



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 en la Elaboración de
Accesorios”**

Autora: Viteri Zurita María Gabriela

Tutor: Ing. Mg. Betancourt Chávez Diego Gustavo

Ambato – Ecuador
Febrero, 2021

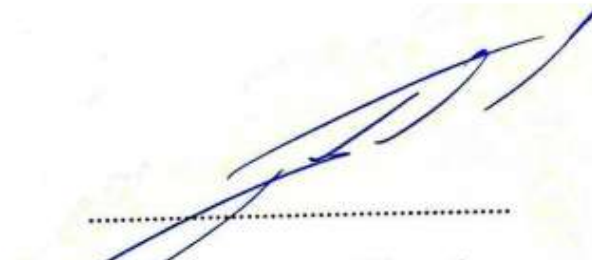
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

“Aplicación de Materiales Alternativos en la Elaboración de Accesorios” de la alumna María Gabriela Viteri Zurita, 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 2021

EL TUTOR



Ing. MSc. Diego Gustavo Betancourt Chávez

C.C.: 1710894179

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Aplicación de Materiales Alternativos en la Elaboración de Accesorios**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, febrero de 2021

LA AUTORA



.....
María Gabriela Viteri Zurita

C.C.: 1805371307

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, febrero de 2021

LA AUTORA



.....
María Gabriela Viteri Zurita

C.C.: 1805371307

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Aplicación de Materiales Alternativos en la Elaboración de Accesorios**” de María Gabriela Viteri Zurita, 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 de 2021

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi familia por ser mi guía y soporte incondicional en este largo camino, por su apoyo tanto en mis estudios como en mi vida personal; por el amor incondicional que siempre me han entregado.

María Gabriela Viteri Zurita

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por apoyarme en cada etapa de mi vida y enseñarme el camino de la responsabilidad, los valores y el significado de la perseverancia.

También a todos los docentes que con han compartido conmigo su sabiduría. Al tutor del proyecto por guiarme en este largo camino de titulación.

María Gabriela Viteri Zurita

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CUADROS	XIII
ÍNDICE DE IMAGENES	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVIII
RESUMEN EJECUTIVO	XIX
ABSTRACT	XX
INTRODUCCIÓN	- 1 -
CAPÍTULO I	- 2 -
ANTECEDENTES GENERALES	- 2 -
1.1. Nombre del proyecto	- 2 -
1.2. Antecedentes (Estado de arte)	- 2 -
1.3. Justificación	- 5 -
1.4. Objetivos	- 6 -
1.4.1 Objetivo general	- 6 -
1.4.2 Objetivos específicos	- 6 -
CAPÍTULO II	- 7 -
MARCO REFERENCIAL	- 7 -
2.1. Marco Teórico	- 7 -
2.1.1 Accesorios	- 7 -
2.1.1.1 Historia de los accesorios	- 8 -

2.1.1.2 Los Accesorios en la actualidad.....	- 13 -
2.1.1.3 Tipos de Accesorios.....	- 14 -
2.1.1.4 Accesorios como complemento del vestuario	- 16 -
2.1.1.5 Diseño de Accesorios en la moda	- 16 -
2.1.2 La Joyería	- 17 -
2.1.2.1Tipos de joyería.....	- 18 -
Joyería metálica	- 18 -
Joyería no metálica	- 19 -
2.1.2.2 Materiales de joyería.....	- 19 -
2.1.3 Bisutería.....	- 22 -
2.1.3.1 Tipos de Bisutería	- 23 -
2.1.3.2 Materiales para bisutería	- 24 -
2.1.4 Materiales	- 27 -
2.1.4.1Tipos de materiales	- 27 -
2.1.4.2 Materiales no tradicionales	- 28 -
2.1.4.3 Retazos de tela	- 29 -
Tipos de fibras	- 30 -
Tipos de tejidos.....	- 31 -
Reciclaje.....	- 32 -
Moda Sostenible	- 33 -
Pilares fundamentales de la moda sostenible.....	- 34 -
Estrategias de la moda sostenible	- 35 -
2.1.4.4 Fajas indígenas.....	- 36 -
Chumbis y su significado.....	- 36 -
Elaboración de chumbis.....	- 37 -
Las fajas como artesanía	- 39 -
Las Chumbis Salasakas.....	- 40 -
Iconografía.....	- 40 -
Colores	- 42 -
2.2. Marcas referentes	- 43 -

ESTEFI WRIGHT	- 43 -
O´ Domecq	- 45 -
2.2.1 Visionario	- 47 -
Luiny	- 47 -
CAPÍTULO III	- 49 -
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	- 49 -
3.1. Análisis externo	- 49 -
3.1.1. Análisis PEST	- 49 -
3.1.1.1 Entorno Político	- 49 -
3.1.1.2 Entorno Económico	- 50 -
3.1.1.3 Entorno social/ cultural	- 51 -
3.1.1.4 Entorno Tecnológico	- 52 -
3.1.1.5 Entorno ambiental	- 53 -
3.1.1.6 Entorno legal	- 54 -
3.1.2 Tendencias de consumo	- 55 -
3.1.3 Segmentación del mercado potencial	- 56 -
3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia	- 57 -
3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial	- 59 -
3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)	- 60 -
3.2. Análisis interno	- 63 -
3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles	- 63 -
3.2.2 Análisis Cadena de valor	- 65 -
3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo	- 65 -
3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima.....	- 66 -
3.2.2.3 Eslabón de producción	- 67 -
3.2.2.4 Eslabón de comercialización	- 67 -
CAPÍTULO IV	- 69 -
MARCO METODOLÓGICO	- 69 -
4.1. Estudio de público objetivo	- 69 -
4.1.1 Modelo de encuesta	- 71 -

4.2.	Selección de la muestra	- 73 -
4.3.	Técnicas de estudio	- 74 -
	Cuantitativas	- 74 -
4.4.	Elaboración e interpretación de los datos	- 75 -
4.5.	Conclusiones	- 92 -
CAPÍTULO V		- 93 -
TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN		- 93 -
5.1.	Cronograma de producción	- 93 -
5.2.	Control de calidad	- 94 -
5.3.	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto	- 95 -
5.4.	Requerimientos de mano de obra	- 97 -
5.5.	Seguridad industrial y medio ambiente	- 98 -
CAPÍTULO VI		- 99 -
DESARROLLO DE LA PROPUESTA		- 99 -
6.1.	Descripción del producto o servicio	- 99 -
	Brain storming (lluvia de ideas)	- 99 -
6.2.	Perfil del cliente.	- 99 -
	Moodboard del perfil del cliente	- 101 -
6.3.	Identidad de marca	- 102 -
6.4.	Uso de la marca	- 110 -
6.5.	Análisis de color de la propuesta	- 111 -
	Paleta de color de la propuesta	- 112 -
6.6.	Tendencia: macro y/o micro tendencia.	- 113 -
	Macrotendencia	- 113 -
	Me	- 113 -
	Tendencia	- 116 -
	GameScape	- 116 -
6.7.	Concepto de la propuesta	- 120 -
6.8.	Elementos del diseño	- 120 -
	Proporción y línea	- 120 -

Función	- 121 -
Detalles	- 121 -
Estilo	- 122 -
6.9. Materiales e insumos	- 123 -
6.10. Sketch o bocetos	- 126 -
<input type="checkbox"/> Diseños planos por prenda o referencia	- 130 -
<input type="checkbox"/> Materiales e insumos, usos y cuidados para la propuesta	- 133 -
Ilustraciones	- 134 -
6.11. Fichas técnicas	- 138 -
Ficha de diseño plano	- 138 -
Fichas de detalle	- 144 -
Fichas de ruta operacional	- 150 -
6.12. Photobook	- 156 -
6.13. Costos de producción	- 168 -
6.13.1 Fichas de costos	- 168 -
6.13.2 Costos fijos	- 174 -
6.13.3 Costos variables	- 174 -
6.13.4 Costo total	- 177 -
6.13.5 Costo unitario	- 179 -
6.13.6 Utilidad	- 180 -
6.13.7 Costo de venta	- 182 -
CONCLUSIONES	- 184 -
RECOMENDACIONES	- 185 -
BIBLIOGRAFÍA	- 186 -

ÍNDICE DE CUADROS

Contenido	Página
Cuadro N.- 1 Tipos de accesorios.....	14
Cuadro N.- 2 Materiales de joyería.....	19
Cuadro N.- 3 Tipos de materiales de para bisutería	23
Cuadro N.- 4 Tipos de materiales según su origen	26
Cuadro N.- 5 Tipos de Fibras	29
Cuadro N.- 6 Tipos de tejidos.....	30
Cuadro N.- 7 Iconografía Salasaka.....	40
Cuadro N.- 8 Segmentación del mercado potencial.	55
Cuadro N.- 9 Análisis de las 4p de marketing.....	60
Cuadro N.- 10 Análisis de las estrategias de competitividad.....	60
Cuadro N.- 11 Análisis interno de la empresa.....	60
Cuadro N.- 12 Análisis de las 4p de marketing.....	61
Cuadro N.- 13 Análisis de las estrategias de competitividad.....	62
Cuadro N.- 14 Análisis interno de la empresa.....	62
Cuadro N.- 15 Cadena de Valor.....	64
Cuadro N.- 16 Estudio del público Objetivo.....	68
Cuadro N.- 17 Variables de uso y beneficio.....	90
Cuadro N.- 18 Cronograma de producción	91
Cuadro N.- 19 Control de Calidad.....	92
Cuadro N.- 20 Equipos e infraestructura necesaria	93
Cuadro N.- 21 Distribución del espacio	94
Cuadro N.- 22 Materiales e insumos	113
Cuadro N.- 23 Referencia de Diseño plano.....	130
Cuadro N.- 24 Materiales, usos y cuidados.....	132

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	Página
Tabla N.- 1 Población de Tungurahua.....	58
Tabla N.- 2 Descripción de la fórmula.....	72
Tabla N.- 3 Datos de la pregunta No. 1.....	73
Tabla N.- 4 Datos de la pregunta No. 2.....	75
Tabla N.- 5 Datos de la pregunta No. 3.....	76
Tabla N.- 6 Datos de la pregunta No. 4.....	77
Tabla N.- 7 Datos de la pregunta No. 5.....	79
Tabla N.- 8 Datos de la pregunta No. 6.....	80
Tabla N.- 9 Datos de la pregunta No. 7.....	81
Tabla N.- 10 Datos de la pregunta No. 8.....	83
Tabla N.- 11 Datos de la pregunta No. 9.....	84
Tabla N.- 12 Datos de la pregunta No. 10.....	86
Tabla N.- 13 Datos de la pregunta No. 11.....	87
Tabla N.- 14 Datos de la pregunta No. 12.....	89

ÍNDICE DE IMAGENES

Contenido	Página
Imagen N.- 1 Accesorios.....	8
Imagen N.- 2 Accesorios prehistóricos.....	9
Imagen N.- 3 Accesorios de la edad media.....	11
Imagen N.- 4 Accesorios de oro.....	12
Imagen N.- 5 Accesorios en la actualidad.....	13
Imagen N.- 6 Collar.....	14
Imagen N.- 7 Pulseras.....	14
Imagen N.- 8 Anillos.....	14
Imagen N.- 9 Tocado.....	15
Imagen N.- 10 Arete.....	15
Imagen N.- 11 Prendedor.....	15
Imagen N.- 12 Joyas.....	17
Imagen N.- 13 Oro.....	19
Imagen N.- 14 Platino.....	19
Imagen N.- 15 Paladio.....	19
Imagen N.- 16 Rodio.....	20
Imagen N.- 17 Plata.....	20
Imagen N.- 18 Cobre.....	20
Imagen N.- 19 Diamante.....	20
Imagen N.- 20 Zafiro.....	20
Imagen N.- 21 Rubí.....	21
Imagen N.- 22 Esmeralda.....	21
Imagen N.- 23 Bisutería.....	22
Imagen N.- 24 Piedras semipreciosas.....	23
Imagen N.- 25 Perlas.....	24
Imagen N.- 26 Swaroski.....	24
Imagen N.- 27 Cuentas o mullos.....	24

Imagen N.- 28 Acero.....	24
Imagen N.- 29 Latón.....	25
Imagen N.- 30 Hilo.....	25
Imagen N.- 31 Alambre.....	25
Imagen N.- 32 Pinzas.....	25
Imagen N.- 33 Orgánicos.....	26
Imagen N.- 34 Inorgánicos.....	26
Imagen N.- 35 Sintéticos.....	27
Imagen N.- 36 Retazos de tela.....	28
Imagen N.- 37 Chumbis.....	36
Imagen N.- 38 Telares.....	37
Imagen N.- 39 Zoomorfos.....	40
Imagen N.- 40 Ornitomorfos.....	40
Imagen N.- 41 Tropomorfos.....	40
Imagen N.- 42 Fitomorfos.....	40
Imagen N.- 43 Logotipo de Wright.....	42
Imagen N.- 44 Artículos.....	43
Imagen N.- 45 Logo de Domecq.....	44
Imagen N.- 46 Artículos.....	45
Imagen N.- 47 Luiny.....	46
Imagen N.- 48 Moodboard del cliente.....	100
Imagen N.- 49 Colores de Pantone.....	102
Imagen N.- 50 Moodboard de Macro tendencia.....	104
Imagen N.- 51 Textiles.....	105
Imagen N.- 52 Formas.....	106
Imagen N.- 53 Tendencia.....	108
Imagen N.- 54 Textiles.....	109
Imagen N.- 55 Formas.....	110
Imagen N.- 56 Tipos de líneas.....	112
Imagen N.- 57 Estilo Boho Chic.....	114

Imagen N.- 58 Chumbis	114
Imagen N.- 59 Broches.....	115
Imagen N.- 60 Cristales	115
Imagen N.- 61 Cristal checo.....	115
Imagen N.- 62 Pedrería.....	115
Imagen N.- 63 Cadenas.....	116
Imagen N.- 64 Broches.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenido	Página
Gráfico N.- 1 Las 3R.....	32
Gráfico N.- 2 Pregunta 1.....	74
Gráfico N.- 3 Pregunta 2.....	75
Gráfico N.- 4 Pregunta 3.....	77
Gráfico N.- 5 Pregunta 4.....	78
Gráfico N.- 6 Pregunta 5.....	79
Gráfico N.- 7 Pregunta 6.....	81
Gráfico N.- 8 Pregunta 7.....	82
Gráfico N.- 9 Pregunta 8.....	83
Gráfico N.- 10 Pregunta 9.....	84
Gráfico N.- 11 Pregunta 10.....	85
Gráfico N.- 12 Pregunta 11.....	87
Gráfico N.- 13 Pregunta 12.....	88

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación hace referencia a la fusión de materiales no tradicionales aplicados a una colección de accesorios de bisutería, para crear propuestas innovadoras mediante la reutilización de remanentes de fajas indígenas o también denominadas chumbis que se conjugan con materiales ya establecidos de la bisutería para impulsar un mercado más consciente de la contaminación que produce la industria textil. Además, se proyecta al trabajo manual, innovando en técnicas para sacar el mayor provecho de la transformación de la materia prima mediante procesos no contaminantes.

Se busca ofrecer una alternativa que se adapte a las nuevas tendencias de moda que son más eco amigables y sostenibles, para que las personas tengan una conciencia social favorable hacia los productos hechos a mano, con identidad cultural y sentido de pertenencia. Se plantea el estudio de las diferencias que existe entre el diseño de joyería y el diseño de bisutería tanto en materiales y conceptos ya que si bien, la bisutería nace como una imitación de las joyas, con el tiempo se ha ido adaptando. También se estudia los tipos de residuos según su composición y un análisis de las fajas indígenas ya que son una parte fundamental de la vestimenta andina ecuatoriana que son fuente de información y conocimiento de la cosmovisión.

Mediante una investigación cuantitativa a mujeres de Ambato de entre 20 a 35 años se pudo determinar los gustos, preferencias y exigencias del público objetivo, así mismo se logró concluir que la ocasión de uso de accesorios predominante es para eventos especiales o reuniones sociales según el caso.

PALABRAS CLAVE: MATERIALES ALTERNATIVOS, COLECCIÓN DE ACCESORIOS, SOSTENIBILIDAD, TENDENCIAS DE MODA / DISEÑO DE BISUTERÍA.

ABSTRACT

This research project refers to the fusion of non-traditional materials applied to a collection of costume jewelry accessories, to create innovative proposals through the reuse of remnants of indigenous bands or also called chumbis that are combined with already established materials of costume jewelry to promote a market that is more aware of the pollution produced by the textile industry. In addition, it is projected to manual work, innovating in techniques to get the most out of the transformation of the raw material through non-polluting processes.

It seeks to offer an alternative that adapts to new fashion trends that are more eco-friendly and sustainable, so that people have a favorable social conscience towards handmade products, with cultural identity and sense of belonging. The study of the differences that exist between jewelry design and jewelry design is proposed, both in materials and concepts, since although jewelry is born as an imitation of jewelry, over time it has been adapted. The types of waste are also studied according to their composition and an analysis of the indigenous bands since they are a fundamental part of the Ecuadorian Andean clothing that are a source of information and knowledge of the worldview.

Through a quantitative investigation of women from Ambato between 20 and 35 years old, it was possible to determine the tastes, preferences and demands of the target audience, likewise it was possible to conclude that the predominant occasion of use of accessories is for special events or social gatherings as the case may be.

KEY WORDS: ALTERNATIVE MATERIALS, ACCESSORY COLLECTION, MANUAL LABOR, SUSTAINABILITY, FASHION TRENDS / JEWELERY DESIGN

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador la fabricación de accesorios o adornos corporales compone uno de las actividades más antiguas, el cual especialmente se puede apreciar en las diferentes provincias tanto de la Costa, Sierra y Amazonía. Las diferentes tiendas de ropa, mercados artesanales y tiendas de accesorios constituyen las mayores fuentes de expendio de este tipo de productos, ya sean comerciales o artesanales que se encuentran primordialmente elaborados con materiales industrializados, así como los autóctonos de cada zona. En la actualidad el mercado local se encuentra amenazado por los productos importados que tiene costos mucho más económicos ya que son hechos con materiales sintéticos en masa, es decir, pierden el valor de la autenticidad del trabajo manual.

A nivel nacional como global, existen propuestas que se direccionan hacia la conciencia social en el diseño de accesorios, lo que da lugar a formular productos que se ajusten a esta iniciativa, enfocándose en concebir una línea de bisutería que proporcione acabados más estéticos e innovadores en cuanto a los materiales mediante la utilización de conceptos básicos de joyería adaptados a la bisutería. Hoy en día existes diversas estructuras gubernamentales, así como legislativas que suministran ciertos beneficios, a los microempresarios, que pongan en marcha propuestas amigables con el medio ambiente, así como también, personas que apoyen la calidad del producto nacional.

El presente proyecto plantea como objetivo diseñar una colección de accesorios mediante la aplicación de materiales alternativos para brindar exclusividad e innovación, para lo cual se estudiarán los conceptos de accesorios tanto de bisutería como de joyería, su historia, sus procesos; así también se analizará la importancia de utilizar materia prima reciclada y con identidad cultural.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.2. Nombre del proyecto

“Aplicación de materiales alternativos en la elaboración de accesorios”

1.3. Antecedentes (Estado de arte)

En la investigación efectuada por Yugcha (2018) con el título “Diseño de accesorios artesanales con la utilización de vástago de banano”, contenida en el trabajo de graduación antepuesta a la obtención del título de Diseñadora de moda en la Universidad Técnica de Ambato, menciona que la elaboración de accesorios de moda puede darse por medio de tres términos muy comunes hoy por hoy que son: la sostenibilidad, las tendencias de moda y las técnicas manuales. Todas estas se fusionan para dar como resultado la reducción de la contaminación ambiental y dar a conocer una nueva línea de accesorios innovadores no solo en el diseño, sino también en el material. (2018, pág. 5)

Ecuador es un país que por su posición geográfica y su pluriculturalidad se ha destacado en la elaboración de accesorios, mismos que son apreciados no solo a nivel nacional sino también internacional, debido a la complejidad de sus tejidos y a la variedad de materiales extraídos de la naturaleza que dan como consecuencia accesorios innovadores, llamativos y amigables con el medio ambiente. En estos tiempos donde todo es producido en masa, la bisutería puede ser elaborada con materiales y procesos sostenibles, evitando así la contaminación no solo ambiental, sino también industrial. Es decir se puede crear un nuevo modelo de negocio a corto y mediano plazo donde lo que prime salvaguardar el bienestar de las etnias. (Yuccha, 2018, pág. 12)

Dicho documento es de relevancia para este proyecto debido a que contiene valiosa información sobre la elaboración de accesorios tales como técnicas artesanales conjugados

con los procesos industrializados. Tiene un excelente análisis de los tipos de materiales ya sean tradicionales y no tradicionales que son el tema central de la variable dependiente y al mismo tiempo maneja una extensa clasificación de la bisutería. Además realiza un estudio de las diferentes fibras ya sean naturales o artificiales que también valorará dentro de este proyecto, sin dejar de lado la eco moda.

Por otro lado, Morocho, en la investigación denominada Diseño de accesorios de vestuario mediante la utilización de remanentes de hojalata en la parroquia Huachi Chico del cantón Ambato, tesis exhibida como requisito para optar por el título de Diseño de modas, en la Universidad Técnica de Ambato manifiesta que el resultado de la correlación de elementos sociales y ecológicos es que la sostenibilidad se adapta a los elementos del entorno para seguir innovando en el mundo de la moda. Esto ayuda a que las personas den un valor agregado a todo artículo donde la durabilidad vaya de la mano con el diseño. (2018, pág. 6)

En el territorio ecuatoriano la moda es integral y multitudinaria dado que la producción en masa es la más explotada dejando de lado el individualismo de la labor hecha a mano y la carga cultural que esta representa. Por lo que es importante educar al consumidor sobre el cuidado de la naturaleza y como afecta el consumo responsable en la preservación de las futuras generaciones. Es decir que mientras menos conciencia exista se continuará adquiriendo artículos innecesarios, de una sola vida útil que no representa nada más que banalidades. (Morocho, 2018, pág. 9)

La importación se centra en como las alianzas estratégicas pueden ayudar a crear accesorios innovadores, sin dejar de lado el valor que se entrega al consumidor final de un artículo con identidad. Así mismo analiza diferentes tipos de materiales y experimenta con ellos en el mercado de la ciudad de Ambato que se caracteriza por su competitividad. Tiene un enfoque comercial y gracias a esto se factibiliza el estudio de un potencial comercio que da como resultado un alto índice de oferta y demanda.

Brito, en el estudio titulado “Remanentes textiles. Alternativas de uso desde el diseño textil y moda”, trabajo de titulación previo a la obtención del título de Diseñador de textiles y modas en la Universidad del Azuay, los investigadores hablan de cómo el experimentar con los remanentes de las fábricas textiles y los talleres de confección, pueden dar como resultado en nuevos productos como accesorios para un atuendo y así aprovechar los desechos que muchas veces terminan en la basura. (2018, pág. 7)

Ambato es una ciudad donde la industria textil se encuentra en auge, cada vez es más común apreciar que la contaminación dada por la misma se está apoderando de los botaderos públicos. En los talleres de confección siempre va a existir un porcentaje de desperdicios dados por el corte de los patrones que son desechados en grandes cantidades. Es así, que es necesario plantear este tipo de alternativas dado que de esta manera se puede reducir la contaminación y desarrollar un nuevo modelo de negocio rentable. (Brito, 2018, pág. 22)

El diseño de accesorios va de la mano con el diseño de indumentaria visto que ambas están emparentadas con las tendencias y los cambios sociales que se van dando a través del tiempo. De igual manera, Chanataxi en su tesis titulada “Diseño de bisutería artesanal con chatarra para mujeres de 20 a 35 años de la ciudad de Ambato” realizada para la obtención del título de Diseñador de modas en la Universidad Técnica de Ambato manifiesta que plantear alternativas con iniciativas de sostenibilidad ayuda a satisfacer las nuevas necesidades de conciencia social, pero también debe ir de la mano la innovación y los acabados estéticos en la línea de bisutería. (2017, pág. 6)

Los adornos corporales o también llamados bisutería están constantemente en el día a día de las personas, convirtiéndose en un mercado lleno de posibilidades debido a la diversidad que existe. Ocupan un lugar privilegiado en el estilismo del vestuario. Así es como los accesorios se adaptan a cada estilo, forma, función y necesidad que se va dando a través del tiempo, el espacio, el clima y hasta la profesión de su portador. (Chanataxi, 2017, pág. 15)

La investigación es relevante ya que habla sobre los accesorios, su historia, trascendencia, significados y las diferentes técnicas que se utilizan para la elaboración de los mismos. Otro tema central de importancia es la diferencia entre la joyería y la bisutería; los diversos materiales que se utilizan en cada uno, las características y diferencias de los mismos. Se realiza un análisis de los materiales necesarios para la construcción de los accesorios así como las diferentes técnicas que se pueden aplicar para el producto finalizado.

1.4. Justificación

El presente proyecto es importante porque al plantear una colección de accesorios con materiales no tradicionales, se puede abrir un nuevo enfoque en el mercado, ya que en la actualidad las personas son más conscientes con el planeta y los problemas ambientales que se están viviendo. Al mismo tiempo experimenta entre lo que ya se conoce o llamado también lo tradicionalmente establecido y el factor de innovación de materiales para tener como resultado una colección no solo comercial, sino también con un propósito social que ayude a reducir el impacto ambiental.

El proyecto es interesante porque no solo se va a utilizar las alternativas que están a disposición en el mercado, sino también la combinación de insumos y materiales que pueden salir desde lo ya establecido, hasta los mismos remanentes de materiales implementados en otras áreas que no tiene que ver necesariamente con el Diseño de Modas, de textiles o indumentaria. Esta combinación ayuda para que el consumidor adquiera un nuevo gusto por los accesorios un tanto diferentes e innovadores, no solo en su estructura, sino también en su diseño.

Los más beneficiados con el proyecto son los diseñadores y emprendedores que buscan nuevas alternativas para empezar una idea de negocio o que deseen expandirse. Al mismo tiempo, el consumidor final que tiene variados gustos estará muy conforme con

una idea innovadora de accesorios que ayudan a disminuir desperdicios y a revalorizar los materiales que nos da la naturaleza. De esta manera el proyecto puede marcar un precedente para quienes buscan aportar de alguna manera al planeta, adquiriendo artículos de calidad que son beneficiosos para una de las industrias más contaminantes como es la Textil.

1.5. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar una colección de accesorios mediante la aplicación de materiales alternativos para brindar exclusividad e innovación.

1.4.2 Objetivos específicos

-Investigar las características de materiales tradicionales y no tradicionales para aplicarlos en el desarrollo de bisutería a través de los conceptos de la joyería.

-Determinar los procesos adecuados para el desarrollo de propuestas de una colección de accesorios mediante técnicas manuales.

-Desarrollar una colección de accesorios con materiales alternativos mediante la aplicación de procesos de diseño.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

2.1.1 Accesorios

Los accesorios son considerados como símbolos que distinguen e identifican a su portador dado que son el complemento del vestuario, prolongaciones del cuerpo para reflejar ostentación, ocultar y/o proteger. Acompañan en el día a día de las personas, porque no son solo funcionales sino también estéticos por la enorme variedad existente en el mercado, por lo que es común que todos los puedan adquirir. Sea cual sea el caso, se han convertido en los aliados al momento de armar un atuendo, por lo que se los considera un comodín del estilo que se adapta para reflejar la personalidad del portador. (Lau, 2013, pág. 68)

Los accesorios al igual que la ropa se ajustan para cada ocasión, universo del vestuario, estilo, clima, para el día o la noche; por su versatilidad, transmiten la esencia, el estatus, nivel socioeconómico, cultural, la forma de vida y los gustos de quien sea su portador. Es decir, es igual de importante que el atuendo puesto que no puede desentonar del mismo, en muchos casos se vuelven los protagonistas, sin apartarse de la estética y el buen gusto para convinarlos y adaptarlos. En un outfit debe existir armonía entre ropa y complementos, por lo tanto son igual de importantes para transmitir una buena impresión. (Verlag, 2009, pág. 63)



Imagen No. 1 Accesorios

Fuente: Trendy (2020)

2.1.1.1 Historia de los accesorios

Los accesorios existen desde la evolución del ser humano por lo que en la prehistoria sentían la necesidad de adornar sus cuerpos para distinguirse de los animales y sentirse afines con sus semejantes. Diferentes factores como el cambio climático o protección de depredadores llevaron a cubrirse con restos de animales, conchas, piedras, caracoles, ramas, semillas, plumas y colmillos. Lo que produjo que paulatinamente estos muestren jerarquías dentro de las tribus, es decir quien más adornos tenga era el líder,

chaman o sacerdote diferenciándose del resto de los de su especie. (Mohabed, 2006, pág. 48)



Imagen No. 2 Accesorios prehistóricos

Fuente: Silvergold (2015)

En el antiguo Egipto se realizaron piezas de joyería de oro con piedras preciosas para los faraones y sacerdotes que se llevaban todo a la tumba, puesto que creían que la vida después de la muerte era lo más importante. Los accesorios eran el punto de referencia para dividir las clases sociales, también la superstición porque creían que las gemas o talismanes les protegían de enfermedades y malos espíritus. Por la opulencia que demostraban incluso la ropa era tejida con hilos de oro, especialmente las de la esposa del

emperador, los orfebres realizaban piezas a mano de oro y plata. (Mohabed, 2006, pág. 50)

En otra parte del mundo, en Grecia, gracias a la conquista cultural Micénica heredaron diferentes técnica orbefres, empleaban principalmente el oro y piedras preciosas en sus inicios, fueron evolucionando con el tiempo hasta crear pulseras, collares y prendedores. Entre los materiales más utilizados estaban las perlas y esmeraldas, aplicaban diferentes técnicas como el grabado o el tallado, como consecuencia de que aumentaron el grado de dificultad en su elaboración. Así mismo crearon los juego Olímpicos, a cuyos campeones les entregaban una corona de guirnalda de laurel en honor al Dios del intelecto y la luz, Apolo. (Mohabed, 2006, pág. 54)

En Roma las joyas eran accesibles para todos los niveles socio económicos, pero se distinguían en sus diseños ya que mientras mas llamativas representaba un mayor rango en la clase social. La belleza era considerado como el mayor atributo, tenían agujas de pelo, collares, pendientes, anillos, recipientes de perfume, peines, entre otros artículos de lujo. Inventaron el anillo de compromiso de hierro, que era una representación del deber nupcial y que entregaba el hombre a la mujer y viceversa. (Mohabed, 2006, pág. 61)



Imagen No. 3 Accesorios de la edad media

Fuente: Danicarosol (2017)

En la Edad Media todos los accesorios eran eclesiásticos, realizados con piedras preciosas, semipreciosas, oro y plata con acabados mucho más finos debido a los avances tecnológicos de la época. Así mismo las joyas de la corona eran consideradas un privilegio de la aristocracia, dado que los mejores orfebres producían por largas horas piezas únicas e invaluables. El significado que tenían los portadores era demostrar el amor cortesano, es decir se consideraba que regalar una joya era un acto de cortejo. (Mohabed, 2006, pág. 66)

En los siglos XVIII-XIX los avances tecnológicos contribuyeron para trabajar de mejor manera con piedras preciosas rígidas, los diamantes se convirtieron en los favoritos

de la época por lo que su valor se incremento, mientras que el de otras gemas disminuyó. Así mismo se desarrolla la bisutería tanto para hombres como para mujeres, la que tenía un estilo gótico, renacentista, trabajan con materiales finos con vinados con acero, hierro fundido y estampados. Durante esos siglos la orfebrería dió un giro grande, y como resultado se realizaron trabajos como empuñaduras de bastones, abanicos y marcos de cuadros. (Mohabed, 2006, pág. 73)



Imagen No. 4 Accesorios de oro

Fuente: Amparobas (1992)

2.1.1.2 Los Accesorios en la actualidad

En la actualidad la variedad de accesorios se ha incrementando, visto que por un lado son mas accesibles para cualquier status social, así también por las muchas opciones que existe en el mercado. Hay una gran diversidad de artículos como anillos, collares, aretes, colgantes, pulseras, prendedores que se conjugan con diferentes materiales que no solo son oro, plata y piedras preciosas, sino tambien rodio, platino y bronce. Los avances tecnológicos juegan un papel fundamental en la democratización de la joyería, ya que a través de metodos más rápidos se cran piezas únicas, pero lo que realmente ha trascendido es el significado de las gemas. (Lau, 2013, págs. 15-16)



Imagen No. 5 Accesorios en la actualidad

Fuente: Trendy (2020)

2.1.1.3 Tipos de Accesorios

Existe una gran variedad de accesorios, algunos funcionales y otros creados con la única finalidad de adornar el cuerpo del que los porta, y que se combinan con la vestimenta, no solo en estilo, colores y formas, sino contribuyendo a reflejar la personalidad de quien los lleva.

