



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

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

**“Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de  
mermas pre consumo de la industria del calzado”.**

**Autora:** Neumeister Lozada, Kathryn Belén

**Tutor:** Mg. Ponce Pérez, Celinda Annabella

**Ambato – Ecuador**

**Marzo, 2022**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

**“Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de mermas pre consumo de la industria del calzado”** de la alumna Kathryn Belén Neumeister Lozada, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, marzo, 2022

EL TUTOR



Mg.Ponce Pérez, Celinda Annabella

1710014760

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de mermas pre consumo de la industria del calzado.**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, marzo, 2022

LA AUTORA



.....  
Kathryn Belén Neumeister Lozada

1803716230

## DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, marzo, 2022

LA AUTORA



.....  
Kathryn Belén Neumeister Lozada

1803716230



## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de mermas pre consumo de la industria del calzado**” de Kathryn Belén Neumeister Lozada, 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, mes y año

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

---

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

---

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

## DEDICATORIA

*A todos quienes me acompañaron  
a lo largo de este proceso.*

*Kathryn Belén Neumeister Lozada*

## **AGRADECIMIENTO**

*A mi familia, amigos y maestros que aportaron  
significativamente a mi formación profesional.*

*Kathryn Belén Neumeister Lozada*

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
INTRODUCCIÓN .....	1

## CAPÍTULO I

### ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Nombre del proyecto.....	4
1.2 Antecedentes (Estado de arte).....	4

1.3 Justificación .....	7
1.4 Planteamiento del problema.....	9
1.5 Objetivos .....	9
1.5.1 Objetivo general .....	9
1.5.2 Objetivos específicos.....	9

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

2.1 Marco Conceptual.....	11
2.1.1 Mermas pre consumo .....	11
2.1.1.1 Mermas.....	11
2.1.1.2 Pre consumo .....	14
2.1.1.3 Mermas del calzado.....	14
2.1.1.4 Reducción de mermas .....	14
2.1.1.5 Reutilización de desechos .....	16
2.1.1.6 Obtención del cuero .....	18
2.1.1.7 Contaminación de la industria del calzado.....	19
2.1.2 Diseño de accesorios supra reciclaje.....	21
2.1.2.1 Supra reciclaje.....	21
2.1.2.2 Moda consciente.....	22
2.1.2.3 Construcción artesanal .....	22

2.1.2.4	Industria del calzado .....	25
2.1.2.5	Creación de una colección .....	26
2.1.2.6	Accesorios .....	29
2.2	Marcas referentes .....	29
2.3	Visionario.....	36

### **CAPÍTULO III**

#### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

3.1	Análisis externo.....	37
3.1.1	Análisis PEST.....	37
3.1.1.1	Entorno político.....	37
3.1.1.2	Entorno económico .....	38
3.1.1.3	Entorno social/ cultural .....	40
3.1.1.4	Entorno tecnológico .....	41
3.1.1.5	Entorno ambiental .....	43
3.1.1.6	Entorno legal .....	44
3.1.2	Tendencias de consumo.....	45
3.1.3	Segmentación del mercado potencial .....	47
3.1.4	Análisis del sector y del mercado de referencia .....	48
3.1.5	Índice de saturación del mercado potencial .....	49

3.1.6	Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)	50
3.2	Análisis interno	54
3.2.1	Análisis de recursos propios y disponibles	55
3.2.1.1	Recursos Económicos	55
3.2.1.2	Recursos Humanos	55
3.2.1.3	Recursos Tecnológicos	55
3.2.1.4	FODA	56
3.2.2	Análisis Cadena de valor	56
3.2.2.1	Eslabón de investigación y desarrollo	57
3.2.2.2	Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima	57
3.2.2.3	Eslabón de producción	58
3.2.2.4	Eslabón de comercialización	59

## **CAPÍTULO IV**

### **MARCO METODOLÓGICO**

4.1	Estudio de público objetivo	60
4.1.1	Modelo de encuesta y/ entrevista	61
4.2	Selección de la muestra	65
4.3	Técnicas de estudio	67
4.3.1	Cuantitativas	67
4.3.2	Cualitativas	67

4.4 Elaboración e interpretación de los datos .....	68
Encuesta.....	68
Entrevista.....	78

## **CAPÍTULO V**

### **TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN**

5.1. Cronograma de producción.....	87
5.2. Control de calidad .....	89
5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto .....	91
5.4. Requerimientos de mano de obra.....	93
5.5. Seguridad industrial y medio ambiente.....	93

## **CAPÍTULO VI**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

6.1 Descripción del producto o servicio.....	96
6.1.1 Brain storming (lluvia de ideas).....	96
6.2 Perfil del cliente .....	98
6.2.1 Moodboard del perfil del cliente .....	98
6.3 Identidad de marca .....	99
6.4 Uso de la marca.....	103
6.5. Análisis de color de la propuesta .....	106



6.5.1 Paleta de color de la propuesta .....	107
6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia .....	108
6.6.1 Macrotendencia .....	108
6.6.2 Tendencia .....	109
6.7. Concepto de la propuesta. ....	111
6.8 Elementos del diseño .....	112
6.8.1 Función.....	113
6.8.2 Detalles.....	114
6.8.3 Estilo.....	114
6.8.4 Estampados, bordados y acabados, terminados.....	115
6.9 Materiales e insumos.....	116
6.10. Bocetos e Ilustración.....	117
6.11. Photobook .....	165
6.12. Costos de producción.....	174
6.12.1. Costos fijos .....	174
6.12.2. Costo total.....	174
6.12.3. Fichas de costos.....	175
6.13 Punto de equilibrio.....	182
CONCLUSIONES .....	187

RECOMENDACIONES.....	188
BIBLIOGRAFÍA .....	189
ANEXOS .....	196

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Pregunta uno .....	68
Gráfico 2 Pregunta dos.....	69
Gráfico 3 Pregunta tres .....	70
Gráfico 4 Pregunta cuatro .....	71
Gráfico 5 Pregunta cinco.....	72
Gráfico 6 Pregunta seis .....	73
Gráfico 7 Pregunta siete.....	74
Gráfico 8 Pregunta ocho .....	75
Gráfico 9 Pregunta nueve.....	76
Gráfico 10 Pregunta diez.....	77
Gráfico 11 Lluvia de ideas .....	97

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de la marca Marisol Gortaire .....	51
Tabla 2 Análisis FODA Marisol Gortaire.....	51
Tabla 3 Análisis de la marca Veu Accesorios.....	52
Tabla 4 Análisis FODA Veu Accesorios .....	53
Tabla 5 Análisis de la marca Mahi Arte en Joyería .....	54
Tabla 6 Análisis FODA Mahi Arte en Joyería.....	54
Tabla 7 Análisis interno del proyecto .....	56
Tabla 8 Selección de materia prima.....	58
Tabla 9 Pregunta uno .....	78
Tabla 10 Pregunta dos.....	79
Tabla 11 Pregunta tres.....	80
Tabla 12 Pregunta cuatro .....	81
Tabla 13 Pregunta cinco.....	82
Tabla 14 Cronograma de actividades primer semestre .....	87
Tabla 15 Cronograma de actividades segundo semestre .....	88
Tabla 16 Actividades vs. tiempo.....	89
Tabla 17 Control de calidad.....	90
Tabla 18 Distribución de áreas.....	91

Tabla 19 Requerimientos de mano de obra.....	93
Tabla 20 Ambitos del diseño .....	112
Tabla 21 Materiales e insumos.....	116
Tabla 22 Costos fijos.....	174
Tabla 23 Costo total .....	174
Tabla 24 Detalle punto de equilibrio por modelo .....	186

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Pulsera 4 ocean.....	30
Figura 2 Pulsera DoDo.....	31
Figura 3 Joyería LPC .....	32
Figura 4 Joyería sustentable.....	33
Figura 5 Hakhu Amazon.....	34
Figura 6 Fhorma Atelier.....	35
Figura 7 Ícara .....	36
Figura 8 Plano del taller .....	92
Figura 9 Moodboard del perfil del cliente .....	98
Figura 10 Portada Manual de marca .....	100
Figura 11 Tipografía de la marca.....	102
Figura 12 Color de la marca.....	103
Figura 13 Usos no permitidos .....	104
Figura 14 Etiquetas .....	105
Figura 15 Empaque .....	105
Figura 16 Papelería .....	106
Figura 17 Paleta de colores .....	107
Figura 18 Moodboard macro tendencia .....	109
Figura 19 Moodboard tendencia .....	111

Figura 20 Estilo minimalista.....	115
Figura 21 Boceto 1.....	118
Figura 22 Boceto 2.....	119
Figura 23 Boceto 3.....	120
Figura 24 Boceto 4.....	121
Figura 25 Boceto 5.....	122
Figura 26 Boceto 6.....	123
Figura 27 Boceto 7.....	124
Figura 28 Boceto 8 .....	125
Figura 29 Boceto 9.....	126
Figura 30 Boceto 10 .....	127
Figura 31 Boceto 11.....	128
Figura 32 Boceto 12 .....	129
Figura 33 Boceto 13.....	130
Figura 34 Boceto 14 .....	131
Figura 35 Boceto 15.....	132
Figura 36 Boceto 16.....	133
Figura 37 Ilustración final .....	134
Figura 38 Ficha de diseño CoTe 11 .....	135
Figura 39 Ficha de diseño CoMi 22.....	136
Figura 40 Ficha de diseño ArTe 11.....	137

Figura 41 Ficha de diseño ArMi 22 .....	138
Figura 42 Ficha de diseño ArMi 33 .....	139
Figura 43 Ficha de diseño ArBe 44 .....	140
Figura 44 Ficha de patronaje y despiece CoTe 11 .....	141
Figura 45 Ficha de patronaje y despiece CoMi 22.....	142
Figura 46 Ficha de patronaje y despiece ArTe 11 .....	143
Figura 47 Ficha de patronaje y despiece ArMi 22 .....	144
Figura 48 Ficha de patronaje y despiece ArMi 33 .....	145
Figura 49 Ficha de patronaje y despiece ArBe 44 .....	146
Figura 50 Ficha de materiales e insumos CoTe 11 .....	147
Figura 51 Ficha de materiales e insumos 2 CoTe 11 .....	148
Figura 52 Ficha de materiales e insumos CoMi 22.....	149
Figura 53 Ficha de materiales e insumos 2 CoMi 22.....	150
Figura 54 Ficha de materiales e insumos ArTe 11.....	151
Figura 55 Ficha de materiales e insumos 2 ArTe 11.....	152
Figura 56 Ficha de materiales e insumos ArMi 22 .....	153
Figura 57 Ficha de materiales e insumos 2 ArMi 22 .....	154
Figura 58 Ficha de materiales e insumos ArMi 33 .....	155
Figura 59 Ficha de materiales e insumos 2 ArMi 33 .....	156
Figura 60 Ficha de materiales e insumos ArBe 44 .....	157



Figura 61 Ficha de materiales e insumos 2 ArBe 44 .....	158
Figura 62 Ficha de ruta operacional CoTe 11 .....	159
Figura 63 Ficha de ruta operacional CoMi 22 .....	160
Figura 64 Ficha de ruta operacional ArTe 11 .....	161
Figura 65 Ficha de ruta operacional ArMi 22 .....	162
Figura 66 Ficha de ruta operacional ArMi 33 .....	163
Figura 67 Ficha de ruta operacional ArBe 44 .....	164
Figura 68 Portada photobook .....	165
Figura 69 Fotografía 1 .....	166
Figura 70 Fotografía 2 .....	167
Figura 71 Fotografía 3 .....	168
Figura 72 Fotografía 4 .....	169
Figura 73 Fotografía 5 .....	170
Figura 74 Fotografía 6 .....	171
Figura 75 Fotografía 7 .....	172
Figura 76 Fotografía 8 .....	173
Figura 77 Ficha de costos CoTe 11 .....	176
Figura 78 Ficha de costos CoMi 22 .....	177
Figura 79 Ficha de costos ArTe 11 .....	178
Figura 80 Ficha de costos ArMi 22 .....	179

Figura 81 Ficha de costos ArMi 33.....	180
Figura 82 Ficha de costos ArBe 44 .....	182

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este proyecto se basó en la elaboración de una colección de accesorios a partir de las mermas pre consumo obtenidas al momento de fabricar calzado, para de esta manera darles una nueva vida a los sobrantes que normalmente son desechados a la basura. El trabajo también se centró en rescatar la mano de obra artesanal ya que poco a poco ha ido sustituyéndose por la industrialización. A través de la recopilación de información en la etapa investigativa, se pudieron obtener datos clave para el desarrollo del proyecto tales como la relevancia de la industria del calzado y del cuero en la provincia de Tungurahua. Por otro lado, se realizó una encuesta al público objetivo para obtener estadísticas de sus preferencias. A la vez que se aplicó una entrevista a varias empresas para conocer los porcentajes de residuos que se generan en sus producciones y si poseen un método de tratamiento para reciclar los mismos. Como resultado se fabricaron seis prototipos en base a las características del usuario y a la información determinada por la tendencia, misma que se adaptó de acuerdo a los requerimientos del medio. Finalmente, para acompañar la colección se elaboró un photo book con las propuestas y una serie de fichas técnicas en donde se puede observar detalladamente todos los aspectos de cada una de las piezas.

**PALABRAS CLAVES:** SUPRA RECICLAJE, MODA CIRCULAR, ACCESORIOS DE MUJER, MERMAS, FABRICACIÓN ARTESANAL.

## **ABSTRACT**

This project was based on the development of an accessories collection made from the pre-consumer scraps obtained at the shoes manufacturing process, in order to give a new life to the leftovers that are normally discarded in the trash. The project is also focused on rescuing artisan labor, which has been gradually being replaced by industrialization. Through the compilation of information in the research stage, key data was obtained for the elaboration of the project, such as the relevance of the footwear and leather industry in the province of Tungurahua. On the other hand, a survey was conducted to the target public to obtain statistics on their preferences. At the same time, several companies were interviewed to find out the percentage of waste generated in their production and to know if they have a treatment method to recycle it. As a result, six prototypes were manufactured based on the user's characteristics and the information determined by the trend, which was adapted according to the requirements of the environment. Finally, to accompany the collection, a photo book was produced with the design proposals and a series of technical data sheets where all the aspects of each one of the pieces can be observed in detail.

**KEYWORDS:** UPCYCLING, CIRCULAR FASHION, WOMAN'S ACCESSORIES, WASTE, HAND MADE.

## INTRODUCCIÓN

La construcción de accesorios a partir de mermas pre consumo es una tendencia cada vez más vista a nivel global y puesto que la industria del calzado es una de las más importantes dentro de la provincia de Tungurahua, existen diversas fábricas que se dedican a esta línea de la moda dando como resultado un porcentaje significativo de sobrantes, principalmente de cuero natural y sintético que en muchos de los casos se destinan a la basura. Aprovechando estos residuos se busca crear nuevos productos caracterizados principalmente por su diseño, comodidad y exclusividad enfocados en el concepto de moda circular. También se pretende rescatar la construcción artesanal que gracias a la industrialización se ha ido perdiendo de a poco.

En el primer capítulo se habla acerca los antecedentes que fueron útiles para comenzar con la investigación. Se mencionan datos acerca de la contaminación ambiental generada por el mundo de la moda y las problemáticas resultantes del problema y como a partir de la moda circular se pueden contrarrestar los efectos. Del mismo modo se plasma la justificación al igual que los objetivos general y específicos en los cuales se basó la presente investigación.

En el capítulo dos se tratan los temas más importantes que intervinieron en la investigación, tales como la definición de mermas pre consumo, los sobrantes que se generan en la industria del calzado y como reducirlos mediante la reutilización. También se habla acerca de la fabricación de calzado y el grado de contaminación que provoca. De igual manera se tratan temas como el supra reciclaje, la moda consciente y la importancia de rescatar la construcción artesanal a la vez que se estudiaron marcas referentes que en la actualidad se dedican a realizar proyectos similares.

En el capítulo tres se realizó un estudio del análisis Pest del proyecto. De igual manera se analizaron las tendencias de consumo considerando varios puntos importantes como el análisis del mercado, la competencia la saturación del mercado potencial. Finalmente se realizó un análisis tanto de la competencia directa que existe en el medio como del proyecto.

En el capítulo cuatro se realizó un estudio del público objetivo para conocer sus preferencias, de igual manera se elaboró una entrevista dirigida a varias empresas para conocer su porcentaje de desperdicios y manejo de los mismos. Los resultados obtenidos fueron de gran ayuda para elaborar la colección de accesorios.

En el capítulo cinco se detallan todas aquellas tecnologías que hacen que el proyecto se lleve a cabo de la manera más ordenada posible ya que se detalla el cronograma de producción, todos aquellos equipos necesarios para la fabricación y todos los aspectos de seguridad a tomar en cuenta para que el espacio de trabajo sea el adecuado para todos los colaboradores.

En el capítulo seis se realizó el desarrollo de la propuesta describiendo el producto, detallando el perfil del cliente y presentando un manual de marca con las características de la misma. Se analizó la tendencia y se la adaptó tanto al medio como al usuario para posteriormente realizar la etapa de bocetaje, construcción de prototipos, photobook y fichas técnicas.

Para llegar al objetivo se siguieron una serie de pasos, iniciando con una investigación detallada de todos los aspectos indispensables a la hora de desarrollar la propuesta final. Otro de los puntos más relevantes fue el análisis del usuario y acoplar

las propuestas partiendo de la tendencia, pero aterrizando al medio. Como resultado se obtuvo una colección de accesorios que cumplieron a cabalidad con lo propuesto.

# **CAPÍTULO I**

## **ANTECEDENTES GENERALES**

### **1.1 Nombre del proyecto**

“Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de mermas pre consumo de la industria del calzado”.

### **1.2 Antecedentes (Estado de arte)**

Siendo la contaminación industrial uno de los mayores factores que provocan daño al medio ambiente, el mundo de la moda ha ido tomando acción cada vez con mayor frecuencia. Sin embargo, aún estamos lejos de ganar la batalla contra este gran problema. Y es por esto que la reutilización de desechos se va abriendo camino de a poco con el fin darles una nueva vida útil.

Incluso en países pequeños como Ecuador, la industrialización se ha ido tomando por completo casi cada rincón. Viteri (2014) en su proyecto titulado: “Reciclaje de Residuos de Cuero para la Descontaminación de Aguas Industriales” habla acerca de las problemáticas que se presentan al momento de la fabricación del cuero como material, y propone una solución para contrarrestar sus efectos negativos afirmando que: “Las industrias en el país han incrementado, por lo cual ha surgido la necesidad de disminuir la contaminación que estas generan, siendo los efluentes líquidos con concentraciones altas de metales pesados los más preocupantes, pues adquieren toxicidad”(p.95). Como solución, la autora realizó una propuesta enfocándose en la trata de los desechos industriales contaminados utilizando los sobrantes del cuero para formar complejos



estables y estos posterior al tratamiento adecuado, puedan ayudar en el tratamiento de efluentes.

