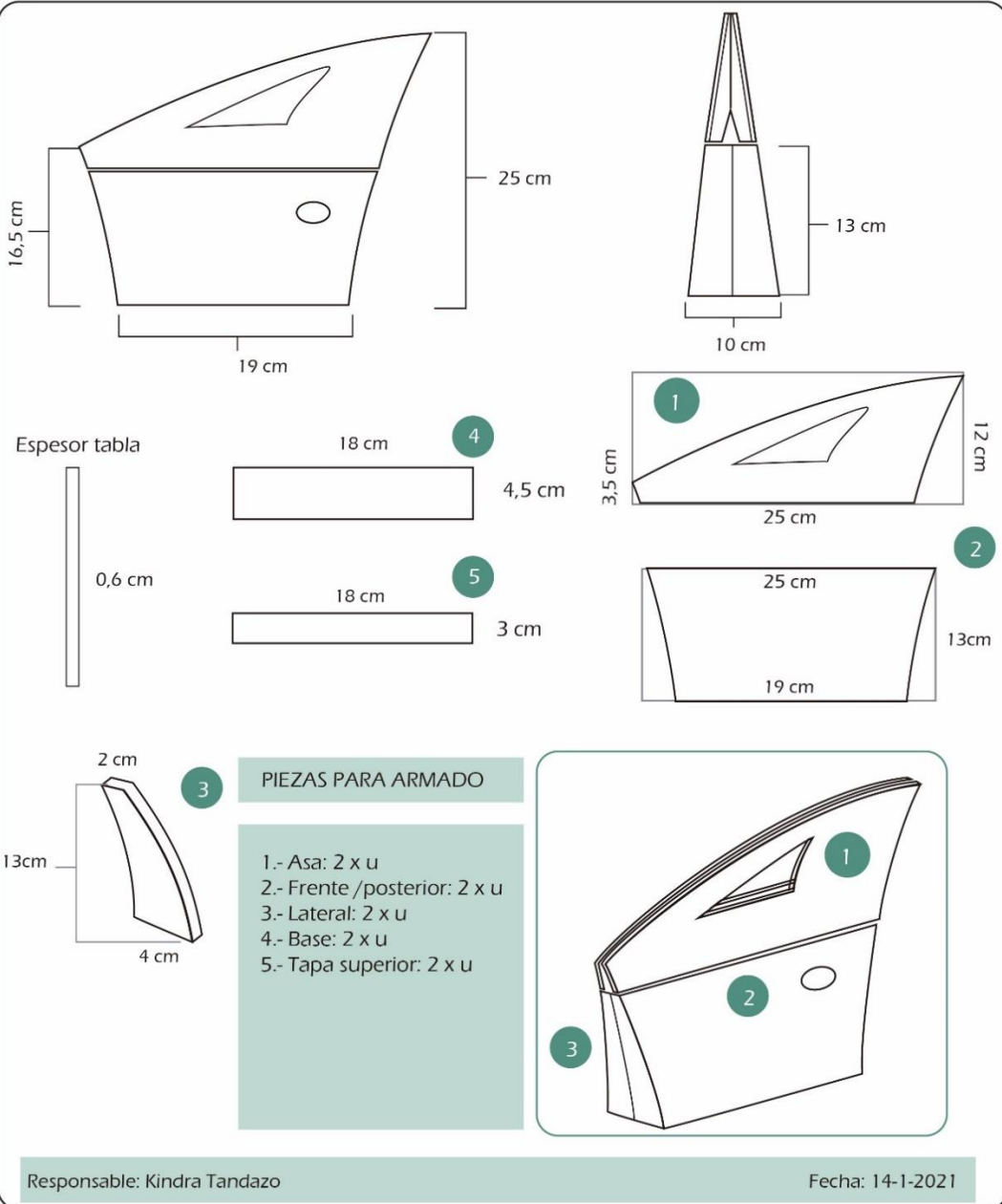




Gráfico 47. Ficha de moldería 3

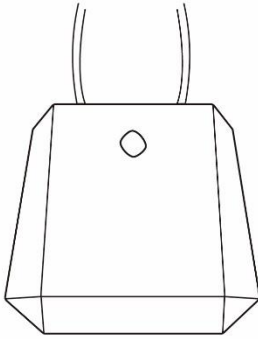
## 6.11.4 Fichas de ruta operativa

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERACIONAL		
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Linea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Lavinia	Referencia: Lavinia 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera .		