Cuadro No.1 Tipos de accesorios

Tipología	Imagen
<p>Collar: Es un accesorio que se lo coloca alrededor del cuello o sobre el pecho para adornar, tiene forma de cadena o sarta. Se lo considera una pieza ya que a lo largo de la historia lo han portado tanto hombres como mujeres.</p>	 <p data-bbox="1036 1045 1260 1073">Imagen No. 6 Collar</p> <p data-bbox="1036 1100 1260 1127">Fuente: Bails (2019)</p>
<p>Pulsera: Es un elemento decorativo unisex que se lo coloca en las muñecas y parte de las manos, puede ser de metal o cualquier otro material.</p>	 <p data-bbox="1024 1457 1271 1484">Imagen No. 7 Pulseras</p> <p data-bbox="1008 1512 1287 1539">Fuente: Fabella (2020)</p>
<p>Anillo: También llamados sortija o aro. Es una pieza que adorna los dedos, se compone de tres partes que son la gema, el aro y el cható, aunque existe otras variaciones donde no se colocan gemas.</p>	

	<p>Imagen No. 8 Anillos</p> <p>Fuente: Trendy (2020)</p>
<p>Tocado: Es un accesorios que se usa sobre la cabeza para adornarla de forma total o parcial. Algunos de ellos se los coloca como parte del peinado sobre el cabellos.</p>	 <p>Imagen No. 9 Tocado</p> <p>Fuente: Guzman (2018)</p>
<p>Aretes: Son piezas para adornar el cuerpo, pero principalmente las orejas. En el mercado existe gran variedad en forma, tamaños y materiales. También se los conoce como zarcillo, pendientes o aritos. Tiene tres partes: la cabeza que va junto a la oreja, la mariposa que lo sostiene en la parte posterior y el adorno.</p>	 <p>Imagen No. 10 Arete</p> <p>Fuente: Fidel (2020)</p>
<p>Prendedor: También llamado broche o alfiler, adorna las prendas de vestir y sirve para sujetar las mismas. Hay de diferentes materiales, colores, tamaños y formas.</p>	 <p>Imagen No. 11 Prendedor</p> <p>Fuente: Puntas (2019)</p>

Fuente: (Verlag, 2009, págs. 54-68)

Elaborado por: Autora del proyecto.

2.1.1.4 Accesorios como complemento del vestuario

En el mundo de la moda los accesorios son muy apreciados, puesto que ocupan un lugar trascendental en el estilismo de atuendos por lo que va más allá del glamour y la estética, sino que puede enmarcar el género personal. Se han ido adaptando a las diferentes necesidades del tipo de usuario, es así como han evolucionado para dar vida a diferentes estilos no solo en materia prima sino también en colores, materiales, texturas, formas y tamaños. Se los considera como el punto de equilibrio en la vestimenta ya que el exceso o la ausencia de los mismos puede transmitir un mensaje equivocado de su portador, pues son un arma de doble filo que pueden dar un plus o empobrecer visualmente un atuendo. (Verlag, 2009)

2.1.1.5 Diseño de Accesorios en la moda

El diseño es una palabra que suele ser utilizada para referirse a la forma o aspecto de productos en lo que se refiere a las funciones, siluetas y líneas. Así mismo, al proceso que comienza con un boceto en papel de diferentes propuestas donde se juega con colores y texturas, antes de entrar al proceso de fabricación del producto terminado. Se puede diversificarlo ya que adquiere diferentes ramificaciones y muchas veces se lo ve vinculado con el arte, aunque son conceptos diferentes. (Pérez, 2016, pág. 26)

Al hablar de diseño de accesorios, se debe considerar que se divide en diferentes áreas y aspectos, por lo que se lo puede denominar como una planificación creativa que tiene como finalidad resolver un problema en específico como satisfacer alguna carestía. En el caso de los accesorios se conjugan los elementos con los principios para crear colecciones que se adapten al estilo de vida del cliente. Es decir, busca satisfacer diferentes necesidades que se han ido plantando a lo largo de la historia de la humanidad, un ejemplo sería que el diseño de modas responde la necesidad que tiene el hombre de cubrir su cuerpo. (Verlag, 2009, pág. 68)

Cabe mencionar que la finalidad del diseño de modas también es mostrar los cambios que vive el mundo como: los problemas sociales, económicos, históricos y culturales a través de la indumentaria. Una mujer a la moda refleja seguridad, resulta ser más encantadora, teniendo mejor aceptación de la sociedad, en otras palabras, se busca siempre captar las tendencias para adaptarlas a los cambios que se van dando a través del tiempo, todo esto reflejado en algo tan efímero como es la moda. (Lando, 2009, pág. 73)

2.1.2 La Joyería

El diseño de joyería debe ser analizado con mucha sutileza en los detalles y siempre dando una connotación especial a los materiales y acabados primorosos dado que es una variable que eleva el precio de mercado. La joyería utiliza materiales nobles, es decir, se la asocia con el lujo en la realización de piezas únicas que enaltezcan las cualidades de la persona; una mujer que utiliza una joya fina está transmitiendo glamour, así mismo, denota elegancia, comunica el status y la clase social a la que pertenece. Cada tienda orfebre tiene su estilo distintivo ya sea por la materia prima que utiliza o por diseños exclusivos que ofrecen para sus clientes más exigentes que juegan con los valores del mercado. **(Rúbi, 2017)**



Imagen No. 12 Joyas

Fuente: Carieda (2020)

2.1.2.1 Tipos de joyería

Joyería metálica

Se refiere a las joyas que son hechas con metales nobles o también considerados preciosos como es el oro, la plata, el bronce, el platino, el paladio y las diferentes combinaciones de estos. Según los expertos la calidad se debe medir por los quilates que representa la masa que tiene el metal en la pieza, por lo que el joyero debe tener precisión en los detalles al momento de transformar la materia prima. Son materiales costosos debido a que no es fácil trabajar con ellos y son escasos por lo que sube su valor no solo económico sino también sentimental.

Joyería no metálica





Son las que no tiene metales nobles finos, sino más bien están hechas con gemas o también llamadas piedras preciosas en donde su valor se mide por parámetros establecidos como el color, peso, pureza y talla. Pero para que sean consideradas joyas a las piedras como tal, se las debe tallar mediante un proceso que tiene precisión y alta calidad, incrementando así su valor y convirtiéndolas en exquisitas gemas. Por lo que se comercializa a precios exuberantes y son cotizados por las grandes elites o cazadores de joyas.

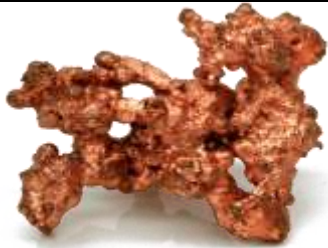



2.1.2.2 Materiales de joyería

En la joyería se utiliza ingredientes primos nobles que se encuentran en la naturaleza, es decir no están miscelados, contaminados o mezclados con otros, son difíciles de hallar ya se encuentran dentro de la tierra y gracias a la minería se los puede extraer.

Cuadro No.2 Materiales de joyería

Metales Nobles	
Oro: Es un metal noble con un brillo amarillento que no pierde su brillo fácilmente por el pulido. Posiblemente el metal más asociado con la joyería fina.	 <p>Imagen No. 13 Oro</p> <p>Fuente: Gutty (2016)</p>

<p>Platino: Es uno de los favoritos para trabajar con diamantes debido a su brillo blanco ya que es más fuerte que el oro. Sujeta las piedras con más seguridad.</p>	 <p>Imagen No. 14 Platino Fuente: Guty (2016)</p>
<p>Paladio: Se lo utiliza solo o para fabricar el conocido oro blanco, debido a su mezcla con oro puro, ya que no es muy común encontrar joyería de este material.</p>	 <p>Imagen No. 15 Paladio Fuente: Guty (2016)</p>
<p>Rodio: Se lo utiliza para bañar plata, platino y oro por su propiedad brillante; pero al ser una capa superficial con el tiempo se desgasta.</p>	 <p>Imagen No. 16 Rodio Fuente: Guty (2016)</p>
<p>Plata: Es uno de los metales utilizados para joyería por sus propiedades. Existen tres formulaciones, pero la principal es 950 que quiere decir que contiene 95% de plata y 5% de otro metal como puede ser el cobre.</p>	 <p>Imagen No. 17 Plata Fuente: Guty (2016)</p>

<p>Cobre: Se lo utiliza solo o en mezcla con otros metales debido a su densidad que permite trabajar y moldear fácilmente.</p>	 <p>Imagen No. 18 Cobre</p> <p>Fuente: Gutty (2016)</p>
<p>Piedras preciosas</p>	
<p>Diamantes: Se lo considera el mineral más cotizado mundialmente por su estructura rígida y cristalina.</p>	 <p>Imagen No. 19 Diamante</p> <p>Fuente: Gutty (2016)</p>
<p>Zafiro: Lo más característico es su color azul, aunque puede tener variaciones por impurezas en ciertos óxidos.</p>	 <p>Imagen No. 20 Zafiro</p> <p>Fuente: Gutty (2016)</p>
<p>Rubí: Tiene un característico color rojo, aunque puede tener variaciones en tonos rosa. Es extremadamente rígido.</p>	 <p>Imagen No. 21 Rubí</p> <p>Fuente: Gutty (2016)</p>

Esmeralda: Recibe este nombre por su color verde esmeralda, la variedad de este tono se da por la presencia de cromo o vanadio en los yacimientos.



Imagen No. 22 Esmeralda

Fuente: Guty (2016)

Fuente: (Saintesvan, 2009, págs. 146-199)

Elaborado por: Autora del proyecto

2.1.3 Bisutería

La bisutería tiene como finalidad imitar a la joyería, pero con una producción y materia prima mucho menos costosa porque permite trabajar en todo tipo de accesorios y adornos para complementar un outfit. Su comercialización es mucho menos exclusiva, pero eso no es un impedimento para elaborar piezas únicas con detalles similares a los de las joyas, pero teniendo en cuenta que pueden ser portables para cualquier ocasión de uso, incluso el día a día. **(Verlag, 2009, pág. 94)**

El principal motivo para comprar bisutería en vez de joyería es el precio ya que es mucha más económica, por lo que son aquellas piezas hechas con piedras sintéticas que intentan asemejarse a las auténticas. Las mujeres que portan adornos corporales como complemento deben tener en cuenta el no sobrecargar su imagen y sobre todo lucir sobriedad y elegancia sin caer en excesos que puede ser un instrumento de doble filo. Lo que da a entender que son mucho más comunes que las joyas por a su gran variedad en materiales y su portabilidad que es muy variada y adaptable. **(Rúbi, 2017)**



Imagen No. 23 Bisutería

Fuente: Bernal (2018)

2.1.3.1 Tipos de Bisutería

Bisutería artesanal

En cuanto a la bisutería artesanal se refiere, está hecha manualmente por medio de diferentes técnicas y métodos como son ancestrales o modernos para transformar la materia prima en el producto terminado. (Bernal, 2013, pág. 88)

Bisutería industrial

Se refiere a la que se fabrica utilizando moldes, troqueles u otros métodos industrializados, se crea piezas a gran escala de buena calidad en un tiempo de producción mucho más rápido que el artesanal, tiene variedad de color, forma, y precio dado que al ser producido en masa baja el costo de producción. (Bernal, 2013, pág. 89)

Bisutería mixta

La bisutería mixta es la que conjuga las dos anteriores, es decir puede ser creada con moldería, pero los acabados y toques finales son elaborados por un artesano, lo que eleva el precio del producto debido a su alta calidad en precisión y mano de obra. (Bernal, 2013, pág. 90)

2.1.3.2 Materiales para bisutería

La bisutería no está hecha con materiales preciosos, sino más bien con imitaciones y piedras minerales que se encuentran con facilidad, por lo que la oferta es relativa a la demanda, se puede encontrar con facilidad en tiendas o bazares.

Cuadro No.3 Tipos de materiales de para bisutería

Piedras semipreciosas: Son las que se pueden encontrar con facilidad en el mercado como el cuarzo, amatista, ágata, entre otras.



Imagen No. 24 Piedras semipreciosas

Fuente: Pinchili (2019)

<p>Perlas: Proviene de los moluscos de manera natural que están compuestas por carbonato de calcio por lo que tiene brillo y son rígidas.</p>	 <p>Imagen No. 25 Perlas Fuente: Pinchili (2019)</p>
<p>Swaroski: Son cristales checos que se caracterizan por su brillo dado por los cortes angulares similares al de las gemas.</p>	 <p>Imagen No. 26 Swaroski Fuente: Pinchili (2019)</p>
<p>Cuentas de plástico: Son una imitación de los cristales hechas de plástico, poseen brillo, texturas, colores, y formas ilimitadas.</p>	 <p>Imagen No. 27 Cuentas o mullos Fuente: Pinchili (2019)</p>
<p>Metales</p>	
<p>Acero: Es una combinación entre el carbono y el hierro, ideal para la elaboración de accesorios por sus propiedades de rigidez y brillo.</p>	 <p>Imagen No. 28 Acero Fuente: Pinchili (2019)</p>

<p>Latón: Es la combinación del zinc y el cobre que por la variedad en sus proporciones resulta manejable y fácil de trabajar.</p>	 <p>Imagen No. 29 Latón Fuente: Pinchili (2019)</p>
<p>Materiales de construcción</p>	
<p>Hilo: Es lo que sostiene y une a las cuentas, existe de diferentes grosores que se adapta a las necesidades de los materiales.</p>	 <p>Imagen No. 30 Hilo Fuente: Pinchili (2019)</p>
<p>Alambre: Sirve para unir, sostener o adaptarse a los accesorios dependiendo del grosor y el material.</p>	 <p>Imagen No. 31 Alambre Fuente: Pinchili (2019)</p>
<p>Pinzas: Existen en el mercado diferentes tipos de pinzas y cada una cumple una función. La plana sirve para abrir, cerrar y apretar. La redonda para dar forma y manipular los alambres. La de corte ayuda a cortar los excedentes.</p>	 <p>Imagen No. 32 Pinzas Fuente: Pinchili (2019)</p>

Fuente: (Bernal, 2013, págs. 104-127)



Elaborado por: Autora del proyecto


2.1.4 Materiales

2.1.4.1 Tipos de materiales

Los materiales son una parte esencial al momento de crear un nuevo producto, debido a que estos ayudan a marcar la diferencia y a innovar en los accesorios que ya están establecidos. Los materiales se clasifican de acuerdo a su origen y composición, pueden ser orgánicos, inorgánicos y sintéticos. Cada uno de éstos son extraídos o procesados de una manera diferente y su naturaleza varía según su composición ya que no se comportan de igual manera. **(Hollem, 2002, pág. 38)**

Cuadro No.4 Tipos de materiales según su origen

Tipos	Definición	Imagen
Orgánicos	Son todos los materiales que se encuentran en la naturaleza, pero se caracterizan por ser provenientes de los seres vivos. Son materiales que se regeneran por la naturaleza misma.	 <p data-bbox="1036 1419 1341 1507">Imagen No. 33 Orgánicos Fuente: Agrian (2018)</p>
Inorgánicos	Son los materiales que, aunque se obtienen de la naturaleza, no provienen de los seres vivos ya que son extraídos de rocas o de la tierra.	

		<p>Imagen No. 34 Inorgánicos</p> <p>Fuente: Agrian (2018)</p>
Sintéticos	<p>Estos a diferencia de los anteriores no están en la naturaleza, sino son producidos a partir de otros materiales industrializados. Un ejemplo es el plástico, elastina, látex, etc.</p>	 <p>Imagen No. 35 Sintéticos</p> <p>Fuente: Agrian (2018)</p>

Fuente: (Holle, 2002, págs. 50-53)

Elaborado por: Autora del proyecto

2.1.4.2 Materiales no tradicionales

Los materiales no tradicionales pueden adaptarse a las necesidades del diseñador y aportan no solo con texturas, sino también con colores, formas y volúmenes. Es así como se puede innovar con el diseño y también con la materia prima para darle un valor agregado con el trabajo hecho a mano. Se puede crear una nueva colección de accesorios que se basen en lo que muchos considerarían desechos, siempre y cuando se aplique un control de calidad adecuado, así mismo el responsable manejo de los desperdicios.

A lo largo de la historia los materiales no tradicionales se han conjugado con los tradicionales para crear propuestas de accesorios, esto se ha dado desde el principio de la existencia del hombre y su necesidad por mostrar sus jerarquías por medio de adornos en su cuerpo. Los materiales alternativos pueden ser percibidos como mensajes e interpretados por el diseñador, de tal manera que se inspire para trabajarlos en productos de moda. Es decir, las posibilidades de combinarlos están dadas por la creatividad, el estilo y el buen gusto de quien diseña o del equipo creativo. (Polo, 2017, pág. 65)

2.1.4.3 Retazos de tela



Imagen No. 36 Retazos de tela

Fuente: Alister (2017)

Los retazos de tela son los sobrantes o residuos que quedan luego de cortar las telas en los patrones, existen de diferentes tamaños, formas y colores según los requerimientos. En las fábricas se suele desechar todos despojos por grandes cantidades ya que no encuentran mayor utilidad para estos, por lo que se los puede recolectar y almacenar para darles una nueva vida útil. Existen personas que se dedican al correcto manejo de los desperdicios textiles, tanto a nivel nacional como internacional, es una tendencia que ha ganado terreno en las últimas décadas.

Tipos de fibras

Al hablar de fibras se debe tener en cuenta que su diámetro es extremadamente corto en relación a su longitud por lo que son muy parecidas a un cabello, sirven para la fabricación de telas e hilos textiles. Son un filamento pleglabe que influyen en el aspecto, textura y tacto, asi mismo aportan en el funcionamiento y las propiedades de la tela.

Cuadro No.5 Tipos de Fibras

Tipo de fibra	Materia prima	Calsificación	Nombres
Fibra natural	Son las que se producen en la naruraleza sin la intervención humana.	Pueden ser: -Animales -Vegetales -Minerales	-Algodón -Lino -Yute -Seda -Lana
Fibra artificial	Son las que tiene origen en la naturaleza, pero tienen filamento con intervencion de la mano del hombre.	Se calsifican en: -Celulósicas -No celulósticas -Minerales	-Acetatos -Rayon -Alginicas
Fibra sintetica	Son el resultado de diferentes procesos químicos fabricados por el ser humano.	Se clacifican en: -Policondensados -Polimerados	-Nylon -Poliester -Elastano -Acrílicos -Spantex, otros

Fuente: (Holle, 2002, págs. 240-276)

Elaborado por: Autora del proyecto

Tipos de tejidos

Es importante conocer las propiedades que tienen los tejidos para trabajarlos de mejor manera ya que son la unión de dos o más conjuntos de hilos que se entrelazan de una manera perpendicular. Consta de dos direcciones, los que están perpendiculares a la longitud es la urdimbre y a los que están en posición transversal se los denomina trama. Por lo que pueden existir un sinnúmero de variaciones en las telas que se dan por el balance o el control de los hilos entrelazados. (Hollem, 2002, pág. 583)

Cuadro No.6 Tipos de tejidos.

Tejidos	Concepto	Propiedades
Tejido plano	También llamados tafetán y nacen de una composición de hilos perpendiculares que se entrelazan por arriba y debajo de cada uno.	-No se estira si no tiene hilos elásticos. -Se deshila con facilidad. -Proporciona máximo cubrimiento.
Tejidos de punto	Son los que se fabrican industrialmente por medio de agujas entrelaza una malla con un conjunto de hilos.	-Elástica y móvil que se adapta al cuerpo. -Porosa -Tiene espacios abiertos.
No tejidos	Son los que se forman uniendo las fibras por medio de procesos químicos o disolventes y por compresión.	-Elimina las costuras. -Rápida producción. -No requieren de muchos procesos.

Fuente: (Hollem, 2002, págs. 387-416)

Elaborado por: Autora del proyecto

Reciclaje

Según Manzano, es reutilizar los materiales apreciados como despojos que tiene como propósito darles una nueva utilidad en un producto para salvaguardar el medio ambiente mediante el ahorro de materiales y generar nuevas fuentes de economía rentable. Es decir, de los mismos desechos se puede conseguir nueva materia prima para la creación de nuevos productos, de esa manera, se reduce la contaminación para así prolongar la vida del planeta tierra. En muchos países los procesos reciclaje de materiales son muy rigurosos y eso da como resultado materia prima de buena calidad. **(Manzano, 2006, pág. 73)**

El reciclaje radica en obtener una nueva materia prima, mediante el procesamiento de residuos, con la intención de alargar el ciclo de vida de un producto, ahorrando materiales y cuidando al medio ambiente, en algunos países las ganancias económicas que genera el reciclaje son rentables. Este consta de varias etapas, que consisten en la recolección y el transporte del material a las plantas de tratamiento, para lo cual una vez entrado el material se procede a almacenarlos para ser transportados a vertederos, en el caso de no ser aptos para reciclar o a para luego ser procesadas y convertidas en la nueva materia prima.

Debido a la rentabilidad del reciclaje en algunos países esto representa una gran fuente de trabajo para aquellas personas que son estimadas como mano de obra no calificada, de igual manera genera favores para los empresarios ya que, este proceso permite conseguir materia prima de segunda a costo básico y acrecentar la competitividad. **(Roben, 2013, pág. 17)**



Gráfico No. 1 Las 3R

Fuente: Loren (2018)

Moda Sostenible

La moda sostenible no es más que la etapa esencial del ciclo de vida de una prenda o producto para optimizar el beneficio medioambiental y moralista del mismo. El universo de la moda debería tener mayor arranque para la creación de modelos no solo con fines mercantiles, sino también dar apertura a ideas más sostenibles para el proceso de diseño y producción. La sostenibilidad dentro de la moda no es una modificación incesante de usar y tirar, contribuyendo de esta manera a un golpe ecológico y social, por lo que, dentro de la industria se empieza a notar este tema como una novedad, algo que les conduce a imponerse como marcas y diferenciarse de los demás. (Gwilt, 2014, pág. 23)

Según Jhon Lau (2013) Aunque en la actualidad coexisten diversas marcas dedicadas al diseño sostenible, existen diversos puntos de vista sobre el diseño y producción, todo dependerá de la orientación a la que se proyecte el diseñador, así mismo al proceso de creación, conjuntamente con patronistas, operarios, textiles, jefes de producción entre otros, de las instrucciones y habilidades que proporcione cada uno. (págs. 12,28)

Pilares fundamentales de la moda sostenible

Económico

La sostenibilidad en la actualidad está estimada como otra herramienta de transformación de la economía que ayuda a promover la ética y el compromiso social, puesto que los consumidores no se detienen a pensar que contexto existe detrás de un precio tan bajo, que existe en diferentes mercados. Representa una producción con costos superiores, debido a los procesos a los que debe ser sometida dicha prenda o material para ser reutilizado, además el desconocimiento de esta nueva tendencia ha provocado que muy pocas empresas que tienen un gran posicionamiento en el mercado desafíen este tipo de productos. Por otro lado, representa una fuente de ingresos económicos para varias personas que antes no habían sido tomados en cuenta, ya que varios de estos proyectos, han llevado a su inclusión.

Social

El fin social que encierra la sostenibilidad, va más allá del ponerse una prenda sino más bien, de la manera de terminar con la explotación a las que son sometidos los trabajadores en distintos países, para que se pueda obtener en el mercado prendas excesivamente baratas. Varios de estos proyectos han significado la creación de fuentes de trabajo para pequeños productores que anteriormente eran menos apreciados por las

grandes industrias, dejando de lado procesos cuestionables como las maquiladoras, capacitando a las personas que han decidido ser parte de este cambio social y medio ambiental. Sin embargo y a pesar de ser cada vez más los empresarios que se arriesgan a apostar por este tipo de diseño, se ha determinado que los consumidores ecológicos siguen constituyendo una minoría. **(Muñoz, 2016, pág. 52)**

Ecológico

El punto ecológico se puede enfocar hacia la reutilización de prendas y objetos que anteriormente, eran desechados, es decir dándoles tan solo una oportunidad de vida útil, generando de esta manera contaminación. Uno de los procesos de reutilización más reconocidos a nivel mundial consiste en la entrega del objeto o prenda a organizaciones benéficas, las cuales se encargan de distribuir las prendas ya sea para procesarlas como trapos, o recuperar los materiales, esto según el estado físico de la prenda. Los textiles, así como botellas plásticas, latas, relojes, chatarra, tardan años en descomponerse y éstos a su vez cuando lo hacen, generan altos grados de contaminación del suelo provocando la infertilidad del mismo. **(Gwilt, 2014, pág. 23)**

Estrategias de la moda sostenible

Varias de estas estrategias están direccionadas a la prosperidad medioambiental, gracias a la labor realizado en el sector de diseño ecológico, sin embargo, aún no se tiene en cuenta el equilibrio que debe existir entre problemas sociales, éticos y las exigencias económicas, por lo que las estrategias existentes suelen detenerse a dar respuestas sobre:

- Disminuir el consumo de recursos.
- Seleccionar procesos y recursos de bajo impacto.
- Desarrollar mejores técnicas de producción.
- Desarrollar los sistemas de distribución.
- Disminuir el impacto concebido durante el uso.

- Aumentar la duración de la vida de la prenda o producto.
- Renovar la utilidad de sistemas de fin de vida. (Gwilt, 2014, pág. 65)

2.1.4.4 Fajas indígenas

Chumbis y su significado

Las fajas indígenas o también denominadas chumbis en kichua, son una expresión simbólica de la cultura ecuatoriana, es un accesorio que se lleva en la cintura no solo como adorno sino también para sostener las prendas de vestir. Ha estado desde los inicios de las culturas, evolucionando, contando historias y representando a su etnia ya que son parte de su vestimenta tradicional. Por medio de colores y formas, cuentan historias de sus ancestros que se transmiten de generación en generación por lo que se dice que son tejidos con memoria. (Córdova, 2013, pág. 62)

Las chumbis son consideradas como una de las prendas más antiguas del territorio nacional, puesto que se originaron con las culturas prehispánicas de los Andes hace aproximadamente 1500 años. Su uso es muy parecido al de un cinturón pero a diferencia de éstos, su mecanismo de cierre es más simple de tal manera que solo consta de un nudo amarrado en la cintura. Es una pieza que la llevan tanto hombres como mujeres y se las considera como un patrimonio intangible que han dejado los antepasados para las nuevas generaciones.

Lo que tejen por largas horas en los telares representa la flora, fauna, fiestas ancestrales, la comovisión, la historia y la vida cotidiana de sus comunidades, ayudando a preservar la tradición para con sus descendientes. Por otra parte, los chumbis sirven para comunicarse con la sociedad ya que indican si una persona está casada, es soltera o ha enviudado, así mismo, según la complejidad también se puede distinguir la clase social a la que pertenece. Son una parte fundamental en la vestimenta a causa de que mientras

sostiene el anaco estan comunicando, representando su cultura y a su vez estilizan la figura. (Moreta, 2016, pág. 12)



Imagen No. 37 Chumbis

Fuente: El Comercio (2016)

Elaboración de chumbis

Los chumbis son elaborados de manera artesanal en los telares donde la técnica se va transmitiendo de generación en generación por lo que se adapta a las diferentes necesidades. Para el que se lleva en la cintura el ancho debe ser de 10 a 15 centímetros con una longitud de 2,5 metros en donde los colores varían según la cultura, significado y estado civil. El material con el que se produce puede ser de lana de borrego, hilos de

algodón, hilos acrílicos o hilos de costuras ya tratados en madejas que se coloca en los telares y se van entrelazando para recrear las figuras de manera paulatina. (Moreta, 2016, pág. 12)



Imagen No. 38 Telares

Fuente: (El Comercio, 2020)

El tiempo de elaboración varía de acuerdo a la complejidad de los tejidos por lo que pasan de entre 5 a 8 horas diarias sentados frente al los telares entretejiendo los hilos por una o dos semanas según sea el caso. En la mayoría de los casos, aprenden el oficio desde los ocho a diez años con figuras simples; con el pasar del tiempo va aumentando la complejidad y continuando el aprendizaje hasta contar una historia completa. Por lo que pasan ya mayoría del tiempo creando piezas que se encuentran en el mercado con precios de hasta \$250.

Los telares de cintura están ensamblados con dos troncos gruesos anclados al piso y otros más delgados atados con cabuyas en forma horizontal en la parte superior e inferior. Un enjudio está sujeto a un objeto fijo y el otro a la tejedora, generalmente por medio de una faja que pasa alrededor de su espalda; la tejedora se inclina hacia atrás y usa el peso de su cuerpo para tenzar el telar. En los telares tradicionales, los dos cobertizos principales se manejan por medio de un rollo de cobertizo sobre el que pasa un juego de urdimbres y lizos de hilo continuo que encierran cada una de las urdimbres en el otro conjunto. **(Moreta, 2016, pág. 23)**

Las fajas como artesanía

Para que un producto pueda denominarse artesanía debe ser realizado en su mayoría manualmente, sin mayor intervención de máquinas, así mismo debe utilizar métodos ancestrales. En el país existen muchos artesanos que han trabajado toda su vida con sus manos para crear obras únicas, llenas de identidad con diferentes técnicas y materiales que se han ido transmitiendo a lo largo de las generaciones, que son apreciadas no solo a nivel nacional, sino también convirtiéndose en piezas muy cotizadas de exportación. Las fajas toman entre dos a tres semanas en tejerse sin la intervención de maquinaria, únicamente con telares. **(UNESCO, 2017, pág. 3)**

Dada la complejidad y a su tiempo de elaboración, las artesanías deben ser consideradas como parte fundamental de la cultura ecuatoriana ya que sus conocimientos milenarios aparecieron mucho antes de que existan registros. No se debe separar la cultura con la artesanía ya que van de la mano, se conjugan y complementan entre sí. Denotan identidad étnica por lo que no se puede pasar por alto la complejidad en los tejidos ya que transforman la materia prima desde cero.





Las Chumbis Salasakas

Según Whirak Qhamak, que es el director del museo de la cultura Salasaka, explica que se ha investigado el origen de esta prenda y se descubrió que es algo muy sagrado para la comunidad, tomando en cuenta que hace cientos de años se registraba la historia de manos de un escribano, en el Chumbi. Cada acontecimiento era dibujado con hilos, se retrataba el número de alcaldes e integrantes de las festividades y también los símbolos con que se ejecutaban las actividades. **(Qhaman, 2013, pág. 23)**

Iconografía

Los elementos iconográficos se encuentran presentes en varias confecciones textiles Salasakas, tanto en piezas de comercialización como chumbis al igual que se refleja en los bordados de sus prendas de vestir en mayor cantidad en la vestimenta para rituales. La iconografía que se puede hallar en piezas textiles es muy variada y vistosa, los motivos estilizados que conforman la iconografía son el hábitad de este pueblo andino.

Cuadro No.7 Iconografía Salasaka

Iconografía	Descripción	Imagen
Motivos zoomorfos	Son representaciones de animales como venados, monos, chivos, borregos, conejos, caballos, perros, lobos entre otros.	 <p>Imagen No. 39 Zoomorfos</p> <p>Fuente: Quaman (2019)</p>
Motivos ornitomorfos	Destaca la representación de pájaros de agua, colibríes, gallos, pavos reales, pavos de monte y el cóndor	 <p>Imagen No. 40 Ornitomorfos</p> <p>Fuente: Agrian (2018)</p>
Motivos tropomorfos	Referido a situaciones festivas, hombres disfrazados de mestizos, de animales, de soldados, capitanes, pendoneros.	 <p>Imagen No. 41 Tropomorfos</p> <p>Fuente: Agrian (2018)</p>
Motivos Fitomorfos	Representaciones estilizadas de plantas nativas utilizadas para sanaciones o medicinales.	 <p>Imagen No. 42 Fitomorfos</p> <p>Fuente: Agrian (2018)</p>

Fuente: (Qhaman, 2013)

Elaborado por: Autora del proyecto

Colores

Existen muchas versiones acerca de la cromática de la vestimenta Salasaka, el color negro y blanco que utilizan los varones tiene como significado la feminidad y masculinidad, personifica el día y la noche, al igual que también simboliza los colores del cóndor considerado animal sagrado que representa la chacana y el conocimiento de los incas. Las mujeres Salasakas utilizan vestimentas con colores variados. Colores que representan a la madre naturaleza como la feminidad, la papa, el maíz, la arveja y todo lo que representa la pachamama. **(Qhaman, 2013)**

Además de su habilidad para el hilado y el tejido, también desarrollan sus propias técnicas de tintura, manteniendo también en ese aspecto su autonomía, existen 34 variedades de hierbas entre los elementos naturales utilizados por los artesanos para el teñido de la lana. Además de los elementos herbáceos, los Salasacas desarrollaron técnicas de teñido en base a la cochinilla, es gusano que criaban en los cactus y se utilizaba para producir tintes para las telas. El proceso del teñido natural se basa en colores sacados de la vegetación que representan la pachamama y la cosmovisión andina, según las técnicas indígenas que han traspasado por generaciones. se encontraban colores en cortezas, hojas y raíces que se las hervía y penetraban en la lana para no salir más. (Logroño, 2017)

2.2. Marcas referentes

ESTEFI WRIGHT



ESTEFI WRIGHT

Imagen No. 43 Logotipo de Wright

Fuente: Wright (2017)

Es una marca creada por Estefanía Wright en el 2009 en la ciudad de Guayaquil; lo que empezó como el amor por el arte y con un viaje a la India, se consolidó como una marca de estilo y calidad que tiene sucursales en diferentes ciudades del país. Su creadora empezó con su pasión por las joyas debido a su madre, ya que era una coleccionista de gemas y poco a poco fue enseñándole sobre el mundo de las piedras preciosas. (Wright, 2017)

Wright también estudio diseño gráfico fuera del país, su madre también es fotógrafa y desde pequeña le enseñó sobre artes visuales, actualmente maneja mucho sus páginas web y redes sociales que le han ayudado a posicionarse no solo nacional sino internacionalmente, ya que publica sus colecciones y muestra su trabajo de una manera

muy sobria y elegante. Una de sus inspiraciones son las estrellas y el espacio exterior, plasmando así su ingenio en cada una de las piezas que fabrica desde cero y trata de siempre seguir su estilo personal al momento de crear una nueva colección. (Wright, 2017)



Imagen No. 44 Artículos

Fuente: Fuente: Wright (2017)

O´ Domecq

The logo for Maison Domecq is written in a highly decorative, cursive script. The word 'Maison' is on the top line, and 'Domecq' is on the bottom line. The 'D' in 'Domecq' is particularly large and ornate, with a long, sweeping tail that extends downwards and to the right. A horizontal line is drawn under the word 'Domecq'.