Si bien es cierto la industria del cuero es una de las más contaminantes, también es una de las que más ingresos y empleo genera en el país, por lo tanto, no se puede esperar que este tipo de empresas desaparezcas, obligándonos así a buscar alternativas viables que disminuyan el impacto. Una de las opciones que ya se han propuesto es “impulsar el reciclaje de residuos sólidos generados en el proceso de rebajado y lijado que se realizan en las curtiembres y que actualmente son destinados a los rellenos sanitarios.” (Viteri, 2014, p.97). Esto con el objetivo de darle un uso a aquello que está destinado a ser basura.

Putruele y Veneziani (2019) en su trabajo titulado: “Sustentabilidad, diseño y reciclabilidad, diseño y reciclaje” abordan principalmente el tema de la sustentabilidad, inclinándose por el mundo del reciclaje. Una de sus referentes es la diseñadora Lucia Dellacasa, puesto que ella realizó una colección a partir del uso de prendas e insumos reciclados. Este trabajo pretendía concientizar al usuario acerca de la contaminación ambiental por parte de la industria de la moda y promover el uso de piezas que han sido desechadas para crear nuevos objetos. Los autores no solamente se enfocaron en la reutilización de residuos, sino también a la creación de artículos únicos y con gran valor.

El objetivo del diseño no solo debe ser el de crear en un sentido banal, sino también el de realizar piezas llenas de significado e historia, con las cuales el usuario pueda crear un vínculo. Una de las vías para llevar a cabo este objetivo es el de la exclusividad. Los accesorios pueden llegar a ser vistos como obras de arte con los cuales un atuendo puede cambiar por completo, dándole un valor único y diferente a su portador. Este es un factor esencial a tomar en consideración ya que precisamente crear esa conexión entre la pieza y el usuario es lo que se pretende lograr al momento de llevar a cabo un proyecto de este

estilo (Putruele & Veneziani, 2019). Este es un factor esencial a tomar en consideración ya que crear esa conexión entre la pieza y el usuario es lo que se pretende lograr.

Además de hacer uso de desechos como materia prima para la elaboración de accesorios, por otro lado, también es importante tomar en cuenta la investigación en diseño. Misma que sirve para analizar el medio en el cual se va a ofertar un cierto producto, ya que no es lo mismo realizar una colección para Europa o Estados Unidos que para Latinoamérica.

Rodríguez (2018) en su proyecto titulado: “Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible” planteó como objetivo realizar una propuesta de diseño a través del uso de los sobrantes textiles de la industria. Otro punto importante el cual se habla en esta investigación es el estudio de la necesidad, la ausencia o presencia representa. Estos puntos determinan el éxito o el fracaso del proyecto o la propuesta planteada, la necesidad de vestir crea en la población un interés por buscar productos novedosos que no solo cumplan con sus expectativas, además que pueda estar a su alcance.

La autora explica los pasos a seguir para crear su colección de artículos complementarios, empezando con la recolección de remanentes en distintas empresas y proponiendo accesorios tales como gorros, bolsas, entre otros. Sin embargo, el paso esencial de este trabajo y como lo menciona Rodríguez, es el de innovar en el área de diseño para lograr que las piezas hechas con basura alcancen un alto nivel de calidad.

Yugcha (2018) como requisito de titulación realizó un proyecto integrador con el tema: “Diseño de Accesorios Artesanales con la Utilización de vástago del banano”, en donde realizó un estudio del vástago del banano y encontrar la forma de transformarlo

en la materia prima de sus propuestas. Al mismo tiempo, busca incentivar la mano de obra artesanal, para lo cual se basó en un análisis mundial en el que las nuevas generaciones buscan rescatar este tipo de procesos. Otro de los puntos importantes de los que trató es que:

Ambato al ser una ciudad productiva y comercial en todos los ámbitos se determinó que es un lugar capaz recobrar la apreciación de productos artesanales y por medio de ello a la utilización adecuada de nuevos materiales naturales, con ello permitiéndonos conservar un ambiente limpio y digno para la vida (p.22).

En la elaboración de accesorios a partir de desechos, no solamente se busca de encontrar un nuevo uso a aquello que se considera basura. A la par, es importante también mencionar la recuperación de la metodología artesanal para elaborar estos productos. El que un producto sea hecho a mano reduce significativamente la contaminación ambiental y a la vez se generan fuentes de empleo (Yugcha, 2018). Además, se le estará brindando al producto un valor único e irrepetible. Por último, como producto final ella desarrolló una línea de accesorios combinando el vástago con la plata y de igual manera se asoció con las artesanas de AMA para llevar a cabo la colección.

### **1.3 Justificación**

La importancia de este proyecto reside en su enfoque hacia el manejo de desechos, específicamente los de la industria del calzado ya que presenta un gran problema, debido a que estos residuos van directamente a la basura o son incinerados, causando un grave impacto medioambiental. Actualmente, la industria del calzado en Ambato posee un escaso plan de manejo para los desechos pre consumo, por lo cual, al llevar a cabo un proyecto enfocado a esta área, no solamente se le dará una nueva vida al material, sino

que también se contribuirá al factor innovación a través del diseño y del uso de los remanentes útiles, partiendo de una recolección y análisis de los mismos, asegurando de esta manera que el producto final sea de buena calidad.

Posteriormente se procederá a diseñar y construir una colección de accesorios femeninos aterrizando las tendencias mundiales al medio local, elaborando una investigación de las mismas y a la vez una encuesta a las posibles clientes; mujeres no tradicionales de 20 a 24 años solteras residentes en la ciudad de Ambato con pensamiento sostenible. Si bien existen proyectos que se enfocan en la creación de accesorios sustentables, cabe mencionar que este proyecto en particular se caracterizará por la exclusividad de los productos al igual que su excelente construcción y diseño.

Además, al dar una nueva vida al material, también se busca rescatar el valor de lo hecho a mano, fomentando el consumo de la moda lenta, reduciendo así procesos industriales y la masificación de productos. La meta no solamente es dar una nueva vida al material desechado sino también aportar a la reducción de contaminación ambiental desde todos los ámbitos que se encuentren al alcance. Del mismo modo, se busca incentivar tanto a productores como a usuarios a un consumo consciente y considerando el pensamiento sostenible de las nuevas generaciones, se puede predecir que esta propuesta tendrá una gran acogida.

La moda es un universo que con el paso del tiempo ha tomado mucha importancia. El mundo de los accesorios hoy en día es esencial a la hora de armar un outfit, ya que es el toque que va a diferenciar al usuario. Los beneficiarios no solamente serán las mujeres que adquirirán un producto exclusivo dando una esencia y toque único a su atuendo, también la empresa se verá favorecida ya que el problema ambiental que se provoca actualmente será reducido y, por lo tanto, representará una contribución positiva a toda la ciudadanía.

## **1.4 Planteamiento del problema**

¿Qué estrategias incorporar en la empresa Amoreco, dedicada a la fabricación de calzado, para reutilizar las mermas pre consumo y contribuir a la preservación del medio ambiente?

### **Ideas a defender:**

A través de la propuesta de una colección de accesorios en la que se incorporen las mermas de cuero y sintético que se generan en la fabricación de calzado, mismas que serán recolectadas en la etapa de corte. Se contribuirá a reducir los desechos y, por lo tanto, también será un aporte valioso para el medio ambiente y la comunidad.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo general**

Diseñar una colección de accesorios a partir de los residuos pre consumo que se generan en la industria del calzado en la ciudad de Ambato.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Identificar la cantidad de residuos de cuero y sintético que se generan en la industria de calzado: empresa Amoreco.
- Seleccionar los residuos para el desarrollo de la colección de accesorios.

- Desarrollar una colección supra reciclaje de accesorios a partir de los sobrantes de la industria del calzado.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 Marco Conceptual**

##### **2.1.1 Mermas pre consumo**

###### **2.1.1.1 Mermas**

Antes de poder identificar las razones por las que se producen las mermas en un proceso industrial, es importante entender su concepto. Según la Norma Internacional de Contabilidad (2005, como se citó en Vilchez, 2018) se entiende por merma como “la pérdida física tanto en el volumen, peso o cantidad de las existencias, ocasionadas por causas inherentes a su naturaleza o al proceso productivo”. La realidad de nuestro entorno en cuanto al manejo de estos residuos, es que existe un escaso manejo de los mismos, pero es importante entender que se puede llegar a aprovecharlos.

Son pocas las empresas textiles que tienen un control de las mermas y de su influencia tanto en la calidad del producto como en lo que respecta a lo económico. Cualquier reducción o control del uso eficiente de materia prima va a permitir que los productos finales den como resultado menores costos, en materia prima y de los procesos, además de mejorar la calidad del producto y por consiguiente mayor productividad (Vilchez, 2018).

En cuanto a las mermas resultantes existen dos tipos, aquellas que se podrán utilizar para generar nuevos productos y las que se destinarán a los desechos. El fin que se busca con estos residuos, es sacar el máximo provecho a los de la primera categoría

mediante el reciclaje. Esta acción se la define como “operación que use los residuos de materiales para que sean transformados de nuevo en productos, materiales o sustancias, tanto si es con la finalidad original como con cualquier otra finalidad” (Lluga, 2019, p.12).

De acuerdo a la Gestión Contable y Tributaria (s.f, como se citó en Heredia, 2016) existen dos grupos principales de mermas:

#### **a) Mermas normales**

Se denominan normales debido a que la empresa ha anticipado que ocurrirán y no puede hacer nada para evitarlo; la naturaleza del bien, el proceso de producción, explican estas diferencias.

Las empresas industriales fijan el porcentaje de pérdidas por merma normal de las materias primas o suministros que se consumen en la producción de sus productos y, que se consideran por esta razón normales; estas mermas se aplican al costo de los productos fabricados en proporción al volumen de producción, es decir, las pérdidas por esta clase de mermas serán asumidas en el costo de producción. Las mermas normales se presentan en dos situaciones:

1. En una situación estática, aquella que se produce cuando el bien no se encontraba inmerso en un proceso de transformación, por ejemplo, cuando estaba almacenado, cuando era transportado, etc. Este tipo de gastos requiere un asiento de reconocimiento particular y es asumida por la empresa en su conjunto.



2. En una situación dinámica, es la derivada de un proceso de producción o transformación en la que el bien era empleado como insumo, en este tipo de mermas no se efectúa una contabilización particular, en estas los productos terminados obtenidos asumen el valor de las mermas normales.

### **b) Mermas anormales**

Son aquellas mermas que se producen durante el proceso de producción, cuyos valores exceden los montos estimados considerados normales para la empresa, éstas pérdidas no forman parte del costo de los productos fabricados, sino que son asumidas como gastos del periodo.

Se puede mencionar algunas de las causas que originan un alto nivel de mermas en una industria u organización, como: el deterioro, en el que el producto terminado no está apto para su comercialización debido a daños presentes en él; obsolescencia tecnológica, entre otros. Por otro lado, para la cuantificación de mermas no existe una Metodología establecida, ya que cada manejo requiere observar que tipo de actividades se realiza en la transformación, el manejo de las materias primas y la fabricación de un producto terminado.

Para ello, se debe conocer cuál es el enfoque de producción de la empresa y con ello desarrollar la metodología que se adapte de la mejor forma, logrando de esta forma cuantificar las mermas existentes en los procesos o etapas. Entonces, es importante conocer el lugar de trabajo, determinar que insumos serán usados para la elaboración del producto, el tipo de maquinaria, el tiempo total del proceso de producción, el personal que estará involucrado, los lugares de almacenamiento, entre otros.

### **2.1.1.2 Pre consumo**

De acuerdo con Cerem Comunicación (2019) el término hace referencia al material o textil que sobra por alguna razón y no llega a las manos del cliente o el consumidor final. Por lo general, estas piezas se descartan debido a defectos o después de la producción cuando se convierten en sobrantes desechables y que ya no tienen ningún uso. Lo más común es que este tipo de residuos se incineren.

### **2.1.1.3 Merms del calzado**

Hablando específicamente acerca de la industria del calzado, uno de los factores más importantes que se debe identificar es el sector productivo dentro del cual se producen las merms. Quiroga (2018) mediante su investigación logró identificar el área en cuestión; los desechos de materia prima se producen al momento de realizar la extracción de los moldes, es decir, en el área de corte. Por lo tanto, se entiende que esta es el área en la cual se debe intervenir con una estrategia para el manejo de todos los residuos obtenidos.

La cantidad de merms resultantes también dependerán del tipo de material que se utilice. En el caso del cuero los sobrantes suelen ser mayores debido a la deformidad de la pieza. Mientras que, por otro lado, en el caso de los materiales sintéticos, su forma es uniforme, permitiendo distribuir de una mejor manera el corte de piezas y por lo tanto reducir la cantidad de excedentes.

### **2.1.1.4 Reducción de merms**

Para poder producir la menor cantidad de merms posibles, es necesario realizar un procedimiento a partir del análisis de la cantidad de desperdicios que se produce actualmente en la empresa. Una de las formas más optimas es al momento de realizar los

cortes en el material, sin embargo, aún se seguirán produciendo residuos y, por lo tanto, lo que se busca es aprovecharlos.

Para lograrlo se deben aplicar ciertos pasos; en primera instancia se debe recuperar y reciclar los sobrantes. Como segundo punto está categorizar estos resultantes en aquellos que van a servir y los que no. Seguido de esto se le debe dar el debido tratamiento necesario a las piezas que serán de utilidad de ser el caso (Proyecto RESITEX, 2007).

Para tener un mejor control de mermas, Aguilar (2005, como se citó en Quiroga, 2018) menciona que se debe seguir ciertos pasos importantes:

- a) Por departamento, en el formato correspondiente, se llevará un control de todas las mermas anotando el motivo por el cual se produjo dicha merma.
- b) Con el jefe de departamento, se llevarán a cabo las revisiones de las mermas semanalmente, siendo revisado y verificado el formato por la gerencia.
- c) Las mermas de la mercancía o productos originadas por el mal manejo o uso deberán ser reconocidas y registradas en un reporte de incidencias.
- d) Se notificará al proveedor a través de un reporte de incidencias las mermas producidas por circunstancias propias del producto ajenas a las maniobras, tratándose de llegar a un acuerdo para el cambio de dicha mercadería.

e) El costo de cada producto mermado, se llevará en una lista mermas, mediante el cual será revisado con la gerencia semanalmente para la toma de decisiones convenientes

f) Se atacarán las mermas de forma inmediata, las producidas por errores de los empleados o trabajadores, teniendo como prioridad las mercaderías caras y aquellas mercaderías reincidentes en diversos departamentos, según el formato de registro de control.

#### **2.1.1.5 Reutilización de desechos**

Las mermas resultantes posterior al proceso producción de calzado muchas veces son descartadas como basura, generando un alto grado de contaminación ambiental. Álvarez, Razón y Velásquez (2019) mencionan: “se puede entender como una necesidad interna no dar valor a las mermas producidas por los saldos del proceso de producción; sin embargo, de ser comercializados o formar parte de un reproceso productivo pueden convertirse en un nuevo producto comercial.”

Se entiende que en efecto existe un campo que no se está aprovechando en cuanto se refiere a la producción industrial y el posterior manejo de residuos, por lo cual es un problema que requiere intervención.

El mundo está en constante cambio, por lo tanto, es importante que la industria de la moda se adapte y se empiece a mover con él, evolucionando y acoplándose a las nuevas necesidades tanto ambientales como humanas. Torres y Lozano (2018) afirman:

En los últimos años se ha despertado la conciencia sobre el cuidado del ambiente, por lo que desde el punto de vista de la mercadotecnia se ha vuelto necesario el desarrollo de productos ecológicos producidos a partir de residuos industriales, tanto peligrosos como no peligrosos (p.3).

Gracias al mundo al que nos enfrentamos hoy en día, se está volviendo una necesidad tomar acción para contrarrestar los efectos de los procesos industriales.

El reciclaje no solo aporta significativamente al factor industrial y económico, sino también al impacto ambiental. Además, existirán también mejoras en cuanto a la salud de la población. Esto se va a lograr al reducir el consumo de materias primas y disminuir la dispersión de residuos contaminantes. Por lo tanto, es esencial buscar nuevas tecnologías y propuestas de productos adaptables a los requerimientos locales en donde a industria del calzado tenga un alto nivel de importancia, y así comercializar productos de interés generando recursos económicos a través del aprovechamiento de dichos residuos (Torres & Lozano, 2018).

Tungurahua es una de las provincias más importantes del Ecuador al relacionarla con la industria del calzado, Hablando específicamente de Ambato, “es caracterizada principalmente por su actividad manufacturera en especial la confección de cuero, vestido, calzado, entre otras.” (Espinoza, Muyulema, Sánchez y Usca, 2019, p.7).

Según el INEC, cabe recalcar que esta ciudad ha realizado grandes contribuciones económicas dentro de las áreas ya mencionadas, (2017, como se citó en Espinosa, Muyulema, Sánchez, & Usca, 2019) “ha aportado a la Población Económicamente Activa (PEA) con el 37 % de la Zona 3 y el 4 % de la fuerza laboral del país”. También se menciona que “según el Ministerio de Coordinación de la

Producción, Empleo y Competitividad económicamente es la de mayor aporte a la Región 3 con el 35 % del Producto Nacional Bruto (PNB), y el 3 % a nivel nacional”.

Siendo Tungurahua un sector económico estratégico del país, Espinoza, Muyulema, Sánchez y Usca (2019) afirman que:

Desde sus inicios, el sector textil tungurahuense se ha fundamentado en modelos de economía lineal que se basa en prácticas empresariales heredadas de la Revolución Industrial, es decir: producir, usar y tirar. Este modelo supone una degradación de los sistemas naturales, problemas de disponibilidad de las materias primas y pérdidas económicas a lo largo de toda la cadena de valor (p.8).

#### **2.1.1.6 Obtención del cuero**

Existe una gran variedad de especies de las cuales se puede obtener el cuero. Algunos que menciona Carballo (2004, como se citó en Acuña, 2019) son:

- a) Novillo; proveniente de un macho en su etapa de juventud, el cual a la vez fue castrado.
- b) Toro; cuando el animal a alcanzado la madurez y desarrollo completo.
- c) Buey; el macho ha alcanzado la etapa de madurez sexual y posterior a esto ha sido castrado.

- d) Vaca; se le considera a la hembra una vez que ya ha alcanzado su desarrollo completo y ha tenido crías una o más veces. Por lo general a este tipo de cuero se le extrae la ubre y la grasa.
- e) Vaquilla o novillona; provienen de hembras que nunca han parido.

### **2.1.1.7 Contaminación de la industria del calzado**

La industria de calzado es una de las más importantes de la provincia Tungurahua. En efecto, “la fabricación de cuero y calzado es una de las actividades más exitosas debido a que el 90% de la producción del cuero está en la provincia. Así como también 50 empresas se dedican a esta actividad y más de 1500 locales fabrican calzado de manera artesanal” (Yanchaliquín, 2012, p.3). Al ser esta industria tan importante para el medio se puede concluir que es uno de los ingresos económicos principales del sector.