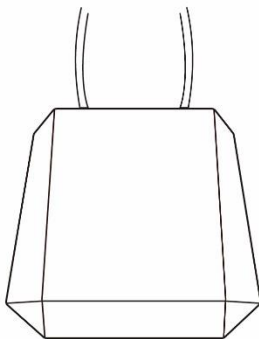




PERSEPECTIVA ISOMÉTRICA



VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR

DESCRIPCIÓN	MAQUINA/HERRAMIENTA
1.- Aerrar y cepillar las piezas de madera de residuo.	Sierra de mesa, cepilladora
2.- Nivelar cantos de las piezas sacadas.	Lijadora de mesa-escuadra
3.- Ensambalar las piezas para formar tablas	Pegamento-prensas-ligas
4.- Lijar las dos superficies de las tablas ensambladas.	Lijadora neumatica
5.- Marcar los moldes en la tabla ensamblada.	Lapiz
6.- Cortar piezas.	Sierra circular- sierra cinta
7.- Igualar y nivelar cantos de las piezas.	lijadora de mesa- cepillo de mano
9.- Unir piezas de base	Pegamento- prensas
10.- Cortar a inglete los cantos de las piezas laterales y planas	sierra de inglete- sierra cinta- lijadora
11.- Unir piezas	Pegamento-prensas
11.- Hacer calzar con la pieza ensamblada de base y unir	Pegamento-prensas
12.- Rectificar escuadra, medidas, angulos.	Escuadra-lijadora-cepillo
13.- Sacar sobrantes de pegamento.	Formón
14.- Lijar en crudo	Lija No. 80, 60 y 150
15.- Masillas todas las fallas de la madera y lijar	Masilla de polvo de bicarbonato-lija 150
16.- Aplicar un inmunizante para madera	Brocha- liquido preservante
17.- Colocar primera mano de laca de agua.	Guaipe-laca de agua
18.-Primera mano de lija	Lija 240
19.- Aplicar segunda mano de laca de agua.	Guaipe-laca de agua
20.- Segunda mano de lija mas fina	Lija 320
21.- Aplicar la mano de laca de agua final.	Guaipe - laca de agua
22.- Control de calidad del acabado	
23.- Colocar bisagras, cerrojo y cordón de tira de colgar	Destornillador de mano y a bateria
24.- Cortar y coser piezas y compartimentos internos.	Costuras manuales
25.- Colocar compartimentos en el bolso.	Pegamento especial

Responsable: Kindra Tandazo
Fecha: 14-1-2021

Gráfico 48. Ficha de ruta operativa 1

FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERACIONAL

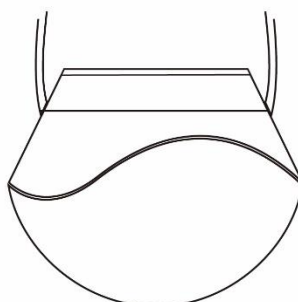


**BURSA**  
Moda Sostenible

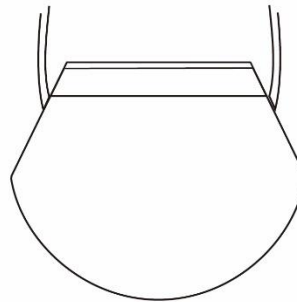
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuetro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Cloe	Referencia: Cloe 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera.		



PERSEPECTIVA ISOMÉTRICA



VISTA FRONTAL



VISTA FRONTAL

DESCRIPCIÓN

MAQUINA/HERRAMIENTA

1.- Aserrar y cepillar las piezas de madera de residuo.	Sierra de mesa, cepilladora
2.- Nivelar cantos de las piezas sacadas.	Lijadora de mesa-escuadra
3.- Ensambalar las piezas para formar tablas de dimensiones	Pegamento-prensas-ligas
4.- Lijar las dos superficies de las tablas ensambladas.	Lijadora neumatica
5.- Marcar los moldes en la tabla ensamblada.	Lapiz
6.- Cortar piezas.	Sierra circular- sierra cinta
7.- Igualar y nivelar cantos de las piezas.	lijadora de mesa- cepillo de mano
8.- Cortar a inglete cantos de las piezas de base circular	sierra de inglete- sierra cinta
9.- Igualar y nivelar superficie	lijadora-cepillo
10.- Unir base con pieza posterior delantero	Pegamento-prensas
11.- Unir laterales	Pegamento-prensas
11.- Verificar medida de la tapa con el espacio a cubrir	Escuadra
12.- Rectificar escuadra, medidas, angulos	lijadora-cepillo-lija manual
13.- Sacar sobrantes de pegamento.	Formón
14.- Lijar en crudo	Lija No. 80, 60 y 150
15.- Masillar todas las fallas de la madera y lijar	Masilla de polvo de bicarbonato-lija 150
16.- Aplicar un inmunizante para madera	Brocha- liquido preservante
17.- Tinturar la madera	Guaípe y tinte
18.- Aplicar tres manos de sellador	Sellador catalizado con pistola de pintar
19.-Realizar el lijado respectivo despues de la aplicación de cada una de las manos de sellador.	Lijado manual con lija No. 240
20.- Aplicar la laca mate para acabado final.	Laca mate catalizada con pistola de pintar
21.- Control de calidad del acabado	verificación personal
22.- Cortar y coser piezas y compartimentos internos.	Costuras manuales y a maquina
23.-Colocar broche, pieza de tela de la tapa y cordón de tira de colgar	Destornillador de mano y a batería-pegamento especial
24.- Colocar compartimentos en el bolso.	Pegamento especial

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

Gráfico 49. Ficha de ruta operativa 2

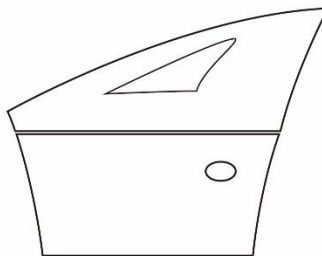
FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERACIONAL



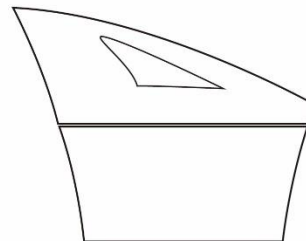
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso satchel	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Bosco	Referencia: Bosco 1921
Descripción: Bolso tipo satchel de mediano tamaño elaborado con madera.		