Imagen No. 45 Logo de Domecq

Fuente: Domecq (2026)

La diseñadora industrial y docente argentina Mayte Ossorio creó su marca de moda O´Domecq como un emprendimiento personal. La idea nació gracias a su preocupación por el medio ambiente, que está cada vez más frágil debido a la irresponsabilidad del hombre en mantenerlo. Para sus productos utiliza materiales reciclados de empresas de cueros y textiles, es decir prefiere la sostenibilidad en cuanto la materia prima, los diseños se caracterizan por la aplicación de técnicas como pintura, encajes y pegados. Las colecciones se caracterizan por su variedad y buen gusto, son dejar de lado el aporte a la naturaleza. (Ossorio, 2014)

Hoy en día la Marca O'Domecq cuenta con una casa de producción a la que nombraron Maison O donde se conjuga la belleza del diseño con el medio ambiente por medio de accesorios femeninos y llamativos. En sus inicios utilizaron remanentes de cuero de diferentes fábricas, con lo que crearon alrededor de 7000 piezas de bisutería de alta gama. La marca no solo vende bellos productos, si no también calidad, sostenibilidad y empoderamiento a quien los utiliza. (Ossorio, 2014)



Imagen No. 46 Artículos

Fuente: Domecq (2026)

2.2.1 Visionario

Luiny



Imagen No. 47 Luiny

Fuente: Luiny (2016)

La diseñadora puertorriqueña autodidacta Luiny Rivera decide mudarse para Nueva York para abrir una tienda de accesorios con la marca LUINY en el año 2014, tiene éxito en corto plazo debido a la creatividad de sus colecciones. Los diseños se caracterizan por tener formas orgánicas, texturas llamativas y adornos sobrios que evocan el espíritu aventurero y el estilo de vida viajero de los usuarios. La diseñadora está muy conforme

con los resultados de sus colecciones y la aceptación de las personas que han tenido gran acogida en estos años. (Rivera, 2016)

Para Luiny cada pieza es única, debe ser tratada con altos estándares de calidad, porque está su firma y reputación es juego, entonces creó su propio estudio donde diseña accesorios con estilo minimalista. Las colecciones son atemporales y se adaptan tanto al uso diario como a eventos sociales por la sobriedad en sus acabados. Al jugar con metales y materiales del entorno, las posibilidades de innovar van más allá de lo tradicional por lo que los productos son portátiles para una cliente contemporánea. (Rivera, 2016)

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

3.1.1. Análisis PEST

3.1.1.1 Entorno Político

El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida busca garantizar que se cumplan los derechos humanos desde la concepción hasta muerte, teniendo una visión no solo integral sino también inclusiva para que todos se beneficien sin excepción alguna. Cuenta con tres ejes centrales y cada uno de ellos contiene tres objetivos que garantizan una vida digna para todos los ecuatorianos y extranjeros nacionalizados, trata temas como Derechos para todos durante toda la vida, Economía al servicio de la sociedad, más Sociedad y mejor Estado. Este plan nacional está pensado para salvaguardar los recursos naturales y la soberanía del territorio nacional en un período de cuatro años y como modelo para el futuro.:

“El objetivo 3 es garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

3.7 Incentivar la producción y consumo ambientalmente responsable, con base en los principios de la economía circular y bio-economía, fomentando el reciclaje y combatiendo la obsolescencia programada.” (Plan Nacional de Desarrollo 2017- 2021 Toda una Vida, 2017, pág. 362)

Es importante entender que las políticas son favorables para la industria textil ya que estimulan a un modelo de negocio más sostenible donde el reaprovechamiento tiene protagonismo. Es así como para la elaboración de los accesorios de moda con materiales

no tradicionales se reutilizará remanentes o desperdicio, contribuyendo a cumplir el objetivo 3 y proteger la biodiversidad del país. Al entrar en el mercado con productos eco amigables se puede llegar a la conciencia del consumidor para que exista mayor oferta y demanda.

En la política 3.5 del Plan Nacional de desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida” se menciona: “Impulsar la economía urbana y rural, basada en el uso sostenible y agregador de valor de recursos renovables, propiciando la corresponsabilidad social y el desarrollo de la bioeconomía.” (Plan Nacional de Desarrollo 2017- 2021 Toda una Vida, 2017, pág. 365)

Las leyes y políticas a favor del medio ambiente son loables debido a que se busca la conservación y preservación de la naturaleza, favoreciendo al sector productivo eco amigable y por ende a la eco moda. Es así como los accesorios con materiales no tradicionales son exequibles en el mercado ya que promueven la identidad pluricultural y multiétnica con altos estándares de calidad, favoreciendo a impulsar la bioeconomía en donde se adquiera responsabilidad sobre el manejo de desperdicios.

3.1.1.2 Entorno Económico

Ecuador es un país donde la economía es muy variable debido a que su principal fuente de ingresos es la industria petrolera. Su precio llega a ser incierto en algunas ocasiones debido a la oferta y la demanda dado que sus principales destinos son China, Estados Unidos y la Unión Europea. Pero no es su única fuente de ingresos ya que la exportación de camarón, café, cacao y rosas, combinados con la industria nacional y la recaudación de impuestos, fomentan el crecimiento económico para cubrir costos de salud, educación y gastos públicos. (Banco Mundial, 2020)

La industria textil dentro del país es la segunda en generar plazas de trabajo según el Ministerio de Industria y Productividad, con 174.25 que representa el 21%, con ventas \$1.313 millones anuales de toda la traza manufacturera. Es por esto que el sector de la moda sigue expandiéndose y adaptándose a los cambios de los últimos años, por el volumen de sus ventas puede seguir generando empleo en las diferentes áreas. Los accesorios al ser parte de los atuendos no están alejados de esta realidad, por lo que se puede observar mayor la competitividad en el mercado nacional e importado. (Revista Lideres , 2019, pág. 6)

A pesar de lo grande que es la industria textil e indumentaria ha sufrido bajas por la pandemia del Covid 19 con pérdidas de hasta el 10% en el 2020 en relación al 2019. Esto se debe a la paralización obligatoria a la que se sometieron todas las empresas como medida de prevención, que dió como resultado la reducción del 85% en los ingresos. Se aspira que las ventas de temporada navideña ayuden a reducir la perdida de este año, contribuyendo a que la economía nacional no decaiga y pueda recupere en los próximos años. (Gomes, 2020, pág. 34)

3.1.1.3 Entorno social/ cultural

En un estudio realizado por la UNESCO, se logró determinar que los medios fundamentales para el desarrollo, emisión e interpretación de las convicciones, valores y actitudes, son las prácticas culturales, las expresiones como patrimonio de los individuos y las comunidades. Esto se debe a que la cultura está tan arraigada en los Ecuatorianos puesto que, al ser un país pluricultural y multiétnico se busca preservar las costumbres de las diferentes agrupaciones. Por esto los valores, las relaciones sociales se puede evindenciar en el día a día de los diferentes grupos sociales. (2017, pág. 78)

El progreso social va de la mano con el respeto a las diferencias donde se busca la convivencia de toda la población, pero sin dejar de lado a los grupos vulnerables dado que

la inclusión es parte con la evolución de la sociedad. Para ello se han creado leyes que amparan y promueven una mejor calidad de vida por medio de brigadas, conferencias, y foros sobre la importancia de la inclusión no solo social sino también económica. De esta manera se puede observar en los espacios públicos rampas, ascensores o espacios destinados para personas con capacidades especiales, entregándoles dignidad y facilidades que antes no tenían por ser considerados una minoría.

El covid 19 ha traído consigo muchos cambios sociales empezando por el confinamiento que hizo que muchos negocios decaigan, las familias se distanciaron, las actividades de grupo se cancelaron y la nueva normalidad con el uso de mascarilla. Las personas se acostumbraron a vivir de una manera muy diferente en donde el cuidado y la higiene era la diferencia entre la vida y la muerte, adquiriendo nuevos hábitos. Lo que dio como resultado que se priorice el cuidado de quienes son vulnerables o de una edad avanzada para preservar su seguridad y que no colapse la salud pública.

3.1.1.4 Entorno Tecnológico

En cuanto a la producción de accesorios dentro del territorio nacional, la tecnología se ha visto opacada por el trabajo artesanal ya que existen una gran variedad de técnicas que se han ido transmitiendo de generación en generación. Los productos son apreciados no solo a nivel nacional sino también internacional gracias a la complejidad con la que fueron realizados, elevando su precio. Es decir, hay muchos artesanos que no necesitan de ninguna herramienta para realizar sus productos que son más valiosos económica y sentimentalmente por el tiempo y la dedicación que llevan concluirlos. (Chanataxi, 2017)

La tecnología ayuda a la venta y distribución de productos, como es el caso de las redes sociales y las páginas web en donde por medio de una publicación se puede realizar ventas. Hoy en día estas son consideradas como un modelo de negocio y en el caso de los accesorios no es la excepción ya que así se puede llegar a más clientes, sin la necesidad

de un espacio físico. El internet está cada vez más al alcance de todos y es una herramienta que se las puede utilizar a favor de cualquier negocio.

3.1.1.5 Entorno ambiental

Ecuador se rige a al Marco Normativo Ambiental que reconoce los derechos de la naturaleza, el equilibrio y la sostenibilidad que está vigente desde la Constitución del 2008. Esta busca precautelar los derechos de la “pacha mama” o madre tierra por medio de la protección, el control y cuidado de los recursos renovables dentro del territorio nacional, incluyendo el espacio marítimo. Dichas normas se han suscitado por medio de convenios internacionales relacionados con la conservación del ambiente, están orientadas a salvaguardar el patrimonio natural tangible de todos los ecuatorianos.

Por otra parte, la Asamblea Constituyente en su artículo 395 menciona:

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

2) Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales y jurídicas en el territorio nacional. (Asamblea Nacional, 2008, pág. 167)

Es así como se plantea el desarrollo sostenible en la industria textil, ya sea implementando incentivos o velando por la conservación de la biodiversidad, no solo a corto sino también a largo plazo. Pero esto se rige para todos los ecuatorianos y extranjeros ya que el medio ambiente se ha visto muy afectado a lo largo de las últimas décadas. El diseño de modas y accesorios debe adaptarse a todas las normas, ya que si se cumple a

cabalidad con ellas se logrará ver cambios muy significativos y nuevos recurso renovables para seguir produciendo y contribuyendo a la economía.

3.1.1.6 Entorno legal

LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Art. 1.- El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

- 1.** Los derechos de autor y derechos conexos.
- 2.** La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a) Las invenciones;
 - f) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g) Los nombres comerciales;
 - i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.
- 3.** Las obtenciones vegetales. Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia. (Asamblea Nacional 2008)

Emisión del Registro Único del Contribuyente (RUC)

1. Si usted es ecuatoriano o extranjero residente: original y copia a color de su cédula de identidad.
2. Si es extranjero no residente: original y copia a color del pasaporte y tipo de visa.
3. Solo ecuatorianos: original del certificado de votación.

4. Original y copia de cualquiera de estos documentos, que indican el lugar donde tendrá sede su actividad económica (pueden estar o no a su nombre):
5. Una planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono) de los últimos tres meses.
6. Estado de cuenta bancaria, de tarjeta de crédito o de telefonía celular de los últimos tres meses.
7. Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta de la persona.
8. Contrato de arrendamiento.

Permiso de medio ambiente

Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos (una vez realizada la inspección)

1. Copia de cédula
2. Copia del RUC
3. Certificado de no adeudar en el Municipio
4. Línea de fábrica (eso se hace en el Municipio)
5. Con esto en mano, hacen la revisión del local, y algunas sugerencias que hay que cumplir, esto se debe verificar cada año porque los requisitos cambian constantemente.

3.1.2 Tendencias de consumo

Al presente las tendencias de consumo están dadas por los cambios sociales y culturales que se van produciendo en el mundo, que está cada vez más globalizado gracias al internet. Es así como aparecen los influencers que muestran sus gustos, estilos de vida y actitudes por medio de las redes sociales, llegando así a las grandes masas que buscan imitarlos. De esta manera se puede analizar las tendencias desde un punto de vista más comercial, donde aparecen temas como productos adaptados localmente y la sostenibilidad. (FEDEXPORT, 2020)

Los nuevos modelos de negocio están siendo aprovechados por los líderes de la sostenibilidad que por medio de reutilizar, reusar, alquilar y compartir ofrecen más con menos. Así es como los clientes están cada vez interesados en adquirir productos que sean sostenibles y aporten a la calidad de vida del planeta tierra donde la materia prima debe ser eco amigable. En un mercado tan competitivo como es Ecuador se debe ir acorde a las tendencias y ofrecer productos con materiales que pueden reutilizarse para satisfacer la necesidad de contribuir al cuidado del ecosistema. (FEDEXPORT, 2020)

Por otro lado, la necesidad de destacar la marca país está dando como resultado de que sea más común que los consumidores busquen productos con identidad y que revaloricen la cultura. El sentido de individualidad e identidad nacional está creciendo dentro de los consumidores que buscan marcas locales que sean auténticas. De esta manera se puede ganar la lealtad del consumidor ya que al ofrecer productos con identidad, se está entregando un valor sentimental al producto.

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

Para la segmentación del mercado potencial se estudiará a las mujeres de Ambato de entre 20 a 35 años de edad, de un nivel socio-económico medio- medio alto, para entender de mejor manera su estilo de vida, gustos, preferencias y necesidades.

Cuadro No.8 Segmentación del mercado potencial.

VARIABLES GEOGRÁFICAS	VARIABLES SOCIOECONÓMICAS:
<p>Continentes: América</p> <p>País: Ecuador</p> <p>Provincia: Tungurahua</p> <p>Ciudad: Ambato</p>	<p>Ingresos: Medio alto</p> <p>Ocupación: Estudiante- Profesional</p> <p>Educación: Universitaria</p> <p>Nivel Socio-económico: Medio- Medio alto</p>

Variables demográficas
<p>Edad: 20-35 años</p> <p>Sexo: Femenino</p> <p>Ciclo de vida familiar: Solteras/ casadas</p> <p>Distribución de ingresos: estudios, alimentación, vestido.</p>
Variables pictográficas
<p>Personalidad: alegre, extrovertida, auténtica y dinámica</p> <p>Intereses: la moda, ecología, respeto por la vida, tendencias actuales, la tecnología.</p> <p>Gustos: cuidar su imagen, ser versátil, entender lo que sucede en el mundo y está al día con los problemas sociales.</p> <p>Opiniones: cree que estamos a tiempo para salvar el planeta.</p>
Valores conductuales
<p>Valores: estéticos y detalles de elaboración.</p> <p>Expectativa: busca estar a la moda, sin dejar su estilo a un lado.</p> <p>Lealtad de marca: está a gusto con lo que consume, aunque no teme probar nuevas cosas.</p> <p>Beneficios buscados: diseño, calidad e innovación.</p> <p>Tipo de usuario: es capaz de adaptarse a la actualidad en cuanto a moda, busca tener un estilo personal pero siempre se conjuga con las tendencias.</p>

Elaborado por: Autora del proyecto

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia

En la actualidad, la moda como industria se encuentra valorada en \$3000 billones. Uno de los factores más determinantes son las ventas que se han incrementado

progresivamente a lo largo de los últimos cinco años, que van en aumento de acuerdo a su población, es así como se prevé que el 48% de los gastos sean en prendas y accesorios para mujeres. Por otro lado, que el 34% sea para indumentaria de hombre y el 18% para prendas infantiles. (Cruz, 2016)

Por otra parte, a nivel nacional, en la manufactura de la indumentaria se estima que los ecuatorianos destinan de entre el 15% y el 20% del sueldo en ropa y accesorios. Dentro de las estadísticas también se determina que quién más consume productos de moda son las mujeres, debido a que su atención se enfoca en vestimenta, calzado y accesorios. De esta manera se calcula que el mercado es altamente competitivo, pero va de la mano con la demanda, ya que al presentar productos que atraen la atención de usuarios se puede manejar de mejor manera un modelo de negocio. (Cruz, 2016)

En la ciudad de Ambato los accesorios de bisutería tienen diferentes valores que varían según los materiales, la calidad y el lugar donde se los comercializa. Se puede encontrar bisutería sencilla a precios accesibles, que puede costar entre \$1,00 hasta \$9,00, pero también existen las más sofisticadas, de mejor calidad en materiales y acabados que puede llegar a costar hasta \$200,00 dentro del mercado local.

3.1.5 Índice de saturación del mercado potencial

Tabla No.1 Población de Tungurahua

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	1.098	0,2%	398	0,1%
De 90 a 94 años	1.275	0,3%	1.207	0,2%
De 85 a 89 años	2.764	0,6%	3.163	0,6%
De 80 a 84 años	4.550	1,0%	5.612	1,1%
De 75 a 79 años	6.850	1,6%	7.867	1,6%
De 70 a 74 años	8.606	2,0%	10.581	2,1%
De 65 a 69 años	10.372	2,4%	13.675	2,7%
De 60 a 64 años	12.470	2,8%	15.761	3,1%
De 55 a 59 años	13.602	3,1%	18.951	3,8%
De 50 a 54 años	17.837	4,0%	21.629	4,3%
De 45 a 49 años	19.456	4,4%	26.371	5,2%
De 40 a 44 años	23.705	5,4%	28.966	5,7%
De 35 a 39 años	27.678	6,3%	32.874	6,5%
De 30 a 34 años	30.367	6,9%	37.189	7,4%
De 25 a 29 años	33.298	7,5%	42.233	8,4%
De 20 a 24 años	41.475	9,4%	45.622	9,0%
De 15 a 19 años	45.287	10,3%	49.701	9,8%
De 10 a 14 años	47.913	10,9%	49.194	9,7%
De 5 a 9 años	48.158	10,9%	48.391	9,6%
De 0 a 4 años	44.273	10,0%	45.198	9,0%
Total	441.034	100,0%	504.583	100,0%

Fuente: (INEC, 2019)

Elaborado por: INEC

Según el último censo nacional el total de la población de hombres y mujeres de entre 20 a 34 años equivale a 125.044 de la cual el 51,5% son mujeres, se puede decir que en el mercado potencial de Tungurahua hay 54,147 mujeres de entre 20 y 34 años, las mismas que son consideradas como laboralmente activas y con poder adquisitivo. Lo que

se pretende es llegar a este público objetivo donde las mujeres son económicamente independientes o jefas del hogar. (INEC, 2019)

Se busca llegar a este público objetivo para captar su atención no solo por los diseños, sino también por el manejo de materiales alternativos para resaltar la imagen y complementar los atuendos. Estas mujeres tienen la necesidad de verse empoderadas, con ganas de comerse al mundo y llenas de ilusión por cumplir sus metas. Por tanto, se aplicará la muestra en mujeres de la ciudad de Ambato para entender de mejor manera sus necesidades y gustos al momento de adquirir accesorios de bisutería.

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

En la ciudad de Ambato existe varias tiendas en donde se puede adquirir accesorios de moda, ya sea en tiendas físicas o tiendas On line. La bisutería es un campo muy competitivo ya que son el complemento perfecto de un atuendo y no se necesita mucho dinero para adquirirlas, la oferta está en constante equilibrio con la demanda. La importancia de innovar en diseño y accesorios juega un papel clave al momento de la elección del usuario ya que, si existe mucha competencia, es una manera de crear fidelidad con el cliente.

Noa accesorios

Noa es una tienda de accesorios que está ubicada en el centro de la ciudad de Ambato; cuenta con dos tiendas físicas, la primera en la calle Simón Bolívar 1604 y su sucursal en la calle Joaquín Lalama. Su propietaria es Katherine Gallegos, quien inauguró el primer local en el año 2018. Ha tenido gran acogida en el mercado por su excelente manejo de publicidad y variedad de productos, que siempre están en constante innovación. El rápido crecimiento de lo que empezó como un pequeño emprendimiento hoy en día es una de las favoritas de las ciudadanas ambateñas al momento de elegir accesorios.

Análisis de las 4p de marketing

Cuadro No.9 Análisis de las 4p de marketing

Producto: Variedad Diseño Marca Embalaje	Precio: Varía según el producto Aceptan tarjeta de crédito
Plaza: Ubicación Sucursales Tienda on line	Promoción: Publicidad en redes sociales Descuentos en fechas especiales

Elaborado por: Autora del proyecto

Estrategias de competitividad

Cuadro No.10 Análisis de las estrategias de competitividad.

Ventas on line Excelente atención al cliente Sucursales Manejo de redes sociales Promociones por ocasiones especiales

Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis interno de la empresa

Cuadro No.11 Análisis interno de la empresa.

Debilidades de la empresa	Fortaleza de la empresa
Importación de accesorios	Mucha variedad en accesorios
Baja calidad	Variedad en precios
Precios altos	Lealtad del cliente

Elaborado por: Autora del proyecto

Mística

Mística es una tienda on line de accesorios de moda hechos a mano de la diseñadora ambateña Marisol Gortaire, quien inició su trabajo en el 2015 por medio de accesorios bajo pedido principalmente. Se caracteriza por la precisión en los detalles, en la calidad de sus acabados, ya que conjuga colores y elementos para dar como resultado piezas de bisutería de alta gama. Tiene muy en claro el concepto de elegancia por lo que su público objetivo se va extendiendo cada vez más no solo a nivel local, sino también llegando a diferentes ciudades del país.

Análisis de las 4p de marketing

Cuadro No.12 Análisis de las 4p de marketing

Producto: Calidad Diseño Marca Variedad	Precio: Varía según el producto Aceptan tarjeta de crédito Anticipos
Plaza: Tienda on line	Promoción: Publicidad en redes sociales

Elaborado por: Autora del proyecto

Estrategias de competitividad

Cuadro No.13 Análisis de las estrategias de competitividad

Ventas on line
Excelente atención al cliente
Manejo de redes sociales
Calidad en los productos
Trabaja con influencers locales

Elaborado por: Autora del proyecto

Análisis interno de la empresa

Cuadro No.14 Análisis interno de la empresa.

Debilidades de la empresa	Fortaleza de la empresa
No tiene local	Calidad en accesorios
Precios altos	Diseños sobrios
	Diseñadora calificada

Elaborado por: Autora del proyecto

3.2. Análisis interno

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

Para poder llevar a cabo este proyecto es necesario tener en claro los recursos que intervienen directamente para su elaboración, siendo estos recursos económicos, recursos humanos y los recursos tecnológicos.

Recursos económicos:

Los recursos económicos que se utilizará para materializar el proyecto provienen del capital del investigador; para tener más claro la disponibilidad, es necesario hacer un análisis financiero. Los recursos económicos se destinarán para la compra de materiales e insumos necesarios para iniciar la producción, por ello se debe empezar a cotizar en las diferentes tiendas locales. Disponiendo de una reserva para gastos varios, ya que a lo largo del proyecto pueden existir imprevistos que afectarían al presupuesto establecido.

Recursos humanos:

Para la elaboración del presente proyecto, los recursos humanos son fundamentales, para empezar, se contará con la guía de un tutor que es el encargado de dirigir y revisar todo el proceso de investigación. También se contará con la asesoría de expertos en diferentes áreas que son necesarias para materializar el producto final, con la asesoría de diseñadores de accesorios y artesanos. Todos ellos son parte fundamental ya que en cada etapa es necesario contar con la guía de un experto para evitar errores.

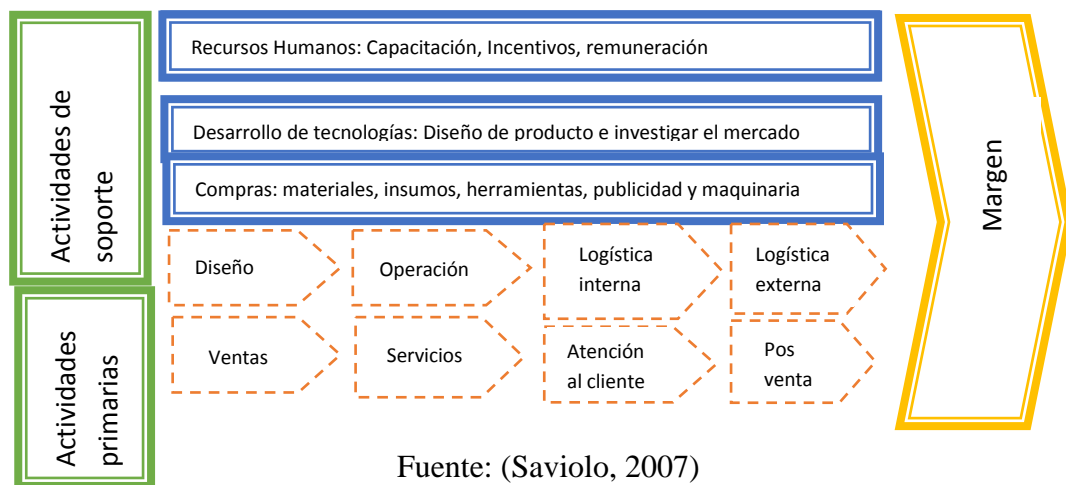
Recursos tecnológicos:

Dentro de un proyecto son sumamente necesarios los recursos tecnológicos como un computador, servicio de internet y Microsoft ya que sin estos no podríamos llevar a cabo la investigación de manera eficaz. Para plasmar las ideas es necesario contar con programas como Adobe Ilustrador o Adobe Photoshop, que son las herramientas que ayudan a recrear en la pantalla los diseños. También es importante destacar que el trabajo hecho a mano es parte fundamental del proyecto por lo que las técnicas artesanales serán las protagonistas y van de la mano con herramientas como la cortadora laser.

3.2.2 Análisis Cadena de valor

La cadena de valor es parte fundamental para definir ciertas estrategias competitivas, frente a otras empresas que tiene iguales o similares productos a lo que se está ofertando, es importante buscar nuevas ideas que atraigan la atención del cliente. Las ideas nuevas han traído muchos beneficios no solo para la empresa sino también para satisfacer las necesidades del usuario o para crear unas nuevas con fines netamente comerciales. Determina las fases iniciales, medias y finales del ciclo productivo, en otras palabras, la producción, transformación y distribución del producto para lo que se debe analizar el mercado para saber sus precios o estándares los cuales se puede resumir en el siguiente cuadro. (Saviolo, 2007, pág. 83)

Cuadro No.15 Cadena de Valor



Fuente: (Saviolo, 2007)

Elaborado por: Autora del proyecto

3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo

Es uno de los pasos más importante ya que sin una previa investigación, no se podría llegar a entender de mejor manera los temas tratado dentro del proyecto. Gracias

al estudio se ha podido determinar de mejor manera cuales son los requerimientos del cliente para así poder plantear los materiales, tipología, análisis del mercado, colores, tendencias, el entorno y estilo de vida. Para esto se debe plantear preguntas claras que sean decisivas en obtener información precisa de los gustos del potencial comprador, así manejar los resultados para plantear en la colección. (Saviolo, 2007, pág. 96)

Uno de los primeros pasos es la obtención de la materia prima necesaria que será almacenada de manera correcta en un lugar donde no se estropee, lejos de la humedad que puede afectar la calidad. Los materiales deben ser guardados en fundas plásticas a temperatura ambiente, donde no puedan desteñirse o perder el brillo característico de las piedras. Las combinaciones de los materiales se van dando gracias a la investigación, los requerimientos del cliente y a la propuesta del diseñador como una idea de innovación.

El área creativa es uno de los puntos más importantes al momento de elaborar una colección, es por eso que se inicia con el estudio de tendencias, análisis del perfil del consumidos y la creación de los moodboards de inspiración. A continuación, con toda la información se debe empezar a bocetar las diferentes propuestas y tras una selección se realiza la ilustración, teniendo como referencia todo lo anteriormente planteado en cuanto a color, formas, siluetas, materiales e insumos. En este punto es donde el diseñador debe tomar decisiones, así dejar volar su imaginación para crear una colección innovadora donde se pueda distinguir de la competencia.

3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

En cuanto a la materia prima se buscarán materiales alternativos que sean factibles para la elaboración de accesorios, como son las fajas o los retazos, en los diferentes talleres o fábricas dentro de la ciudad de Ambato. Al ser bisutería no se necesita una gran cantidad de materia prima, pero sí que exista variedad de colores, formas y texturas. Después de la obtención se realizará el control de calidad de los materiales, para ver que no tengan fallas

de fabricación, para garantizar que sean factibles para la elaboración de los productos y no tenga un tiempo de vida muy limitado. (Saviolo, 2007, pág. 25)

Al hablar de bisutería se debe tener en cuenta que también se trabajará con materiales como cadenas, mullos, piedras, cristales y alambres que son característicos por su adaptabilidad. Estos se los puede encontrar en los diferentes basares de la ciudad o en tiendas de insumos, ya sea en productos nacionales e importados de diferente calidad y precio.

3.2.2.3 Eslabón de producción

En el mundo de la moda hay diferentes métodos que se utilizan para realizar accesorios, pero más específicamente en la bisutería se trata de un trabajo artesanal. Existen diferentes técnicas que se pueden adaptar a la producción de los diseños planteados, pero también se plantean la ayuda de maquinaria que nos ayude a tener un producto más pulido. Lo que se busca es crear productos de calidad que conjuguen diferentes procedimientos, beneficiando así al diseñador para plasmar sus ideas. (Saviolo, 2007, pág. 25)

Al producir la colección de debe realizar un control de calidad no solo de los materiales, sino también de la mano de obra ya que cada detalle debe ser plasmado de tal manera que el cliente este satisfecho con el producto. El siguiente paso será la colocación de etiquetas y el empaçado que debe ir acorde con la identidad de la marca, dando un mejor aspecto del producto final. Por último, se lo llevara a exhibición en la vitrina y se tomaran fotos para redes sociales, así ayudando a la distribución.

3.2.2.4 Eslabón de comercialización

Para la comercialización del producto, se contará con una vitrina dentro de un local comercial de diseño independiente de la ciudad, para lograrlo se ha hecho alianzas

estratégicas, ya que la colección de accesorios será un complemento en la boutique. Se pretende también abrir un stand donde se puedan exhibir los productos al público dentro de la feria que se realiza por el grupo de mujeres Ambato, en el cual se dan a conocer los emprendedores a la ciudad. Lo que se pretende es que el público conozca y se convierta en fiel consumidor de la marca para en un futuro poder tener una propia tienda física.

Las redes sociales son parte del día a día de las personas ya que cada vez son más rentables las ventas on line, es por eso que se creará una página en Instagram y en Facebook donde se pueda mostrar la colección. Esta estrategia nos da la posibilidad de promocionar los artículos de manera más eficaz por medio de fotografías profesionales conceptuales de los accesorios. Dichas herramientas entregan pronósticos y estadísticas exactas de quienes están interesados en el producto para que exista un enfoque más personalizado de los gustos del cliente. (Saviolo, 2007, pág. 30)

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

Mujeres de Ambato-Ecuador, de un rango de edad entre 20 a 35 años que sean económicamente independientes, porque trabajen y en algunos casos también estudien. Son activas por lo que disfrutan estar en movimiento ya sea ejercitándose o disfrutando del aire libre, se consideran sociales dado que les gusta pasar tiempo de calidad con su familia y amigos. Se adaptan a los cambios de las tendencias, le importa como lucen así que cuidan y adquieren piezas que estén de moda.