Así como Tungurahua es una de las principales generadoras de cuero, “dicha industria es también la generadora de desechos y sobrantes en los materiales utilizados durante la producción” (Yanchaliquín, 2012, p.3). Por lo tanto, a la vez que aporta significativamente al sector económico, el impacto ambiental que se causa es un gran foco de atención es esencial tomar acción frente a este hecho para así contribuir de alguna manera a la reducción de contaminación ambiental.

A cerca de los desperdicios generados en la obtención del calzado. Carrillo (1998, como se citó en Yanchaliquín, 2012) menciona:

Se llama sobrante a cualquier ineficiencia de un proceso, como son en el uso de equipo, maquinaria, material, trabajo, o capital en cantidades que son consideradas como necesarias en la producción. Incluye tanto la incidencia de

material perdido y la ejecución de trabajo innecesario, lo que origina costos adicionales y no agrega valor al producto. El originar costos y no generar valor, es la base del concepto de desperdicio (p.21).

Para obtener el material de calzado, específicamente del cuero, se lo hace a partir de la piel del animal siguiendo un determinado proceso. Para curtir el cuero, se lo hace partiendo de la reacción de la proteína de colágeno existente en las capas, se necesita de la aplicación de varias sustancias químicas tales como el cromo y taninos. El proceso que continua varía dependiendo del grosor final que se quiera lograr (Natura, Fundación, s.f., p.88)

Hablando netamente de la contaminación causada por esta industria:

El sulfuro de hidrogeno es el de mayor significación, y tiene efectos similares a los del cromo sobre la salud humana.

Los calderos de la tenería pueden ser también origen de emanaciones toxicas, sin contar las cenizas que se desprenden cuando se usa carbón como combustible. El carbón u otros combustibles pesados emiten dióxido de azufre, que es altamente irritable, impregna el suelo, el agua y las plantas; estas pueden lesionarse y perder su capacidad de fotosíntesis, es decir, absorber los rayos del sol para la producción de clorofila y oxígeno (Natura, Fundación, s.f., p.89).

Uno de los sectores naturales más afectados por la contaminación de la industria del cuero, es el agua. La Fundación Natura (s.f.) afirma que tanto desechos sólidos como líquidos son los más producidos por esta industria. En cuanto al momento de analizar el porcentaje de impacto, el agua es la más perjudicada comparándola con la atmosfera. Siguiendo con la cadena, uno de los sectores más afectados es el agrícola por razones



tales como la disminución de la flora que se produce y la escasez de fauna que la contaminación eventualmente provoca (p.89.).

## **2.1.2 Diseño de accesorios supra reciclaje**

### **2.1.2.1 Supra reciclaje**

El término supra reciclaje o upcycling en inglés, es relativamente reciente, pero que cada vez está tomando más fuerza. Se refiere al aprovechamiento de materiales de distinta procedencia para reciclarlos con el fin de crear nuevos productos con un plus y así crear objetos de valor a partir de la transformación de residuos (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2015, p.24).

Lo interesante de esta propuesta es que los objetos que se crean son únicos ya que cada residuo tiene sus propias características. Otro punto a tomar en cuenta es al momento de diseñar, ya que se debe crear el nuevo objeto a partir del material obtenido y aprovechando al máximo posible. Otro punto a favor del supra reciclaje son los costos, los cuales disminuirán significativamente al momento de producción y por lo tanto la venta al público.

El porcentaje de contaminación que se genera por parte de la industria del textil e indumentaria, va incrementando año tras año va incrementando gracias a la evolución de la industria y a la demanda del usuario. Es por esto que hoy en día un diseñador de modas debe caracterizarse por manejar una moda ética y moral, consciente y con objetivos claro para de esta manera encontrar una solución que ayude a combatir los residuos que diariamente están contaminando al planeta (Cordedo, 2018).

### **2.1.2.2 Moda consciente**

Cordero (2018) afirma: “El diseño se ha venido incorporando de forma gradual en el Ecuador, la gente busca tendencias, colores, texturas y formas nuevas que brinden un concepto más allá del simple hecho de cubrir el cuerpo” (p.37). El mundo está evolucionando, el usuario se está volviendo cada vez más consciente sobre aquello que consume, abriéndose a nuevas experiencias. Este es un punto de partida esencial para entender que se deben realizar nuevas propuestas de diseño acorde a todos estos nuevos requerimientos y estados de conciencia medioambiental de las nuevas generaciones.

Hoy en día los países más poderosos se están dejando llevar por esta iniciativa, sin embargo, aún estamos lejos de que dicho mensaje se riegue alrededor de todo el mundo. Urruty (2008, como se citó en Chumbi, 2016) menciona que “la información existente sobre el reciclaje textil en América Latina es muy escasa. No existen investigaciones sobre las posibilidades de esta industria, ni se ve aparte de algún problema aislado, un interés particular por parte de organismos estatales en desarrollar programas para este tipo específico de reciclado”. Si bien es cierto esta investigación fue realizada hace varios años, es claro que con el paso del tiempo la situación no ha evolucionado como se hubiera esperado, y que prácticamente la industria de la moda en Latinoamérica se mantiene en este camino.

### **2.1.2.3 Construcción artesanal**

En el caso específico del cuero o materiales sintéticos, una de las características principales es que no se deshilacha por lo que no es necesario realizar un proceso de acabado que requiera de una gran ciencia como tal, pero si es importante seguir una serie de pasos para su mejor aprovechamiento. Es importante tomar en cuenta las piezas de los patrones a utilizar el momento de cortar. La pieza sobre la cual realizaremos dicho

paso debe tener una coloración y una densidad uniforme, también es importante comprobar la suavidad y flexibilidad que tiene la base dependiendo del objeto para el que va destinado.

Muchas veces ciertas piezas son desechadas porque presentan algunas fallas, es por esto que se debe hacer un control de calidad previo a comenzar con el corte. En el caso de existir agujeros, es posible parcharlos siempre y cuando no se note por el lado principal (Udale, 2014).

Dentro de los sistemas de producción se pueden llevar a cabo diversos métodos. Tawfik y Chauvel (1992, como se citó en Bustos, 2009) los categorizan dependiendo de la intervención de la mano de obra humana:

- a) Manuales; las actividades se llevan a cabo únicamente por el ser humano.
- b) Semi automáticas; aquí se da la intervención tanto de las maquinas como de las personas.
- c) Automáticas; son aquellas operaciones que dependen de las máquinas, pero si existe supervisión humana.

Otra manera de clasificarlo es mediante los enfoques. Heizer y Render (2007) lo clasifican de la siguiente manera:

- a) Enfoque de proceso; cuando la producción es limitada, es decir, puede existir una gran variedad de productos, pero de cada uno hay una cantidad limitada.

- b) Proceso repetitivo; es cuando se realiza una producción en serie y se fabrica un objeto en alto volumen.
- c) Enfoque de producto; es cuando existe poca diversidad de un producto, pero en grandes cantidades.
- d) Personalización a gran escala; en este tipo de procesos la producción tiene una amplia variedad y cantidad sin perder la rentabilidad.

En cuanto a la producción artesanal hoy en día mezcla el factor humano y maquinaria, pero sin perder esa esencia de lo hecho a mano.

Se puede establecer de acuerdo a la medida de intervención de mano humana si un proceso es manual o semiautomático; según las características del proceso puede ser clasificado como; integración, desintegración o de modificación, dependiendo del producto artesanal que se esté elaborando; de acuerdo con la continuidad del proceso se estaría en presencia de un enfoque por proceso.

Este tipo de producción es cada vez más escasa ya que se ha visto opacada por la industrialización. Sin embargo, las nuevas generaciones no solo se preocupan por lo sostenible sino también por la autenticidad y exclusividad. Si bien es cierto las tendencias siempre serán un factor importante al momento de crear una colección, los consumidores de hoy optan cada vez más por crear su propio estilo reflejando su esencia a través de piezas únicas.

Existen varias características para diferenciar la producción artesanal de la industrial. Fernández, Avella y Fernández (2006, como se citó en Bustos, 2009) hablan de ocho características principales:

- a) El volumen de la producción es reducido al igual que el nicho al que va dirigido, mismo que suele tener un alto poder adquisitivo.

- b) Mano de obra altamente preparada al igual que el diseñador.
- c) Habilidad de la mano de obra para realizar diversas tareas como conocer el uso de las herramientas y maquinaria que pueda intervenir.
- d) Los productos se caracterizan por su valor agregado alto y precio acorde a lo que se oferta.
- e) Piezas intercambiables en el caso de no ser únicos.
- f) Toda la producción debe ser controlada por el propietario de la empresa.
- g) Contacto personalizado con cada cliente.
- h) El valor del objeto se mantiene al pasar del tiempo.

#### **2.1.2.4 Industria del calzado**

La industria del calzado es una de las más relevantes en Ecuador, específicamente en Tungurahua. A pesar de esto, existen diversas falencias en el medio que claramente perjudican al momento de producir el producto en cuestión. Arcos (2015) menciona que:

La industria nacional afronta diversos problemas en lo que se respecta a la producción, los artesanos no están capacitados en muchos sentidos y durante el proceso de elaboración se van dando problemas de diversos tipos que quitan la productividad a las fábricas, hacen que se incurra en costos ocultos, generan retrasos y cuellos de botella que podrían ser evitados con la debida planificación,

en nuestro país son contadas las industrias grandes de calzado que estén bien organizadas y con objetivos a corto, mediano y largo plazo, en general la industria nacional está compuesta por artesanos pequeños que están cómodos con lo que producen y ganan haciendo que no se quieran superar, además de esto que el gobierno les facilita mucho para que no tengan competencia de productos importados por las barreras arancelarias y que no innoven en su producto, siendo un sector muy informal (p.62).

El sector del calzado en Ecuador ha ido teniendo un considerable crecimiento, específicamente en la ciudad de Ambato. Sin embargo, con el pasar de los años el proceso artesanal ha ido evolucionando hasta industrializarse. Los talleres poco a poco empiezan a crecer y a innovarse en tecnologías con la adquisición de máquinas cosedoras de suelas, cueros, forros y demás.

Cada uno de los procesos se ha visto intervenido por el uso de maquinaria como lo es el proceso de pegado, en el cual se ha ido reemplazando la mano de obra por troqueles hidráulicos y es así que poco a poco se ha ido consolidando esta industria en nuestro medio (Arcos, 2015). Esto ha contribuido a que la producción crezca e incremente considerablemente su número de productos finales gracias a la demanda, y por lo tanto las mermas resultantes también se han ido incrementando con el pasar del tiempo. Por otro lado, las piezas únicas y exclusivas también han ido desapareciendo de a poco.

#### **2.1.2.5 Creación de una colección**

Existe una gran diversidad de factores que intervienen al momento de realizar una colección, y éstos también tienden a variar de acuerdo al equipo de diseño a cargo y la metodología que mejor se acople. Sin embargo, existen ciertos parámetros para poder

tener una noción y así empezar a crear una colección de producto. Galton (2013) presenta algunas pautas en su libro “Diseño de Joyería”. Para empezar, se nombran los actores principales dentro del equipo de diseño; director creativo, directos de estudio, equipo de desarrollo de producto o jefe supervisor y proveedores.

Cada uno de los actores deben cumplir con algunas actividades. En el caso del director creativo, es el encargado de dirigir todo el equipo de trabajo, establecer el enfoque de creatividad de la colección desde el inicio hasta la parte de fabricación. También es el que debe tomar decisiones de los cambios que puedan surgir mediante cualquiera de los procesos.

En cuanto al responsable de estudio, es aquel que se debe encargar de la coordinación de los diferentes equipos de diseño y producción de productos. Esta persona también es la que se comunica con otro tipo de departamentos, tales como el de marketing. Otro de los actores principales es el director de desarrollo comercial, quien se responsabiliza de coordinar las actividades del equipo comercial, de igual manera debe realizar análisis profundos del mercado para poder conocer las necesidades de la empresa.

Para empezar a diseñar una colección es esencial entender que cada uno de los procesos debe llevarse a cabo de una forma ordenada y consciente. Uno de los principales factores a tomar en cuenta es el tiempo, se debe comenzar el proceso de diseño de una colección con anticipación, por lo general se empieza con un año de antelación en donde se evalúan puntos como las colecciones y books (Atkinson, 2012).

Cada colección es un ciclo, Atkinson (2012) lo resume en 4 pasos: diseño, ventas, producción y entrega.

Empezando con la etapa de diseño, un diseñador como mínimo debe realizar de dos a cuatro colecciones anualmente. Esta etapa inicia con un análisis junto con el departamento de ventas y producción para estudiar el rendimiento que se ha venido teniendo con las colecciones pasadas y con esta información analizar el mejor camino para llevar a cabo un nuevo proyecto.

Después, el diseñador debe presentar los primeros bocetos de ideas a los departamentos de venta y comunicación para saber que todo está transcurriendo acorde a lo estudiado y para continuar con los preparativos de medios de comunicación y estilismo. Luego, se deben realizar pruebas de los productos con los materiales designados para comprobar la viabilidad del proyecto que esto vaya en conjunto con el presupuesto establecido. En el caso de existir fallas, es en esta etapa en donde se decide cambiar materiales o eliminar alguna prenda u objeto.

En la etapa de producción es en donde se procede con el corte del material, la confección y acabados de la colección. También es importante que en esta etapa se realice una muestra para identificar si el producto ya es apto para su reproducción y posterior venta, mismo que debe ser aprobado por el diseñador.

Para la etapa de ventas, se debe seguir un calendario establecido de acuerdo a un estudio de mercado, del mismo modo se debe trabajar en el área de marketing para poder realizar una correcta difusión de la colección. En el caso de que en el medio existan eventos tales como la semana de la moda y la marca sea una de las participantes, entonces se debe tomaren cuenta estas fechas a la hora de la planificación de toda la colección.

Por último, en la etapa de entrega todos los productos deben estar listos para ser destinados a sus puntos de venta dependiendo de lo acordado con las tiendas. Esta etapa, tanto como las anteriores, debe estar considerada dentro de la planificación inicial de la producción. Del mismo modo cuando todas las etapas han sido cumplidas, inmediatamente se debe comenzar con la siguiente colección.



### **2.1.2.6 Accesorios**

Un accesorio por más pequeño que sea puede brindar al usuario un look completamente diferente con el uso de este peculiar detalle. Así lo confirma Bucardo (2017, como se citó en Saca, 2019) al decir que “un accesorio o un simple elemento solo te hace lucir diferente, moderno, con más carácter y principalmente más seguro de vos mismo”.

Los accesorios han formado parte fundamental de nuestro día a día como una forma de expresión desde hace ya varios años. Brand y Teiunissen (2009) afirman: “Desde una amplia perspectiva antropológica, debería recordarse que los ornamentos decorativos que utilizan los seres humanos están relacionados con lo sagrado y el más allá, aunque la razón de su existencia también es complacer, seducir y demostrar nuestro poder sobre los demás”.

## **2.2 Marcas referentes**

### **4ocean**

Ocean (2017) nació gracias a Alex Schulze y Andrew Cooper el 2017 en Bali, con la idea de reciclar los plásticos que causan contaminación en los océanos. Esta iniciativa se dio gracias a la enorme cantidad de residuos que existen en el mar a causa del consumo humano. Su estudio lo basaron en una serie de preguntas realizadas a diversos locales comerciales con el objetivo de conocer como manejan sus residuos y si es que lo están haciendo para empezar. Los cofundadores se llevaron una sorpresa al notar que de hecho si existe responsabilidad por parte de los comerciantes, sin embargo,

no es suficiente ya que la magnitud de desechos supera en gran número a las acciones de reciclaje y tratamiento de residuos.

Menéndez (2019) menciona que 4Ocean para realizar sus productos, Schilze y Cooper se inspiraron en varias marcas de moda, es así como nació la idea de fabricar pulseras a partir del plástico reciclado, las cuales se venden en \$20. Además de ofrecer un producto novedoso, la marca se comprometió a sacar una libra de plástico del océano por cada compra. A la vez que con lo recaudado trabajan con capitanes y pescadores quienes les ayudan en su labor, destinan otra parte de lo recolectado a organizaciones que se ocupan de limpiar el agua. Después de su gran acogida de pulseras, también comenzaron a ofertar otro tipo de productos como gorras y camisetas.

### **Figura 1**

*Pulsera 4ocean*



Nota. BraceletsandJewelry [Fotografía], por 4 Ocean, 2017, <https://www.4ocean.com>

## DoDo

Zamarripa (2021) describe a Dodo como una marca de joyería nació en 1994 al momento que Pomellato quiso expandir su negocio y crear joyería a partir del oro con la filosofía de ser 100% responsable con el medio ambiente. Para su nombre el creador se inspiró en el ave dodo, ya que es una especie que se encuentra en peligro de extinción. Una de sus más recientes colecciones fue con la colaboración de la empresa Tenaka en donde su principal objetivo era recuperar el arrecife de coral en malasia mediante la creación de cuentas a partir del plástico, mismas que se utilizaron para fabricar pulseras unisex.

### Figura 2

*Pulsera DoDo*



Nota. Pulsera reciclaje [Fotografía], por DoDo, 2021, ([https://www.dodo.it/es\\_es/joyas](https://www.dodo.it/es_es/joyas)).

## LPC Desing

Marca italiana nacida en el 2012, fue creada por la arquitecta Simona Strazzullo. Sin embargo, su gran interés por el diseño eco amigable hizo que se interesara por la joyería. Esta marca se dedica a la recolección de desechos del cuero para crear joyas tales como aretes, collares y pulseras. Sus diseños exclusivos se caracterizan por sus formas geométricas y por el uso de tachuelas tanto doradas como plateadas, dándole así a la marca una esencia distintiva. Para sus creaciones utilizan distintos tipos de cuero y texturas, a la vez juegan con los colores haciendo énfasis en el principio de superposición (Ob Fashion, 2016).

### Figura 3

#### *Joyería LPC*



Nota. Joyas de cuero [Fotografía], por Ob Fashion, 2016,  
(<https://www.pinterest.es/pin/579134833330199932/>).

## **Martalía Jewelry**

Esta marca de autor nació en el año 2008 en Ecuador. Marta Lía Sánchez y Verónica Salomón además de ser cofundadoras, son madre e hija. El objetivo es crear joyería con un valor altamente sentimental sin perder el toque de moda. La marca lleva el nombre de la madre puesto que es la directora creativa y diseñadora de joyería. En sus inicios las piezas eran principalmente tejidas con metales y textiles. Por otro lado, Verónica quien estudio marketing, se apasionó desde muy joven por la gemología y joyería sostenible. En el año 2013 en donde se asentó firmemente como marca slow fashion y sus propuestas comenzaron a tener otro significado. Lo interesante de esta marca es su sello de carbono neutro, que es un certificado para medir el impacto medio ambiental en cada etapa de la producción. Una de sus colecciones a destacar en “Seaglass” en donde desarrollaron joyería a partir de desechos de vidrio (El Universo, 2020).

### **Figura 4**

*Joyería sustentable*



Nota. Joyeria reciclada [Fotografía], por Martalía Jewerly, 2019,  
(<https://www.instagram.com/martaliajewelry/>).