PERSEPECTIVA ISOMÉTRICA



VISTA FRONTAL



VISTA FRONTAL

DESCRIPCIÓN	MAQUINA/HERRAMIENTA
1.- Aserrar y cepillar las piezas de madera de residuo.	Sierra de mesa, cepilladora
2.- Nivelar cantos de las piezas sacadas.	Lijadora de mesa-escuadra
3.- Ensambalar las piezas para formar tablas	Pegamento-prensas-ligas
4.- Lijar las dos superficies de las tablas ensambladas.	Lijadora neumatica
5.- Marcar los moldes en la tabla ensamblada.	Lapiz
6.- Cortar piezas.	Sierra circular- sierra cinta
7.- Igualar y nivelar cantos de las piezas.	lijadora de mesa- cepillo de mano
8.- Calzar piasas laterales con la pieza planas.	sierra de inglete- sierra cinta-lijadora-cepillo
10.- Unir base con pieza posterior delantero	Pegamento-prensas
11.- Unir base	Pegamento-prensas
12.- Coregir medidas y angulos	Escuadra-lijadora-cepillo-lija manual
13.- Unir pieza superior	Pegamento-prensas
12.- Rectificar escuadra, medidas, angulos	Escuadra-lijadora-cepillo-lija manual
13.- Cortar por la mitad a lo largo de todo el bolso	Sierra circular
14.- Realizar orificio en las asas	Tupi
13.- Sacar sobrantes de pegamento.	Formón
14.- Lijar en crudo	Lija No. 80, 60 y 150
15.- Masillar todas las fallas de la madera y lijar	Masilla de polvo de vegetal lija 150
16.- Aplicar un inmunizante para madera	Brocha- liquido preservante
17.- Tinturar la madera	Guaipe y tinte
18.- Aplicar tres manos de sellador	Sellador catalizdo con pistola de pintar
19.-Realizar el lijado respectivo despues de la aplicación de cada una de las manos de sellador.	Lijado manual con lija No. 240
20.- Aplicar la laca mate para acabado final.	Laca mate catalizada con pistola de pintar
25.- Control de calidad del acabado	verificación personal
26.- Cortar y coser piezas y compartimentos internos.	Costuras manuales y a maquina
27.-Colocar cerradura, bisagras de union y en las asas	Destornillador de mano y a batería
28.- Colocar compartimentos en el bolso.	Pegamento especial

Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

Gráfico 50. Ficha de ruta operativa 3

**6.12 Photobook**

**MODELO: BOSCO**











**MODELO: CLOE**



**BURSA**  
Moda Sostenible





**BURSA**  
Moda Sostenibile



  
**BURSA**  
Moda Sostenibile











**MODELO: LAVINIA**

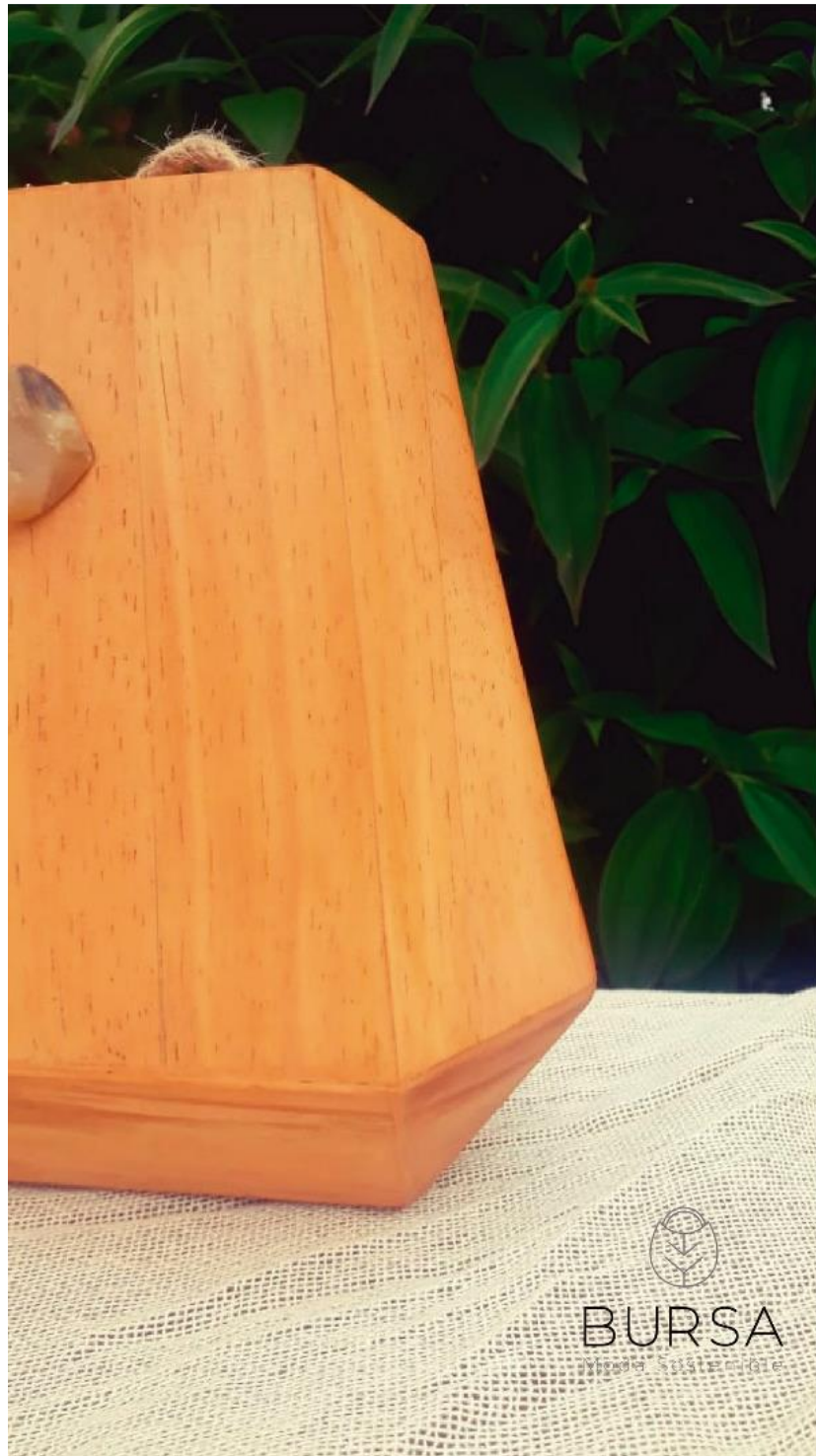



















## 6.13. Costos de producción

FICHA DE COSTOS					
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuentro			
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Linea: Casual			
Usuario: Mujer	Modelo: Lavinia	Referencia: Livinia 1921			
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera .					



COSTOS ESTIMADOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS					
DESCRIPCIÓN DEL MATERIAL	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	CONSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO
Madera de pino	Residuos de taller de carpintería	—	—	—	—
Tela de yute	Textiles Álvarez	\$ 3,05	0,25 m	metros	0,76
Hilo macramé de algodón	Almacén Marthita	\$ 2,00	24 m	metros	0,53
bisagras pequeñas galvanizadas	Ferrisariato	\$ 0,75	2	unidades	1,50
Cerradura para cofre	Ferretería Galapagos	\$ 0,50	1	unidades	\$ 0,50
Materiales para acabado en madera	Pintulac	\$ 3,00			\$ 3,00
TOTAL					\$ 6,51

COSTO ESTIMADO DE MANO DE OBRA DIRECTA		COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN	
DESCRIPCIÓN	COSTO	DESCRIPCIÓN	COSTO
Maestro artesano en carpintería	\$20,00	Mano de obra indirecta	\$1,00
Ayudante en carpintería	\$7,00	Servicios básicos	\$3,00
TOTAL	\$27,00	Depreciación de maquinaria	-
		Insumos de oficina	\$1,00
		Arriendo	-
		Costos de venta	-
		Servicios de publicidad	-
		Imprevistos	\$1,00
		TOTAL	\$6,00


COSTO TOTAL	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Costos de materiales e insumos	\$ 6,51
Costos de manos de obras	\$27,00
Costos fijos de producción	\$6,00
COSTO TOTAL	\$39,51

PRECIO FINAL DE VENTA	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Costo total de la prenda	\$ 39,51
Utilidad %30	\$11,85
PRECIO DE VENTA	\$ 51,36

IMAGEN DE REFERENCIA



Responsable: Kindra Tandazo	Fecha: 14-1-2021
-----------------------------	------------------

Gráfico 51. Ficha de costos 1

### FICHA DE COSTOS

Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso Crossbody	Colección: Rencuetro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Cloe	Referencia: Cloe 1921
Descripción: Bolso tipo crossbody de mediano tamaño elaborado con madera.		



### COSTOS ESTIMADOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

DESCRIPCIÓN DEL MATERIAL	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	CONSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO
Madera de guayacán	Residuos de taller de carpintería	—	—	—	—
Tela de yute	Textiles Álvarez	\$ 3,05	0,25 m	metros	0,76
Hilo macramé de algodón	Almacén Marthita	\$ 2,00	24 m	metros	0,53
Tejido de yute	Almacén Marthita	\$ 0,60	0,25	metros	0,15
Broche imán	Almacén Marthita	\$ 0,30	1	unidades	\$ 0,30
Materiales para acabado en madera	Pintulac	\$ 3,00			\$ 3,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 4,74</b>

### COSTO ESTIMADO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	COSTO
Maestro artesano en carpintería	\$20,00
Ayudante en carpintería	\$7,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$27,00</b>

### COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO
Mano de obra indirecta	\$ 1,00
Servicios básicos	\$3,00
Depreciación de maquinaria	-
Insumos de oficina	\$ 1,00
Arriendo	-
Costos de venta	-
Servicios de publicidad	-
Imprevistos	\$ 1,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$6,00</b>

### COSTO TOTAL

DESCRIPCIÓN	COSTO
Costos de materiales e insumos	\$4,74
Costos de manos de obra	\$27,00
Costos fijos de producción	\$6,00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$37,75</b>

### PRECIO FINAL DE VENTA

DESCRIPCIÓN	COSTO
Costo total del bolso	\$ 37,75
Utilidad (%30 de los costos totales)	\$11,32
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 49,07</b>

### IMAGEN DE REFERENCIA



Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

Gráfico 52. Ficha de costos 2

FICHA DE COSTOS		
Producto: Accesorio de moda	Tipo: Bolso satchel	Colección: Rencuentro
Temporada: Primavera/verano	Tendencia: Carácter artesanal	Línea: Casual
Usuario: Mujer	Modelo: Bosco	Referencia: Bosco 1921
Descripción: Bolso tipo satchel de mediano tamaño elaborado con madera.		