Cuadro No.16 Estudio del público Objetivo

Variables pictográficas	
Etilo de vida	Es una mujer moderna que se adapta a los cambios sociales, le importa el medio ambiente, tiene una vida activa por lo que disfruta de pasar tiempo con familia y amigos.
Alimento	Tiene una alimentación balanceada, le gusta verse bien, prefiere los productos naturales antes que los procesados.
Vínculo afectivo	Tiene un fuerte vínculo con su familia, pareja y amigos, disfruta de su compañía en todo momento.
Actividades	Trabaja medio tiempo, estudia o toma cursos on line, va al gimnasio, cuida su imagen personal.

Tiempo libre	Disfruta pasar tiempo con sus seres queridos, revisa sus redes sociales, va al cine o pasea con su mascota.
Intereses y aficiones	Redes sociales, le gusta probar cosas nuevas, sale de su zona de confort pero siempre teniendo claro su estilo al momento de comprar.

Elaborado por: Autora del proyecto

Cuadro No.17 Variables de uso y beneficio

Variables de uso y beneficio	
Búsqueda de beneficio en el producto	-Calidad -Satisfacción -Distinción -Comodidad
Frecuencia de uso	Todos los días, pero variando en los diseños.
Volumen de compra	Frecuentemente siempre que la marca este fiel a su estilo.
Sensibilidad al precio	El precio debe ir de acuerdo a el diseño y a los materiales siendo accesibles en el mercado.

Elaborado por: Autora del proyecto

4.1.1 Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTA DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
DISEÑO DE MODAS

Encuesta de preferencias

objetivo: Identificar la aceptación de accesorios con materiales alternativos dentro del mercado local.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta

Seleccione la respuesta de su preferencia

1. ¿Cuáles de los siguientes accesorios que usted compra con más frecuencia?

-Collares

-Aretes

-Pulseras

-Anillos

-Bisutería

2. ¿Qué prefiere en una colección de bisutería con materiales alternativos?

-Retazos de fajas

-Semillas

-Todas las anteriores aumentar

3. ¿Con que materiales tradicionales combinan mejor los materiales no tradicionales en una colección de bisutería?

-Pedrería

-Mollos

-Cadenas

-Acero quirúrgico

-Todas las anteriores

4. ¿Para qué ocasión de uso adquiere accesorios?

-Para el trabajo

-Para reuniones

-Para fiestas o eventos

-Para el día a día

5. ¿En dónde compra usted generalmente accesorios?

-Centros comerciales

-Sitios web

-Tiendas locales

-Distribuidoras

6. ¿Cada cuánto usted compra accesorios?

-Una vez al mes

-Cada dos o tres meses

-Cada cuatro a seis meses

7. ¿Qué importancia le da usted a los accesorios para armar un atuendo?

-Poca

-Media

-Mucha

8. ¿Le interesa los materiales al momento de elegir accesorios?

- Siempre

-A veces

-Nunca

9. ¿Considera usted que el diseño de accesorios debe ir de la mano con la calidad de los accesorios?

-Si

-No

10. ¿Qué tamaño prefiere en una colección de bisutería?

-Grande

-Mediano

-Pequeño

11. ¿Qué colores prefiere en una colección de accesorios?

-Cálidos

- Fríos

- Neutros

12. ¿Qué tan importante considera usted que el empaque al momento de adquirir un producto?

-Muy importante

-Medianamente importante

-No importa

|

4.2. Selección de la muestra

Población: En la ciudad de Ambato, a mujeres de entre 20 a 35 años

Total de la población: 54.147 mujeres de entre 20 y 35 años (INEC, 2019)

Cálculo del tamaño de la muestra

Tabla No.2 Descripción de la fórmula.

Descripción de la fórmula
n: Tamaño de la muestra
PQ: Constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia $(0.5)(0.5)=0.25$
N: Universo de estudio 54.147
e: Error del muestreo 5%: 0.05
g: Coeficiente de error 95%: 1.96

Fuente: (Naranjo, 2010, pág. 56)

Elaborado por: (Naranjo, 2010)

Aplicación de la formula con los datos de la población de Tungurahua.

$$n = \frac{PQN}{(N - 1)\left(\frac{e^2}{g^2}\right) + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 \times 54.147}{(54.147 - 1)\left(\frac{0.05^2}{1.96^2}\right) + 0.25}$$

$$n = \frac{13.536,75}{(54146)\left(\frac{0.0025}{3.8416}\right) + 0.25}$$

$$n = \frac{13.536,75}{35.4866}$$

$$n = 381$$

4.3. Técnicas de estudio

Cuantitativas

Así mismo se utilizan técnicas cuantitativas, ya que permiten interpretar la información de manera más detallada de los datos obtenidos en la encuesta, con preguntas cerradas que van dirigidas a mujeres con independencia económica, ayudando a entender las preferencias del público objetivo para aplicar en el producto, satisfaciendo las exigencias del cliente potencial y entendiendo al público objetivo.

4.4. Elaboración e interpretación de los datos

1. ¿Cuáles de los siguientes accesorios que usted compra con más frecuencia?

Tabla No.3 Datos de la pregunta No. 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Collares	47	12%
Aretes	162	42%
Pulseras	25	7%
Anillos	10	3%
Bisutería	137	36%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

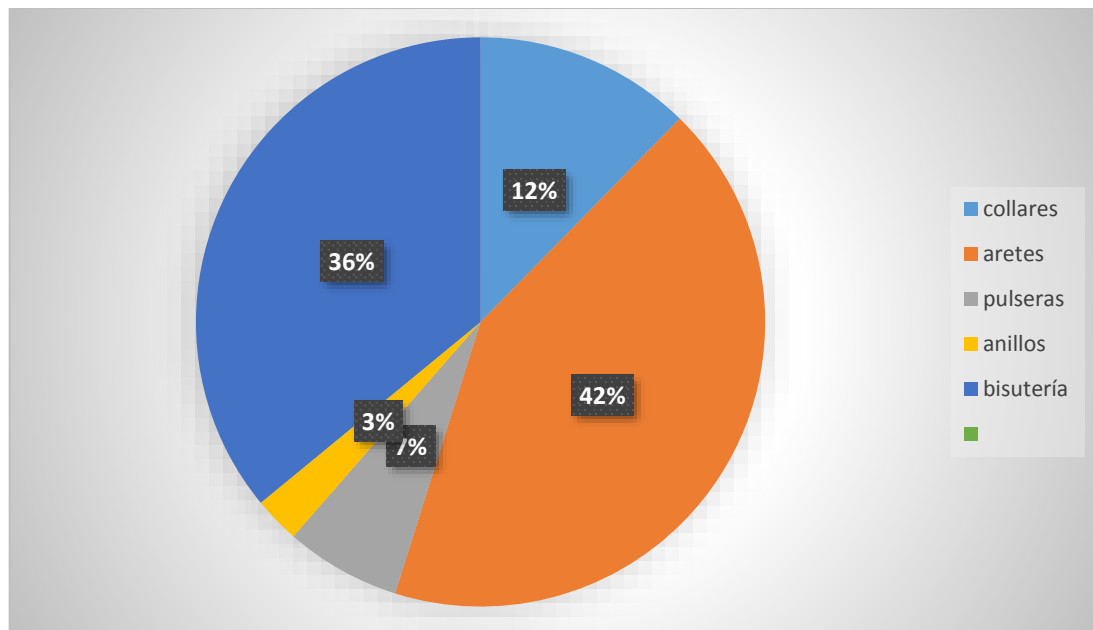


Gráfico No. 2

Fuente: Encuesta

Análisis: El 42% de las mujeres encuestadas prefieren los aretes, mientras que el 36% todos los accesorios de bisutería, así mismo el 12% los collares, convirtiéndose en los menos populares, las pulseras 7% y los anillos 3%.

Interpretación: Por los resultados obtenidos de las mujeres encuestadas, se determina que la bisutería favorita son los aretes, que los utilizan diariamente, seguido de los collares, mientras que las pulseras y anillos se han dejado de utilizar temporalmente por motivo de la pandemia; por tanto el producto se enfocará a los accesorios que resultan más comerciales al momento.

2. ¿Qué prefiere en una colección de bisutería con materiales alternativos?

Tabla No.4 Datos de la pregunta No. 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
retazos de fajas	215	56%
retazos de tela	63	17%
semillas	0	0%
todas	103	27%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

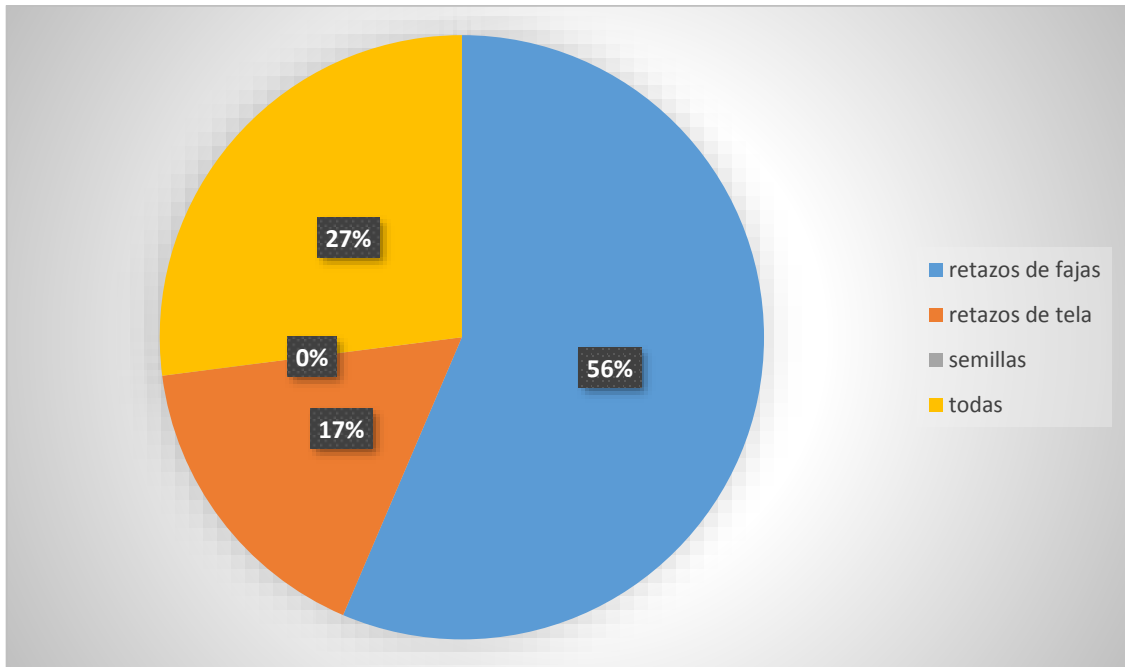


Gráfico No. 3

Fuente: Encuesta

Análisis: El 56% de las mujeres encuestadas prefieren los retazos de las fajas indígenas o chumbis, mientras que el 27% la combinación de todos los materiales, así mismo el 17% escogió los retazos de tela dejando en 0% las semillas.

Interpretación: Debido a que la mayoría de las mujeres encuestadas prefieren los retazos de fajas indígenas se optara por realizar la colección de accesorios en su mayoría con este material, combinándolo con retazos de tela y semillas en menor cantidad según sea el caso.

3. ¿Con qué materiales tradicionales combinan mejor los materiales no tradicionales en una colección de bisutería?

Tabla No.5 Datos de la pregunta No. 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
pedrería	223	59%
mullos	3	1%
cadena	56	15%
acero	0	0%
todas	99	26%
Total:	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

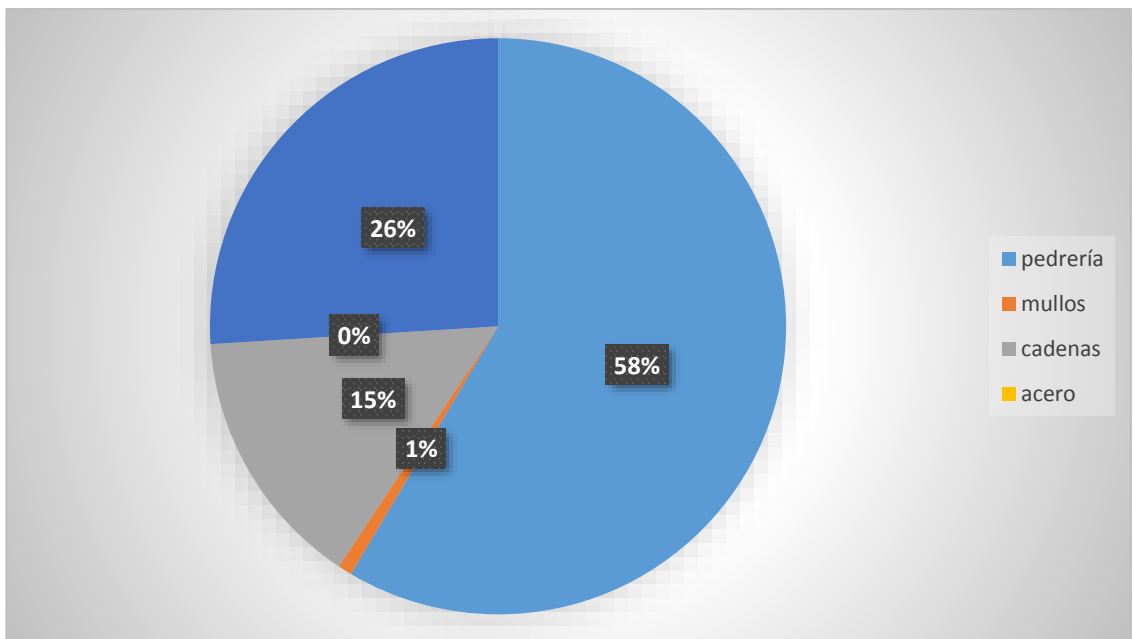


Gráfico No. 4

Fuente: Encuesta

Análisis: El 58% de las mujeres encuetadas prefieren la pedrería, mientas que el 26% todos los materiales de complemento para bisutería, así mismo el 15% las cadenas, convirtiéndose en los menos populares el acero 0% y los mullos 1%.

Interpretación: Debido a que la mayoría de mujeres se sienten atraídas por la pedrería y los cristales, en la colección se trabajará con estos materiales, para dar un acabado más brillante que ayude a destacar la belleza de los diseños.

4. ¿Para qué ocasión de uso adquiere accesorios?

Tabla No.6 Datos de la pregunta No. 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
trabajo	21	6%
reuniones	15	4%
fiestas	15	4%
eventos	231	60%
diario	100	26%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

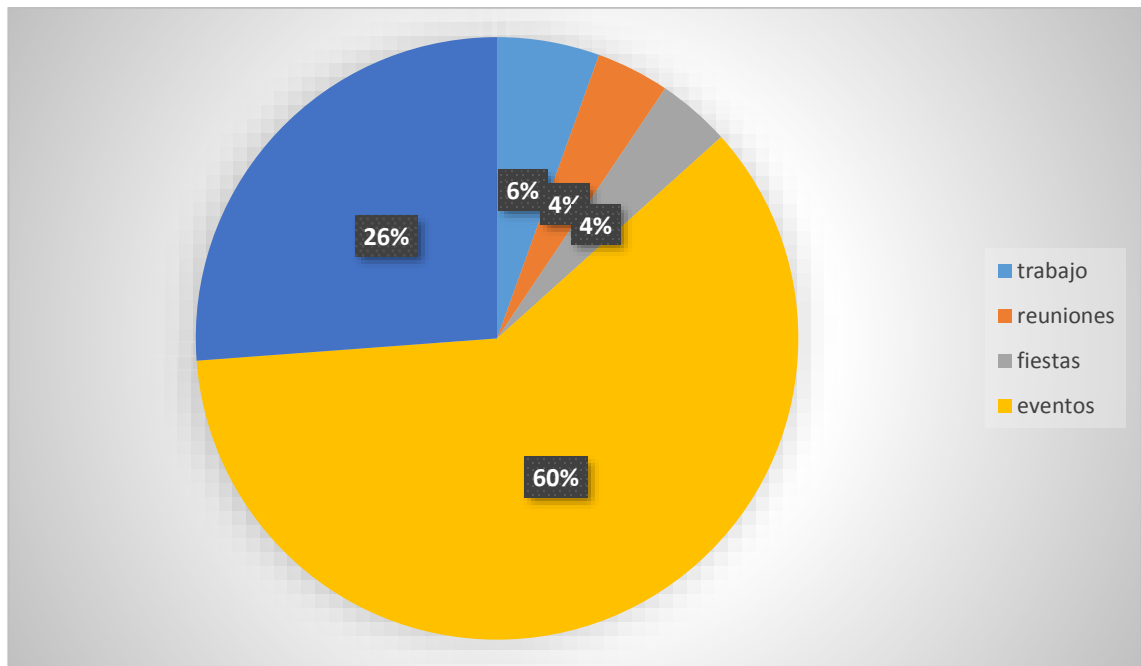


Gráfico No. 5

Fuente: Encuesta

Análisis: El 60% de las mujeres encuestadas prefieren los accesorios para eventos sociales, mientras que el 26% bisutería para uso diario, así mismo el 6% para ir al trabajo, y para reuniones y fiestas el 4% ambas.

Interpretación: Las mujeres en donde más utilizan accesorios es para asistir a eventos sociales, por lo que la colección debe ser versátil, sobria y de buen gusto; en segundo lugar escogieron para el uso diario más que para fiestas o ir al trabajo, es decir, en reuniones con amigos lo que predomina es lo casual pero confortable a la vez.

5. ¿En dónde compra usted generalmente accesorios?

Tabla No.7 Datos de la pregunta No. 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
centros comerciales	123	34%
sitios web	3	1%
tiendas locales	219	60%
Distribuidoras	18	5%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

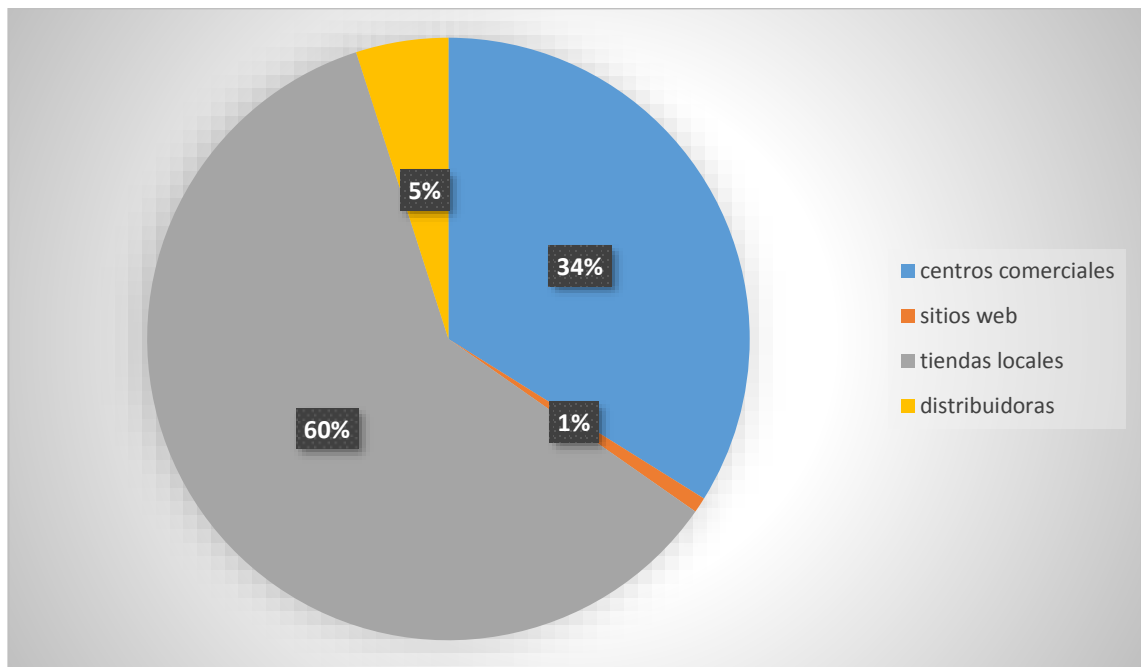


Gráfico No. 6

Fuente: Encuesta

Análisis: El 60% de mujeres encuestadas compra sus accesorios en tiendas locales, mientras que el 34% las adquiere en centros comerciales, así mismo el 5% en distribuidoras y el 1% en sitios web.

Interpretación: A pesar de los avances tecnológicos las mujeres prefieren comprar bisutería en tiendas locales, por lo que es una buena opción la apertura de un local y promocionarlo por redes sociales, considerando que la principal competencia son los centros comerciales y las grandes cadenas.

6. ¿Cada cuánto usted compra accesorios?

Tabla No.8 Datos de la pregunta No. 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
una vez al mes	11	3%
cada dos o tres meses	185	48%
cada cuatro a seis meses	185	48%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

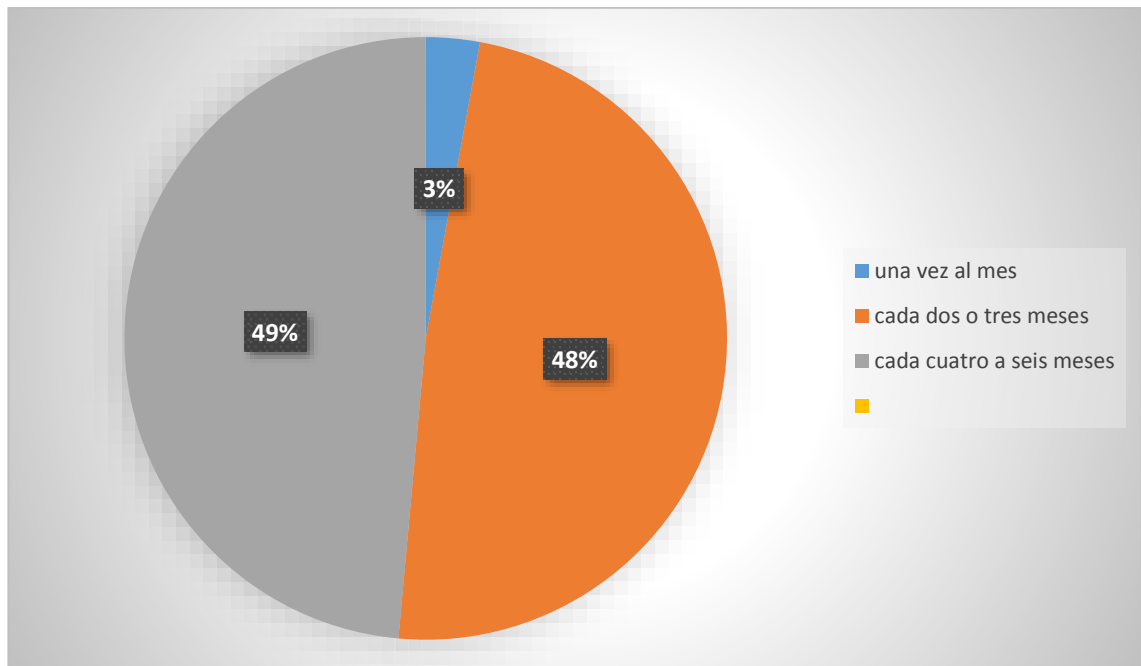


Gráfico No. 7

Fuente: Encuesta

Análisis: El 49% de las mujeres que respondieron la encuesta compran bisutería cada cuatro a seis meses, mientras que el 48% adquiere cada dos a tres meses y una vez al mes el 3%.

Interpretación: De acuerdo a las respuestas de las mujeres encuestadas se determinó que los accesorios de bisutería son un área donde hay mucha demanda, en su mayoría compra cada dos a tres meses, por lo que se podría sacar una colección de 3 a veces al año.

7. ¿Qué importancia le da usted a los accesorios para armar un atuendo?

Tabla No.9 Datos de la pregunta No. 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
poca	10	3%
media	141	37%
alta	230	60%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

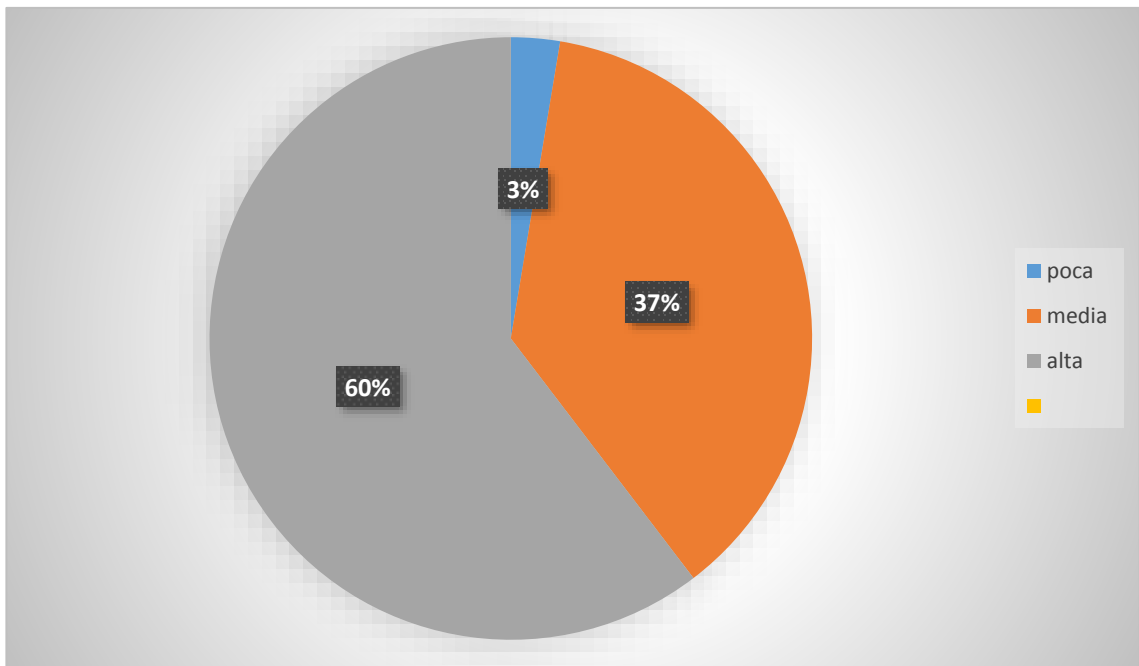


Gráfico No. 8

Fuente: Encuesta

Análisis: Las mujeres encuestadas consideran en su mayoría que la importancia de los accesorios para armar un atuendo es alta con el 60%, mientras que otras consideran que es medianamente importante con el 37% y hay algunas que consideran que son de poca importancia con el 3%.

Interpretación: Por los resultados obtenidos de las encuestadas se puede afirmar que la importancia en un atuendo de los accesorios es alta, y esto no solo se da en quién los porta, sino también en como la perciben las personas que están en su entorno, ya que se han convertido en sinónimo de estilo y buen gusto.

8. ¿Le interesa los materiales al momento de elegir accesorios?

Tabla No.10 Datos de la pregunta No. 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
siempre	241	63%
A veces	140	37%
nunca	0	60%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

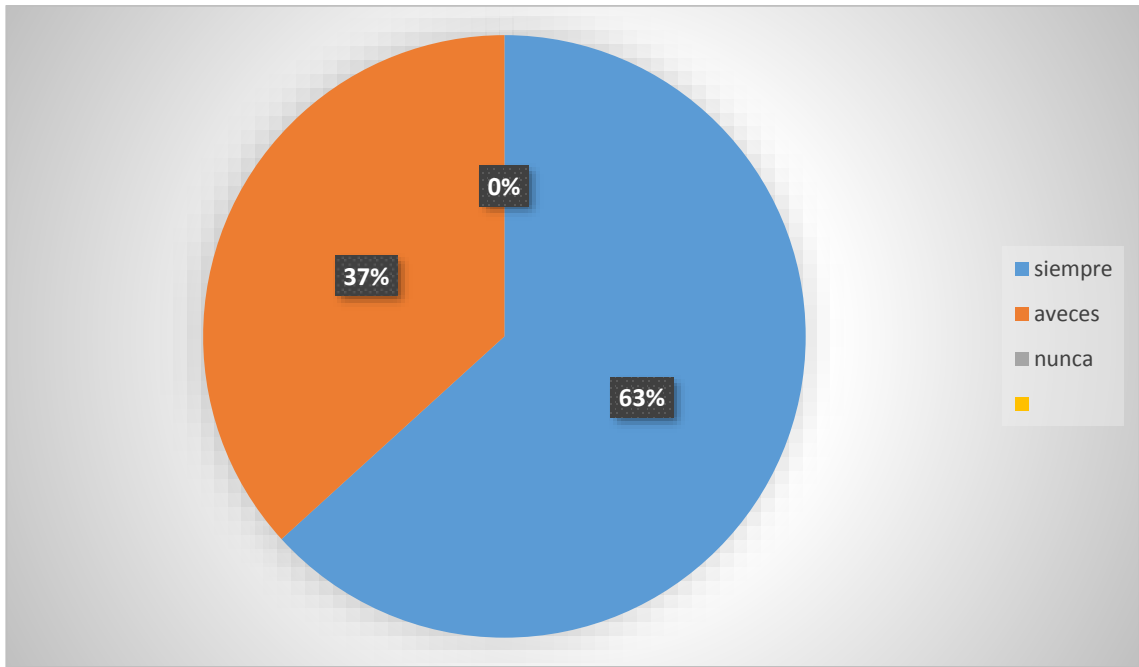


Gráfico No. 9

Fuente: Encuesta

Análisis: Al 63% de las mujeres encuestadas siempre les interesa los materiales al momento de elegir accesorios de bisutería, mientras que el 37% se fija solo algunas veces en los materiales, y nunca es el 0%.

Interpretación: A las mujeres sí les interesan los materiales cuando van a comprar accesorios ya que saben que algunos pueden manchar, perder su brillo o verse corrientes si son de baja calidad, y no existe un manual de cuidado, por tanto para la colección se debe utilizar materia prima que pase el control de calidad.

9. ¿Considera usted que el diseño de accesorios debe ir de la mano con la calidad de los accesorios?

Tabla No.11 Datos de la pregunta No. 92

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	176	3%
No	5	97%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

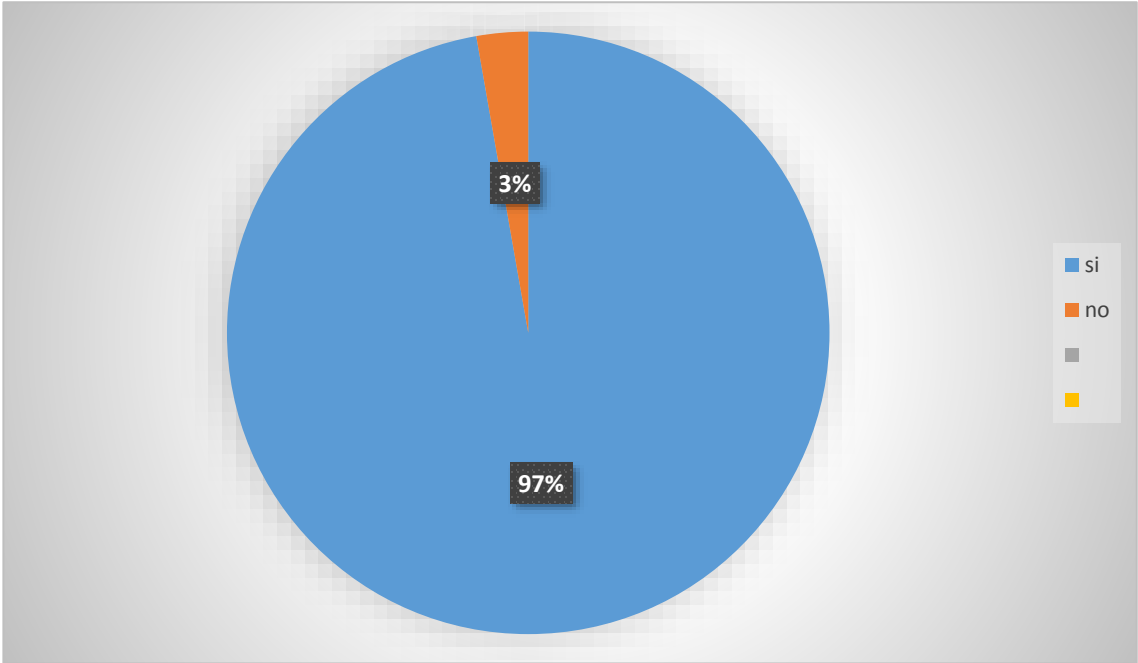


Gráfico No. 10

Fuente: Encuesta

Análisis: El 97% de las mujeres encuestadas consideran que el diseño debe ir de la mano con la calidad en los accesorios, pero para el 5% no lo consideran como algo relevante.