## **Hakhu Amazon**

Este proyecto nace gracias a la necesidad de generar fuentes de ingreso sustentables en las comunidades de la amazonia ecuatoriana puesto que se han visto verdaderamente afectados por la explotación del petróleo. Gracias a esta marca se ha creado empleos que han beneficiado a más de 200 mujeres. A través de la construcción artesanal se crean diversas joyas con el toque colorido característico del diseño amazónico, del mismo modo cabe resaltar que la materia prima utilizada proviene de la misma naturaleza; a partir de semillas naturales. Tanto el diseño como la construcción tienen el fin de representar a estas comunidades y a la vez dar a las piezas ese toque de diseño, elegancia y moda sin perder el gran valor cultural (Hakhu Amazon Design, 2019).

### **Figura 5**

*Hakhu Amazon*



Nota. Joyería natural [Fotografía], por Hakhu Amazon Design, 2019, (<https://hakhu.net>).

## **Fhorma Atelier**

Esta marca ambateña nació a partir de un Proyecto universitario por lo que su propietaria decidió especializarse en el mundo del calzado y así lanzar su marca al mercado. Las características principales de sus productos son; comodidad, exclusividad y salud. Estos zapatos están hechos totalmente en cuero, lo cual es un gran plus a la calidad del producto, ya que no solamente están hechos de este material en el exterior, sino también en su interior. El material que se utiliza es exclusivo en cuanto a sus texturas, acabados y paleta de colores. Si bien es cierto esta marca se enfoca en brindar calzado a la moda, su principal objetivo siempre ha sido el de ayudar al usuario a un excelente desenvolvimiento en su vida diaria sin perder el estilo. En el año 2019 en una de las ferias de exposición, la marca presento una colección de accesorios realizados a partir de los sobrantes del cuero destinado a la fabricación de sus productos, sin embargo, descontinuaron la línea (Quesff?, 2019).

### **Figura 6**

*Fhorma Atelier*



Nota. Joyería de cuero. [Fotografía], por Fhorma Atelier, 2019,  
(<https://www.instagram.com/fhorma.atelier/>).

## 2.3 Visionario

### Ícara

Marca colombiana diseñada por Natalia Hoyos. Su esencia se basa en el amor de la creadora por el planeta. Es así que nació la idea de realizar joyería de lujo a partir de desechos como botellas plásticas y residuos textiles, y promover una moda sostenible y un concepto de moda ética. Sus creaciones son hechas 100% a mano y personalizadas por lo que su costo también es elevado, además de que muchos de sus diseños son combinados con piedras preciosas, chaquiras y lentejuelas. Aunque su idea ha cautivado a muchos, una gran problemática de la que habla la diseñadora es la falta de conciencia por parte del comprador al relacionar precio/construcción/material, por lo que se encuentra en constante lucha no solo de incentivar la moda sostenible sino también el dar valor a un objeto por todo lo que lo compone. Sus productos finales son catalogados como pequeñas obras de arte (Marcial, 2019).

### Figura 7

#### Ícara



Nota. Joyería de lujo. [Fotografía], por Ícara, 2021,  
(<https://www.instagram.com/icara.icara.sf/>).



## **CAPÍTULO III**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **3.1 Análisis externo**

##### **3.1.1 Análisis PEST**

Al desarrollar un proyecto enfocado en el diseño de una colección de accesorios, es esencial analizar el entorno en donde se va a llevar a cabo. El objetivo es conocer todos los aspectos que afectarán directamente a la marca en cuestión y por lo tanto poder determinar el éxito del proyecto.

##### **3.1.1.1 Entorno político**

Según el Gobierno del Encuentro (2017) La presidenta del Plan Nacional denominado creando oportunidades mediante una entrevista confirmó el apoyo que existe por parte del gobierno hacia los artesanos, pequeños productores y emprendedores en general. No solamente el usuario ha tomado conciencia al momento de consumir un producto, si no también ya existen diversas políticas que apoyan al diseño y construcción sustentable. Desde hace varios años y hasta la actualidad se están desarrollando varias ferias para los pequeños emprendedores y sus productos gracias al Ministerio de Producción, Comercio Exterior y Pesca en conjunto con en MIES.

Del mismo modo, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 (Gobierno del Ecuentro, 2017) se está promoviendo el beneficio inclusivo para la sociedad, como se mencionó anteriormente, desde el apoyo al pequeño productor hasta la creación de objetivos que garanticen los derechos medio ambientales. Uno de los ejes

dentro de los objetivos Nacionales de Desarrollo se enfoca en garantizar el bienestar del medio ambiente no solo en la actualidad sino también en beneficio para las futuras generaciones. Es así que se establece que cada empresa debe tener un plan a largo plazo garantizando el manejo correcto de los recursos, creando una responsabilidad por parte de una marca en cuanto a lo político, social, ambiental, fiscal y cultural.

El medio ambiente y el cuidado del mismo se ven fuertemente sustentados por parte de las políticas del país al igual que el impulso hacia la producción artesanal. Por lo tanto, llevar a cabo un proyecto en el cual interviene la mano de obra humana y a la vez se utilizarán recursos desechados por parte de la industria, es exequible. A la vez, se cuenta con diversos beneficios y se llevará a cabo de acuerdo a lo establecido contando con las políticas gubernamentales a favor.

### **3.1.1.2 Entorno económico**

El ingreso económico principal de Ecuador proviene de la venta del petróleo y la recaudación tributaria, dichos fondos se destinan principalmente a la educación y a la salud (Heredía A. , 2017). En los últimos años y especialmente en pandemia, varios sectores se vieron afectados; recursos naturales, educación, salud, desarrollo urbano, tesoro nacional y comunicaciones (Alvarado & Arévalo, 2020). Este inconveniente fue desencadenando una reducción económica en todos los hogares ecuatorianos, quienes se vieron en la necesidad de disminuir sus gastos o destinarlos solo para lo esencial; comida y salud.

En el año 2020, el desempleo aumentó considerablemente y por ende muchos sectores se vieron afectados por la falta de consumo, tal como la industria de la moda. Ya que la economía familiar decayó negativamente y a la vez con las restricciones de movilidad, esta industria se paralizó. Sin embargo, como lo mencionó el Ministro de Industria y Productividad, la industria textil ha sido una de las que más empleo solía

generar, conjunto con los productores y distribuidores de maquinaria, tejidos, insumos y afines al mundo de la moda (El Comercio, 2017).

Esta industria genera aproximadamente 100.000 empleos anualmente, el 20% de la producción se exporta, de lo cual a Colombia se destina el 75% y el 25% se distribuye en otros lugares del mundo. EOB (2021) afirma:

Más allá de la región, las ventas de la industria ecuatoriana de moda también llegaron a la Unión Europea, en donde alcanzaron la cifra de \$1,4 millones de dólares, que representan el 10% de las exportaciones de moda realizadas por el país andino en los primeros cinco meses del año, según datos de la Asociación de Industriales Textiles de Ecuador (p.3).

Aunque el mundo de la moda es aun joven en Ecuador, en los últimos años este sector se encuentra en expansión, tanto con el crecimiento de marcas nacionales como en el mundo de la educación creando vínculos estratégicos con universidades extranjeras e innovando con nuevas propuestas en la educación local. Dando a entender que la moda tiene un futuro en el país (Nuestra Redacción, 2021).

También se destaca la “madurez empresarial” de este sector ya que siempre logra acoplarse a los retos que se puedan presentar (El Comercio, 2017), tal como ocurrió con la llegada del COVID - 19, en donde diversas compañías se dedicaron a realizar trajes y complementos de bioseguridad manteniéndose así en el mercado y brindando varias plazas de empleo.

A pesar del fuerte golpe que trajo la pandemia a nivel global, Ecuador en cuanto a su economía en el año 2021 creció en 8,4% con respecto al año anterior dando a entender así que la actividad económica ha logrado recuperarse a pesar de las adversidades. El consumo en los hogares ecuatorianos aumentó en 10,5%, las exportaciones tuvieron un incremento del 16% y por último las inversiones alcanzaron el 9,8% (Banco Central del Ecuador, 2021). Estos datos favorecen a la realización de

nuevas propuestas de negocios ya que evidentemente la economía general se está recuperando.

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

En Ecuador existe un alto índice de pobreza. En junio de 2021 se realizó una encuesta para conocer el porcentaje exacto. La pobreza por ingresos es de 32,2%, la pobreza urbana es de 24,2% y en la parte rural es de 49,2%. En cuanto a la pobreza extrema, en el área urbana es de 8,4% y en la zona rural es de 28% (Ecuador en Cifras, 2021).

En comparación con el año 2020 y considerando la reactivación de actividades a nivel nacional la economía se ha visto beneficiada, sin embargo, gracias a los datos obtenidos se puede verificar que aún existe un alto nivel de pobreza en el país. Por lo tanto, este porcentaje de gente tiene un nivel de ingresos muy limitado y por ende sus gastos también son limitados. Esto perjudica indudablemente a varios sectores tales como la moda, en el cual los diseñadores, productores y demás profesionales vinculados al sector, se han visto en la necesidad de reducir los costos para no disminuir su porcentaje de ventas.

Ecuador es uno de los países en donde existe mayor desigualdad social/económica a comparación de otros países en Latinoamérica, aproximadamente el 20% de la población más pudiente tiene un 54,3% de toda la riqueza y el 91% de tierras. Por otra parte, la población que ocupa el porcentaje de pobreza, tiene acceso al 4.2% de la riqueza y el 0,1% de tierras propias (Remache, 2012). Es relevante conocer estos datos a la hora de lanzar un negocio para poder determinar al sector al que se destinará la venta final.

En cuanto a lo cultural, Ecuador es un país con gran diversidad. Es por esto que en el Buen Vivir el ámbito cultural tiene gran importancia, con el mismo se busca el

bienestar de todos y fortalecer la identidad nacional y multicultural. A la vez se intenta fomentar un entorno amigable entre todos conjuntamente con el medio ambiente (Ministerio de Educación, 2021).

La identidad cultural es aquello con lo que un determinado grupo se siente identificado, y por lo que se distingue de los demás. Mullo y Padilla (2018) afirman:

Es a partir de allí que surgen las diferencias para hablar del derecho a la identidad cultural y el derecho a participar en la misma. Es decir, el derecho a la propia identidad cultural, al propio patrimonio y herencia cultural; y por otro lado el derecho al acceso y participación en la cultura como un bien primario, en el sentido de acceso, participación y disfrute de la cultura y la vida cultural. Así, la identidad se construye por las experiencias en distintas instituciones: la familia, la escuela, la religión, el trabajo, las cuales el individuo adapta, asume y recrea (p.2).

Al ser Ecuador un país tan diverso, existen distintas comunidades con diversas características. Sin embargo, hay que rescatar el gran respeto que existe entre una cultura y otra a nivel general. Del mismo modo al ser un país tan pequeño es inevitable no verse influenciado por costumbres, tradiciones, gustos, moda, vocabulario y demás de los demás grupos sociales. Es gracias a esta riqueza cultural que Ecuador posee, que en el sector de la moda constantemente está presentado colecciones llenas de esencia e identidad, las cuales no solamente crean un fuerte impacto a nivel nacional si no también esta industria cada vez se va abriendo paso a nivel mundial.

#### **3.1.1.4 Entorno tecnológico**

La tecnología se ha ido abriendo camino en nuestra vida cotidiana a nivel mundial, del mismo modo su aporte en la moda ha sido significativo en los últimos tiempos, desde softwares para realizar patronaje o modelado hasta luces led en las prendas. Una de las grandes innovaciones ha sido la impresión 3D que ha servido para

realizar objetos como joyería, zapatos y hasta prendas. Si bien es cierto esta tendencia es más conocida en lugares como Europa o Estados Unidos, en Ecuador de a poco esta técnica de construcción se va abriendo camino (Lifestyle Kiki, 2021).

Otra de las tecnologías más utilizadas en el medio son los cortes laser, mismos que ayudan a crear piezas interesantes con acabados limpios y pulidos. Mediante el uso de este tipo de corte se pueden crear módulos en las prendas y figuras diseñadas en computadora para darle un toque de estilo y exclusividad al producto final a la vez que el porcentaje de desgaste es mucho menor al tradicional. Del mismo modo el sublimado es algo que se ha hecho cada vez más común en el medio para plasmar diseños en las telas realizados en programas de computadora.

Unos de los grandes problemas que enfrenta la moda es el consumo de moda rápida, y tal como lo dijo Paloma G. López, presidenta de la Asociación de Moda Sostenible de Madrid “la moda pronta nunca será sostenible” (El Telégrafo, 2021), por lo que una de las alternativas más viables para combatir este gran malestar es el construir prendas y objetos duraderos, una de las vías para lograrlo es el uso de las nuevas tecnologías en textiles que aporten a las mismas características tales como repeler las arrugas, malos olores y los líquidos. Innovaciones que ya se están realizando en España y dispersándose alrededor del mundo (El Telégrafo, 2021).

En Ecuador, algo que ya se está viendo en cuanto a tecnología sostenible, es el reciclaje de botellas plásticas para obtener fibras sintéticas. Sin embargo, aunque existe gran potencial, el plástico es algo que sigue contaminando y por otra parte también es importante cambiar la manera de pensar del consumidor. Otra de las vías para luchar contra la contaminación ambiental, es el reciclaje de material. Se pueden utilizar mermas pre consumo de excelente estado para crear nuevas prendas u objetos o por otra parte se pueden reciclar prendas usadas para mediante un determinado tratamiento crear fibras nuevas y posteriormente utilizarlos para construir nuevos productos, tal como lo hace la marca Officina +39 (Alvarado C. , 2018).

A nivel nacional este tipo de reciclaje ya se está realizando e incrementándose de a poco con el paso del tiempo. Una de las marcas que ya se dedica a la construcción de nuevas colecciones mediante la reutilización de textiles es Charana, esta marca quiteña se dedica a la creación de prendas con retales, afirmando que de esta manera ha logrado ocupar hasta el 95% del material que antes se destinaba a la basura (Alvarado C. , 2018). Esta es una buena forma de reciclar la basura existente, sobre todo considerando que en Ecuador las nuevas tecnologías mundiales tardan en llegar o son extremadamente costosas en su mayoría y considerando la economía que atraviesa el país, se necesita buscar otras vías para lograr los objetivos sustentables que se plantea.

Al hablar de tecnología no solo se refiere a computadoras y maquinas que intervienen en los diversos procesos presentes al momento de crear una colección de moda. Por otro lado, la construcción artesanal y lo hecho a mano se ha estado abriendo camino en los últimos años para retomar su espacio en la moda, Hera es un gran ejemplo de esto. Esta marca sustentable de ropa ecuatoriana se caracteriza por sus telas tinturadas manualmente con elementos naturales y sus diseños únicos y exclusivos, ya que su producción es limitada. Del mismo modo, sus empaques son construidos y pintados a mano (Lifestyle Kiki, 2021).

### **3.1.1.5 Entorno ambiental**

Ecuador es uno de los países que más diversidad ambiental posee a pesar de su limitado espacio geográfico. Sin embargo, la contaminación ambiental es preocupante. Uno de los problemas más graves que enfrenta el país es la falta de educación ambiental que existe. Márquez (2021) resume las problemáticas en 8 puntos importantes. En primera instancia, uno de los sectores que más contaminación provoca es el petrolero seguido de la deforestación, en especial porque la pérdida de áreas verdes ha aumentado significativamente.

El abuso de pesca también es otro gran problema que afecta gravemente al país, en especial por la pesca ilegal ya que no se lo controla debidamente. De igual manera la sobreexplotación de recursos presenta un inconveniente ambiental poniendo en peligro la producción de alimentos. Otra de las problemáticas que se viven a nivel mundial y en especial en Ecuador es el calentamiento global, ya que la pérdida de parámetros desencadena una serie de dificultades, por ejemplo, los asentamientos en los ríos. La desertificación también es un inconveniente de los últimos tiempos en especial porque se da en gran medida gracias a la intervención humana directa. Por último, existe la destrucción del paisaje y la pérdida de biodiversidad, esto causado de igual manera por quienes habitamos este entorno.

Dentro de estas categorías se sitúa también la contaminación causada por parte de la industria. En el año 2009 en Tungurahua solamente 6 de 200 empresas poseían una licencia del tipo ambiental (El Universo, 2009). Sin embargo, en el año 2020 se realizó en Ambato el “Foro para abordar responsablemente el tratamiento de aguas residuales en la ciudad de Ambato”, en donde se estableció el compromiso de establecer alternativas para solucionar la contaminación de las plantas residuales en el parque industrial (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2020).

### **3.1.1.6 Entorno legal**

El entorno legal es uno de los puntos más importantes a tomar en cuenta al realizar un proyecto, ya que son estas normas las que rigen un correcto funcionamiento de cualquier negocio y permiten mantener el respeto, igualdad y armonía. En cuanto al ámbito medioambiental la Asamblea Constituyente (2012) reconoce los siguientes derechos:

- 1) El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad



y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

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

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

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

Otro de los puntos necesarios a tomar en cuenta es como iniciar un emprendimiento. Según la Cámara de Comercio de Quito (2019) existen dos formas legales para hacerlo, como persona natural o como persona jurídica. En primera instancia si es emprendedor decide empezar como persona natural debe asumir personalmente la responsabilidad con las deudas y obligaciones de su negocio. La persona jurídica por otro lado, es aquella en donde las responsabilidades recaen sobre la empresa, librándolo así la responsabilidad personal de los copropietarios o accionistas.

### **3.1.2 Tendencias de consumo**

Tras la llegada del COVID 19, el mercado de la moda se vi fuertemente afectado, en especial los accesorios. Las personas comenzaron a utilizar ropa cómoda y para estar en casa, pero en cuanto al uso de accesorios, pasaron a ser totalmente innecesarios. Sin embargo, este mercado se ha recuperado a partir del año 2021. Las generaciones tales como los baby boomers o los millenials son los que actualmente consumen en mayor cantidad todo lo relacionado a la tecnología y la moda. Uno de los puntos más importantes que se vive actualmente es la evolución drástica de la tecnología. Gracias al

aislamiento, los medios de comunicación online entre compradores y marcas han aumentado un considerablemente (Bain and Company , 2021).

En los últimos años las tendencias de consumo han optado por una nueva perspectiva, esto a partir de la pandemia y todos los cambios que trajo, ya nada volverá a ser igual que antes. La WGSN, es una de las plataformas más reconocidas a nivel mundial en dictar las tendencias. Una de las más relevantes para el 2022 es la tendencia “Renacer”, la cual se enfoca en realzar la identidad propia del usuario en base a experiencias espirituales y con la naturaleza. El objetivo de las prendas y accesorios no es solo el de brindar comodidad si no también crear un look único y distintivo que permita al usuario reconectarse consigo mismo a través de materiales, líneas y tonalidades que evoquen positivismo, frescura y calidez. A la vez, esta tendencia busca promover lo sostenible de la mano con lo artesanal, de esta manera rescatando el tipo de construcción de nuestros antepasados. Del mismo modo, se busca utilizar materiales alternativos como telas que no necesiten lavarse o plancharse muy a menudo y reciclar prendas viejas para darles una nueva vida tal como lo han venido haciendo marcas mundiales como HyM (WGSN, 2021).