### COSTOS ESTIMADOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

DESCRIPCIÓN DEL MATERIAL	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	CONSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO
Madera de laurel	Residuos de taller de carpintería	—	—	—	—
Tela de yute	Textiles Álvarez	\$ 3,05	0,25 m	metros	0,76
bisagras pequeñas metálicas	Ferretería Galapagos	\$ 0,40	4 pares	unidades	1,60
Cerradura para cofre	Ferretería Galapagos	\$ 0,50	1	unidades	\$ 0,50
Materiales para acabado en madera	Pintulac	\$ 3,00			\$ 3,00
				TOTAL	\$ 5,86

### COSTO ESTIMADO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	COSTO
Maestro artesano en carpintería	\$20,00
Ayudante en carpintería	\$7,00
TOTAL	\$27,00

### COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO
Mano de obra indirecta	\$1,00
Servicios básicos	\$3,00
Depreciación de maquinaria	-
Insumos de oficina	\$1,00
Arriendo	-
Costos de venta	-
Servicios de publicidad	-
Imprevistos	\$1,00
TOTAL	\$6,00

### COSTO TOTAL

DESCRIPCIÓN	COSTO
Costos de materiales e insumos	\$ 5,86
Costos de manos de obra	\$27,00
Costos fijos de producción	\$6,00
COSTO TOTAL	\$38,86

### PRECIO FINAL DE VENTA

DESCRIPCIÓN	COSTO
Costo total de producción	\$ 38,86
Utilidad %30 (%30 de los costos totales)	\$ 11,65
PRECIO DE VENTA	\$ 50,51



Responsable: Kindra Tandazo

Fecha: 14-1-2021

Gráfico 53. Ficha de costos 3

## **CONCLUSIONES**

Se ha podido generar propuestas de bolsos de diseño ecológico con materiales alternativos con el fin de ayudar al cuidado del medio ambiente, a través del empleo de residuos de madera, como su material principal, tela de fibra de yute y el uso de piedras de río.

Es una propuesta que demanda un trabajo artesanal mucho más laborioso en comparación al trabajo artesanal en cuero o de algún otro material convencional, debido a las características del material. Sin embargo, se ha llegado a obtener buenos resultados en cuanto a la funcionalidad del producto y en la aplicación de los conceptos de diseño adecuados.

Existe una gran oportunidad para lanzar este producto de moda sostenible ya que esta es una época en la que las persona en el país y en el mundo se empiezan a preocupar más por tener un consumo más responsable y a ayudar al cuidado del medio ambiente.

## RECOMENDACIONES

Se sugiere que los diseñadores de moda investiguen y exploren más acerca del uso de materiales alternativos y procesos menos contaminantes para el medio ambiente para la elaboración de este tipo de accesorios con el fin de poder ofrecer al cliente productos de diseño innovador fuera de los productos de moda convencionales y comerciales ya existentes.

Es fundamental hoy en día, que el diseñador de moda deba empezar a trabajar bajo ciertos conceptos de moda sostenible, ya que, como mencionan los expertos, la sostenibilidad se convertirá en el nuevo pilar de los valores personales y corporativos.

Se motiva a los diseñadores o las personas que se encuentren laborando en este campo del diseño de bolsos o en algún otro tipo de accesorios de moda que puedan ver a la madera como un buen material para este trabajo ya que posee muchas características y propiedades a favor del medio ambiente siempre y cuando provenga de desechos, residuos o de bosques sostenibles.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, A. (2020). *La comodidad rige en el estilo casero a partir del aislamiento*. El Comercio. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/comodidad-estilo-casero-indumentaria-aislamiento.html>
- Alvarado, A. (2020). *Los desfiles y ferias de moda ecuatoriana se realizan en línea por la pandemia*. El Comercio. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/desfiles-feria-moda-ecuatoriana-pandemia.html>
- Arévalo, M. I., & Alvarado López, M. R. . (2020). Posibles medidas de política económica en el contexto actual y post Covid-19: Caso Ecuador . Sur Academia: Revista Académica-Investigativa De La Facultad Jurídica, Social Y Administrativa, 7(14), 59-73. Recuperado a partir de <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/727>
- Álvarez, A. & García, J. (2016). *Diseño de un modelo de comercialización para productos agrícolas del departamento de la paz*. Recuperado de: <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2927/1/2016%20ZAC%20Modelo%20de%20Comercializacion.pdf>
- Arango, J. (2009). *Propuesta de un modelo de desarrollo de nuevos productos (DNP) basado en un benchmarking realizado en 5 pymes del sector plástico en Medellín*. (Tesis de Grado). Universidad EAFIT. Medellín. Colombia. Recuperado de: <https://repository.eafit.edu.co/xmlui/bitstream/handle/10784/277/Informe.pdf?sequence=1>
- Arias, A. (2010). *La gestión de la Calidad: Conceptos básicos*. Recuperado de: <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>
- Asociación Chilena de Seguridad. (s.f). *Prevención de riesgos en talleres de carpintería y mueblería*. Recuperado de: <https://www.achs.cl/portal/trabajadores/Capacitacion/CentrodeFichas/Documents/prevencion-de-riesgos-en-talleres-de-carpinteria-y-muebleria.pdf>
- Ávila, I. (2020). Aurelia: la marca mexicana de bolsos que lleva la esencia de la charrería. Vogue. Recuperado de: <https://www.vogue.mx/moda/articulo/aurelia-la-marca-de-bolsos-mexicana-con-esencia-de-la-charrerria>