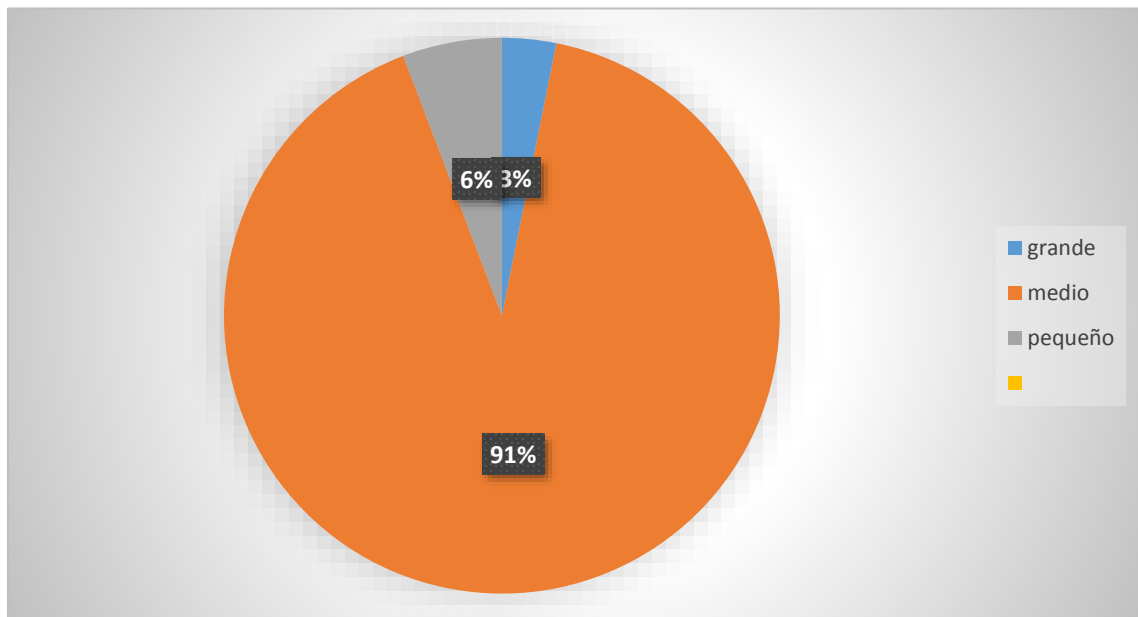
Interpretación: El diseño es lo que hace que las personas escojan un producto de entre los demás, pero lo que le complementa es la calidad no solo en materia prima, sino también en producción y acabados, lo que aporta elevando el precio de venta y ganando la lealtad del cliente.

10. ¿Qué tamaño prefiere en una colección de bisutería?

Tabla No.12 Datos de la pregunta No. 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pequeño	12	3%
Grande	347	91%
Mediano	22	6%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta



Elaborado por: Autora del proyecto

Gráfico No. 11

Fuente: Encuesta

Análisis: El 91% de las mujeres encuestadas prefiere que los accesorios de bisutería tengan un tamaño grande, mientras que el 6% que sean medianos, el 3% tiene preferencia por los pequeños.

Interpretación: Se puede apreciar una notable preferencia por los accesorios de un tamaño medio, es decir ni muy grande ni muy pequeño debido a su versatilidad, que no llamen mucho la atención, pero tampoco que pasen por desapercibidos; en la colección de accesorio se procurará aplicar este tamaño, pero teniendo unas pequeñas variables.

11. ¿Qué colores prefiere en una colección de accesorios?

Tabla No.13 Datos de la pregunta No. 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
cálidos	127	34%
fríos	127	33%
neutros	127	33%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

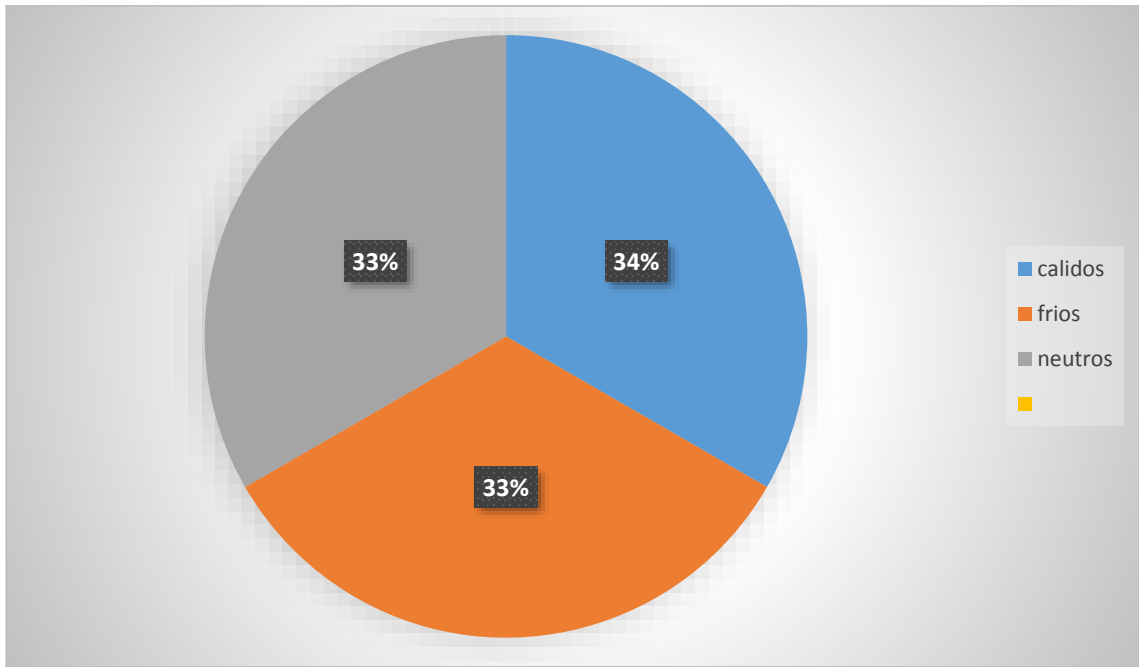


Gráfico No. 12

Fuente: Encuesta

Análisis: En esta pregunta hubo un empate ya que el 33% de las mujeres encuestadas prefieren los colores cálidos, el otro 33% los tonos fríos y así mismo el restante 33% los colores neutrales.

Interpretación: Por los resultados obtenidos de las encuestadas se determina que en cuanto a colores existirá una aceptación del mercado en cualquier gama cromática que se desee implementar, por lo que las combinaciones deben ser armoniosas.

12. ¿Qué tan importante considera usted que el empaque al momento de adquirir un producto?

Tabla No.14 Datos de la pregunta No. 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
muy importante	251	66%
importante	112	29%
no importa	18	5%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora del proyecto

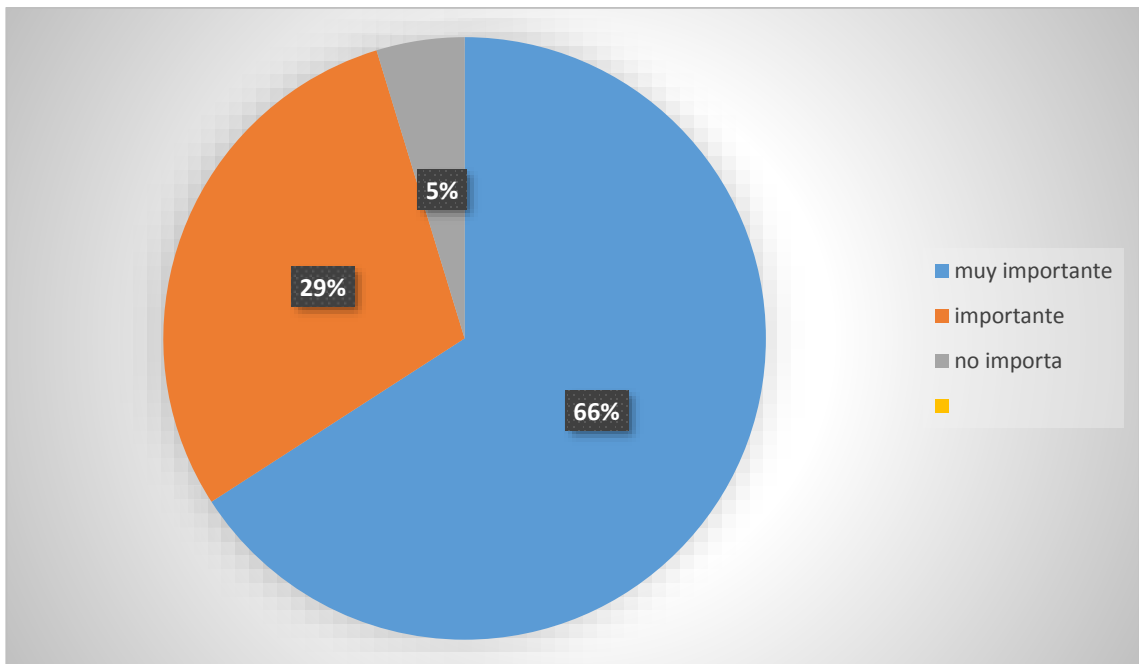


Gráfico No. 13

Fuente: Encuesta

Análisis: El 66% de las mujeres que realizaron esta encuesta consideran que el empaque de los accesorios es muy importante, mientras que al 29% le importa menos el empaque, así mismo al 5% no le importa la manera que esté empaqueado.

Interpretación: Sin un empaque bonito y funcional los accesorios pueden pasar por desapercibidos ya que es donde se exhiben o donde se puede colocar etiquetas de cuidado del producto. Es importante que se adapte al estilo de la marca llevando su propio logotipo.

4.5. Conclusiones

Mediante las encuestas se pudo determinar que el accesorio que más utilizan las mujeres son los aretes, seguido de los collares teniendo una alta aceptación la bisutería en general. Les llama mucho la atención los materiales alternativos, teniendo como predilectos las fajas indígenas o chumbis combinados con pedrería, ya que consideran que es una propuesta innovadora.

Los resultados muestran, que las mujeres para lo que adquieren accesorios es para reuniones sociales con amigos y familia, que compran en diferentes tiendas locales en un periodo de tiempo de entre dos a tres meses, según como vayan cambiando las tendencias.

Para las mujeres de entre 20 a 35 años la importancia del accesorio al elegir un atuendo es alta, debido a que quieren lucir bien y se interesan por los materiales, tienen en claro que el diseño debe ir de la mano con la calidad para que un producto cumpla con las expectativas.

Gracias a los resultados de la encuesta se pudo determinar que prefieren accesorios de un tamaño grande, seguido de los medianos, así mismo los gustos se adaptan a cualquier gama cromática; lo que sí les interesa es el empaque.

CAPÍTULO V

TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1. Cronograma de producción

Para el proceso de producción se debe elaborar un cronograma de actividades con el que se organizará de mejor manera la elaboración del producto, así también para concretar fechas y saber cuánto tiempo se debe invertir en cada actividad, para finalizar de manera oportuna su fabricación.

Cuadro No.18 Cronograma de producción

	Actividades	Diciembre								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Preproducción									
1	Selección de inspiración	X								
2	Análisis y selección de tendencias	X								
3	Recopilación de información	X								
4	Elaboración de moodbord		X							
5	Compra de materia prima			X						
	Producción									
6	Corte de las piezas				X					
7	Tejidos internos				X					
8	Reforzar las piezas				X					
9	Retirar los excesos					X				
10	Pulir los detalles					X				
11	Control de calidad					x				
	Post-producción									
12	Etiquetado						X			

13	Empaque						X			
14	Producción fotográfica							x	X	
15	Promoción									X

Elaborado por: Autora del proyecto

5.2. Control de calidad

El control de calidad debe realizarse constantemente en cada una de las etapas de pre-producción, producción y post-producción ya es más factible encontrar errores y resolver problemas durante el proceso antes que desechar todo el producto terminado asegurando que se cumpla con todos los requerimientos de calidad. (Alonso, 2015)

Cuadro No.19 Control de Calidad.

Pre producción	Información recopilada	Debe facilitar al desarrollo del proyecto y ser adecuada.
	Mood y tendencias	Deben ir acorde a lo que se analizó la información.
	Bocetos e ilustración	Respetar las formas, los colores y demás planteados en el mood.
	Materiales	Evaluar desde antes de adquirirlos y después.
Producción	Corte	No puede haber irregularidades en los bordes ni en los cortes.
	Armado	Las piezas deben estar correctamente unidas, sin dejar partes sueltas.
	Terminado	De ser necesario limar o pulir las irregularidades.

Pos producción	Etiquetado	Que este correctamente las etiquetas, con armonía .
	Empaque	Que el empaque este sin fallas con el producto dentro.

Elaborado por: Autora del proyecto

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Para visualizar de mejor manera los equipos y la infraestructura, se presenta un diagrama que muestre de manera más clara cómo está estructurado el taller de operaciones.

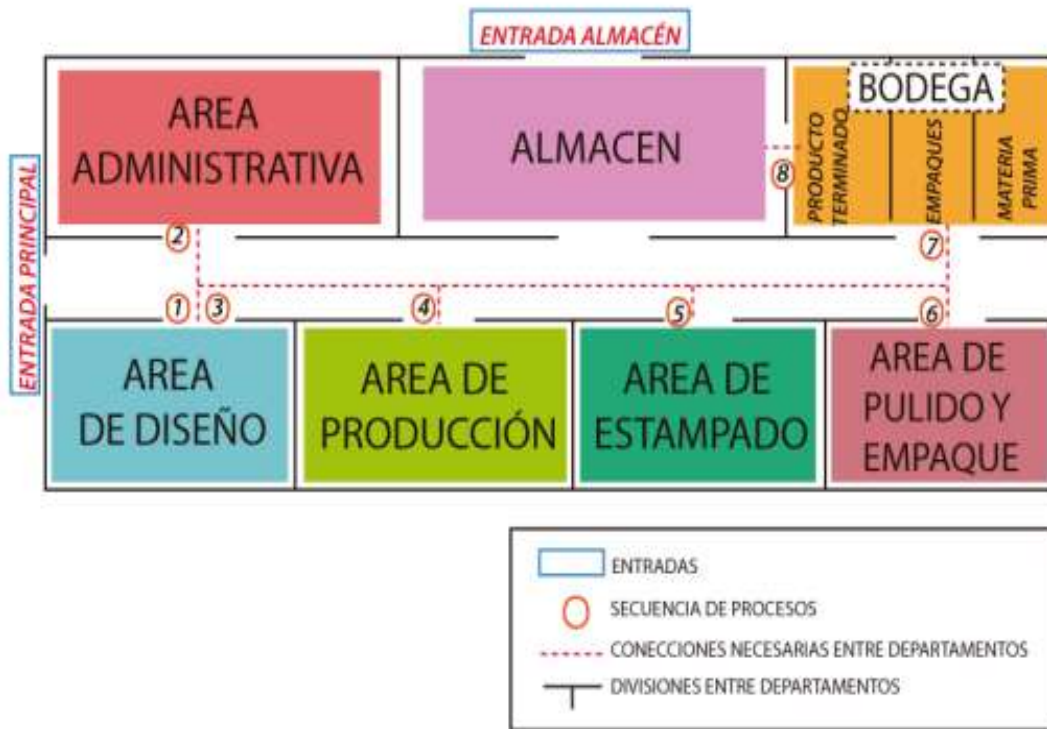
Cuadro No.20 Equipos e infraestructura necesaria

Bodega	<ul style="list-style-type: none"> -Recepción de insumos y materia prima. -Ingreso de marquillas y empaques. -Ingreso de todo lo necesario para producir el producto.
Cuarto de producción	
Sala de diseño	<ul style="list-style-type: none"> -Diseñador -Equipo creativo -Computadora -Lápiz -Papel -Colores -Muestras de materiales
Mesa de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> -Mesa -Silla -Tijeras -Pegas -Materiales

	-Cinta métrica
Complemento de accesorios	-Insumos -Piedras -Broches -Retazos -Cadenas
Servicio técnico	-Técnico -Equipo y maquinara
Venta y exhibición	-Vitrinas -Espejos -Cajas -Productos -Personal de ventas

Elaborado por: Autora del proyecto

Cuadro No.21 Distribución del espacio



Fuente: (Verlag, 2009, págs. 54-68)

Elaborado por: Autora del proyecto

5.4. Requerimientos de mano de obra

Es indispensable que previamente se analice la mano de obra necesaria para llevar a cabo el proyecto, los mismos que deben ser profesionales o tener la suficiente experiencia para elaborar la colección. En caso de ser necesario serán capacitados en el ámbito de la moda y el manejo de los materiales no tradicionales planteados.

El personal que se requiere es:

-La diseñadora de modas y autora del proyecto que se encargará de la parte creativa y guiará en la parte técnica para la fabricación de la colección.

-El artesano que se encargará de capacitar y dirigir el proceso de elaboración manual de los accesorios.

-El diseñador Gráfico que se encargará del logotipo, marquillas, etiqueta y empaque.

5.5. Seguridad industrial y medio ambiente

Para salvaguardar la salud tanto física como mental de los trabajadores, reduciendo el riesgo laboral, se contará con todos los implementos adecuados en las diferentes áreas teniendo en cuenta todas sus necesidades:

En el área creativa los muebles de oficina deben ser ergonómicos que se adapten a la columna vertebral y soporte para el cuello ya que pasaran sentados gran parte del día, contar con buena iluminación natural y artificial.

En el área de producción se entregarán mandiles, guantes y mascarillas para proteger al trabajador de las macropartículas que aparecen en el ambiente del trabajo, tendrá buena iluminación y ventilación. Las sillas de igual manera serán ergonómicas.

Las instalaciones deben mantenerse en perfecto estado para crear un ambiente laboral seguro en donde se implementará señalética y un manual de cómo protegerse de riesgos laborales.

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

Brain storming (lluvia de ideas)

En el presente proyecto se realizará una colección de accesorios con materiales no tradicionales combinados con tradicionales, la aplicación de los principios de diseño para crear piezas únicas que sean novedosas. Para que el producto sea comercial, es necesario adaptarlo a las tendencias que rige la moda, conocer sobre el estilo, necesidades y los gustos predominantes en el público objetivo. Gracias al previo estudio se determinó los elementos que van a potenciar la colección y al ser realizados manualmente se aporta al medio ambiente ayudando a reducir la contaminación.

La colección se rige a altos estándares de calidad no solo en materia prima, sino también en su elaboración para crear un vínculo sentimental con el consumidor de tal manera que se gane la fidelidad por la marca. Esto contribuye para en un futuro generar plazas de empleo para personas que deseen aprender sobre la fabricación accesorios, poder expandir el mercado mediante la conciencia social como valor agregado.

6.2. Perfil del cliente.

En cuanto al perfil del cliente son mujeres jóvenes de entre 20 a 35 años de la ciudad de Ambato que son económicamente activas e independientes, les importa el medio ambiente, el cambio climático, es amante de los animales. Disfrutan consumir accesorios

de moda ya que saben que son el complemento del vestuario por lo que tiene poder adquisitivo medio y gastan un cuarto de su sueldo en ellos. Les gusta comprar en tiendas físicas, pero como pasan bastante tiempo en redes sociales, también realizan compras on line de productos locales que estén en tendencia.

El perfil del consumidor es contemporáneo por lo que le gusta lucir bien, disfruta seguir tendencias, estar a la moda, cuidar su imagen, no tienen miedo de los cambios ya que se adaptan con facilidad a ellos. Le interesa lo que pasa en su entorno, es versátil, actual, le gusta estar en constante evolución combinando lo clásico con lo moderno, pero no puede dejar de lado su estilo ya que es su sello personal. (Deck, 2016, pág. 6)

Moodboard del perfil del cliente

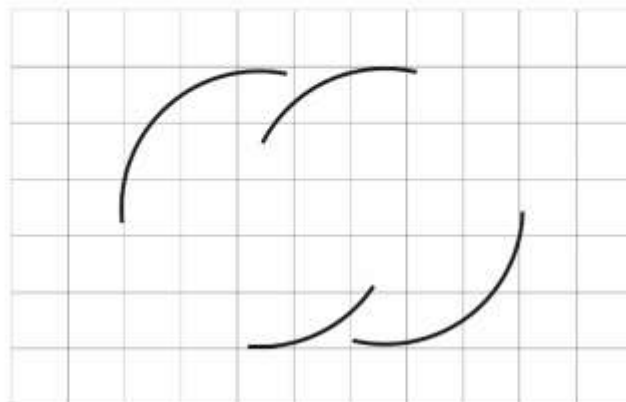
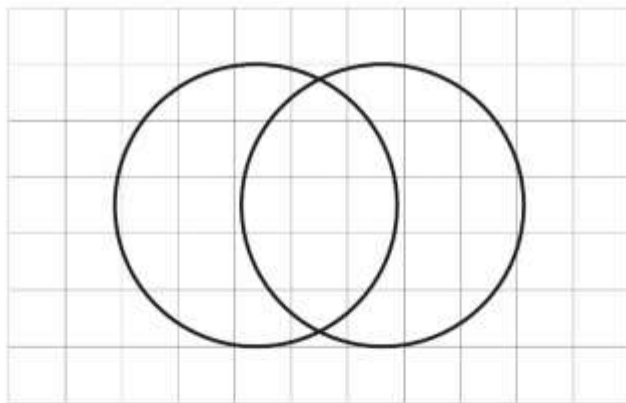
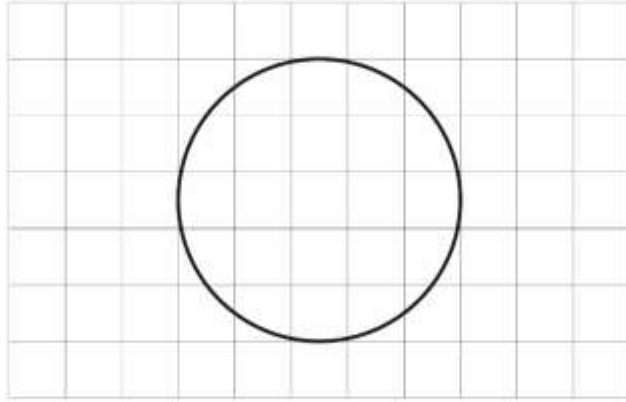


6.3. **Identidad de marca**

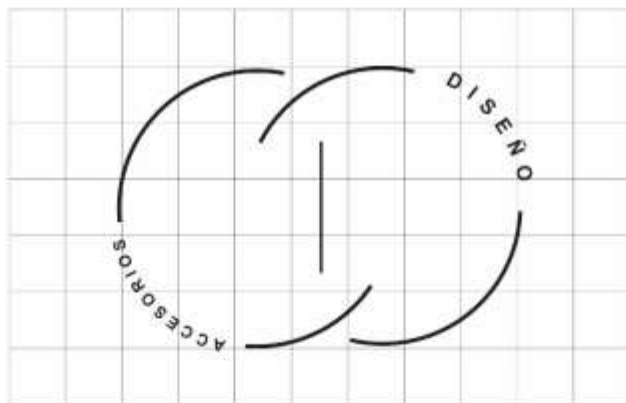
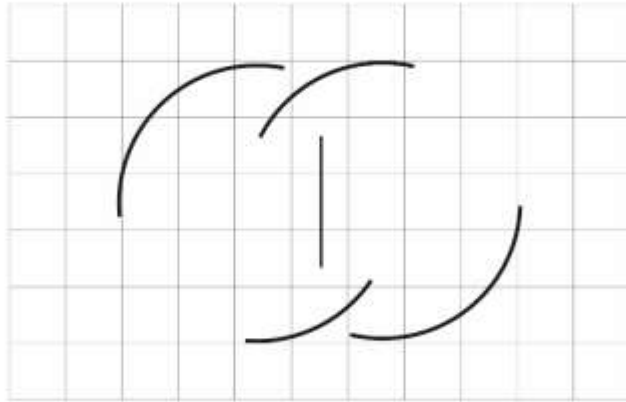


DISEÑO
DE ACCESORIOS

MORFOLOGÍA



MORFOLOGÍA



TIPOGRAFÍA

MINION PRO

A B C D E F G H I -
J K L M N Ñ O P Q R S -
T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m -
n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

GAGA

ARIAL

A B C D E F G H I -
J K L M N Ñ O P Q R S -
T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m -
n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

DISEÑO
ACCESORIOS

CROMÁTICA



Cyan 44
Magenta 0
Yellow 32
Black 0



Cyan 33
Magenta 30
Yellow 35
Black 10

C R O M Á T I C A



USOS INCORRECTOS

NO DISTORSIONAR
LOGOTIPO



NO DISTORSIONAR
LOGOTIPO



NO UTILIZAR COLORES
NO CORPORATIVOS



NO UTILIZAR COLORES
NO CORPORATIVOS



PAPELERÍA CORPORATIVA



PACKING



PACKING



6.4. Uso de la marca.

Etiquetas

Debido a lo competitivo del mercado, es necesario destacar en los pequeños detalles que den identidad al producto y reconocimiento a la marca, es así que cuenta con etiquetas de 7cm de ancho x 5cm de largo. En la parte delantera está el logotipo de la marca con los colores distintivos mientras que en la parte posterior va a estar los cuidados del producto, instrucciones de uso y precauciones.

Marquillas

Adicional a la etiqueta externa, cada accesorio irá con su respectiva marquilla en la que va a estar el logotipo de la marca, tendrá una dimensión de 1,5cm de alto x 3cm de ancho que va a colocarse en uno de los extremos de las diferentes piezas o en donde no moleste, ni opaque el diseño de los mismos.

Empaque,

En cuanto al empaque, debe ir de acuerdo a la identidad de la marca, para eso se utiliza cajas de forma rectangular que sean elegantes, llamativas, al mismo tiempo portátiles que sirvan no solo para exhibir el producto sino también para protegerlo del entorno, que sea fácil de portar y transportar.

6.5. Análisis de color de la propuesta



Imagen No. 49 Colores de Pantone

Fuente: Pantone Inc (2020)

Cada año Pantone Inc anuncia los colores que van a ser tendencia para utilizarlos no solo en el área de la moda, sino en todos los campos del diseño, debido a que las colecciones se ha pospuesto por la pandemia, la casa del color ha decidido mantener una gama muy parecida para el 2020 y el 2021. Es así como el color para este nuevo año es del color azul cielo, pero estará acompañado por diferentes tonalidades, desde el azul alba cuando sale el sol hasta el ocaso y todos los subtonos que se pueden apreciar durante el día. Lo que se busca son tonos para trabajar colecciones atemporales, versátiles que despierten el deseo de adquirir éste tipo de productos . (PANTONE, 2020)

Paleta de color de la propuesta



PANTONE
19-2428 TCX
Magenta Purple



PANTONE
13-0648 TCX
Green Sheen



PANTONE
19-4052 TCX
Classic Blue



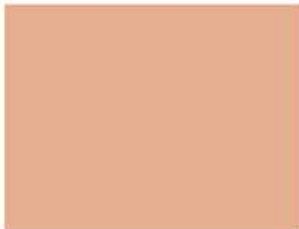
PANTONE
19-1337 TCX
Fired Brick



PANTONE
18-5338 TCX
Ultramarine Gree



PANTONE
19-1662 TCX
Samba



PANTONE
14-1220 TCX
Peach Nougat

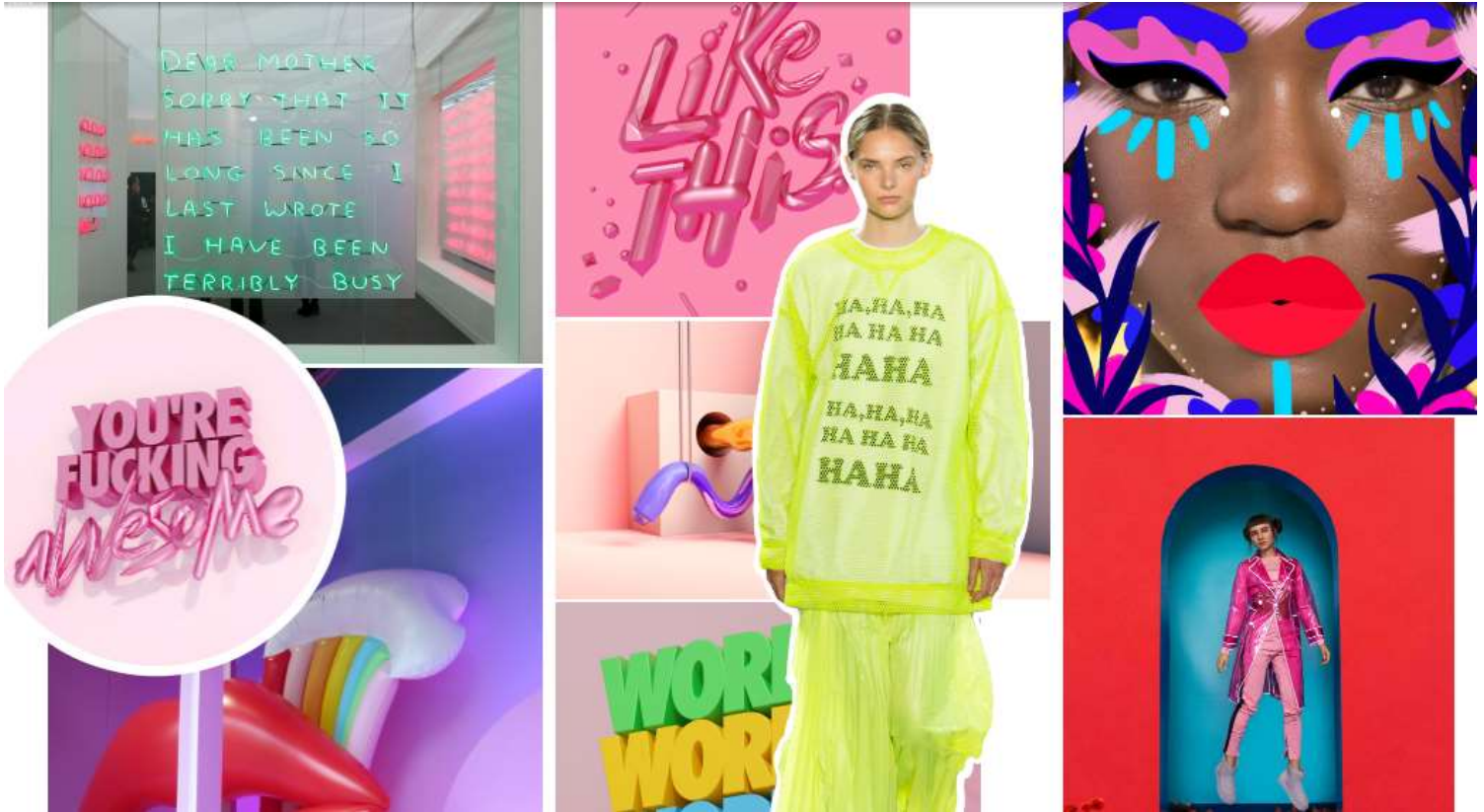


PANTONE
16-1350 TCX
Amberglow

6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia.