Los cambios acelerados que la sociedad ha tenido que enfrentar ha traído grandes cambios en todos los sectores. En cuanto a la moda, ha provocado que los consumidores tomen más consciencia a cerca de aquello que están consumiendo optando así por comprar en marcas locales y de productos sostenibles, les interesa conocer a detalle la historia detrás de aquello que están adquiriendo por lo cual es importante hacer énfasis en todos los procesos y crear diseños de manera consciente y acorde a lo que el mundo actual está enfrentando en cuanto a la contaminación ambiental.

### **3.1.3 Segmentación del mercado potencial**

El mercado al cual se dirige el presente proyecto son mujeres neo tradicionales solteras de 20 a 24 años con pensamiento sostenible residentes en la ciudad de Ambato, de un estrato social B.

#### **Variable geográfica:**

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

#### **Variable socioeconómica:**

- Ingresos: Medio.
- Ocupación: Estudiante, emprendedora, empresaria, profesional.
- Educación: Universitaria.

#### **Variable demográfica:**

- Edad: De 20 a 24 años.
- Sexo: Femenino.
- Estado civil: Soltera.
- Distribución de ingresos: Educación, alimentación, salud, moda.

#### **Variable pictográfica:**

- Personalidad: Extrovertida, original y amigable.
- Intereses: Tecnología, moda, tendencias, sostenibilidad, bienestar propio.
- Gustos: Leer, se preocupa por su imagen y su salud mental.
- Opiniones: El medio ambiente es su prioridad.

### **Valores conductuales:**

- Valores: Es leal a la marca, se fija en los detalles.
- Expectativas: calidad del producto, diseño, comodidad que vaya acorde al precio.
- Lealtad de marca: es abierta a nuevas opciones e ideas.
- Beneficios: Buen diseño, exclusividad, precio justo.
- Usuario: Se adapta a las nuevas tendencias sin perder su estilo personal.

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

Además de los ingresos económicos gracias al petróleo, la industria manufacturera se encuentra encabezando a las 18 industrias más importantes en el país. En el año 2019 el aporte fue de \$13. 962,6. Otro dato importante se remonta al año 2018 en donde la fabricación de textiles y cuero tuvieron un aporte del 0,9% al VAB. En cuanto a la industria específicamente del calzado, en el 2019 se registró un total de \$134,4 millones, de los cuales el 54, 5% fue proveniente de la provincia de Tungurahua y por lo tanto a partir de estos datos se puede evidenciar que esta zona es una de las que tiene mayor concentración de este tipo de actividad económica (Ecuador en Cifras, 2020).

De acuerdo al INEC (2020) empezando con la industria textil y cuero, Tungurahua es uno de los principales productores de Ecuador. El 80% de la producción se destina a la venta al por menor en cuanto al calzado y ropa. Los artículos en cuero tales como souvenirs o accesorios ocupan el 13% del sector comercial de la zona. Por otra parte, el número de establecimientos en Tungurahua dedicados a la fabricación de textiles, prendas de vestir y calzado es de 3.818.

En los últimos años según las estadísticas, la fabricación de textiles ha ocupado entre el 1% y 2% del PIB total del país y la manufactura el 185, 87%. En cuanto a las curtiembres más importantes de la provincia, el gobierno Provincial de Tungurahua (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015) presenta las siguientes empresas:

Promepell, Tenería Díaz, Proinpiel S.A, Tenería San José, Curtiduría Aldas, Curtiduría Hidalgo, Curtiduría Tungurahua S.A, Curtiembre Quisapincha, Curtiduría Serrano, Curtiduría los Andes, Cueros RJ, Tenería Ambato, Curtiduría San Vicente, Curtiduría Pico, Suelas Javi, Curtiduría Ortiz y Curtiembre Chimborazo.

En cuanto al mercado de accesorios, específicamente de la ciudad de Ambato existen dos tipos: importados y locales. Los accesorios importados mayormente desde China se pueden encontrar un par de aretes desde \$1 hasta \$10. Por otra parte, existen accesorios artesanales típicos en donde el precio va desde los \$5 hasta \$30 dependiendo del diseño, materiales y acabados. Por último, existe la línea artesanal que combina tendencias actuales con diseños de autor en donde se pueden encontrar artículos desde \$9 hasta \$20 en promedio por un par de aretes, y hasta \$30 o más por un collar.

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

Aunque Tungurahua es la provincia que mayor índice posee en cuanto a la fabricación de cuero, la provincia que mayor índice posee en la fabricación de artículos de cuero específicamente es Pichincha con el 53% de empresas (Corporación Financiera Nacional, 2021). Estos indicadores son favorables para la elaboración del presente proyecto, ya que el material principal se puede encontrar con gran facilidad y por otro lado el mercado de la fabricación de artículos no está saturado en el medio.

Los accesorios importados, especialmente de China, a lo largo de los años han ido tomando gran importancia en el mercado debido a su bajo costo y por lo tanto en su momento existieron una gran cantidad de tiendas ofreciendo esta clase de productos, mismos que se podían encontrar en serie y en gran cantidad. Sin embargo, con el paso del tiempo estos negocios, aunque aún existen ya no se los ve en gran cantidad puesto que la consciencia social sobre el consumo industrial se ha tomado de a poco el sector de la moda.

Hoy en día cada vez más personas están apostando por adquirir productos locales tanto por el interés de conocer la procedencia de un artículo como por aportar favorablemente a la economía interna. En el sector de los accesorios ya existen algunas marcas que han decidido empezar con el negocio de los accesorios de manera consciente con el medio ambiente, a partir de la mano de obra artesanal, de diseños únicos y producción limitada.

Si bien es cierto cada vez nuevas marcas locales de accesorios se van abriendo paso, no se ha podido visualizar en el mercado tiendas que tengan productos tales como aretes o collares elaborados en cuero. Del mismo modo, de existir no han tenido presencia considerable tampoco en plataformas online. Por lo tanto, se puede concluir que el mercado no está saturado ya que por un lado las marcas de accesorios de diseñador y fabricadas aquí aún son pocas, y por el otro lado la oferta de accesorios en cuero es escasa o inexistente por lo que significa un espacio en el mercado con gran potencial.

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

En la ciudad de Ambato existe un diverso número de tiendas que se dedican a la venta de accesorios. Aunque no se ha encontrado una marca potencial dedicada específicamente a la elaboración de estos artículos a partir de mermas como cuero y sintético, existen diversas marcas en el mercado que se caracterizan por la construcción artesanal de sus piezas, su exclusividad y diseños únicos inspirados en las últimas tendencias.

#### **Marisol Gortaire**

Es una tienda de accesorios online creada por Marisol Gortaire. Sus piezas se caracterizan por el lujo que las compone y sus diseños exclusivos. Cada pieza es elaborada a mano y sus detalles perfectamente combinados con elementos a la moda,

pero sin perder ese toque de diseño de autor. Su concepto está claramente bien definido y se puede apreciar en cada una de sus colecciones.

**Tabla 1**

*Análisis de la marca – Marisol Gortaire*

<b>Precio</b>	A partir de \$15 aproximadamente
<b>Calidad</b>	Alta, acabados de calidad
<b>Clientes</b>	Estrato social A
<b>Ofertas</b>	Aretes como accesorio estrella, pulseras y collares
<b>Comunicación</b>	Redes Sociales
<b>Innovación</b>	Tendencias/ diseño de autor
<b>Publicidad</b>	Redes Sociales

**Tabla 2**

*Análisis FODA – Marisol Gortaire*

<b>Debilidades</b>	<b>Fortalezas</b>
No tiene tienda física	Público objetivo bien definido
Precios elevados	Gran acogida en sus lanzamientos
Producción inconsistente	Popularidad de la marca
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
Nuevas marcas en el mercado	Conoce bien a su mercado

---

La competencia ofrece productos más económicos	Tiene la facilidad de obtener la materia prima del extranjero.
Diseños similares a los importados	

---

### **Veú Accesorios**

Marca ambateña dedicada a la elaboración de accesorios femeninos hechos a mano. Sus diseños son únicos y exclusivos, también se dedican a realizar objetos personalizados dependiendo de las necesidades del usuario. Los materiales más utilizados son chaquiras con técnica de alambrismo, arcilla polimérica y cristales.

### **Tabla 3**

*Análisis de la marca – Veú Accesorios*

---

<b>Precio</b>	Alrededor de \$20
<b>Calidad</b>	Alta, acabados de calidad
<b>Clientes</b>	Estrato social A
<b>Ofertas</b>	Aretes tejidos como accesorio estrella, pulseras y collares
<b>Comunicación</b>	Redes Sociales
<b>Innovación</b>	Tendencias/ diseño de autor piezas hechas de arcilla polimérica y tejidos con la técnica de alambrismo
<b>Publicidad</b>	Redes Sociales

---



**Tabla 4***Análisis FODA – Veu Accesorios*

<b>Debilidades</b>	<b>Fortalezas</b>
No tiene tienda física	Diseños exclusivos
Precios elevados	Originalidad
Producción inconsistente	Gran detalle en sus diseños
Presupuesto limitado	Concepto innovador
Ser nuevos en el mercado	Acceso a una tienda física
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
Existen accesorios de importación similares en cuanto a sus técnicas de construcción (tejidos)	Utiliza materiales de alta calidad
Otras personas pueden copiar los modelos	Diseño innovador
Material puede llegar a ser escaso para realizar la producción	Ampliar el mercado a otras ciudades
	Uso de plataformas online
	Impuestos a los accesorios importados

**Mahi Arte en Joyería**

Accesorios ambateños elaborados a mano. Esta marca se dedica a la construcción de accesorios tales como aretes, pulseras, diademas y collares. Los materiales que más utilizan son chaquiras y cristales, mediante los cuales realizan elaborados tejidos para sus piezas exclusivas.

**Tabla 5**

*Análisis de la marca – Mahi Arte en Joyería*

<b>Precio</b>	Alrededor de \$10
<b>Calidad</b>	Alta, acabados de calidad
<b>Clientes</b>	Estrato social B
<b>Ofertas</b>	Aretes, diademas y pulseras tejidas
<b>Comunicación</b>	Redes Sociales
<b>Innovación</b>	Tendencias/ diseño de autor
<b>Publicidad</b>	Redes Sociales

**Tabla 6**

*Análisis FODA - Mahi Arte en Joyería*

<b>Debilidades</b>	<b>Fortalezas</b>
No tiene tienda física	Valores exequibles
Producción inconsistente	Diseños exclusivos
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
Existen productos similares en el mercado	Sus costos son más bajos a comparación de la competencia
Accesorios importados	

### 3.2 Análisis interno

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

Para realizar el proyecto es necesario detallar los recursos disponibles que serán necesarios al momento del desarrollo del mismo, el cual consiste en la elaboración de una colección de accesorios a partir de las mermas de la industria del calzado.

#### **3.2.1.1 Recursos Económicos**

Los recursos económicos que ayudaran para la elaboración del presente proyecto son propios. Mismos que servirán para la adquisición de las herramientas necesarias para la construcción de la colección. De igual manera, dichos recursos servirán para la compra de los insumos que se necesiten y también existirá un valor destinado a imprevistos.

#### **3.2.1.2 Recursos Humanos**

Los recursos humanos es uno de los puntos más esenciales para la elaboración de la colección. En primera instancia se cuenta con la presencia de una tutora de tesis que guiará el trabajo por el camino adecuado. En cuanto a la materialización de los accesorios, serán elaborados por la diseñadora y autora del proyecto, la cual actualmente se dedica a la construcción de accesorios.

#### **3.2.1.3 Recursos Tecnológicos**

Los recursos tecnológicos que serán necesarios para llevar a cabo el proyecto son computadora, internet y programas especializados en el área de diseño tales como Ilustrador y Photoshop. Para la elaboración de cada pieza no se necesitará maquinaria especializada ya que serán construidos de manera artesanal. Los materiales que van a intervenir en el proceso serán pinzas, pegamiento de joyería, tijeras, moldes, entre otros.

### 3.2.1.4 FODA

**Tabla 7**

*Análisis interno del proyecto*

<b>Debilidades</b>	<b>Fortalezas</b>
Depender de la producción de la empresa Amoreco	Precios exequibles Diseños exclusivos Material principal gratuito Se pueden realizar compras online
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
Otras marcas de autor Accesorios importados	Aceptación del mercado Escasa competencia en el estilo de accesorios

### 3.2.2 Análisis Cadena de valor

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

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

La investigación y desarrollo son la parte inicial del proyecto ya que en esta etapa se debe realizar una recopilación de información relevante. En este eslabón se investiga en diferentes fuentes todo aquello que será parte importante del proyecto como las tendencias actuales, la saturación del medio, la competencia y todo aquello que se necesite conocer para el desarrollo, de la misma manera se realizará la elaboración de encuestas para conocer las características del producto en base a las preferencias del público objetivo.

Para las fuentes de información se hará uso de libros, páginas de internet verificadas y fuentes alternativas de ser necesario, tales como las redes sociales. En cuanto a la elaboración de la encuesta se utilizará como herramienta google forms para optimizar la recolección de los datos necesarios y filtrar la información de una manera eficiente con las herramientas que brinda la plataforma.

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

Para la obtención de la materia prima, se lo hará a través de la recolección de las mermas provenientes del área de corte en la elaboración de calzado de la empresa Amoreco. Después se procederá a segmentar estos retazos en desechos definitivos y material útil analizando ciertos aspectos tales como fallas, colores, texturas, grosor. Todo esto con el fin de realizar un producto de la mejor calidad posible.

También será necesario adquirir ciertos insumos como topes para los aretes y mariposas. Dependiendo de los diseños obtenidos al momento de realizar la colección, se puede hacer el uso de cadenas o insumos secundarios que acompañen armónicamente al material principal; cuero y sintético. Mismos que se pueden encontrar en diversos bazares de la ciudad o en el mercado artesanal.

**Tabla 8**

*Selección de materia prima*

Especificaciones	Cumple	No cumple
La superficie no presenta fallas		
El grosor se ajusta a los requerimientos del diseño		
El tamaño del retazo es lo suficientemente grande para el corte de piezas		
El color se ajusta a los requerimientos de la colección		
Es lo suficientemente resistente a la fricción		

**3.2.2.3 Eslabón de producción**

Hoy en día existen diversas tecnologías que hacen posible el desarrollo de un producto, sin embargo, lo que se busca en el presente proyecto es rescatar la construcción artesanal, misma que se distingue por la intervención humana en donde no se hace necesario el uso de tecnología avanzada si no de técnicas de construcción manuales.

Lo que se busca es no solo lograr un acabado pulido y de calidad sino también realizar diseños exclusivos y los diseños se llevaran a cabo a partir de las características de los retazos obtenidos. También se realizará un control de calidad en cada etapa, desde la obtención de los materiales hasta en la etapa de construcción, pulido y previo a la comercialización del producto.

Por otro lado, también es importante contar con un espacio para realizar la producción. Esta área operativa estará conformada con mesas de trabajo equipadas con todos los materiales necesarios para realizar la colección, con aros de luz móviles que ayudaran a una óptima visualización en la etapa de construcción.

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

Para ofertar el producto al público, se va a realizar un pequeño stand en una tienda de moda en el centro de Ambato llamada IKA Boutique, ubicada en la calle Montalvo entre Bolívar y Rocafuerte, en donde se van a exhibir los accesorios acompañados de una pequeña leyenda que contará el proceso y de dónde proviene el producto. Del mismo modo se va a diseñar stands para las diferentes ferias que se realizan en la ciudad como las ferias en el portal, las del centro comercial Mall de los Andes y las organizadas por el grupo mujeres Ambato con el mismo concepto antes mencionado.

De igual manera se va a contar con el apoyo de las diferentes plataformas digitales como Instagram, TikTok y Facebook para dar a conocer el producto tanto a nivel local como nacional, y en un futuro poder ofertar la marca en otras provincias del país. La presencia online es uno de los puntos clave más importantes en la comercialización ya que gracias a estas herramientas muchas personas pueden conocer de la existencia de la marca para posteriormente acercarse a la tienda.

## **CAPÍTULO IV**

### **MARCO METODOLÓGICO**

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

Mujeres solteras de 20 a 24 años de edad residentes en la ciudad de Ambato con pensamiento sostenible que estudien o trabajen. Son afines al mundo de la moda y las tendencias, tienen una vida social activa tanto con sus amigos como con su familia. Del mismo modo se preocupan por su apariencia y están en constante búsqueda de prendas y accesorios que se adapten a su estilo personal y esencia. Se desarrolló una encuesta para conocer más a fondo los datos más relevantes de este público objetivo y direccionar de mejor manera la colección a realizar.

#### **Variable Geográfica:**

La población que se tomó como muestra pertenece a la provincia de Tungurahua, situada en la zona Sierra del país. La ciudad en donde se lleva a cabo el estudio es en Ambato. El público objetivo reside en la zona urbana de Ambato.

#### **Variable Demográfica:**

Mujer soltera residente en la ciudad de Ambato de 20 a 24 años caracterizada por su independencia, poder adquisitivo y trabajadora. Se preocupa mucho por su bienestar físico y emocional, formar una familia no está dentro de sus planes actuales. Su actividad en redes sociales es alta. Pertenece a la generación millennial, la cual se caracteriza por su alto conocimiento del mundo digital, un nivel académico alto, sentirse bien en su vida cotidiana y de trabajo, son muy activos ya que siempre están realizando varias actividades.



**Variable Socioeconómica:**

Mujeres de estrato social B, caracterizadas por tener una vivienda con todas las comodidades, acceso a internet, título de nivel superior o que está cursando la universidad, tienen independencia económica. Son empresarias o emprendedoras.

**Variable Psicográfica:**

Mujer neo tradicional de personalidad extrovertida y autocrítica, apasionada por el mundo de la moda y sensible ante los problemas modernos tales como la contaminación ambiental. Caracterizada por un estilo de vida sociable. Se deja llevar por las tendencias adaptándolas a su estilo propio. El consumidor neo tradicional se destaca por su gusto tradicional, pero combinando nuevas tendencias, no tiene miedo a lo nuevo, es decir, siempre encuentra el punto exacto entre lo clásico y lo innovador.

**4.1.1 Modelo de encuesta y/ entrevista**

**Universidad Técnica de Ambato**

**Facultad de Diseño y Arquitectura**

**Diseño de Modas**

**Encuesta**

**Nombre del proyecto:** Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de mermas pre consumo de la industria de calzado.

**Objetivo General:** Realizar una colección de accesorios a partir de los residuos de cuero y sintético de la industria del calzado.

**Indicaciones:**

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

**Cuestionario:**

1) ¿Conoce el término “supra reciclaje”?

SI\_\_ NO\_\_

Nota: El termino hace referencia en aprovechar los sobrantes disponibles para crear nuevos productos.