- Barahona, (2018). *Análisis del fast fashion como generador de patrones de consumo insostenibles* (Tesis de pregrado). Fundación Universidad América. Bogotá D.C. Recuperado de:  
<https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7138/1/078390-2018-I-GA.pdf>
- Chamochumbi, C. (2014). *Seguridad e higiene industrial*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Recuperado de:  
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/599/Seguridad%20e%20Higiene%20Industrial-1-79.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coba, G. (2020). *Así serán las tendencias de consumo y negocios en la 'nueva normalidad'*. Diario Primicias. Recuperado de:  
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/tendencias-consumo-negocios-nueva-normalidad/>
- Deacon, R. (1997). Los recursos no renovables y el medio ambiente. *Economía Agraria*. (179), 11-40. Recuperado de:  
[https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf\\_reea%2Fr179\\_01.pdf](https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_reea%2Fr179_01.pdf)
- Diaz, C. (2017). *Gestión de la Cadena de Abastecimiento*. Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina. Recuperado de:  
<https://core.ac.uk/download/pdf/326426087.pdf>
- Endara, V. (2020). *Las textileras se sostienen con la venta de prendas de bioseguridad*. El Telégrafo. Recuperado de:  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/textileras-venta-prendas-bioseguridad>
- Ernst & Young (2020). *¿Cuál sería la nueva normalidad a partir de la crisis del COVID-19?* Recuperado de: [https://www.ey.com/es\\_ec/covid-19/cual-sera-la-nueva-normalidad-a-partir-de-la-crisis-del-covid-19](https://www.ey.com/es_ec/covid-19/cual-sera-la-nueva-normalidad-a-partir-de-la-crisis-del-covid-19)
- Ernst & Young. (2020). *Moda post COVID-19: ¿Y si reinventarse es la única opción?* Recuperado de: [https://www.ey.com/es\\_es/el-dia-despues/moda](https://www.ey.com/es_es/el-dia-despues/moda)
- Fort, R. (2009). La piedra natural y su presencia en el patrimonio histórico. Enseñanza de las Ciencias de la Tierra, 17 (1), 16-25. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/47559348\\_La\\_piedra\\_natural\\_y\\_su\\_presencia\\_en\\_el\\_Patrimonio\\_Historico](https://www.researchgate.net/publication/47559348_La_piedra_natural_y_su_presencia_en_el_Patrimonio_Historico)

- García, M. (2). Desarrollo de nuevos productos. Recuperado de:  
[http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1908/1908\\_u3\\_act1.pdf](http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1908/1908_u3_act1.pdf)
- Gwilt, A. (2014). *Manuales de diseño de moda: Moda sostenible*. Barcelona: Editorial Gustavi Gill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Instituto Interamericano de Cooperativa para la Agricultura. (2018). *Gestión empresarial táctica: El mercado y la comercialización*. Recuperado de:  
<http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf;jsessionid=FF7A0236DD9296273FAB6A6C95013B55?sequence=1>
- Isaza, J. (2008). Cadenas productivas. Enfoques y precisiones conceptuales. *Sotavento M.B.A.*, (11), 8-25. Recuperado de:  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/1602>
- Lau, J. (2013). *Diseño de accesorios*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Le Mott Project, (2010). *Diseño de Accesorios de Moda*. Parramón: Barcelona
- Marciniak, R. (2017). El benchmarking como herramienta de mejora de la calidad de la educación universitaria virtual. Ejemplo de una experiencia polaca. *EDUCAR*, 53(1),171-207. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/pdf/3421/342149105010.pdf>
- Monte, K. (2020). *Es difícil predecir la conducta del consumidor cuando no hay plata*. El Extra. Recuperado de: <https://www.extra.ec/noticia/actualidad/2020-coronavirus-consumidor-conducta-complicado-predecir-comportamiento-dinero-40458.html>
- Monterroso, E. (2002). *La gestión del abastecimiento*. Recuperado de:  
<http://www.ope20156.unlu.edu.ar/pdf/abastecimiento.pdf>
- Nebrera, J. (2015). *Introducción a la calidad: Curso de calidad por internet*. Recuperado de:  
[http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion\\_a\\_la\\_calidad.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion_a_la_calidad.pdf)
- Nutz, N. & Sievers, M. (2016). *Guía general para el desarrollo de cadenas de valor*. Recuperado de: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_541432.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf)