Macrotendencia

Me



Paleta de color



Imagen No. 50 Moodboard de Macro tendencia

Fuente: Nextlab (2020)

Textiles

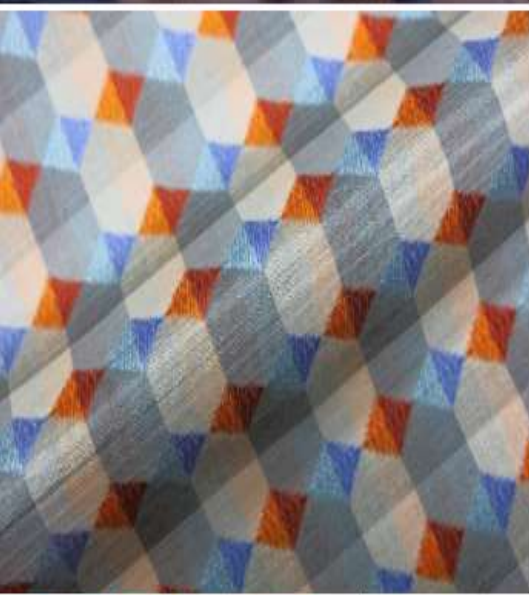
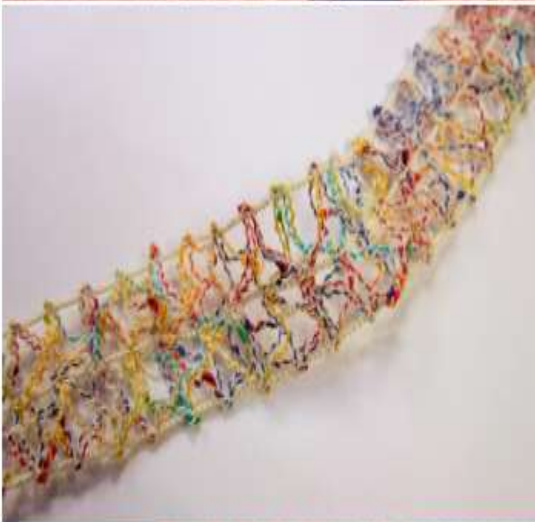
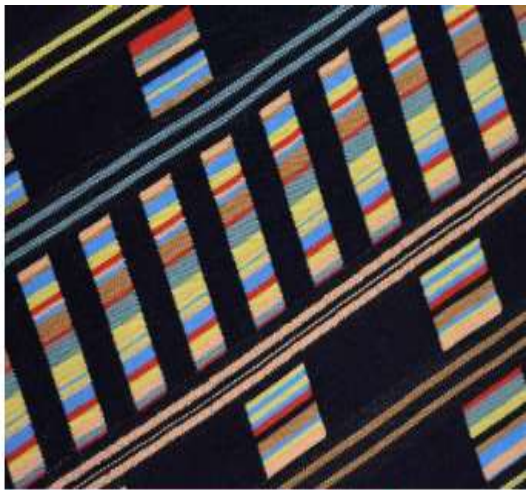


Imagen No. 51 Textiles

Fuente: Nextlab (2020)

Formas



Imagen No. 52 Formas

Fuente: Nextlab (2020)

Es una macro tendencia que tiene como concepto central la marca personal, habla sobre el individualismo de una generacion de emprendedores que buscan vender por medio de las redes sociales no solo un producto sino su estilo de vida. Son personas que prefieren el consumo local antes que a las grandes marcas capitalistas ya que al emprender buscan cosumir a sus similares y estan dispuestos a colaborar entre sí. Entienden la fuerza que tienen las redes sociales en la actualidad al momento de consumir, ya que se rigen por influencia de personas que solo conocen por medio de una pantalla. (Nextlab, 2020)

Tendencia

GameScape

Esta tendencia nace por la estética de los videojuegos que son cada vez más realistas atrayendo la atención de más usuarios por lo entretenido que resultan, pero llega a su auge en la cuarentena de la pandemia del covid 19 cuando la gente gasta su tiempo adentrándose en éstos. Se destacan los colores hiperbrillantes con acabados engomados que simulan una estética virtual, los adornos de pedrería donde el brillo y flashes vivos no puede faltar en esta tendencia netamente digital. Las personas sienten que son parte de los video juegos ya que utilizan prendas holográficas, llamativas y poco creíbles. (WGSN, 2020)

Digital Future



Paleta de color



Imagen No. 53 Tendencia

Fuente: WGSN (2020)

Textiles



Imagen No. 54 Textiles

Fuente: WGSN (2020)

Formas



Imagen No. 55 Formas

Fuente: WGSN (2020)

6.7. Concepto de la propuesta.

La idea de concebir una colección de accesorios con materia prima alternativa surge de dos partes, la primera por observar los residuos de materiales en la elaboración de trajes de fantasía o típicos y la segunda por la importancia que tienen los accesorios al armar un atuendo. La conjugación de estas, busca satisfacer la necesidad que tienen las mujeres por destacar, ser aceptadas y adornar su cuerpo brindándole una alternativa con diseños llamativos y sobrios basándose en la investigación previa.

La propuesta busca innovar con el contraste de colores, materiales y formas

6.8. Elementos del diseño

Proporción y línea

En cuanto a la proporción, se aplicará el principio de armonía que rige tanto en tamaño como en forma para generar: equilibrio, estabilidad y seguridad al cliente. Así mismo se utilizarán la combinación de líneas rectas, curvas, quebradas, en espiral, y mixtas para aportar con dinamismo a la colección, ofreciendo variedad en los diseños que se pueden adaptar a los diferentes gustos.



Imagen No. 56 Tipos de líneas

Fuente: Pantoja (2016)

Función

La función de los accesorios de bisutería es netamente estética o decorativa ya que se los considera como adornos corporales que pueden comunicar elegancia, distinción y estatus social. Así mismo puede provocar en las personas emociones, pensamientos y sentimientos de seguridad, alegría y atracción.

Detalles

-Los accesorios tendrán como detalle central los residuos de chumbis que cuentan con una gama muy extensa de colores y formas, mediante técnicas manuales se forman patrones para crear accesorios.

-Así mismo se deshilará los chumbis para con las fibras hacer borlas o colgantes.

-Se combinarán con pedrería de cristal para aportar brillo, textura, es decir para hacerlos más finos y llamativos.

-A su vez se va a utilizar cadenas de diferentes tamaños para unir o sostener las partes de los accesorios.

-También se aplicarán mullos de cristal para adornar o para hacer colgantes que aporten en brillo.

-Así se utilizará broches para decorar, pulir y dar un mejor terminado.

Estilo

El estilo Boho chic es la mezcla de elementos hippies, bohemios, folclóricos con elementos vintage, se caracteriza por estar presente en las grandes ciudades como New York o Londres puesto que se conjuga con la elegancia y el glamour. Los elementos que sobresalen son los flecos, trenzas, bordados, combinaciones de varios colores que tienen un aire sofisticado y relajado, por lo que maneja la comodidad, el romanticismo y la originalidad en partes iguales. Las mujeres que tiene este estilo se caracterizan por ser aventureras, arriesgadas, libres y creativas, por lo que utilizan accesorios grandes y llamativos que no pasan por desapercibidos.








Imagen No. 57 Estilo Boho Chic

Fuente: Lady (2020)

6.9. Materiales e insumos.

Cuadro No.22 Materiales e insumos

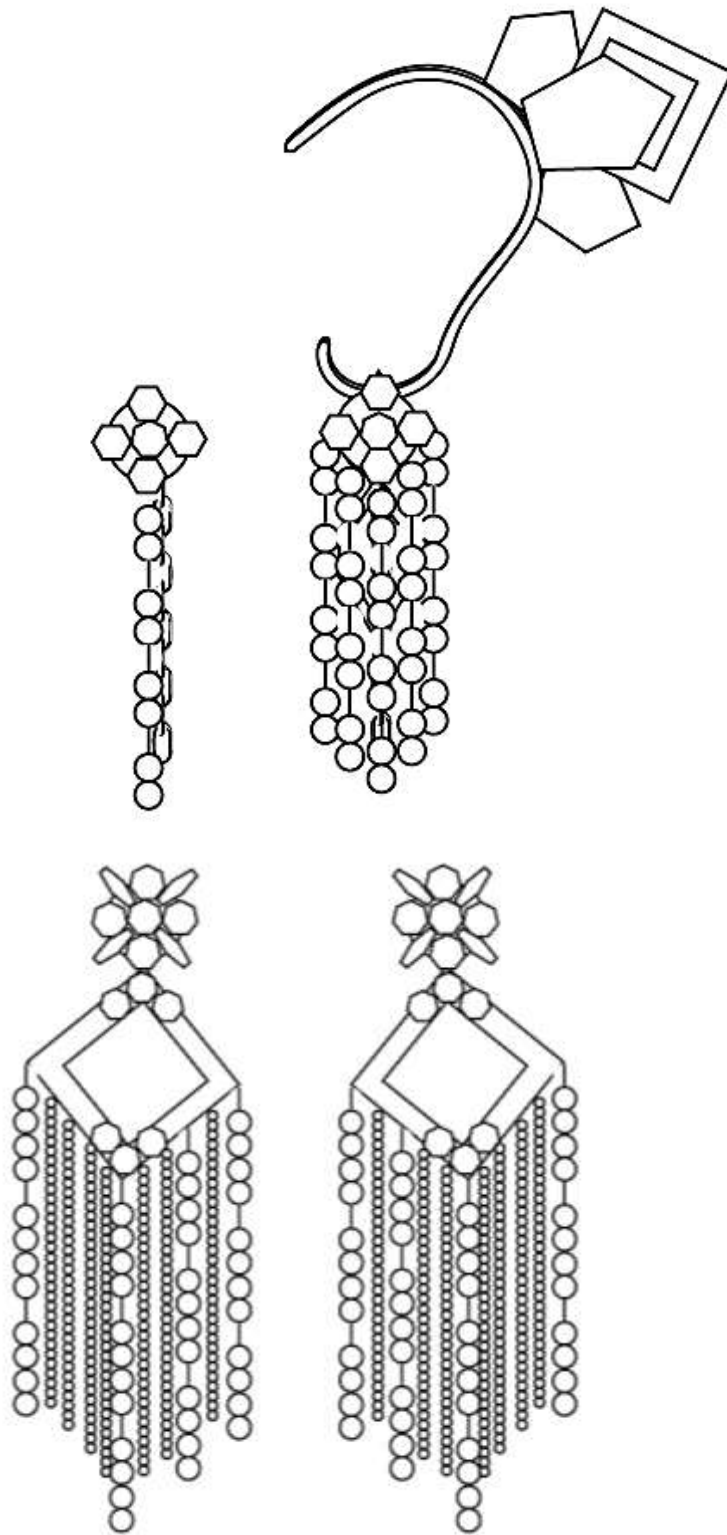
Materiales e insumos.	Descripción	Imagen
Restos de fajas indígenas.	O también denominados fajas indígenas, son tejidas	

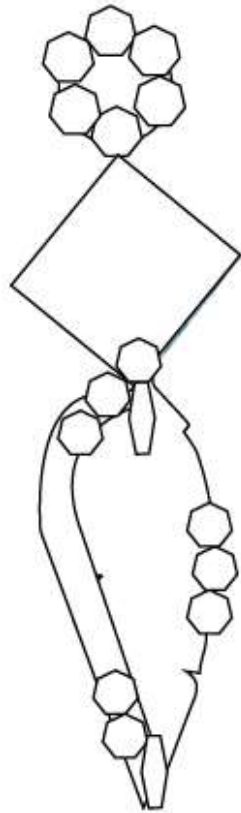
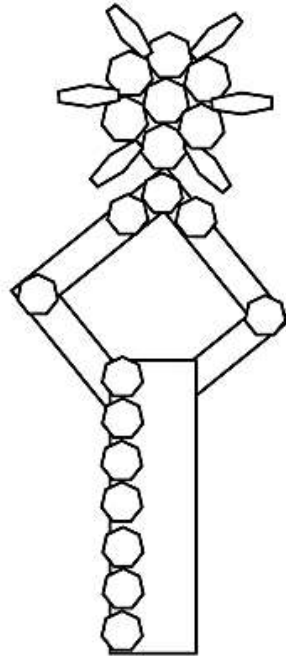
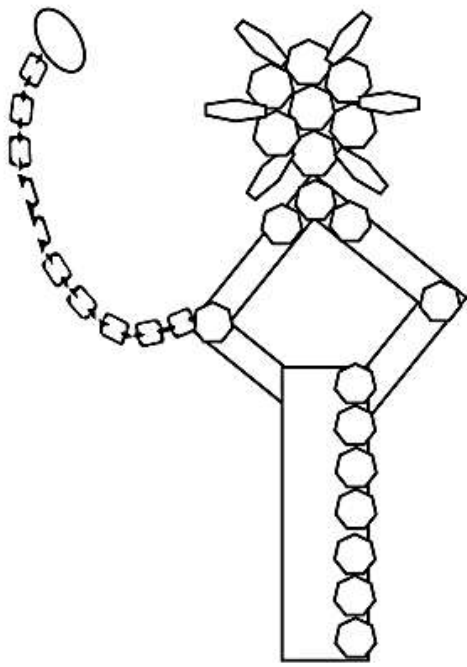
	en telares con lana de oveja procesada.	Imagen No. 58 Chumbis Fuente: Eitsel (2020)
Broche de metal	Son los broches ornamentales que tiene formas de módulos e incitaciones.	 Imagen No. 50 Broches Fuente: Eitsel (2020)
Cristales	Son producto de la cristalización de gases dentro una roca.	 Imagen No. 60 Cristales Fuente: Eitsel (2020)
Cristal Checo	Son los cristales a los cuales se les hace una perforación en el centro por donde pasa el hilo o el alambre.	 Imagen No. 61 Cristal Fuente: Eitsel (2020)
Pedrería sintética	Son las imitaciones de las piedras preciosas hechas con plástico que tiene un recubrimiento brillante.	 Imagen No. 62 Pedrería Fuente: Eitsel (2020)

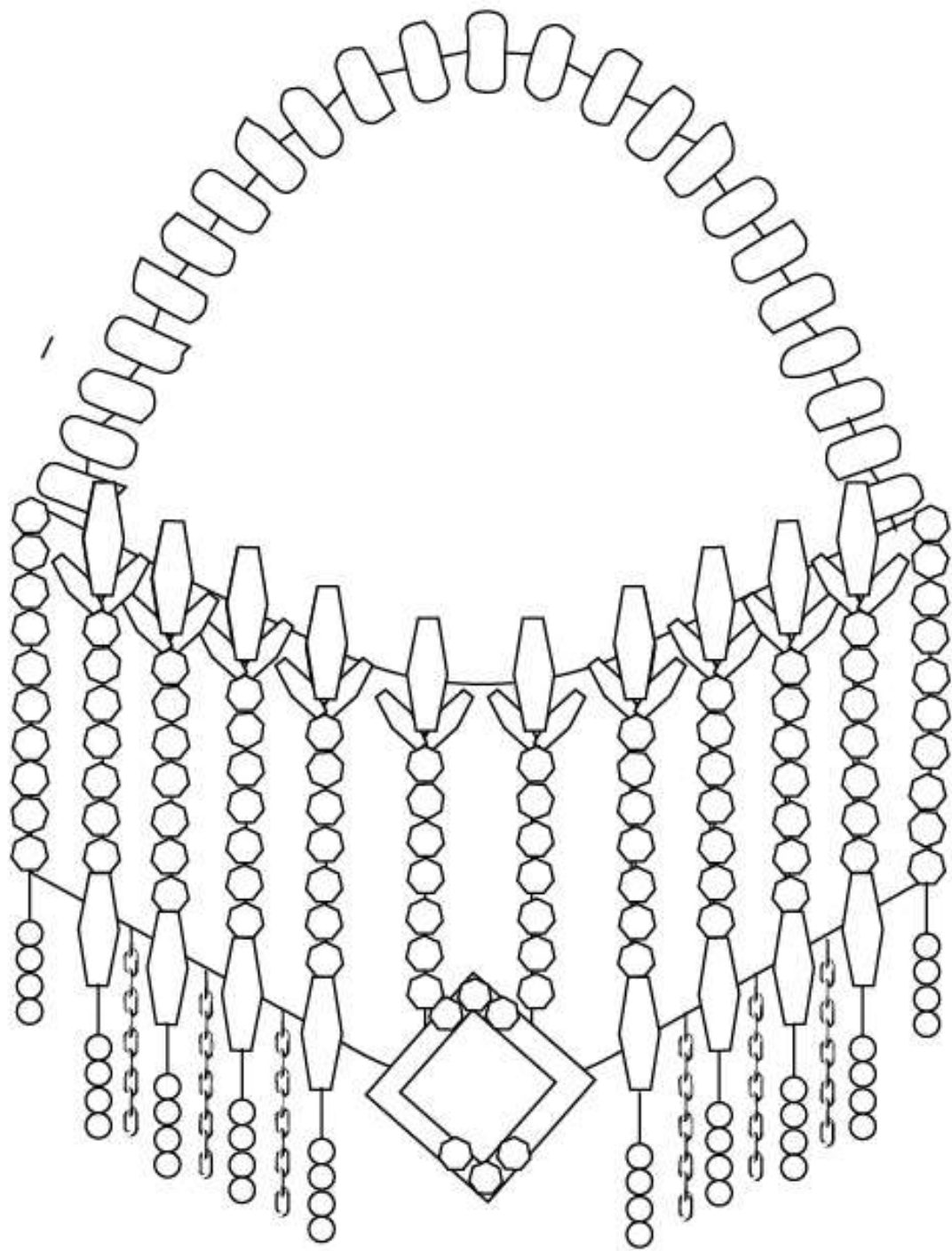
Cadenas	Son el conjunto de eslabones que se entrelazan entre sí, sirven para sujetar objetos.	 <p data-bbox="1073 474 1333 506">Imagen No. 63 Cadenas</p> <p data-bbox="1081 531 1325 562">Fuente: Pandal (2019)</p>
Broches	O también llamados pico de loro, sirven para dar acabado y unir los dos extremos de una cadena.	 <p data-bbox="1073 814 1333 846">Imagen No. 64 Broches</p> <p data-bbox="1081 871 1325 903">Fuente: Balo (2018)</p>

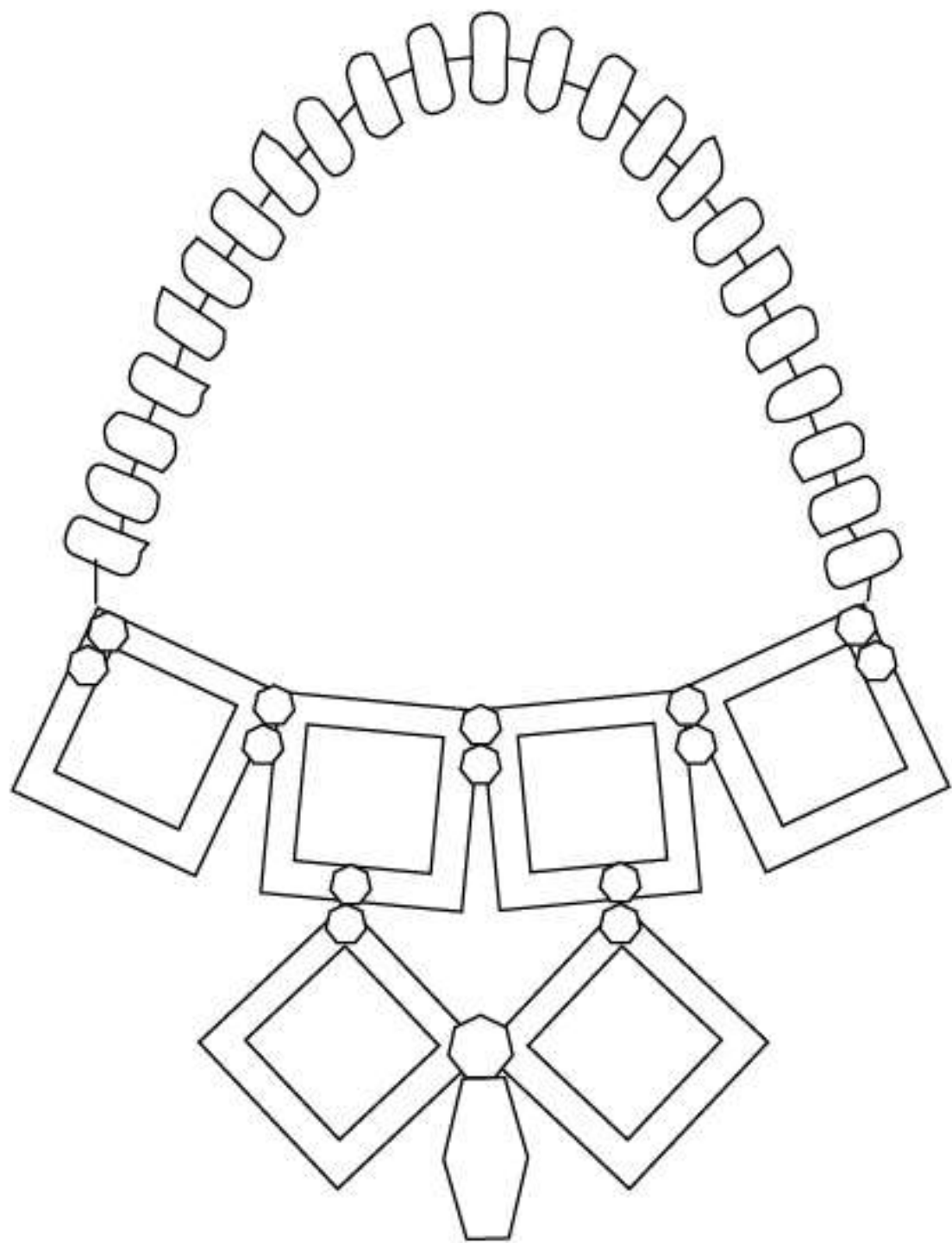
Elaborado por: Autora del proyecto

6.10. Sketch o bocetos



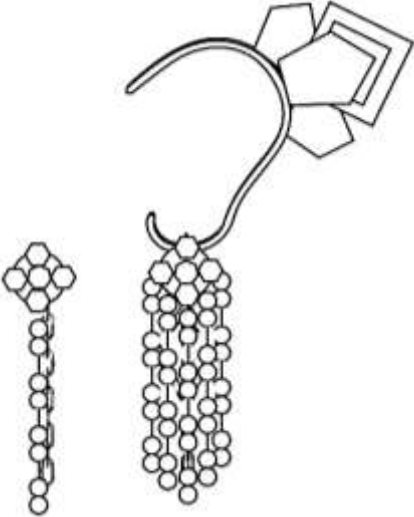
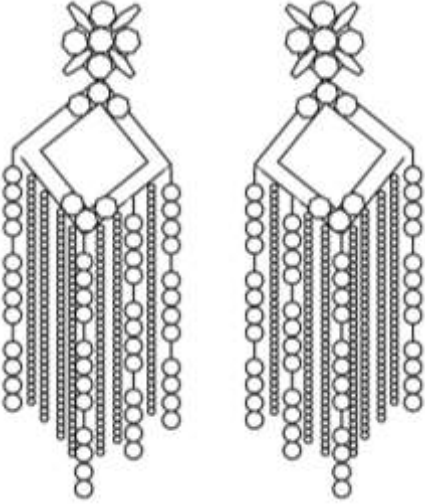




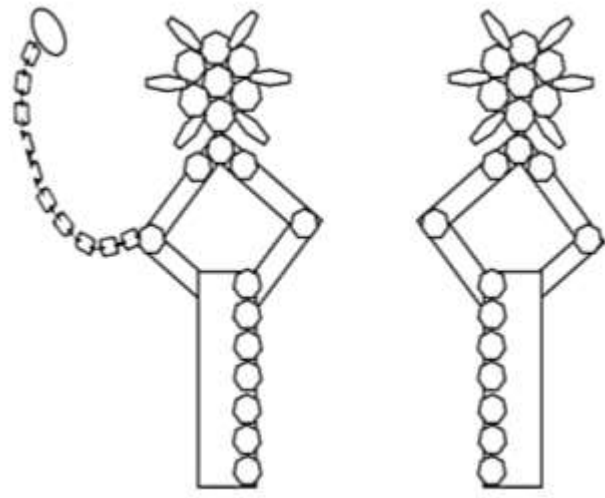


- **Diseños planos por prenda o referencia**

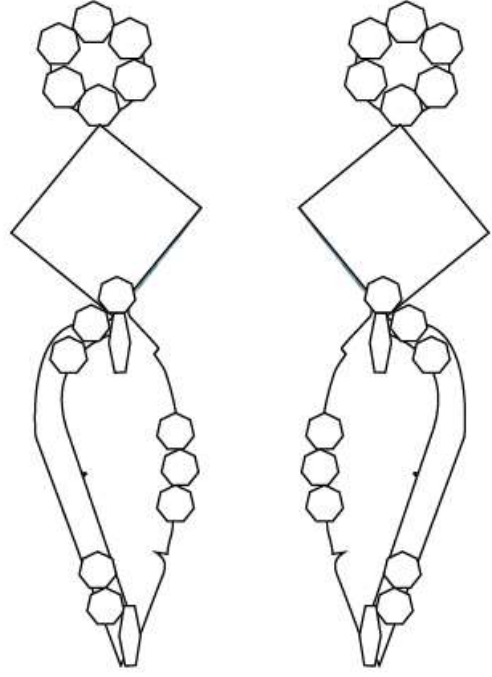
Cuadro No.23 Referencia de Diseño plano

Referencia	Diseño plano
001	
002	

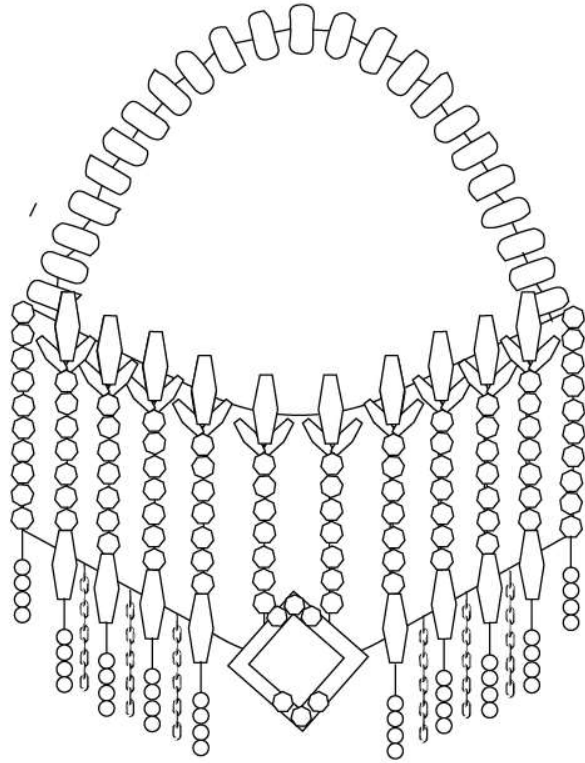
003



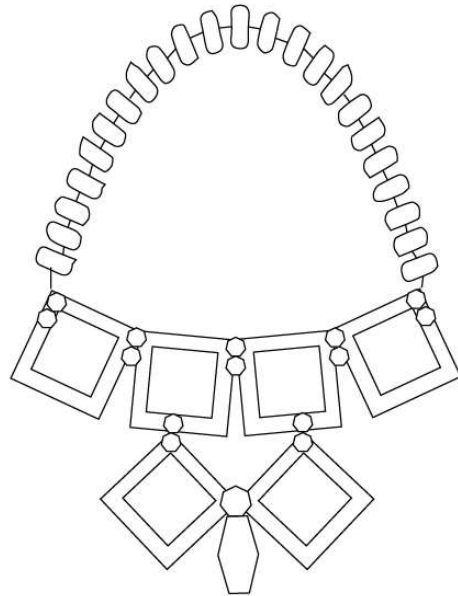
004



005



006



Elaborado por: Autora del proyecto

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

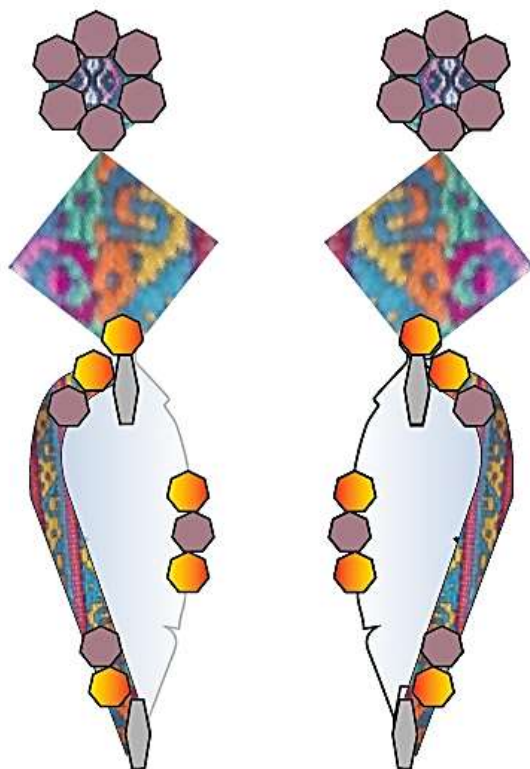
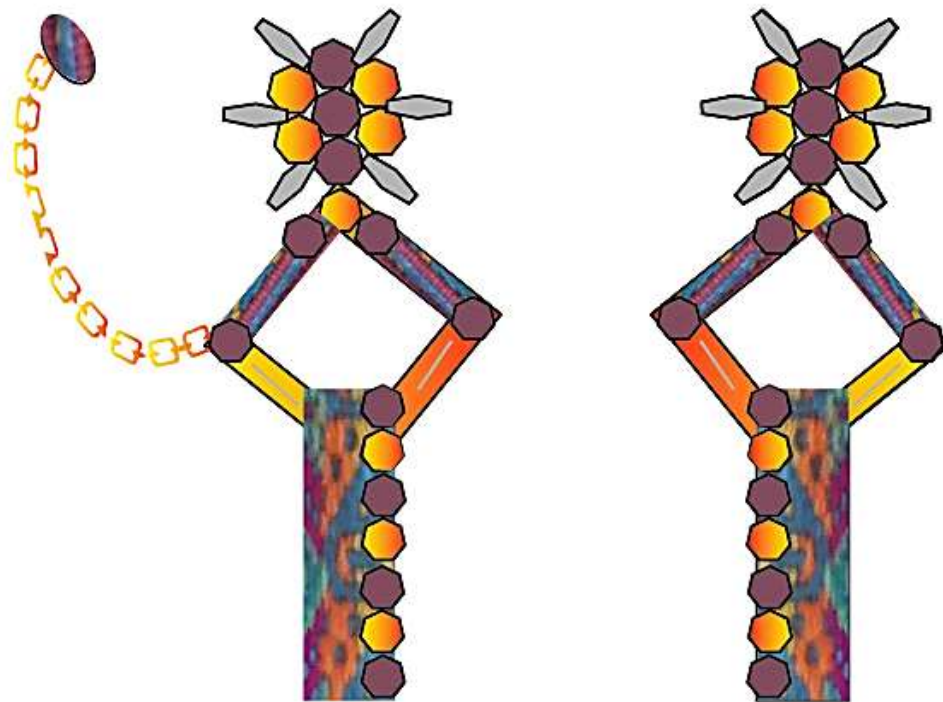
Cuadro No.24 Materiales, usos y cuidados

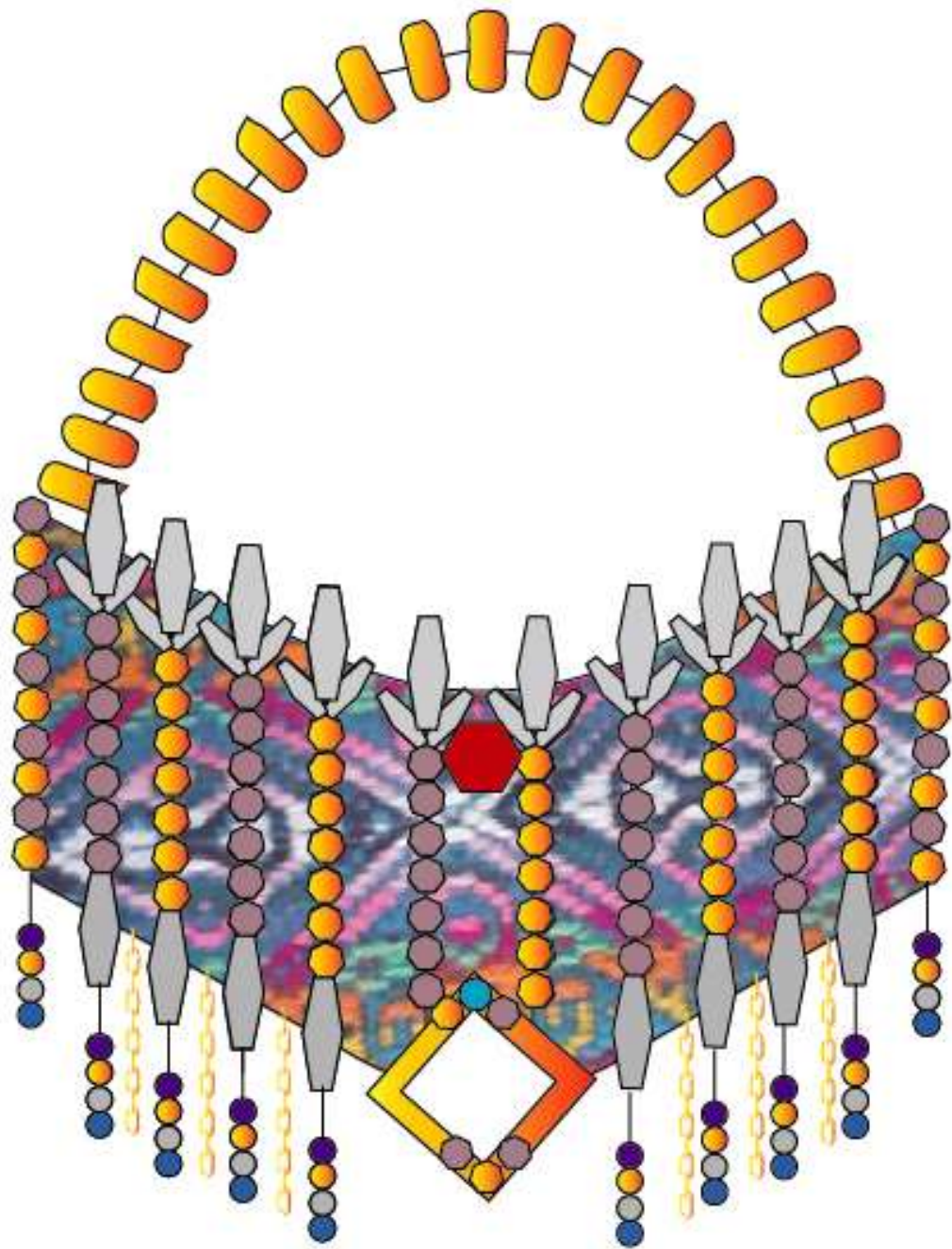
Material	Composición	Función
Restos de fajas indígenas	Fibras naturales	Decorativa, para aportar en textura y color.
Cristales	Vidrio	Decorativas para aportar brillo y texturas.
Cristal checo	Vidrio	Decorativa para los colgantes aportando brillo.
Pedrería sintética	Plástico	Como complemento de los cristales.
Broches ornamentales	Acero cromado	Decorativa y para sostener los retazos de la faja.
Cadenas	Hierro y latón	Para unir piezas y como colgantes.
Broches	Acero	Seguridad, para unir las piezas y dar acabados.
Uso de la colección de bisutería		
<ul style="list-style-type: none"> -Complementar un atuendo. -Adornar en cuerpo. -Lograr un contrates equilibrado en el vestuario. -Proyectar el estilo personal. -Resaltar una parte del cuerpo. 		
Cuidados		
<ul style="list-style-type: none"> -Evitar el contacto con el agua o sustancias químicas. -Mantener en un lugar fresco a temperatura ambiente. -Limpiar únicamente con un paño seco. 		