2) ¿Utilizaría accesorios reciclados, realizados con sobrantes de la industria del calzado (cuero y sintético)? Teniendo en cuenta el aporte medio ambiental ya que se evitaría que dichos sobrantes sean desechados.

SI\_\_ NO\_\_

3) ¿Cuál es la característica más importante al adquirir un accesorio? Seleccione las 3 más importantes.

- \_\_ Precio
- \_\_ Comodidad
- \_\_ Diseño
- \_\_ Exclusividad
- \_\_ Acabados

4) ¿Considera que un producto deba tener un valor económico más elevado por ser hecho a mano?

SI\_\_ NO\_\_

5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un par de aretes hechos a mano y exclusivos?

\_\_ Menos de \$7

\_\_ De \$7 a \$10

\_\_ De \$11 a \$15

\_\_ Más de \$15

6) De la siguiente lista ¿cuál es el accesorio que más utiliza?

\_\_ Aretes

\_\_ Collares

\_\_ Pulseras

7) ¿Con que frecuencia aproximadamente suele adquirir accesorios?

\_\_ Mensual

\_\_ Semestral

\_\_ Anual

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

\_\_ Redes sociales

\_\_ Televisión

- Radio
- Volantes publicitarios

9) ¿En qué lugar prefiere adquirir accesorios?

- Online
- Centro comercial
- Local físico

10) ¿Cuál es la importancia del uso de accesorios en su vida cotidiana?

- Muy importante
- Importante
- Un poco importante
- Nada importante

**Responsable:** Belén Neumeister

**Universidad Técnica de Ambato**

**Facultad de Diseño y Arquitectura**

**Diseño de Modas**

**Entrevista**

**Nombre del proyecto:** Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de mermas pre consumo de la industria de calzado.

**Objetivo General:** Realizar una colección de accesorios a partir de los residuos de cuero y sintético de la industria del calzado.

**Preguntas:**

- 1) ¿A qué tipo de calzado se dedica su empresa?
- 2) ¿Cuál es el material más utilizado en la elaboración de calzado en su empresa?
- 3) ¿Cuál es el porcentaje aproximado de residuos en el desarrollo de una colección?
- 4) ¿Cuál es el destino de los residuos inservibles?
- 5) ¿Qué tipos de materiales se desechan?

**Responsable:** Belén Neumeister

**4.2 Selección de la muestra**

**Unidad de Análisis:**

Para establecer la muestra se realizó una investigación acerca de las estadísticas poblacionales que componen al lugar en donde se va a desarrollar el proyecto. Posteriormente a partir de una fórmula se establecieron los datos necesarios para obtener el total del público de muestra que se deberá encuestar para obtener resultados óptimos.

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

Tungurahua: 504.583

Ambato:329.856

Mujeres Ambato: 170.026

Hombres Ambato: 159.830

Mujeres de 20 a 24 años: 9.128

**Aplicación de la fórmula:**

N: 9128

Z: 1.96

P: 0.50

Q: 0.50

E: 0.10

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1) e^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{9128 (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{9128 - 1 (0.10) + (1.96)^2 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{8766.53}{9128.86}$$

$$n = 0.96$$

Personas a encuestar: 96

**Unidad de Observación:**

Se tomó en cuenta a la población de mujeres solteras de 20 a 24 años de edad residentes en la ciudad de Ambato ya que se caracterizan por su pensamiento sostenible. Del mismo modo, son ellas las que están más al pendiente de lo que pasa en el mundo, se dejan llevar por las tendencias, pero a la vez están en constante búsqueda de piezas que se adecuen a su estilo personal.

Por otra parte, dentro de la unidad de observación, se seleccionó a la empresa Amoreco, la cual se dedica a la producción de calzado. Por lo tanto, se realizó un modelo de entrevista dirigida hacia en gerente de la empresa “Amoreco” para poder identificar todos los factores que generan la existencia de residuos pre consumo, así como, conocer el tipo de residuos generados e identificar los que serán de utilidad para realizar el proyecto. Se decidió trabajar con esta empresa, debido a la facilidad de acceso que brinda para la obtención de los remanentes de cuero y sintético.

### **4.3 Técnicas de estudio**

#### **4.3.1 Cuantitativas**

La técnica de estudio cuantitativa se lleva a cabo mediante una encuesta, la cual permite recolectar datos específicos a cuanto a las preferencias de los posibles usuarios; mujeres de 20 a 24 años de edad con pensamiento sostenible residentes en la ciudad de Ambato. De esta manera se podrá determinar de mejor manera el rumbo que debe tomar el proyecto al momento de realizar la colección y materializarla.

#### **4.3.2 Cualitativas**

La técnica de estudio cualitativa se lleva a cabo mediante una entrevista al gerente de la empresa “Amoreco”, lo cual permitirá conocer información

importante acerca de la obtención y tratamiento de las mermas pre consumo que se generan en la fabricación de calzado, con el fin de establecer la cantidad de mermas que se tendrá a disposición para realizar el presente proyecto.

#### 4.4 Elaboración e interpretación de los datos

##### Encuesta

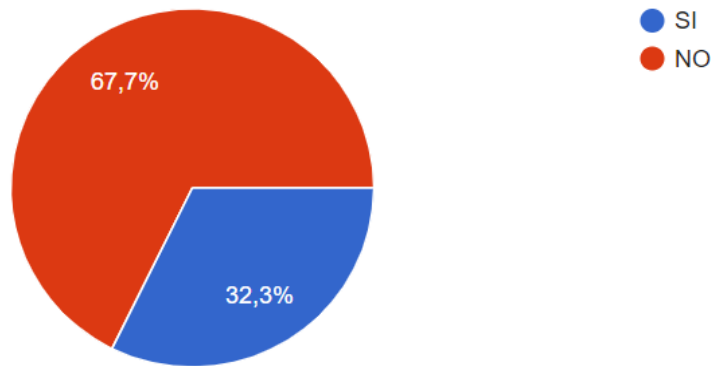
##### 1) ¿Conoce el término “supra reciclaje”?

SI 31 personas

NO 65 personas

##### Gráfico 1

##### Pregunta 1



Nota. Estadísticas pregunta 1. [Gráfico], por Belén Neumeister

**Análisis:** Para el 67,7% de la población encuestada el término “supra reciclaje” es desconocido, mientras que para el 32,3% de las mujeres tiene conocimiento de su significado.



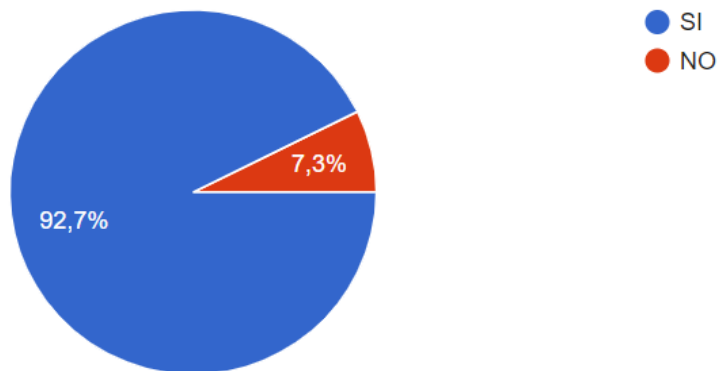
**Conclusión:** Aunque el porcentaje de personas que desconoce este término es mayor, un considerable número de mujeres si lo conoce, demostrando así el interés por lo sostenible. Cabe resaltar que el término supra reciclaje es nuevo, sin embargo, su desconocimiento puede contribuir para generar estrategias de protección para el medio ambiente.

**2) ¿Utilizaría accesorios reciclados, realizados con sobrantes de la industria del calzado (cuero y sintético)? Teniendo en cuenta el aporte medio ambiental ya que se evitaría que dichos sobrantes sean desechados.**

SI 89 personas      NO 7 personas

### Gráfico 2

*Pregunta 2*



Nota. Estadísticas pregunta 1. [Gráfico], por Belén Neumeister

**Análisis:** El 92,7% de personas encuestadas compraría productos hechos con material reciclado, mientras que el 7,3% de mujeres no lo haría.

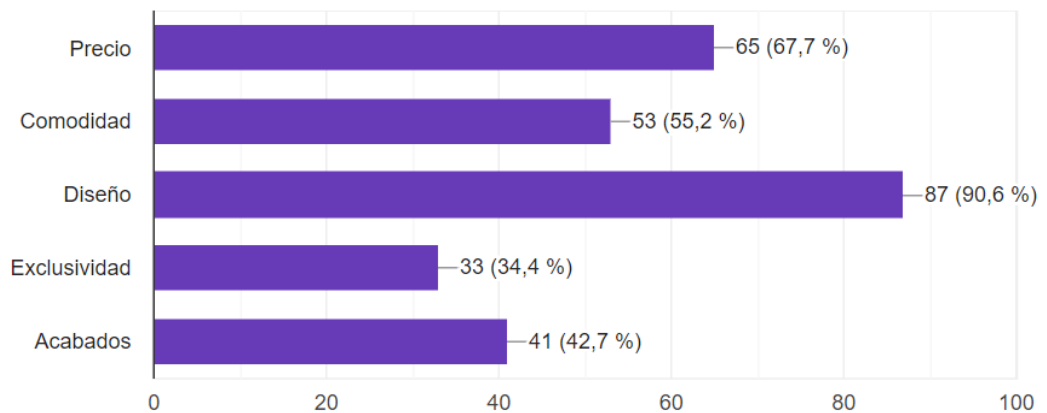
**Conclusión:** El porcentaje de mujeres que adquiriría un accesorio a partir de mermas pre consumo es alto, por lo que se puede concluir que ofertar este tipo de productos tendrá éxito en el mercado. El interés demostrado por consumir productos elaborados con mermas textiles, permite identificar que existe una tendencia de consumo a nivel local por productos que beneficien el medio ambiente.

### 3) ¿Cuál es la característica más importante al adquirir un accesorio?

Seleccione las 3 más importantes.

#### Gráfico 3

Pregunta 3



Nota. Estadísticas pregunta 3. [Gráfico], por Belén Neumeister

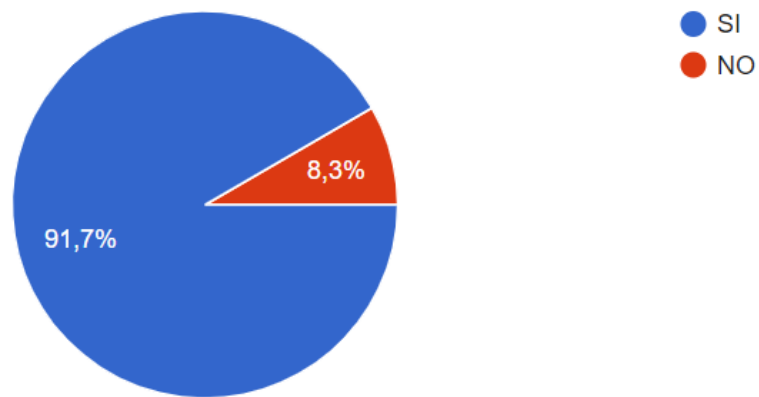
**Análisis:** el 90,6% de personas encuestadas considera que el diseño es la característica principal a la hora de adquirir un accesorio, seguido por la variable del precio con 67,7%, la comodidad con 55,2%, los acabados con el 42,7% y por último la exclusividad con el 34,4%.

**Conclusión:** Para la mayoría de personas encuestadas, el diseño es la variable más importante al momento de comprar, seguido del precio y la comodidad. Cabe resaltar que, la variable de diseño como característica más importante al momento de adquirir los accesorios, permitirá establecer dentro de las propuestas, productos que sean atractivos tanto por la forma como el color y la textura.

**4) ¿Considera que un producto deba tener un valor económico más elevado por ser hecho a mano?**

SI 88 personas    NO 8 personas

**Gráfico 4**  
*Pregunta 4*



Nota. Estadísticas pregunta 4. [Gráfico], por Belén Neumeister

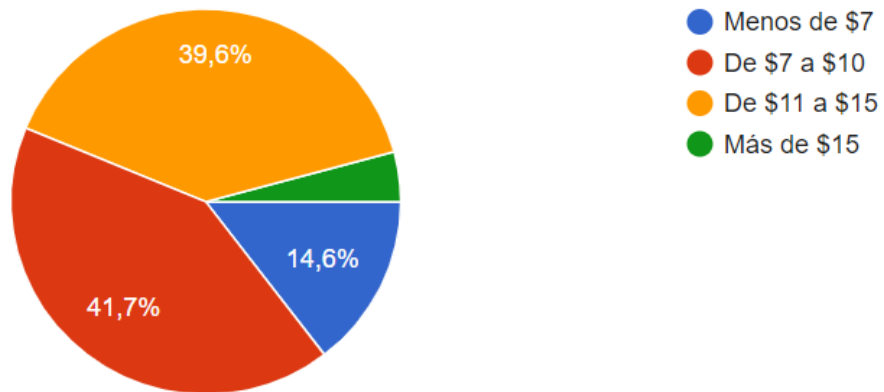
**Análisis:** El 92,7% de personas encuestadas considera que un producto deba costar más por el hecho de ser construido a mano, mientras que el 8,3% considera que no.

**Conclusión:** La mayoría de mujeres está consciente que un producto al no ser industrializado debe tener un costo más elevado por ser hecho a mano. Es importante resaltar que las personas encuestadas manifiestan un interés elevado por lo productos manufacturados.

**5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un par de aretes hechos a mano y exclusivos?**

- 14 personas Menos de \$7
- 40 personas De \$7 a \$10
- 38 personas De \$11 a \$15
- 4 personas Más de \$15

**Gráfico 5**  
*Pregunta 5*



Nota. Estadísticas pregunta 5. [Gráfico], por Belén Neumeister

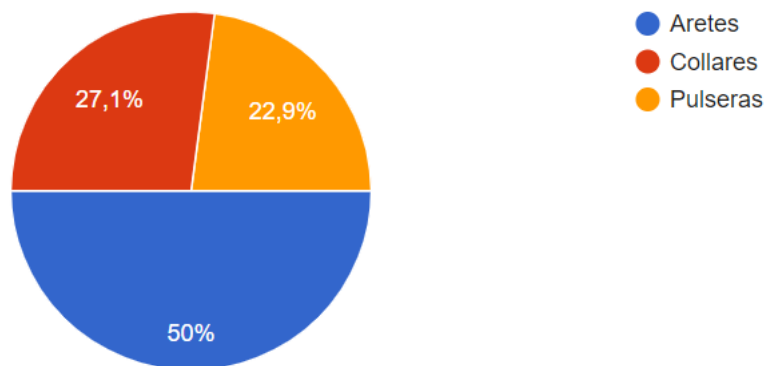
**Análisis:** El 41,7% de personas encuestadas estaría dispuesta a gastar de \$7 a \$10 por un accesorio hecho a mano con mermas pre consumo, mientras que el 39,6% gastaría de \$11 a \$15, el 14,6% gastaría menos de \$7, y el 5,2% gastaría más de \$15.

**Conclusión:** La mayoría de mujeres encuestadas estarían dispuestas a pagar hasta \$10 por un accesorio hecho a mano a partir de residuos reciclados. Es importante establecer el tope máximo de precios, debido a que esto proporcionará una variable para definir el precio de los productos.

**6) De la siguiente lista ¿cuál es el accesorio que más utiliza?**

- 48 personas Aretes
- 26 personas Collares
- 22 personas Pulseras

**Gráfico 6**  
*Pregunta 6*



Nota. Estadísticas pregunta 6. [Gráfico], por Belén Neumeister

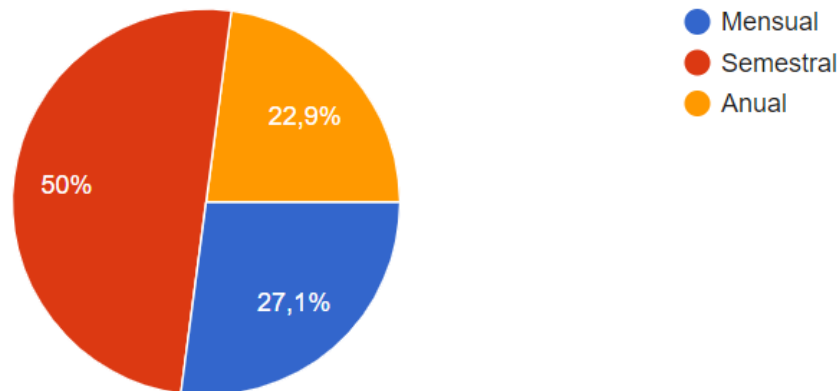
**Análisis:** El 50% de las personas encuestadas prefieren utilizar aretes, por otro lado, el 21,1% de las mujeres tiene a los collares como primera opción, y por último el 22,9% prefiere las pulseras.

**Conclusión** El accesorio más utilizado por la población encuestada son los aretes, mostrando así que este accesorio efectivamente se encuentra en tendencia hoy en día. Además, los collares son otro accesorio que incorporan las mujeres dentro de uso diario, se deberá tomar en cuenta estos dos elementos para el diseño de la colección de accesorio.

**7) ¿Con que frecuencia aproximadamente suele adquirir accesorios?**

26 personas Mensual  
50 personas Semestral  
22 personas Anual

**Gráfico 7**  
*Pregunta 7*



Nota. Estadísticas pregunta 7. [Gráfico], por Belén Neumeister

**Análisis:** La mitad de la población encuestada compra accesorios semestralmente, mientras que el 27,1% de mujeres compra de manera mensual y el 22,9% lo hace anualmente.

**Conclusión:** La mayoría de personas encuestadas realiza una compra de accesorios cada seis meses aproximadamente. A partir de este análisis, se podrán establecer dos colecciones anuales, las que responderán a las tendencias de compra por parte de las usuarias.

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

96 personas Redes sociales

0 personas Televisión

0 personas Radio

0 personas Volantes publicitarios

**Gráfico 8**

*Pregunta 8*



Nota. Estadísticas pregunta 8. [Gráfico], por Belén Neumeister

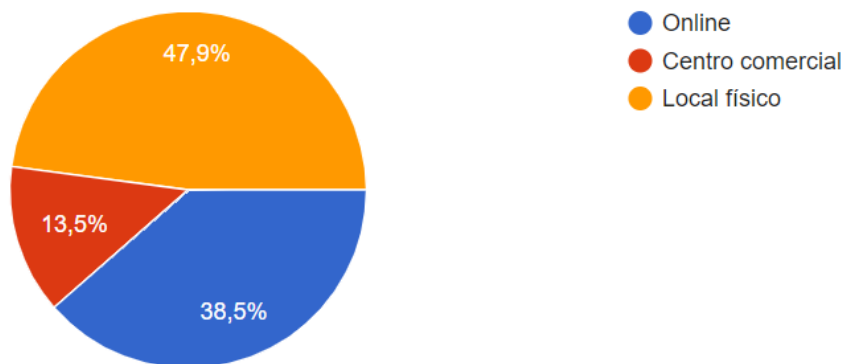
**Análisis:** El 100% de las personas encuestadas utiliza las redes sociales para enterarse sobre nuevas marcas.