- Opinno (2020). *Restart: 10 Post Covid-19 trends*. Recuperado de:  
<https://opinno.com/es/news/10-tendencias-que-marcaran-el-futuro-de-la-economia-los-negocios-y-la-sociedad-en-la-nueva>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2021). *Fibras del futuro: Yute*. Recuperado de:  
<http://www.fao.org/economic/futurefibres/fibres/jute/es/>
- Organización Internacional del trabajo. (2016). *Mejore su negocio: Comercialización*. Recuperado de: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_553921.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf)
- Orozco, W. Branch, J. y Jiménez, A. (2014). Clasificación de la rocas ígneas, sedimentarias y metamórficas en secciones delgadas a través programación estructurada. *Boletín de Ciencias de la Tierra*, (36), 5-9. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/pdf/1695/169532839001.pdf>
- Pereira, S. Maciel, K. y Hernandis, B. (2012). La piedra natural como un material de diseño para el desarrollo de equipamiento urbano: reporte de un caso. *Iconofacto*, 8 (11), 77-95. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204282>
- Quintero, J. & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos*, 8(3),377-389. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>
- Ramírez, A. (2002). La construcción sostenible. *Física y Sociedad*, (13), 30-33. Recuperado de: [http://www.cofis.es/pdf/fys/fys13/fys13\\_completo.pdf](http://www.cofis.es/pdf/fys/fys13/fys13_completo.pdf)
- Regadera, E. (2020). La moda tras el COVID-19: ¿cambiarán nuestros ámbitos de consumo? *Revista Gestión*. Recuperado de:  
<https://www.revistagestion.ec/investigacion-analisis/la-moda-tras-la-covid-19-cambiaran-nuestros-habitos-de-consumo>
- Rocha, E. (2011). Construcciones sostenibles: materiales, certificaciones y LCA. *Revista Nodo*, 6 (11), 99-116. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3983370>
- Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Editorial Gustavo Gill: Barcelona.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017. Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021. Recuperado de: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf

Sociedad de Investigación y Explotación Minera de Castilla y León. (2008). *La piedra natural en Castilla y León*. Recuperado de:

<http://www.siemcalsa.com/images/pdf/La%20piedra%20natural.pdf>

Vargas, P. (2020). *La crisis generada por el covid-19 ha llevado a que empresas famosas como Gold's gym y Hertz se declaren en bancarrota*. La República.

Recuperado de: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/pandemia-llevo-al-cierre-de-sears-j-crew-victorias-secret-entre-otras-marcas-mundiales-3029333>

Vignote, S., & Martínez, I. (2005). *Tecnología de la madera*. Madrid: Mundi-Prensa.

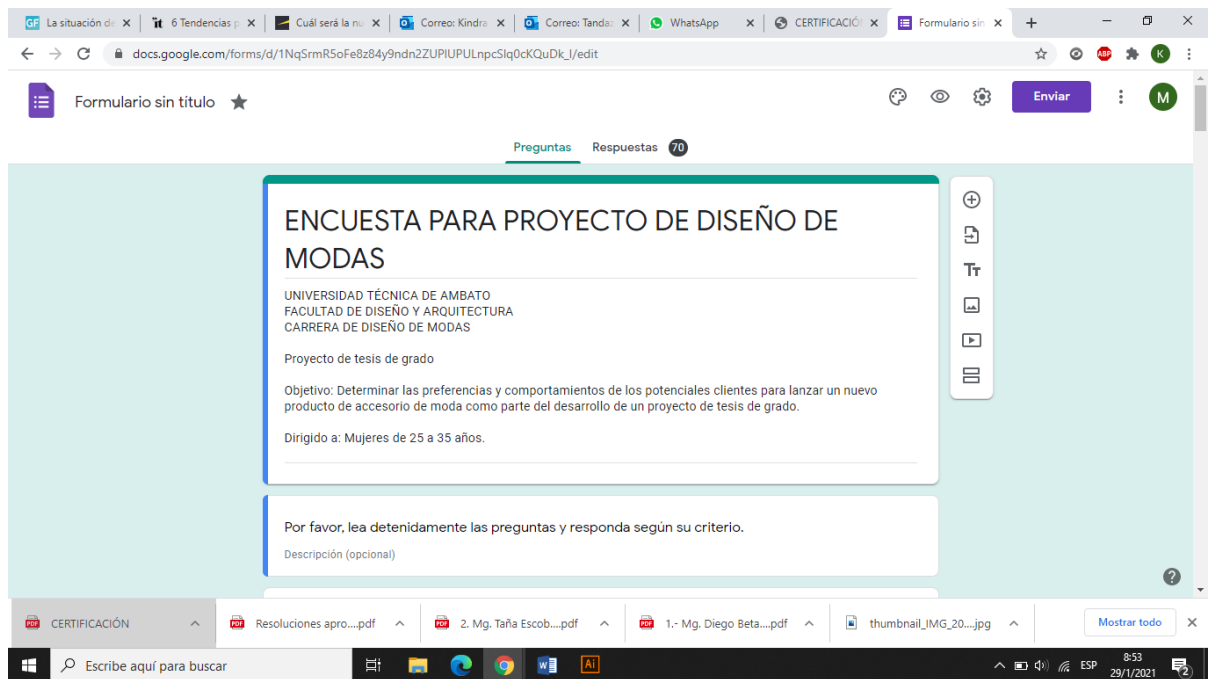
Zurita, G. (2016). *Análisis descriptivo de la sustentabilidad económica, social y ambiental de la industria del cuero del Ecuador* (Tesis de pregrado). Universidad San Francisco de Quito. Quito D. M. Recuperado de:

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5382/1/124320.pdf>

## ANEXOS

### Proceso de realización de las encuestas vía online

Se utilizó la plataforma de Documentos de Google para realizar la encuesta a las 70 personas de la muestra. El formulario creado genera automáticamente un link el cual se lo compartió vía redes sociales a las personas que formaban parte de la muestra para que ellas lo llenen en línea.