Elaborado por: Autora del proyecto

Ilustraciones









6.11. Fichas técnicas

Ficha de diseño plano

FICHA DE DISEÑO PLANO	
COLECCIÓN: ETNIC	REFERENCIA: 001
LÍNEA: ACCESORIOS	TIPO: ARETES
DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI	
<p>The diagram shows a pair of earrings. The main earring is a hook-style earring with a decorative brooch at the top. The brooch is a square frame containing several small, round stones. Below the brooch is a curved metal support. A chain of small, round stones hangs from the support. The chain is made of a gold chain and a crystal chain. The chain is attached to a small metal ring. The chain ends in a large, clear crystal. The labels point to the following parts: BROCHE DECORATIVO (decorative brooch), RETAZO DE CHUMBI (square brooch fragment), CRISTALES (crystals), SOPORTE DE ARETE METÁLICO (metal earring support), PEDRERÍA (jewelry), CADENA DORADA (gold chain), CANUTILLO (small metal ring), and CRISTAL CHECO (Czech crystal).</p>	
OBSERVACIONES:	

FICHA DE DISEÑO PLANO

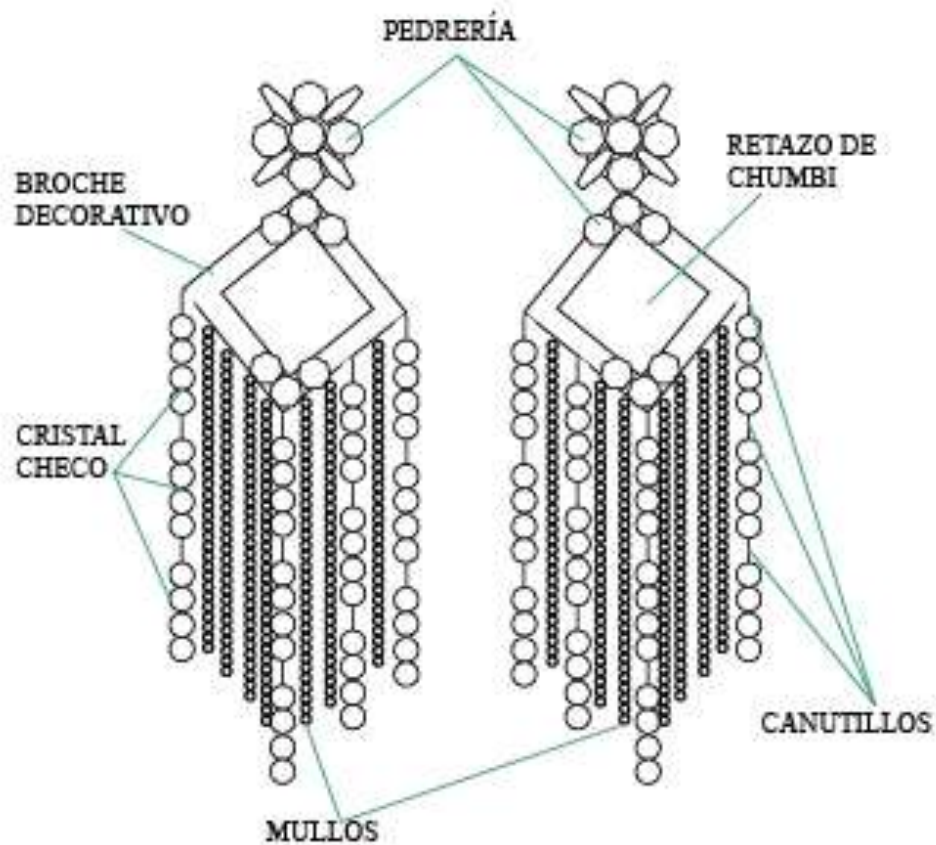
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 002

LÍNEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



OBSERVACIONES:

FICHA DE DISEÑO PLANO

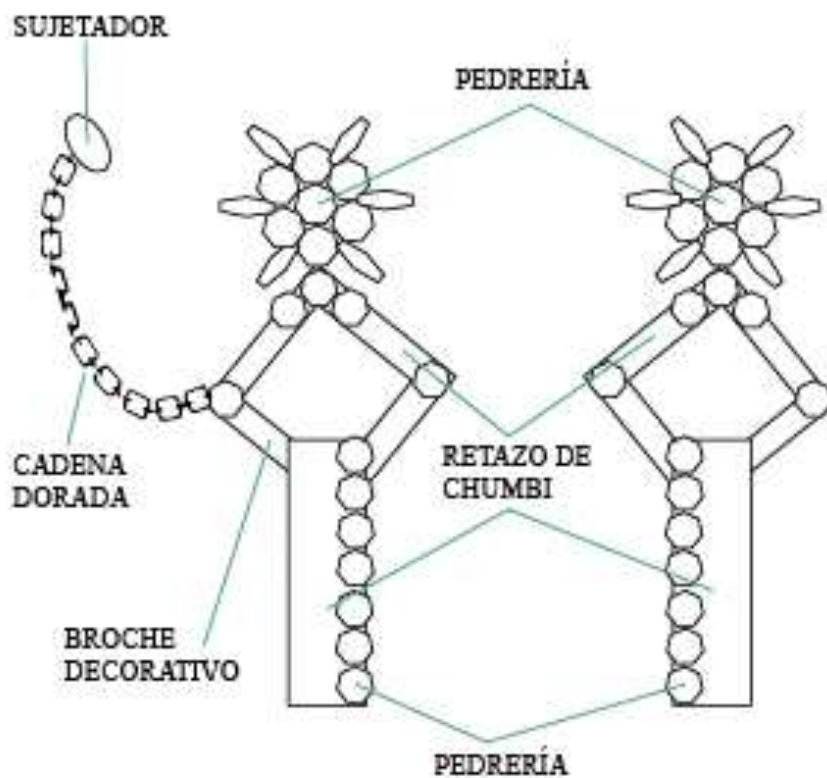
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 003

LÍNEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



OBSERVACIONES:

FICHA DE DISEÑO PLANO

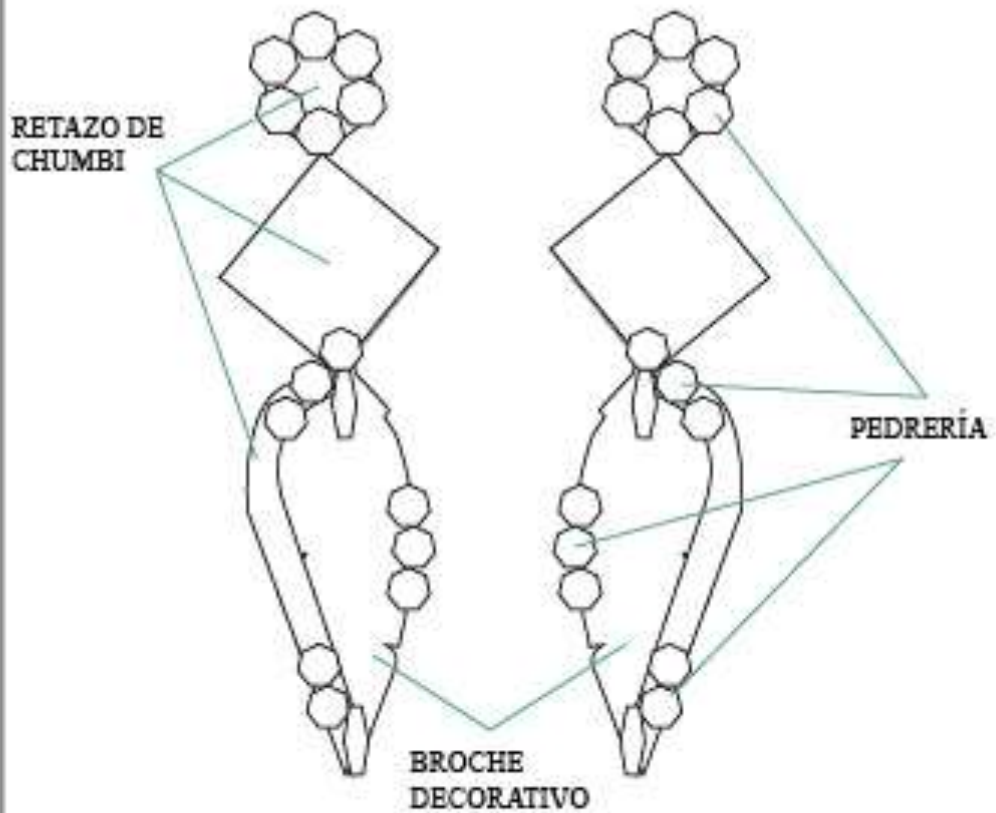
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 004

LÍNEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



OBSERVACIONES:

FICHA DE DISEÑO PLANO

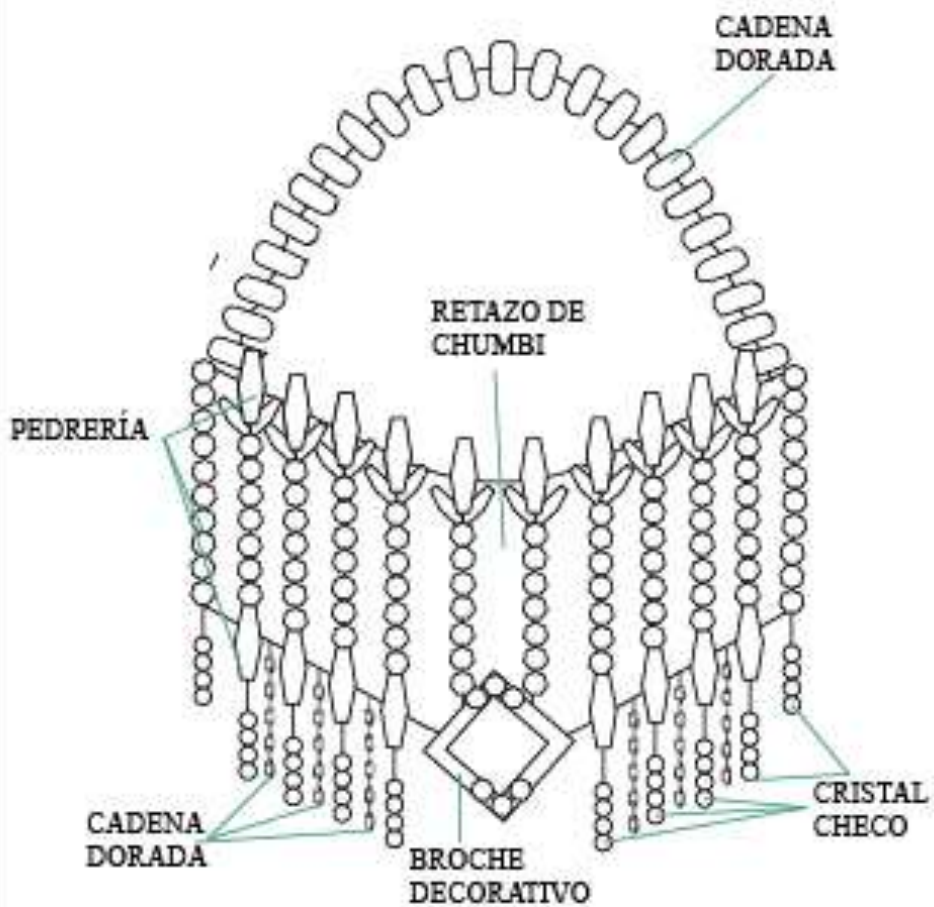
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 005

LÍNEA: ACCESORIOS

TIPO: COLLAR

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



OBSERVACIONES:

FICHA DE DISEÑO PLANO

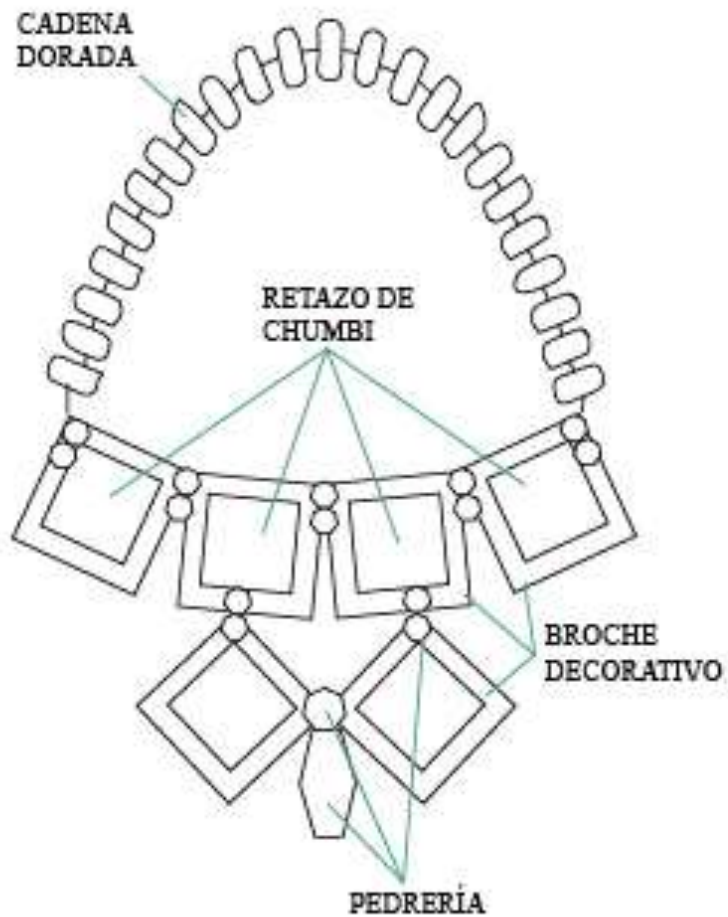
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 006

LÍNEA: ACCESORIOS

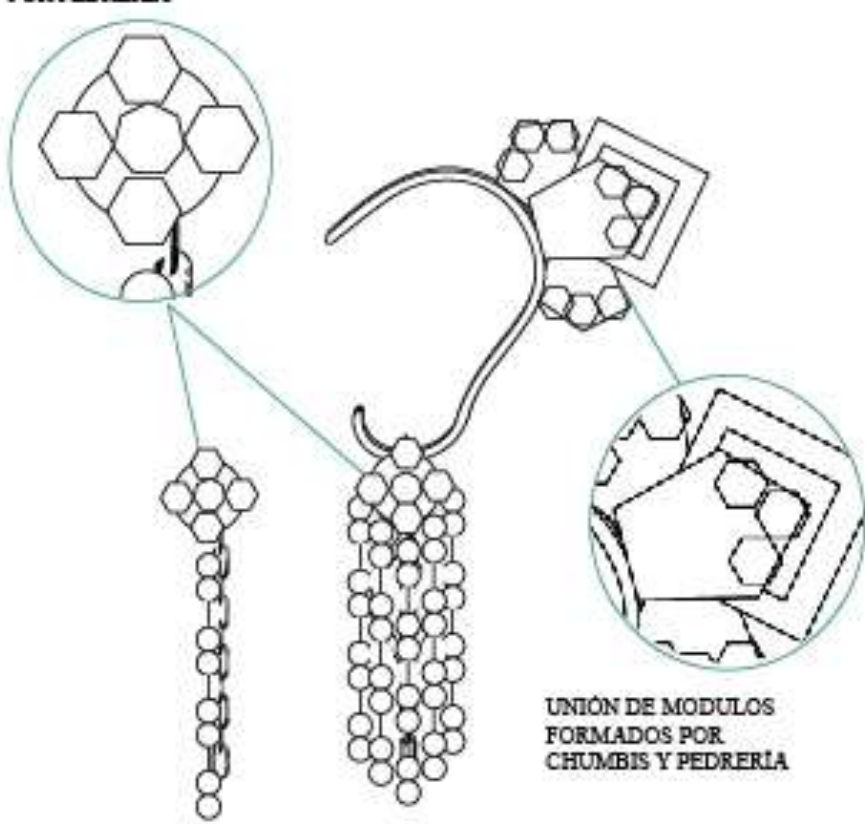
TIPO: COLLAR

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



OBSERVACIONES:

Fichas de detalle

FICHA DE DETALLES	
COLECCIÓN: ETNIC	REFERENCIA: 001
LÍNEA: ACCESORIOS	TIPO: ARETES
DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI	
<p>MODULOS FORMADOS POR PEDRERÍA</p>  <p>UNIÓN DE MODULOS FORMADOS POR CHUMBIS Y PEDRERÍA</p> <p>The diagram shows two earrings: a hoop earring and a drop earring. Both feature a top module of seven hexagonal stones. A callout on the left shows a close-up of this module. A callout on the right shows a close-up of the module's connection to a hook. The drop earring has a chain of circular beads below the module.</p>	
OBSERVACIONES:	

FICHA DE DETALLES

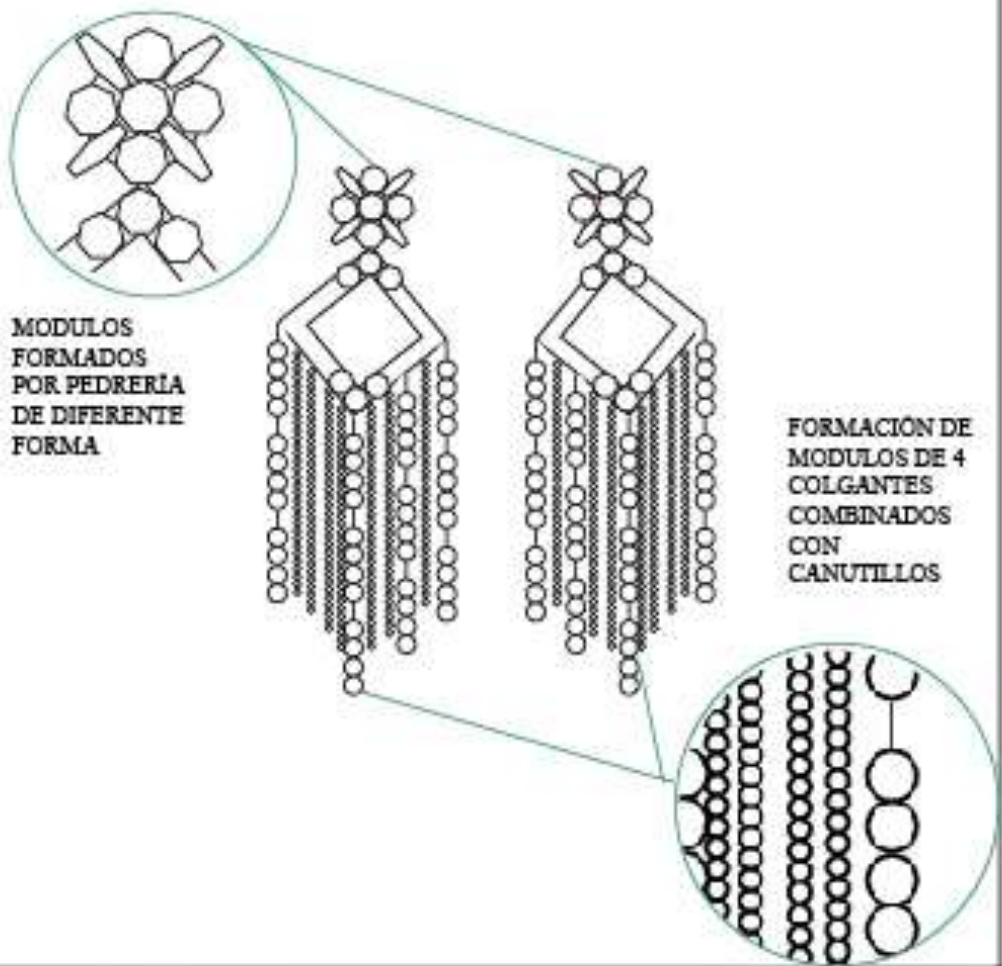
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 002

LÍNEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



OBSERVACIONES:

FICHA DE DETALLES

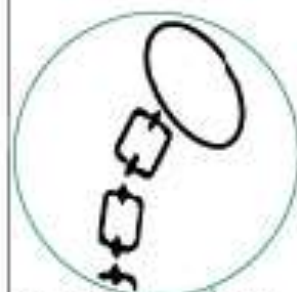
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 003

LÍNEA: ACCESORIOS

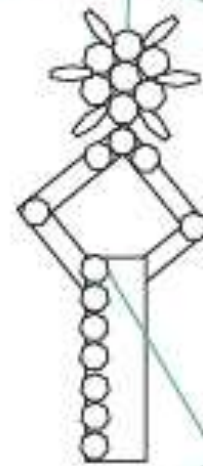
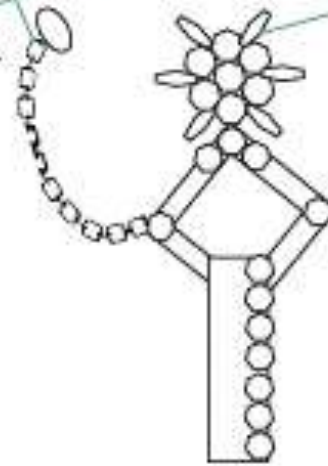
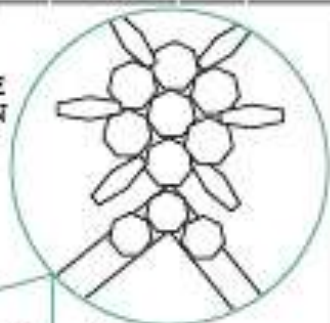
TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI

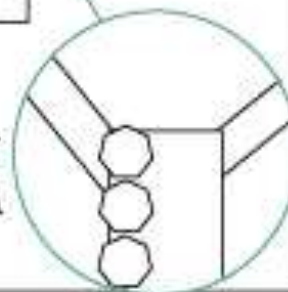


SUJETADOR
PARA LA OREJA
HECHO DE
ALAMBRE
UNIDO CON
CADENA AL
ARETE

MODULOS
FORMADOS DE
PEDRERÍA CON
PROYECCIÓN
SEXAGONAL



CHUMBI
COLGANDO
DEL BROCHE Y
DECORADO
CON PEDRERÍA
LINEAL



OBSERVACIONES:

FICHA DE DETALLES

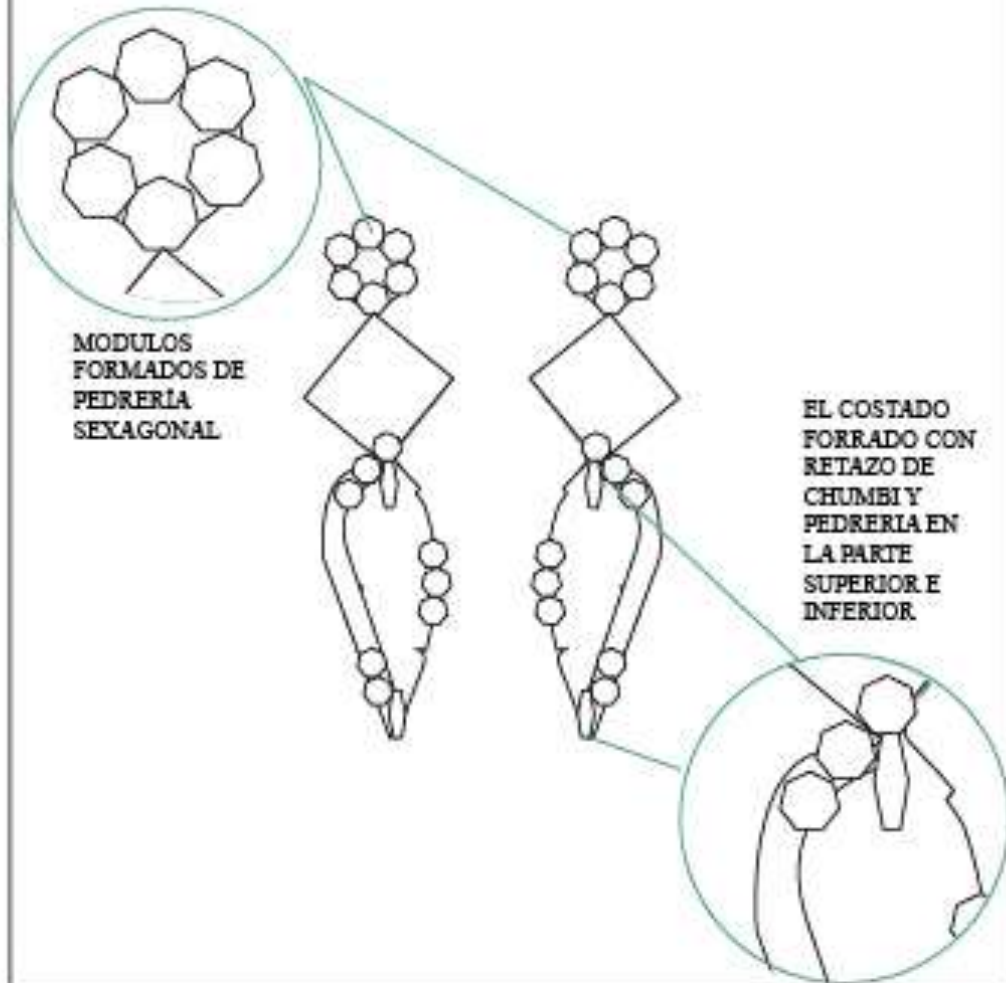
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 004

LÍNEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



OBSERVACIONES:

FICHA DE DETALLES

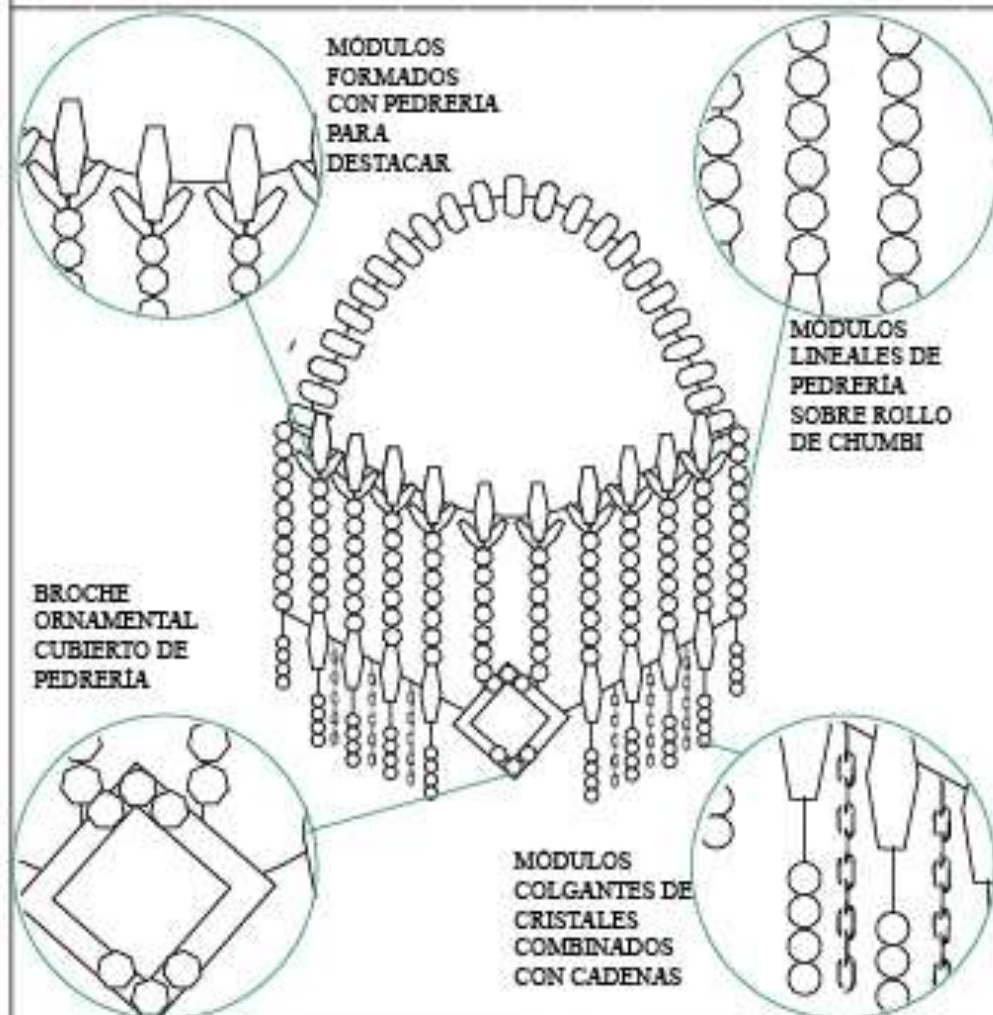
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 005

LÍNEA: ACCESORIOS

TIPO: COLLAR

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



OBSERVACIONES:

FICHA DE DETALLES

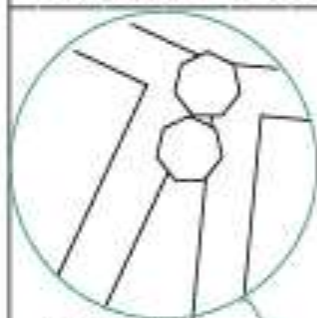
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 006

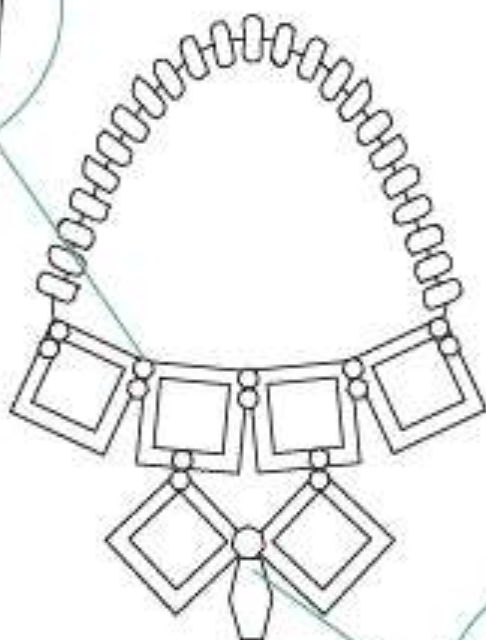
LÍNEA: ACCESORIOS

TIPO: COLLAR

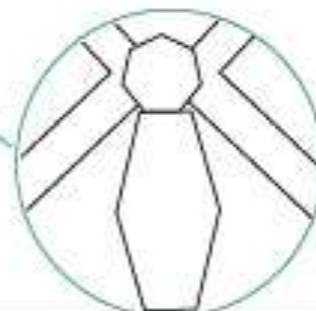
DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



MODULOS DE
BROCHES Y
SOBRE LA
UNIÓN
PEDRERÍA



DETALLE
CENTRAL
FORMADO POR
PEDRERÍA PARA
RESALTAR



OBSERVACIONES:

Fichas de ruta operacional

FICHA DE PRODUCCIÓN	
COLECCIÓN: ETNIC	REFERENCIA: 001
LINEA: ACCESORIOS	TIPO: ARETES
DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI	
	
<p>PASOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sobre la base del arete colocar pedrería y cristales. -En la cabeza colocar piedras de manera circular. -Hacer el molde en entretela y recortarlo junto con los chumbos. -Quemar los bordes de lo cortado para que no se deshile. -Decorar los bordes con piedras doradas y topasol. -Unir a la base de arete las piezas. -En el broche decorativo incrustar cristales. -Unir al resto del arete el broche. -Hacer colgantes con cristales intercalados con camuillos y mullos y colocar en la parte inferior del arete. -Unir cadenas doradas a los colgantes para aportar brillo. -Realizar un control de calidad. 	
OBSERVACIONES:	

FICHA DE PRODUCCIÓN

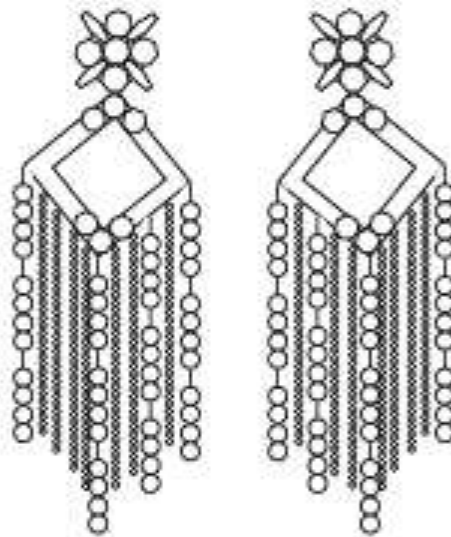
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 002

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



PASOS:

- Sobre la base del arete hacer un módulo con pedrería.
- Al broche incrustar los cristales.
- Cortar en el retazo de chumbi la forma interna del broche.
- Queimar los bordes de las piezas para que no se deshila.
- Unir en la parte posterior del broche las piezas de chumbi.
- Unir el broche con la cabeza del arete.
- Decorar la parte delantera del broche con pedrería.
- Realizar colgantes de cuatro cristales unidos con mullos y camarillos para formar módulos.
- Unir los módulos a la parte inferior del broche.
- Recortar de la sarta de mullos una longitud similar a los colgantes de cristales.
- Unir los mullos cortados a la parte posterior del broche en los espacios vacíos.
- Hacer un control de calidad.