**Conclusión:** Las redes sociales son el mejor medio para dar a conocer una nueva marca. Por lo tanto, seleccionar a las redes sociales como canal de comunicación, permitirá llegar efectivamente al público objetivo.

### 9) ¿En qué lugar prefiere adquirir accesorios?

37 personas Online  
13 personas Centro comercial  
46 personas Local físico

**Gráfico 9**  
*Pregunta 9*



Nota. Estadísticas pregunta 9. [Gráfico], por Belén Neumeister

**Análisis:** El 47,9% de personas encuestadas prefiere comprar accesorios en una tienda física, mientras que el 38,5% de manera online y el 13,5% en un centro comercial.



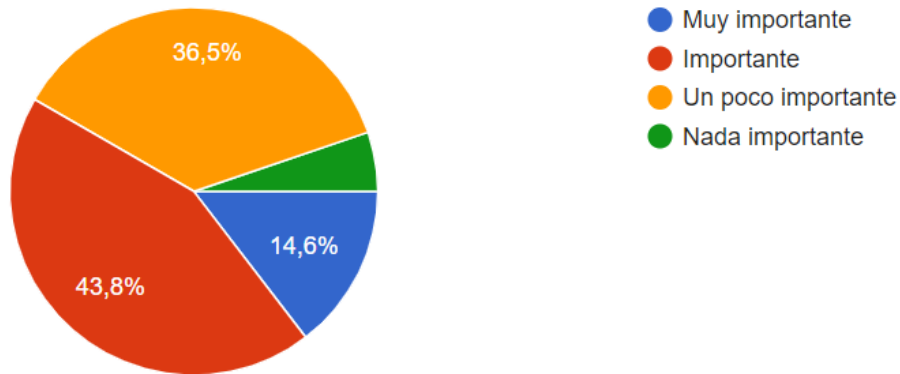
**Conclusión:** El mejor lugar para vender un accesorio es en una tienda física. Por lo tanto, se deberá establecer canales de distribución de los productos a través de tiendas físicas o tiendas multimarca. Además, hay un porcentaje elevado que compra de forma digital, lo que permitirá que la marca comercialice a través de canales digitales.

**10) ¿Cuál es la importancia del uso de accesorios en su vida cotidiana?**

- 14 personas Muy importante
- 42 personas Importante
- 35 personas Un poco importante
- 5 personas Nada importante

**Gráfico 10**

*Pregunta 10*



Nota. Estadísticas pregunta 1. [Gráfico], por Belén Neumeister

**Análisis:** El 43,8% de personas encuestadas considera que es importante el uso de accesorios en su vida cotidiana, mientras que el 36,5% cree que es poco importante, para el 14,6% es esencial el uso de accesorios y para el 5,2% no es nada importante.

**Conclusión:** La mayoría de mujeres encuestadas considera importante el uso de accesorios en su vida cotidiana. Por lo tanto, se tomará en cuenta la frecuencia de uso de los accesorios, con el fin de generar propuestas que sean cómodas y portables para el uso cotidiano.

## Entrevista

En los siguientes cuadros se analizan las entrevistas realizadas a cuatro empresas que se dedican a la fabricación de calzado. Esto con el objetivo de conocer más a fondo a que se dedican cada una de ellas, los materiales principales que utilizan y que tipo de manejo poseen con el porcentaje de sobrantes que se obtiene de cada producción.

### 1) ¿A qué tipo de calzado se dedica su empresa?

**Tabla 9**

*Pregunta uno*

Amoreco	En los inicios de la empresa se fabricaba calzado infantil, poco a poco se fueron sumando productos para la línea femenina y actualmente realizamos calzado juvenil de mujer, el estilo principal son modelos deportivos. Todavía tenemos un poco de calzado infantil y botines de mujer.
Zapatito	Nosotros realizamos la fabricación de calzado infantil.
Kowac	Nuestra línea de calzado está dirigida a mujeres. Botines, zapatos estilo deportivo y demás.
SDANDY	Fabricamos calzado de mujer y de hombre. Nuestro modelo principal del momento son los botines de mujer tipo combate.

**Análisis:** Se determinó que las empresas entrevistadas se dedican a la fabricación de calzado abarcando en su gran mayoría calzado de mujer, seguido del segmento de hombre e infantil.

**Conclusión:** Se concluye que la industria del calzado ocupa gran espacio en la provincia de Tungurahua, datos que se obtuvieron en el proceso de investigación. Por otro lado, en cuanto a las empresas entrevistadas se pudo observar que la mayoría abarca el segmento especialmente en el calzado femenino, por lo tanto, se puede determinar que la línea de productos dirigidos al mercado femenino es uno de los más existentes y comerciales.

**2) ¿Cuál es el material más utilizado en la elaboración de calzado en su empresa?**

**Tabla 10**

*Pregunta dos*

Amoreco	El material principal es cuero y sintético por igual, 50% - 50%. Se utiliza el sintético para darle ciertos detalles a los zapatos ya que las opciones en cuanto a acabados, texturas y colores es mayor a la del cuero natural especialmente en los ornamentos externos.
Zapatito	Para construir el calzado de Zapatito solo utilizamos cuero natural. Es importante el uso de este material ya que brinda beneficios que el sintético no, como por ejemplo mayor comodidad y transpirabilidad. Cualidades que son esenciales especialmente para los zapatos de línea infantil.
Kowac	Para fabricar el calzado de Kowac se utiliza únicamente cuero. La calidad es una de las principales cualidades de la marca además del diseño. Es importante que además de presentar diseños en tendencia se brinde comodidad al usuario y de igual manera calzado que tenga

	mucho tiempo de durabilidad.
SDANDY	El material principal es el cuero, sintético, suelas y pegantes. Consideramos que el cuero gracias a sus características es el mejor material para el calzado por su calidad y confortabilidad.

**Análisis:** Las empresas entrevistadas utilizan tanto cuero natural como sintético para la fabricación de su calzado. Generalmente prefieren el uso de cuero para sus diseños gracias a los aportes tanto en comodidad como durabilidad, por otro lado, para lo estético se prefiere el cuero sintético para algunos detalles de diseño.

**Conclusión:** El material más utilizado para elaborar calzado es el cuero natural, una de las razones principales por las que las empresas prefieren este material es porque le brinda al calzado mejores cualidades que el cuero sintético en cuanto comodidad y transpirabilidad, sin embargo, para ciertos detalles externos que se enfocan más al lado estético, se considera el uso de material sintético debido a su mayor diversidad en texturas y colores.

### 3) ¿Cuál es el porcentaje aproximado de residuos en el desarrollo de una colección?

**Tabla 11**

*Pregunta tres*

Amoreco	El mayor porcentaje de residuos son del material sintético, con un 10%. En cuanto al cuero, el porcentaje de sobrantes es del 8%. El cuero se usa más para diseños llanos o en colores neutros, y el sintético se utiliza más en piezas como franjas o adornos en general, ya depende del diseño de cada colección.
---------	---

Zapatito	El porcentaje de residuos al cortar una orden es de 15% a 20% de desperdicio total de la banda de cuero.
Kowac	El porcentaje de residuos es del 3%. Se intenta aprovechar el cuero de la mejor manera posible. Algunos retazos sirven para la construcción de piezas pequeñas que por lo general son ornamentales.
SDANDY	El porcentaje de residuos que se genera es del 20%.

**Análisis:** El porcentaje de desperdicios que se generan mediante la fabricación de calzado va desde el 3% hasta el 20%.

**Conclusión:** Las empresas dedicadas a la elaboración de calzado tienen un estudio aproximado del porcentaje de desperdicio que se da en cada producción, aunque algunas intentan aprovechar al máximo las piezas al momento de cortar, en todos los casos existe un porcentaje de desperdicio.

#### 4) ¿Cuál es el destino de los residuos inservibles?

**Tabla 12**

*Pregunta cuatro*

Amoreco	No manejamos ningún tipo de tratamiento ni reciclaje, son directamente desechados a la basura. Algunos retazos se usan para pequeños detalles dependiendo de los modelos de calzado, pero por lo general todo es desechado. La producción es constante y por lo tanto se generan desechos a diario.
Zapatito	Aproximadamente la tercera parte de los residuos se utiliza en adornos pequeños como flores y adornos. Las piezas más grandes se guardan por un tiempo en el caso de que se necesite usar en el futuro. Otra parte

	es donada a artesanos. De igual manera otros pedazos también son utilizados para probar puntadas en las máquinas. Y lo que realmente ya no sirve es desechado a la basura.
Kowac	Los residuos son clasificados. Una parte de lo que es cuero se destina a relleno de tierras y los otros materiales se van reciclando.
SDANDY	Todos los residuos van directamente a la basura. No existe ningún tipo de manejo o reciclaje.

**Análisis:** Se pudo observar que dos de las empresas entrevistadas poseen una estrategia de reciclaje para sus residuos, como darles una segunda vida. Mientras que las otras dos destinan los sobrantes directamente a la basura.

**Conclusión:** A pesar de que en algunas empresas si existe un manejo de los desechos, ya sea utilizando los retazos para piezas pequeñas, para relleno de tierras o donando a pequeños artesanos. Hay otras empresas que todavía no cuentan con ese tipo de estrategias y debido a que la producción es diaria, se puede concluir que los desechos semanales se producen en gran cantidad. Mismos que se destinan a la basura.

## 5) ¿Qué tipo de materiales se desechan?

**Tabla 13**

*Pregunta cinco*

Amoreco	Todas las sobras de los cortes, cuero y sintético. Sobras de plantillas, capellada, esponja, forros y demás.
Zapatito	Restos de cuero, plantillas, hilo, polvo de pulido de plantas, restos secos de pegas.

Kowac	La basura que es directamente desechada a los vertederos son los residuos muy pequeños que no se pueden reciclar ni utilizar para ningún otro fin.
SDANDY	Los materiales que más se desechan son los sobrantes de cuero sintético.

**Análisis:** El material más desechado es el cuero y el sintético, seguido de los sobrantes de otros insumos necesarios para la fabricación de calzado.

**Conclusión:** En todos los casos se intenta realizar los cortes aprovechando al máximo cada material, sin embargo, siguen existiendo residuos, ya que de acuerdo a la pregunta cinco todas las empresas entrevistadas desechan sobrantes, por más mínimos que estos puedan ser.

#### 4.5 Conclusiones

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

El porcentaje de personas que desconoce el término supra reciclaje es mayor, un considerable número de mujeres si lo conoce, demostrando así el interés por lo sostenible. Cabe resaltar que el término supra reciclaje es nuevo, sin embargo, su desconocimiento puede contribuir para generar estrategias de protección para el medio ambiente, a partir de la propuesta de productos amigables con el medio ambiente.

El porcentaje de mujeres que adquiriría un accesorio a partir de mermas pre consumo es alto, por lo que se puede concluir que ofertar este tipo de productos tendrá éxito en el mercado. El interés demostrado por consumir productos elaborados con

mermas textiles, permite identificar que existe una tendencia de consumo a nivel local por productos que beneficien el medio ambiente.

Para la mayoría de personas encuestadas, el diseño es la variable más importante al momento de comprar, seguido del precio y la comodidad. Cabe resaltar que, la variable de diseño como característica más importante al momento de adquirir los accesorios, permitirá establecer dentro de las propuestas, productos que sean atractivos tanto por la forma, el color y la textura.

La mayoría de mujeres está consciente que un producto al no ser industrializado debe tener un costo más elevado por ser hecho a mano. Es importante resaltar que las personas encuestadas manifiestan un interés elevado por lo productos manufacturados.

La mayoría de mujeres encuestadas estarían dispuestas a pagar hasta \$10 por un accesorio hecho a mano a partir de residuos reciclados. Es importante establecer el tope máximo de precios, debido a que esto proporcionará una variable para definir el precio de los productos.

El accesorio más utilizado por la población encuestada son los aretes, mostrando así que este accesorio efectivamente se encuentra en tendencia hoy en día. Además, los collares son otro accesorio que incorporan las mujeres dentro de uso diario, se deberá tomar en cuenta estos dos elementos para el diseño de la colección de accesorios.

La mayoría de personas encuestadas realiza una compra de accesorios cada seis meses aproximadamente. A partir de este análisis, se podrán establecer dos colecciones anuales, las que responderán a las tendencias de compra por parte de las usuarias.



Las redes sociales son el mejor medio para dar a conocer una nueva marca. Por lo tanto, seleccionar a las redes sociales como canal de comunicación, permitirá llegar efectivamente al público objetivo.

El mejor lugar para vender un accesorio es en una tienda física. Por lo tanto, se deberá establecer canales de distribución de los productos a través de tiendas físicas o tiendas multimarca. Además, hay un porcentaje elevado que compra de forma digital, lo que permitirá que la marca comercialice sus productos a través de canales digitales.

La mayoría de mujeres encuestadas considera importante el uso de accesorios en su vida cotidiana. Por lo tanto, se tomará en cuenta la frecuencia de uso de los accesorios, con el fin de generar propuestas que sean cómodas y portables para el uso cotidiano.

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

Las empresas que se dedican a la elaboración de calzado se enfocan más en la línea de mujeres, llegando a ser la más competitiva del mercado. Seguido por la línea de calzado masculino y por último el segmento infantil. Por otro lado, el material más utilizado en la fabricación es el cuero natural, seguido por el cuero sintético.

En todos los casos existe un porcentaje de desperdicio de material, mismo que va desde el 3% hasta un 20%. En dos de las empresas dichos desperdicios son reutilizados para elaborar piezas pequeñas que por lo general sirven como adornos y en otros casos los desechos son reciclados, Por otro lado, en las otras dos fábricas, los sobrantes son destinados directamente hacia la basura generando así un gran nivel de contaminación. Y, por último, el material más desechado es el cuero natural y el sintético, seguido por los insumos que también son necesario en la construcción de calzado.

La industria del calzado es una de las más relevantes en Tungurahua, es por ello que se ha decidido trabajar el proyecto a base a estos datos y al porcentaje de contaminación que es generado diariamente gracias a la fabricación de calzado y debido a que no existe un manejo total de los desperdicios pre consumo que son obtenidos en los procesos de corte.

## CAPÍTULO V

### TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

#### 5.1. Cronograma de producción

Para llevar el proyecto de la mejor manera, es necesario realizar un cronograma detallando todas las actividades. De igual manera a dicho cronograma se le debe asignar una fecha de cumplimiento para las actividades designadas con el objetivo de cumplir a tiempo con lo programado y llevar un control de lo planificado. En las tablas trece y catorce se realiza un cronograma de las actividades a cumplir en cada colección.

**Tabla 14**

Actividades	Cronograma Primer Semestre																											
	En.				Febr.				Mzo.				Abr.				My.				Jun.							
Pre producción	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Investigación																												
Recolección de cuero y sintético																												
Moodboard																												
Etapas de bocetaje																												
Selección de accesorios																												
Compra de insumos																												
Elaboración de fichas																												
<b>Producción</b>																												
Corte de piezas																												
Construcción																												
Acabados																												
<b>Post Producción</b>																												



**Tabla 16***Actividades vs. tiempo*

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Investigación</b>	Recolección de información	40 h
<b>Recolección de cuero y sintético</b>	Escoger el material apto para la producción	8 h
<b>Moodboard</b>	Sintetizar las ideas principales	16 h
<b>Bocetaje</b>	Propuestas de los posibles productos	16 h
<b>Selección de accesorios</b>	Elegir los accesorios a construir	4 h
<b>Compra de insumos</b>	Adquirir los materiales necesarios	8 h
<b>Elaboración de fichas</b>	Detallar la información de cada producto	40 h
<b>Corte de piezas</b>	Cortar las piezas de cada modelo	40 h
<b>Construcción</b>	Elaborar los accesorios	120 h
<b>Acabados</b>	Pulir todas las piezas	16 h
<b>Fotografía</b>	Imágenes del producto a ofertar	16 h
<b>Etiquetado</b>	Poner la marca en todos los accesorios	16 h
<b>Empaque</b>	Empacar los productos	16 h
<b>Distribución</b>	Repartir los productos a los puntos de venta	24 h

## 5.2. Control de calidad

Realizar un control de calidad, es una de las etapas más relevantes que intervienen en el proceso de producción, ya que de esta manera se puede asegurar un producto final de alta calidad y listo para ofertar al público. En la tabla dieciséis se realiza un detalle del control de calidad a llevarse a cabo en cada actividad.

**Tabla 17***Control de calidad*

<b>Actividades</b>	<b>Control de Calidad</b>
<b>Pre producción</b>	
<b>Selección de material</b>	Seleccionar mermas que sean útiles y que se encuentren en excelente estado.
<b>Selección de insumos</b>	Revisar que los insumos sean aptos para la elaboración de las piezas.
<b>Investigación</b>	Comprobar que la información obtenida proviene de fuentes confiables.
<b>Moodboard</b>	Verificar que las imágenes vayan acorde a la información obtenida y al concepto que se busca manejar como marca.
<b>Producción</b>	
<b>Corte de piezas</b>	Cada corte debe estar pulido y sin dañar el material.
<b>Construcción</b>	La construcción debe ir acorde a las fichas
<b>Acabados</b>	Todos los accesorios deben estar bien pulidos
<b>Control de calidad</b>	No deben existir fallos en las piezas
<b>Post Producción</b>	
<b>Fotografía</b>	Las fotos deben ir acorde al producto, deben ser armónicas.
<b>Etiquetado</b>	Las etiquetan deben estar correctamente impresas y sin fallas.
<b>Empaque</b>	No debe presentar fallas, el tamaño debe ser el adecuado según cada accesorio.
<b>Distribución</b>	El producto debe entregarse según los tiempos y cantidad establecidos.

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

Para llevar a cabo tanto la etapa de diseño como de construcción, es necesario contar con un espacio adecuado para desarrollar cada una de las actividades de manera segura, cómoda y organizada y así garantizar que cada proceso se cumpla de la mejor manera posible. De acuerdo a la tabla diecisiete se detalla las áreas de trabajo que se requieren y los equipos para el desarrollo del proyecto.

**Tabla 18**

*Distribución de áreas*

<b>Áreas</b>	<b>Equipos</b>
<b>Área de diseño</b>	Computadora – Power Point, Illustrator, Photoshop Escritorio Impresora Herramientas: Lápices, papel, colores, etc. Silla
<b>Secretaría</b>	Computadora – programas administrativos Escritorio Área de espera Sillas
<b>Producción</b>	Mesa de corte Silla Herramientas: Tijera, pegamento, pinzas, insumos, materia prima, etc.
<b>Acabados</b>	Pulidora Limpiadores
<b>Etiquetado y empaçado</b>	Mesa Silla

	Cajas de empaque Etiquetas
<b>Bodega</b>	Almacenamiento de materia prima e insumos Empaques y etiquetas adicionales Equipo de limpieza
<b>Punto de venta</b>	Stand de la marca Vitrina Espejos Área de caja Mostradores

**Figura 8**

*Plano del taller*



- 1) Área de diseño
- 2) Secretaría
- 3) Producción
- 4) Acabados
- 5) Etiquetado y empackado
- 6) Bodega



#### 5.4. Requerimientos de mano de obra

Para que el proyecto se lleve a cabo de la mejor manera es necesaria la intervención de profesionales que aporten significativamente en cada etapa, mismos que deben estar altamente cualificados para las actividades a desarrollar. En la tabla dieciocho se detalla la lista de los expertos que van a participar en el desarrollo de la colección.