## Registro de la obtención de las 70 respuestas

70 respuestas

No se aceptan más respuestas

Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Resumen Pregunta Individual

Por favor, lea detenidamente las preguntas y responda según su criterio.

Cuál es su estado civil?

39 respuestas

## La plataforma registra las respuestas de cada persona encuestada.

4. Para usted como consumidor ¿Cuál de las siguientes características considera que es la MENOS IMPORTANTE en un bolso al momento de realizar una compra?

Mostrar opciones

Todas las tres anteriores son importantes para mi.

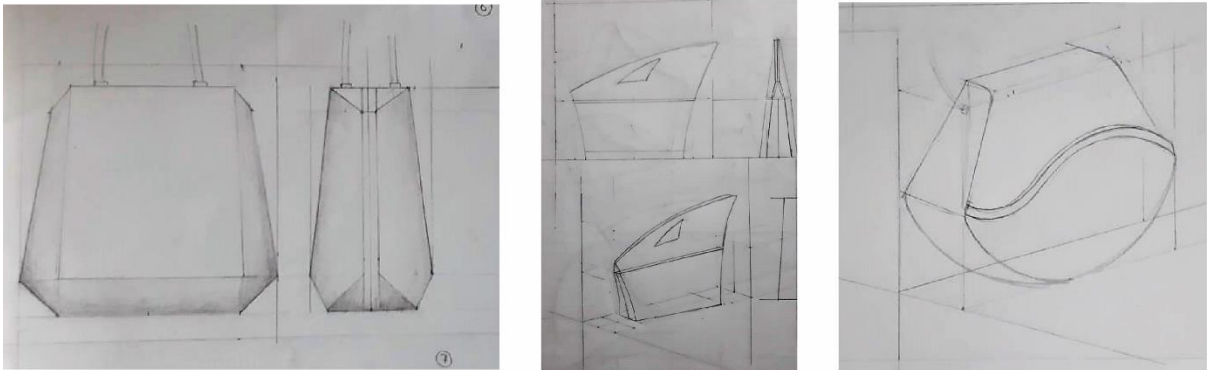
53 respuestas

Que sea durable y de buena calidad

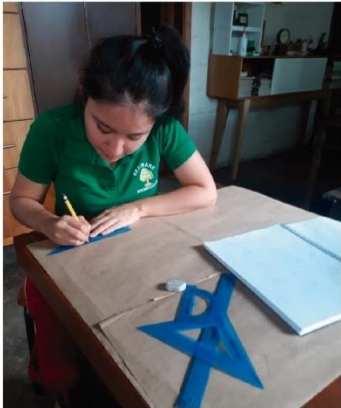
7 respuestas

Que presente un buen diseño estéticamente

**Proceso de elaboración de la propuesta**



ELABORACIÓN DE PROPUESTAS DE DISEÑO



ELABORACIÓN DE LOS MOLDES



DESPIECE



SELECCIÓN DE LA MADERA



ASERRADO DE LA MADERA



CEPILLADO



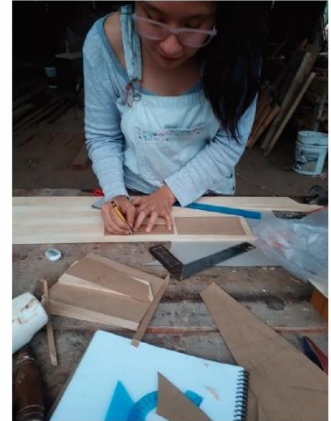
PIEZAS OBTENIDAS



ENSAMBLE DE LAS TABLAS CON LIGAS



ENSAMBLE CON PRENSAS



MARCADA DE LOS MOLDES



CORTE DE PIEZAS EN SIERRA CINTA Y SIERRA DE INGLETE



PIEZAS OBTENIDAS DE LOS TRES DISEÑOS



VERIFICACIÓN DE MEDIDAS



CORRECCIÓN DE MEDIDAS



CORRECCIÓN DE MEDIDAS



ENSAMBLE DE PIEZAS MEDIANTE LIGAS Y PRENSAS



VERIFICACIÓN Y RECTIFICACIÓN DE MEDIDAS FINALES



ENSAMBLE DE PIEZAS MEDIANTE LIGAS Y PRENSAS



ELABORACIÓN DE MASILLA



PROCESO DE MASILLADO



PROCESO DE LIJADO EN CRUDO





INMUNIZADO DE LA MADERA



TINTURADO A MANO



APLICACIÓN DE SELLADOR



APLICACIÓN DE LACA DE AGUA



PROCESO DE AFINADO



APLICACIÓN DE LACA (ACABADO FINAL)



REALIZACIÓN ACCESORIOS



TIRANTE DE BOLSO TREMZADO



ELABORACIÓN DE LOS FORROS



SELECCIÓN DE LAS PIEDRAS



PIEZAS COMPLETAS DE LOS BOSOS



BOLSOS TERMINADOS



BOLSOS TERMINADOS