OBSERVACIONES:

FICHA DE PRODUCCIÓN

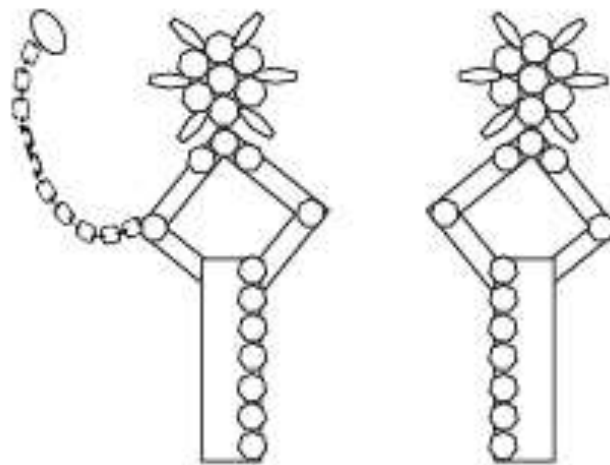
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 003

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



PASOS:

- Sobre la base del arte hacer un módulo con pedrería de manera hexagonal.
- En el broche decorativo incrustar con cristales.
- Ferrar la mitad superior del broche con retazos del filo de chumbi.
- Colocar pedrería sobre el broche en la parte superior y en los costados.
- Cortar una tira rectangular de chumbi.
- Queimar los bordes de lo cortado para que no se deshile.
- Unir a la parte inferior del chumbi de manera que quede colgado.
- Decorar con pedrería de manera lineal en la parte interna.
- Unir el broche con el pedazo de chumbi a la cabeza del arete.
- Con un pedazo de alambre hacer un sujetador y ferrar con chumbi.
- Cortar un pedazo de cadena dorada y unir a el lado externo del broche y al sujetador de alambre.
- Hacer un control de calidad.

OBSERVACIONES:

FICHA DE PRODUCCIÓN

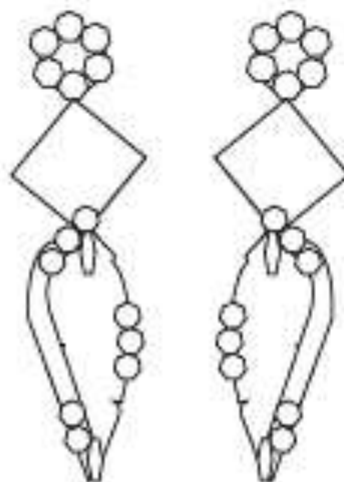
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 004

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



PASOS:

- Forrar la base del arete con un retazo de chumbi.
- Queimar los bordes de las piezas para que no se deshile.
- Decorar los bordes de la cabeza del arete con pedrería tornasol.
- Cortar cuatro pedazos de chumbi utilizando como molde los broches de otros accesorios.
- Queimar los bordes para que no se deshilen.
- Unir los dos pedazos para reforzar y que no se deforme.
- Unir las piezas de chimbis antes formadas a la cabeza del arete.
- En el broche en forma de hoja forrar la parte externa con el filo de chumbi siguiendo las líneas naturales.
- Decorar con pedrería de manera que no se sature.
- Unir el broche en forma de hoja a los pedazos de chumbi a la cabeza del arete.
- Hacer un control de calidad.

OBSERVACIONES:

FICHA DE PRODUCCIÓN

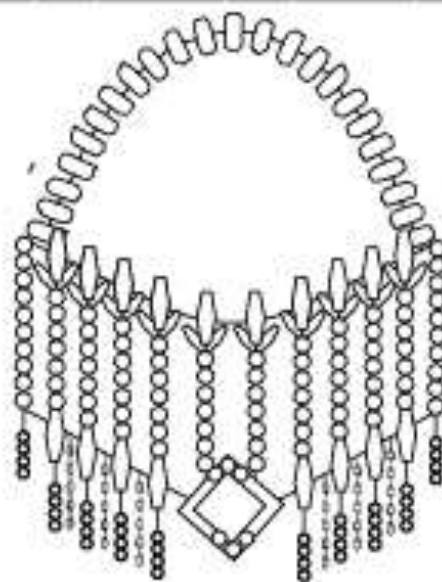
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 005

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: COLLAR

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



PASOS:

- Cortar once rectángulos de retazos de chumbis.
- Con cada uno hacer rollitos y quemar los bordes para que no se deshila.
- Cortar un molde de cuello que sirva de base de collar.
- Unir cada uno de los rollitos a una base de manera que no se pierdan las líneas.
- Hacer un módulo sobresaliente en la parte superior con una piedra grande y dos pequeñas en todas las uniones de los rollos de chumbi.
- Colocar piedras linealmente en las uniones de los rollos de chumbi intercalando entre una fila dorada y una de tenasol.
- En la parte inferior de la uniones colocar una piedra grande para dar fin a las líneas.
- En el centro inferior colocar un broche previamente decorado con cristales y pedrería.
- En la parte inferior del collar intercalar entre colgantes de cristales, canchillos y mullos con cadenas doradas.
- Hacer un control de calidad.

OBSERVACIONES:

FICHA DE PRODUCCIÓN

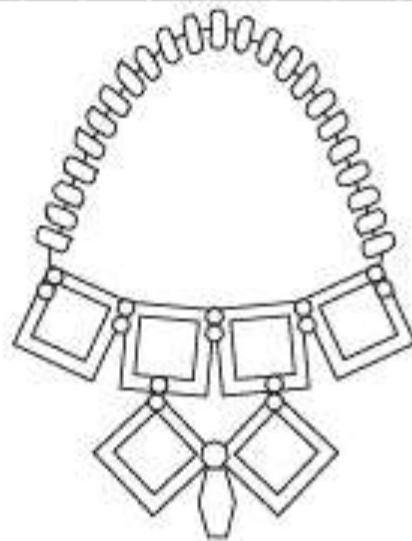
COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 006

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: COLLAR

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI



PASOS:

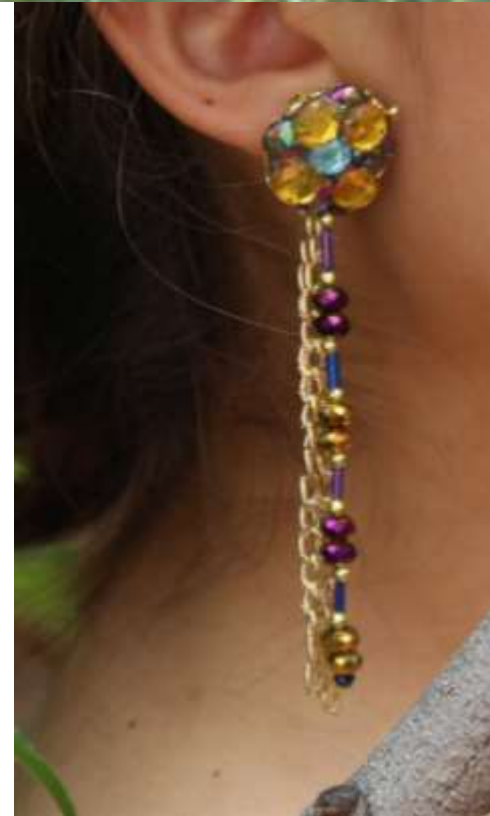
- Decorar cinco broches con cristales.
- Forrar la parte interna de los broches con retazos de chumbis.
- Queimar los filos de pedazos de chumbis para que no se deshile.
- Un vez ya teniendo todos los broches listos unir en dos hileras la primera de cuatro y la segunda de dos.
- Decorar las uniones de los broches con pedrería.
- En el centro de los dos módulos inferiores colocar una piedra mediana y una grande en el centro.
- Unir los dos extremos superiores con cadena dorada mediana.
- Hacer un control de calidad.



OBSERVACIONES:

6.12. Photobook

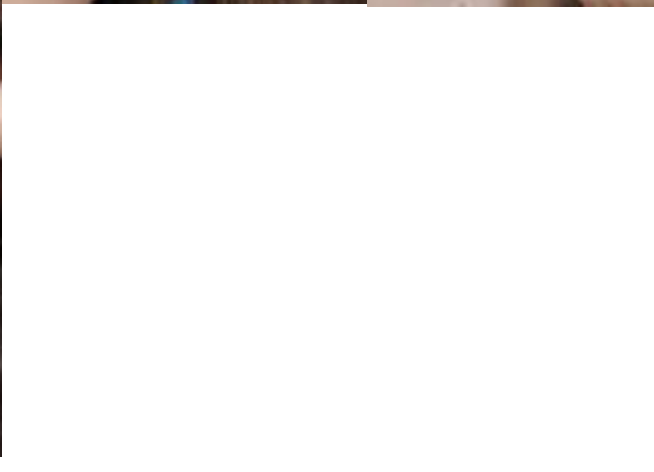
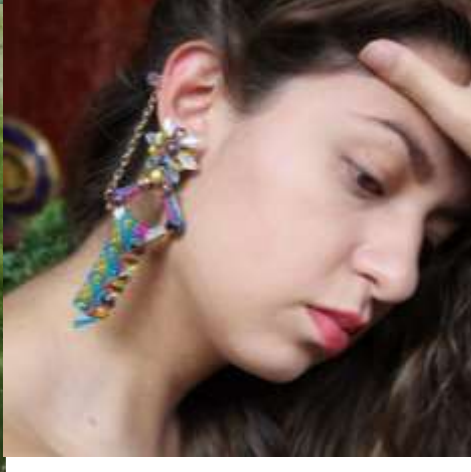
























6.13. Costos de producción

6.13.1 Fichas de costos

FICHA DE COSTOS					
COLECCIÓN: ETNIC			REFERENCIA: 001		
LINEA: ACCESORIOS			TIPO: ARETES		
DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI					
Costos fijos		Frecuencia		Precio mensual	
Internet		Mensual		\$20	
Agua		Mensual		\$5	
Luz		Mensual		\$8	
Gastos administrativos		Mensual		\$10	
Total de costos fijos				\$43	
Descripcion		Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Base de aretes		Unidad	2	\$0,25	\$0,50
Broche		Unidad	1	\$0,90	\$0,90
Cristales		Unidad	25	\$0,10	\$2,50
Pedreria		Unidad	41	\$0,01	\$0,41
Cristal checo		Unidad	40	\$0,05	\$2,00
Canutillo		Unidad	17	\$0,01	\$0,17
Mullos		Unidad	40	\$0,01	\$0,40
Cadena		Centimetros	20	\$0,03	\$0,60
Mano de obra		Unidad	2	\$1,50	\$3,00
Total					\$10,48
Tipo				Valor	
Costo unitario (variable+ fijo)				\$11,34	
Utilidad 40%				\$ 4,54	
Subtotal				\$15,88	
IVA 12%				\$ 1,90	
Valor de venta al publico				\$17,78	

FICHA DE COSTOS

COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 002

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI

Costos fijos	Frecuencia	Precio mensual
Internet	Mensual	\$20
Agua	Mensual	\$5
Luz	Mensual	\$8
Gastos administrativos	Mensual	\$10
Total de costos fijos		\$43



Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Base de aretes	Unidad	2	\$0,20	\$0,40
Broche	Unidad	2	\$0,90	\$1,80
Cristales	Unidad	8	\$0,10	\$0,80
Pedrería	Unidad	15	\$0,01	\$1,50
Cristal checo	Unidad	50	\$0,05	\$2,50
Camutillo	Unidad	12	\$0,01	\$0,12
Mullos	Unidad	12	\$0,01	\$0,12
Cadena de mullos	Centímetros	80	\$0,01	\$0,80
Mano de obra	Unidad	2	\$1,50	\$3,00
Total				\$11,04

Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$11,90
Utilidad 40%	\$ 4,76
Subtotal	\$16,66
IVA 12%	\$ 1,99
Valor de venta al público	\$18,66

FICHA DE COSTOS

COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 003

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI

Costos fijos	Frecuencia	Precio mensual		
Internet	Mensual	\$20		
Agua	Mensual	\$5		
Luz	Mensual	\$8		
Gastos administrativos	Mensual	\$10		
Total de costos fijos		\$43		
Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Base de aretes	Unidad	2	\$0,20	\$0,40
Broche	Unidad	2	\$0,90	\$1,80
Cristales	Unidad	8	\$0,10	\$0,80
Pedrerita	Unidad	38	\$0,01	\$0,38
Cadena	Centímetros	6	\$0,01	\$0,60
Alambre	Centímetros	10	\$0,01	\$0,10
Mano de obra	Unidad	2	\$1,50	\$3,00
Total				\$ 7,08
Tipo		Valor		
Costo unitario (variable+ fijo)		\$ 7,94		
Utilidad 40%		\$ 3,18		
Subtotal		\$11,12		
IVA 12%		\$ 1,11		
Valor de venta al publico		\$12,45		

FICHA DE COSTOS


COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 004

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: ARETES

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI

Costos fijos	Frecuencia	Precio mensual		
Internet	Mensual	\$20		
Agua	Mensual	\$5		
Luz	Mensual	\$8		
Gastos administrativos	Mensual	\$10		
Total de costos fijos		\$43		
Descripcion	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Base de aretes	Unidad	2	\$0,20	\$0,40
Broche	Unidad	2	\$2,00	\$4,00
Cristales	Unidad	2	\$0,10	\$0,20
Pedreria	Unidad	36	\$0,01	\$,36
Mano de obra	Unidad	2	\$1,50	\$3,00
Total				\$ 7,96
Tipo		Valor		
Costo unitario (variable+ fijo)		\$ 8,82		
Utilidad 40%		\$ 3,53		
Subtotal		\$12,35		
IVA 12%		\$ 1,48		
Valor de venta al publico		\$13,83		

FICHA DE COSTOS

COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 005

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: COLLAR

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI

Costos fijos	Frecuencia	Precio mensual
Internet	Mensual	\$20
Agua	Mensual	\$3
Luz	Mensual	\$8
Gastos administrativos	Mensual	\$10
Total de costos fijos		\$43



Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Broche	Unidad	1	\$0,90	\$0,90
Cristales	Unidad	8	\$0,10	\$0,80
Pedrería	Unidad	112	\$0,01	\$1,20
Cristal checo	Unidad	40	\$0,05	\$2,00
Canutillo	Unidad	20	\$0,01	\$0,12
Muilos	Unidad	40	\$0,01	\$0,40
Cadena pequeña	Centímetros	30	\$0,01	\$0,30
Cadena grande	Centímetros	50	\$0,01	\$0,50
Mano de obra	Unidad	1	\$5,00	\$5,00
Total				\$ 11,22

Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$12,80
Unidad 40%	\$ 5,12
Subtotal	\$17,92
IVA 12%	\$ 2,15
Valor de venta al público	\$20,07

FICHA DE COSTOS

COLECCIÓN: ETNIC

REFERENCIA: 006

LINEA: ACCESORIOS

TIPO: COLLAR

DISEÑADO POR: GABRIELA VITERI

Costos fijos	Frecuencia	Precio mensual
Internet	Mensual	\$20
Agua	Mensual	\$5
Luz	Mensual	\$8
Gastos administrativos	Mensual	\$10
Total de costos fijos		\$43



Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Broche	Unidad	6	\$0,90	\$5,40
Cristales	Unidad	30	\$0,10	\$3,00
Pedrería	Unidad	16	\$0,01	\$0,16
Cadena	Centímetros	60	\$0,01	\$0,60
Mano de obra	Unidad	1	\$1,50	\$1,50
Total				\$10,66

Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$11,57
Utilidad 40%	\$ 4,60
Subtotal	\$16,17
IVA 12%	\$ 1,94
Valor de venta al público	\$18,11

6.13.2 Costos fijos

Dentro de estos se considera, los costos que no pueden ser sometidos a ningún tipo de cambio, los cuales incurren periódicamente, mensualmente, anualmente, una vez al día una vez a la semana, teniendo entre estos, el pago de la mano de obra.

Costos fijos	Frecuencia	Precio mensual
Internet	Mensual	\$20
Agua	Mensual	\$5
Luz	Mensual	\$8
Gastos administrativos	Mensual	\$10
Total de costos fijos		\$43

6.13.3 Costos variables

Este tipo de costos, son aquellos que dependen básicamente del volumen de producción, esto quiere decir que si la producción aumenta este valor aumenta, pero si el nivel de la producción baja, este costo también lo hace, dentro de este se podría considerar al costo de los materiales e insumos, los cuales variarían dependiendo de la producción y diseño

Ref: 001				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Base de aretes	Unidad	2	\$0,25	\$0,50
Broche	Unidad	1	\$0,90	\$0,90
Cristales	Unidad	25	\$0,10	\$2,50
Pedrería	Unidad	41	\$0,01	\$0,41
Cristal checo	Unidad	40	\$0,05	\$2,00

Canutillo	Unidad	17	\$0,01	\$0,17
Mullos	Unidad	40	\$0,01	\$0,40
Cadena	Centímetros	20	\$0,03	\$0,60
Mano de obra	Unidad	2	\$1,50	\$3,00
Total				\$10,48

Ref: 002				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Base de aretes	Unidad	2	\$0,20	\$0,40
Broche	Unidad	2	\$0,90	\$1,80
Cristales	Unidad	8	\$0,10	\$0,80
Pedrería	Unidad	15	\$0,01	\$1,50
Cristal checo	Unidad	50	\$0,05	\$2,50
Canutillo	Unidad	12	\$0,01	\$0,12
Mullos	Unidad	12	\$0,01	\$0,12
Cadena de mullos	Centímetros	80	\$0,01	\$0,80
Mano de obra	Unidad	2	\$1,50	\$3,00
Total				\$11,04

Ref: 003				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Base de aretes	Unidad	2	\$0,20	\$0,40
Broche	Unidad	2	\$0,90	\$1,80
Cristales	Unidad	8	\$0,10	\$0,80
Pedrería	Unidad	38	\$0,01	\$0,38
Cadena	Centímetros	6	\$0,01	\$0,60

Alambre	Centímetros	10	\$0,01	\$0,10
Mano de obra	Unidad	2	\$1,50	\$3,00
Total				\$ 7,08

Ref: 004				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Base de aretes	Unidad	2	\$0,20	\$0,40
Broche	Unidad	2	\$2,00	\$4,00
Cristales	Unidad	2	\$0,10	\$0,20
Pedrería	Unidad	36	\$0,01	\$,36
Mano de obra	Unidad	2	\$1,50	\$3,00
Total				\$ 7,96

Ref: 005				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Broche	Unidad	1	\$0,90	\$0,90
Cristales	Unidad	8	\$0,10	\$0,80
Pedrería	Unidad	112	\$0,01	\$1,20
Cristal checo	Unidad	40	\$0,05	\$2,00
Canutillo	Unidad	20	\$0,01	\$0,12
Mullos	Unidad	40	\$0,01	\$0,40
Cadena pequeña	Centímetros	30	\$0,01	\$0,30
Cadena grande	Centímetros	50	\$0,01	\$0,50
Mano de obra	Unidad	1	\$5,00	\$5,00
Total				\$ 11,22

Ref: 006				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad de consumo	Precio unitario	Total
Broche	Unidad	6	\$0,90	\$5,40
Cristales	Unidad	30	\$0,10	\$3,00
Pedrería	Unidad	16	\$0,01	\$0,16
Cadena	Centímetros	60	\$0,01	\$0,60
Mano de obra	Unidad	1	\$1,50	\$1,50
Total				\$10,66

6.13.4 Costo total

Ref:001	
Tipo de costo	Valor
Costo fijo (43/50)	\$ 0,86
Costo variable	\$10,48
Costo Total	\$11,34

Ref:002	
Tipo de costo	Valor
Costo fijo (43/50)	\$ 0,86
Costo variable	\$11,04
Costo Total	\$11,90

Ref:003	
Tipo de costo	Valor
Costo fijo (43/50)	\$ 0,86
Costo variable	\$ 7,08
Costo Total	\$ 7,94

Ref:004	
Tipo de costo	Valor
Costo fijo (43/50)	\$ 0,86
Costo variable	\$ 7,96
Costo Total	\$ 8,82

Ref:005	
Tipo de costo	Valor
Costo fijo (43/50)	\$ 0,86
Costo variable	\$11,22
Costo Total	\$12,80

Ref:006	
Tipo de costo	Valor
Costo fijo (43/50)	\$ 0,86
Costo variable	\$10,66
Costo Total	\$11,52

6.13.5 Costo unitario

Es el costo que determina el costo total de todos los procesos de producción, es decir el costo que este tiene para hacer factible su creación, desde los materiales a la mano de obra que esta incluye para llegar al producto final, sin tomar en cuenta los imprevistos, gastos generales, administrativos, imprevistos ni utilidades.

Ref:001	
Costo unitario	Costo variable + Costo fijo
Costo unitario	\$10,48 + \$0,86
Total costo unitario	\$11,34

Ref:002	
Costo unitario	Costo variable + Costo fijo
Costo unitario	\$11,04 + \$0,86
Total costo unitario	\$11,90

Ref:003	
Costo unitario	Costo variable + Costo fijo
Costo unitario	\$ 7,08+ \$0,86
Total costo unitario	\$ 7,94

Ref:004	
Costo unitario	Costo variable + Costo fijo
Costo unitario	\$ 7,96 + \$0,86
Total costo unitario	\$ 8,82

Ref:005	
Costo unitario	Costo variable + Costo fijo
Costo unitario	\$11,22 + \$0,86
Total costo unitario	\$12,80

Ref:006	
Costo unitario	Costo variable + Costo fijo
Costo unitario	\$10,66 + \$0,86
Total costo unitario	\$11,52

6.13.6 Utilidad

Para determinar la utilidad dentro de este proyecto se toma en cuenta los materiales utilizados para la elaboración de los diseños, así como, el objetivo de causar impacto al consumidor, creando una alternativa de diseño que satisfaga sus necesidades y prioridades dentro del mundo de la bisutería.

Ref:001	
Utilidad	Costo unitario * 40%
Utilidad	\$11,34 * 40%
Total utilidad	\$ 4,54

Ref:002	
Utilidad	Costo unitario * 40%
Utilidad	\$11,90 * 40%
Total utilidad	\$ 4,76

Ref:003	
Utilidad	Costo unitario * 40%
Utilidad	\$ 7,94 * 40%
Total utilidad	\$ 3,18

Ref:004	
Utilidad	Costo unitario * 40%
Utilidad	\$ 8,82 * 40%
Total utilidad	\$ 3,53

Ref:005	
Utilidad	Costo unitario * 40%
Utilidad	\$12,80 * 40%
Total utilidad	\$ 5,12

Ref:006	
Utilidad	Costo unitario * 40%
Utilidad	\$11,52 * 40%
Total utilidad	\$ 4,60

6.13.7 Costo de venta

Ref:001	
Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$11,34
Utilidad 40%	\$ 4,54
Subtotal	\$15,88
IVA 12%	\$ 1,90
Valor de venta al publico	\$17,78

Ref:002	
Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$11,90
Utilidad 40%	\$ 4,76
Subtotal	\$16,66
IVA 12%	\$ 1,99
Valor de venta al publico	\$18,66

Ref:003	
Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$ 7,94
Utilidad 40%	\$ 3,18
Subtotal	\$11,12
IVA 12%	\$ 1,11
Valor de venta al publico	\$12,45

Ref:004	
Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$ 8,82
Utilidad 40%	\$ 3,53
Subtotal	\$12,35
IVA 12%	\$ 1,48
Valor de venta al publico	\$13,83

Ref:005	
Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$12,80
Utilidad 40%	\$ 5,12
Subtotal	\$17,92
IVA 12%	\$ 2,15
Valor de venta al publico	\$20,07

Ref:006	
Tipo	Valor
Costo unitario (variable+ fijo)	\$11,57
Utilidad 40%	\$ 4,60
Subtotal	\$16,17
IVA 12%	\$ 1,94
Valor de venta al publico	\$18,11

CONCLUSIONES

-Se diseñó una colección de accesorios de bisutería que cumple con las necesidades de quienes buscan destacar con su estilo, aplicando materiales alternativos combinados con los tradicionales. Debido a que los accesorios son el complemento del vestuario fue sumamente importante innovar para llamar la atención de los usuarios y que se interesen por las propuestas. Es decir, se encontró el punto de equilibrio para crear piezas visualmente llamativas, pero sin perder la esencia de buscar materia prima que no solo sea de buena calidad, sino también amigable con el medio ambiente.

-En el presente proyecto se logró investigar las características de los materiales tradicionales y no tradicionales, los mismos se los aplicó en la elaboración de accesorios teniendo en cuenta los conceptos básicos de la joyería. Dado que la bisutería es una imitación de las joyas, pero con diferentes materiales, procesos y costos, resulto factible emplear los principios básicos de las mismas, pero adaptándose a las necesidades actuales dando más portabilidad al producto. Para lo cual se utilizó los residuos de chumbis Salasakas que aportaron colores, texturas y formas con las cuales se trabajó de tal manera que no se pierdan la identidad cultural de las mismas.

-Se determinó los procesos adecuados para el desarrollo de propuestas de una colección de bisutería por medio de técnicas manuales o artesanales. Gracias al previo estudio, elaboración de bocetos, pruebas de colores, ilustraciones, y los procesos creativos se pudo escoger la materia prima idónea y los materiales de trabajo adecuados para ejecutar la colección de manera óptima. A su vez se destacó en trabajo hecho a mano en cada uno de los productos que brindan exclusividad debido al tiempo y a la complejidad en la producción.

-Se logró desarrollar idóneamente una colección de accesorios con materiales alternativos por medio de la aplicación de los procesos de diseño. Cada uno de los productos están manufacturados de tal manera que el equilibrio, la repetición, la

gradación, simetría y el contraste se conjugan para crear formas y texturas que llamen la atención del usuario para que se decida por consumir la propuesta. Así mismo se tomó en cuenta las necesidades, gustos y requerimientos del público objetivo para crear una colección que sea comercial, pero respetando la identidad de la marca.

RECOMENDACIONES

-Promover dentro de la comunidad universitaria la importancia que tienen los accesorios dentro de un atuendo para que aprendan a sacarles el mayor provecho y no se los descarten de las presentaciones de propuestas.

-Impulsar el estudio y la aplicación de materiales alternativos para la elaboración no solo de accesorios, sino también de indumentaria, calzado, bolsos entre otros ya que es una manera de innovar, promover el reciclaje y la eco moda.

-Incentivar los procesos artesanales y hechos a mano, sin dejar que las técnicas se extingan ya que son muy similares a la alta costura por lo que se daba darles el valor no solo económico sino también cultural que pueden aportar a la evolución del diseño.

-Generar el interés por las alianzas estratégicas entre diseñadores y artesanos para que exista una mayor apertura a nuevos proyectos donde las dos partes sean beneficiadas de tal manera que puedan coexistir.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, J. (2015). *Manual de Control de Calidad en Productos Textiles y Afines*. Madrid.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución 2008*. Montecristi.
- Banco Mundial. (2020). *Ecuador Panorama General*.
- Bernal, M. (2013). *La Bisutería*. Barcelona.
- Brito, E. (2018). *Remanentes textile. Alternativas de uso desde el Diseño textil y la moda*. . Cuenca.
- Chanataxi, C. (2017). *Diseños de bisutería artesanal con chatarra para mujeres de 20 a 35 de la ciudad de Ambato*. Ambato.
- Córdova, C. (2013). *Fajas tradicionales, Analisis del austro ecuatoriano*. Cuenca.
- Cruz, R. (2016). *Prezzi*. Obtenido de Prezzi.com
- Deck, H. (2016). *Perfiles del consumidor y Universos del Vestuario*.
- FEDEXPORT. (2020). Tendencias de consumo.
- Gomes, S. (2020). Industrias Textiles en Ecuador. *Fashion & Luxuri*, 34.
- Gwilt, P. (2014). *La eco moda*. Barcelona: G.L.Bits.
- Hollem, N. (2002). *Introducción a los textiles*. Mexico D.F.: LIMUSA S.A.
- Igualdad, O. D. (2014). *Accesorios en el siglo XXI*. Mexico.
- INEC. (2019). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/la-institucion/>
- Lando, L. (2009). *Diseño de modas*. Cambridge: CBH Books.
- Lau, J. (2013). *Diseño de Accesorios*. Madrid : 66.
- Logroño, R. (2017). *Salasaca más que una cultura*.
- Manzano, L. (2006). *El reciclaje en la industria textil*. Buenos Aires: AdvW.
- Maura, S. (2017). *Ella Hoy*.

- Mohabed, S. (2006). *Oportunidades en accesorios*. Buenos Aires: El paco.
- Moreta, M. (3 de agosto de 2016). Loa chumbis se tejen en las comunidades Chibuleo y Salasaka. *El Comercio*.
- Mororcho, L. (2018). *Diseño de accesorios de vestuario mediante la utilización de remanentes ojalata*. Ambato.
- Muñoz, S. (2016). *Moda sostenible y ética*. Nuevo León: Leflet.
- Nacional, C. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017- 2021 Toda una Vida. Riobamba, Ecuador.
- Naranjo, G. (2010). *Técnicas de Investigación*. Ambato.
- Nextlab. (2020). *Nextlab*. Obtenido de <https://nextlab.lafayette.com/temporadas/otono-invierno-2020/>
- Ossorio, M. (2014). *O´Domecq*. Obtenido de <https://www.indumentariaonline.com/moda-sostenible/ossorio-domecq-accesorios-con-materiales-sustentables/>
- PANTONE. (2020). *Moda y Colores*. Obtenido de <https://modaellos.com/nuevo-color-pantone/>
- Pérez, S. (2016). Definiciones de Diseño de Modas.
- Polo, C. (2017). *Experimentación de materiales y tecnologías textiles artesanales del medio*. Cuenca.
- Qhaman, W. (10 de Julio de 2013). Cumbi, tradición e historia Salasaka. *La hora*.
- Revista Lideres . (2019). Sector Textil del Ecuador. *Lideres* .
- Rivera, L. (2016). *Luiny*. Obtenido de <https://www.luiny.com/>
- Roben, E. (2013). *El reciclaje*. Loja: DED.
- Rúbi, B. (2017). *BernardRubi.com*. Obtenido de <https://bernatrubi.com/blog/>
- Saintesvan, Y. (2009). *La influencia de los materiales en el significado de la Joyería*. Barcelona.
- Saviolo, S. (2007). *Cadena de Valor en la Moda*. Barcelona: Gustavo Gili,SL.
- UNESCO. (2017). *Indicadores de cultura para el desarrollo del Ecuador*.

Verlag, S. (2009). *Accesorios de moda*. Barcelona: Gustavi Gili.

WGSN. (2020). *WGSN*. Obtenido de <https://www.wgsn.com/es/products/fashion/>

Wiki. (2017). *Wiki*. Obtenido de <https://tipos.wiki/tipos-de-bisuteria/>

Wright, E. (2017). *Estefy Wright*. Obtenido de <https://estefiwright.com/nosotros/>

Yuccha, G. (2018). *Diseño de accesorios artesanales con la utilización del bastago de banano*. Ambato.