**Tabla 19**

*Requerimientos de mano de obra*

<b>Personal</b>	<b>Actividad</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Diseñador de modas</b>	Investigación, diseño de propuestas, búsqueda y selección de materiales, desarrollo de prototipos.	1
<b>Diseñador gráfico</b>	Diseño de empaque y etiquetas. Contenido para redes sociales.	1
<b>Artesanos</b>	Elaboración de accesorios	4
<b>Pulidor</b>	Acabado y pulido se accesorios	1
<b>Secretario</b>	Labores administrativas	1
<b>Empacadores</b>	Armar empaques, colocar accesorios en las etiquetas y empaçar	2

#### 5.5. Seguridad industrial y medio ambiente

##### **Moda circular**

Uno de los pilares fundamentales para la elaboración del presente proyecto es enfocarse en el mundo de la moda circular, ya que se reutilizarán desechos obtenidos en la etapa de producción y corte del calzado, estos servirán para armar nuevas piezas y ser vendidas como accesorios para mujer. Si bien es cierto se aprovechará una gran cantidad del material, también existirán sobrantes. Por lo cual se propone utilizar estas pequeñas tiras de cuero y sintético para la elaboración de pelotas para perros, logrando así que se aproveche totalmente el material sin generar residuos que contaminen significativamente.

### **Estrategias de seguridad industrial propuestas por “Sira”**

Para mantener un correcto orden y a todos los trabajadores seguros, se tomarán ciertas medidas con base al Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo (Trabajo.gob.ec, 2012) en donde se detallan una serie de lineamientos a seguir para mantener el lugar de trabajo y a sus colaboradores en las mejores condiciones. Para lo cual, como empresa, se han determinado ciertos puntos esenciales a llevar a cabo.

Se debe capacitar constantemente a todos los miembros acerca de las normas de seguridad, uso de maquinaria y seguridad personal.

Se debe utilizar un uniforme acorde a las actividades que se realicen.

Las instalaciones eléctricas deben estar correctamente ubicadas y la maquinaria e instrumentos deben recibir mantenimiento.

Se debe utilizar la maquinaria y todos los instrumentos de la forma correcta y adecuada.

No se debe fumar ni ingerir bebidas alcohólicas en el lugar de trabajo.

La iluminación debe estar correctamente adecuada según cada espacio de trabajo.

Todas las instalaciones eléctricas deben tener una revisión constante.

Brindar a los empleados pausas activas tanto en la mañana como en la tarde.

Las instalaciones deben tener un mantenimiento continuo.

El establecimiento debe contar con toda la señalética necesaria.

Todas las zonas de trabajo deben estar correctamente ventiladas.

Cada zona del establecimiento debe contar con un extintor y un botiquín de primeros auxilios.

Cada colaborador debe comprometerse a mantener su lugar de trabajo limpio y ordenado.

Todos los implementos y maquinaria a utilizar deben ser completamente seguros y mantenerse en excelentes condiciones.

De existir deficiencias en el espacio que atenten contra la seguridad se deberá informar inmediatamente.

Los trabajadores tienen permitido rotar sus tareas cada cierto tiempo.

El uso de celulares personales está prohibido en horas de trabajo a menos que se requiera atender una emergencia.

## **CAPÍTULO VI**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

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

Los problemas medio ambientales a los cuales el planeta se enfrenta son cada vez más preocupantes, una de las razones que han sido de gran peso es la industrialización que se ha vivido desde hace varios años a nivel global. Es por esto que con el presente proyecto se busca rescatar la mano de obra artesanal mientras que a la vez se aprovechan las mermas del calzado que normalmente son destinadas a la basura, para darles una nueva vida y realizar una colección de accesorios para mujer, contribuyendo así que los residuos contaminantes se reduzcan significativamente.

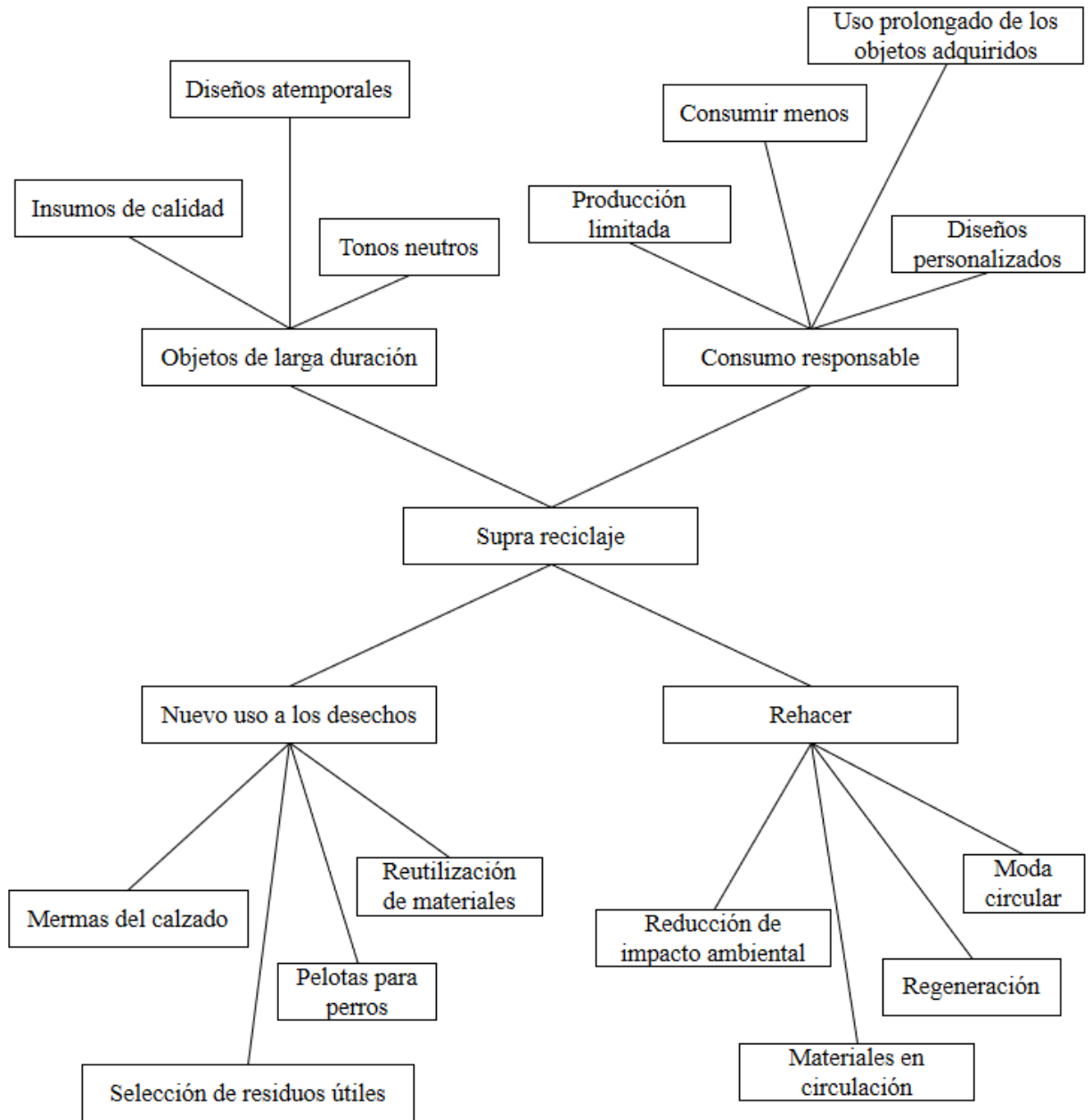
El enfoque de la marca, además de reutilizar desechos y construir sus piezas artesanalmente, es de elaborar diseños únicos y exclusivos en la línea de accesorios para mujer, brindando al cliente una pieza diferente y logrando un vínculo a través de contar la historia detrás del producto final para que de esta manera el usuario se sienta parte de todo el proceso. Otro de los puntos importantes es el de ofrecer productos de calidad, que a la vez se ajusten a las necesidades del cliente y a su bolsillo. También se caracterizarán por su comodidad ya que el material principal permitirá realizar piezas ligeras.

Si bien es cierto, la colección será elaborada a partir de residuos, posteriormente también existirán sobrantes. Es por esto que se ha planteado realizar pelotas para perro a partir de las tiras de cuero, logrando así reutilizar la totalidad de las mermas. Mismas que serán obtenidas de la empresa de calzado “Amoreco”.

##### **6.1.1 Brain storming (lluvia de ideas)**

**Gráfico 11**

*Lluvia de ideas*



## 6.2 Perfil del cliente

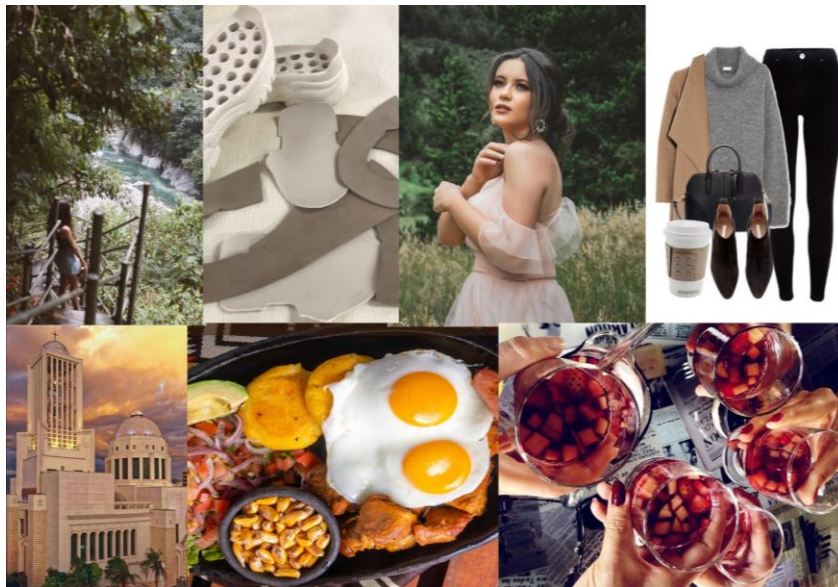
El proyecto va enfocado hacia mujeres solteras de 20 a 24 años de edad residentes en la ciudad de Ambato con pensamiento sostenible que estudien o trabajen, pertenecientes al estrato social B. Son afines al mundo de la moda y las tendencias, tienen una vida social activa tanto con sus amigos como con su familia.

Del mismo modo se preocupan por su apariencia y están en constante búsqueda de prendas y accesorios que se adapten a su estilo personal y esencia. Se ubican dentro del perfil del consumidor neo tradicional, mismo que se destaca por su gusto tradicional, pero combinando nuevas tendencias, no tiene miedo a lo nuevo, es decir, siempre encuentra el punto exacto entre lo clásico y lo innovador.

### 6.2.1 Moodboard del perfil del cliente

#### Figura 9

*Moodboard del perfil del cliente*



Nota. Adaptado de Sneak peak, Amoreco, 2021, (<https://www.instagram.com/p/CXHt-YnJ3jh/>)

Adaptado de Fotografía, Laura Palacios, 2020, (<https://www.facebook.com/laurapalaciosreinadeambato2020/photos/354719039399112>).

Adaptado de Looks invierno, Tati, 2021, (<https://www.pinterest.es/pin/48343395991065664/>).

Adaptado de Majestuosa catedral, Ambato Hoy, 2018, (<https://www.instagram.com/p/BqJG1C2Fsy1/>).

Adaptado de Los llapingachos, Recetas 123, 2021, (<https://recetas123.net/llapingachos/>).

### **6.3 Identidad de marca**

Sira es una marca de accesorios elaborados de manera artesanal a partir de las mermas del calzado. Una de las principales características de la marca son sus productos exclusivos, esto con el objetivo de crear piezas únicas que se acoplen perfectamente al estilo de vida de sus usuarias. La paleta de colores de la marca es blanco y negro, reflejando así la sencillez de la misma, pero con un toque de sofisticación y elegancia.

**Figura 10**

*Portada Manual de marca*



MANUAL DE MARCA



## **La marca**

Sira es una marca de accesorios elaborados artesanalmente a partir de las mermas pre consumo obtenidas de la fabricación de calzado. Sus piezas se caracterizan por sus diseños únicos y exclusivos. Cabe destacar también la comodidad que brinda al usuario debido a su ligereza. Uno de los pilares fundamentales es el de ofrecer productos de calidad que además de ser artículos de moda, ayuden a crear consciencia en el consumidor acerca de los obstáculos medio ambientales que se está atravesando en los últimos años.

El material principal para todas las colecciones es cuero y sintético, mismo que estará acompañado de los insumos adicionales que se requieran dependiendo del diseño. El objetivo es crear piezas sencillas pero sofisticadas que se ajusten al tipo de mercado al que va dirigido; mujeres neo tradicionales de 20 a 24 años con pensamiento sostenible. El nombre de la marca está inspirado en un personaje ficticio de la autora María Dueñas. Sira, quien, a pesar de atravesar ciertos obstáculos en su vida, todas estas adversidades la convierten en una mujer valiente, decidida e inteligente, y son precisamente estas cualidades que la marca busca transmitir a sus consumidores.

## **Construcción**

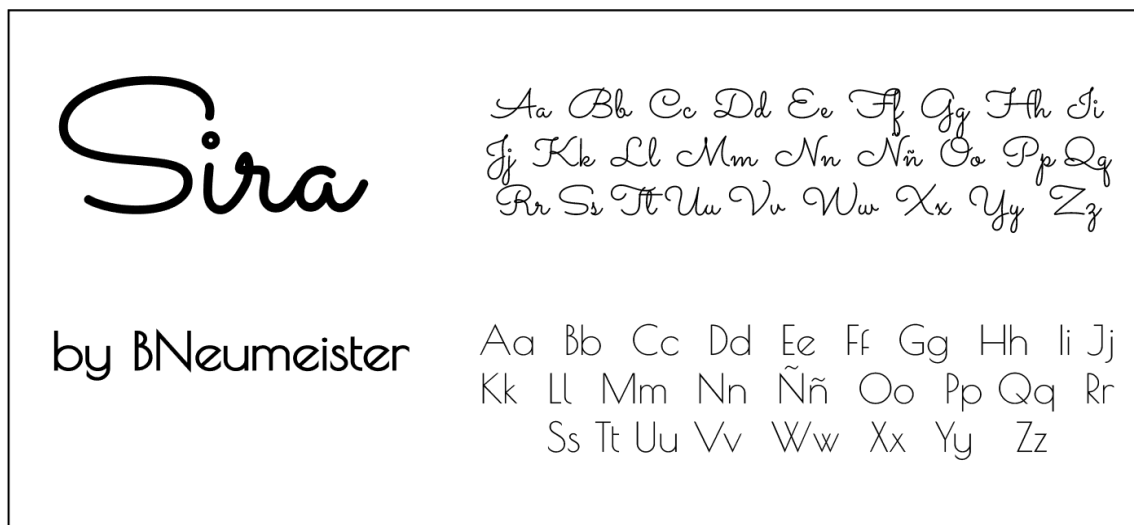
La idea de la marca nace a partir de la necesidad por reducir los desechos contaminantes que la industria del calzado provoca en su etapa de construcción. Se vio una oportunidad en el mercado ambateño debido a que Tungurahua es una de las provincias en donde existe un mayor número de empresas dedicadas a la elaboración del calzado, mismas que en su mayoría poseen un deficiente manejo de los desechos. Por otro lado, cabe resaltar la gran importancia que el uso de accesorios ha ido adquiriendo en los últimos años por lo cual se busca intervenir en esta área de la moda con propuestas afines al aporte medio ambiental de una manera positiva y que a la vez brindan al usuario un estilo irrepetible.

## Tipografía

Se emplearon dos tipos de letra para la elaboración de la imagen de la marca. Para el nombre “Sira” se utilizó la tipografía “Sacramento” debido a que logra plasmar la esencia de la marca de una forma serena y orgánica y a la vez de fácil lectura, pero sin perder la elegancia de la letra cursiva. Para el nombre de la diseñadora se utilizó la tipografía “Poiret one”, debido a que permite contrastar ambos nombres sin perder la armonía.

### Figura 11

*Tipografía de la marca*



## Color

Se decidió utilizar un tono neutro como el negro, debido a la gran diversidad de piezas que existirán en las futuras colecciones puesto que, para elaborar los accesorios, el diseño debe partir de las mermas obtenidas. Es por esto que la imagen de la marca encaja perfectamente tanto con lo que se desea transmitir como con el tipo de producto que se pretende ofertar. La combinación característica de la marca es blanca sobre fondo

negro, sin embargo, puede cambiar de negro sobre fondo blanco dependiendo de las necesidades y uso que se le dé.

### **Figura 12**

*Color de la marca*



## **6.4 Uso de la marca**

### **Usos no permitidos**

Para evitar que la imagen de la marca se vea afectada de alguna manera, no se permite distorsionar o modificar la misma en ningún caso, tampoco se permite el uso de colores alternos a los planteados o cambiar la tipografía ya establecida. Se muestran varios ejemplos de los usos incorrectos en la figura 12.

### Figura 13

*Usos no permitidos*



### Papelería

- Etiquetas: Las etiquetas serán elaboradas en papel reciclado “ecopapel”, mismas que tendrán la marca impresa y pequeños agujeros para ubicar los accesorios.

**Figura 14**

*Etiquetas*



- **Empaque:** El empaque será elaborado en cartón reciclado “ecopapel”. De igual manera tendrá impreso la marca en la tapa acompañado de la frase “Accesorios hechos a manos”. El empaque podrá ser reutilizado según el consumidor lo requiera, ya sea para guardar los mismos accesorios o guardar cualquier otro tipo de objetos.

**Figura 15**

*Empaque*



- Papelería: La imagen de la marca puede ser utilizada según se requiera en papelería de oficina y demás.

## Figura 16

### *Papelería*



## 6.5. Análisis de color de la propuesta

Los colores propuestos están determinados por la micro tendencia posteriormente descrita, misma que fue seleccionada debido a que se acopla perfectamente tanto al proyecto en sí como a las cualidades del usuario al que va dirigida la colección. Los tonos planteados por “Renacer” buscan reflejar la conexión de la naturaleza con el ser humano y evocar en los usuarios sensaciones principalmente de tranquilidad, positivismo y relajación. Para la paleta de color de la propuesta se han seleccionado tonos neutros y atemporales, puesto que lo que se busca es ofertar productos que perduren en el tiempo tanto por su calidad como por su estilo.

Se seleccionó una paleta de tonos tierra en una combinación análoga, los tonos bases y complementos se caracterizan por su baja saturación y poseen un valor medio-alto de luminosidad. Por otro lado, para el tono acento, se decidió conservar el tono miel

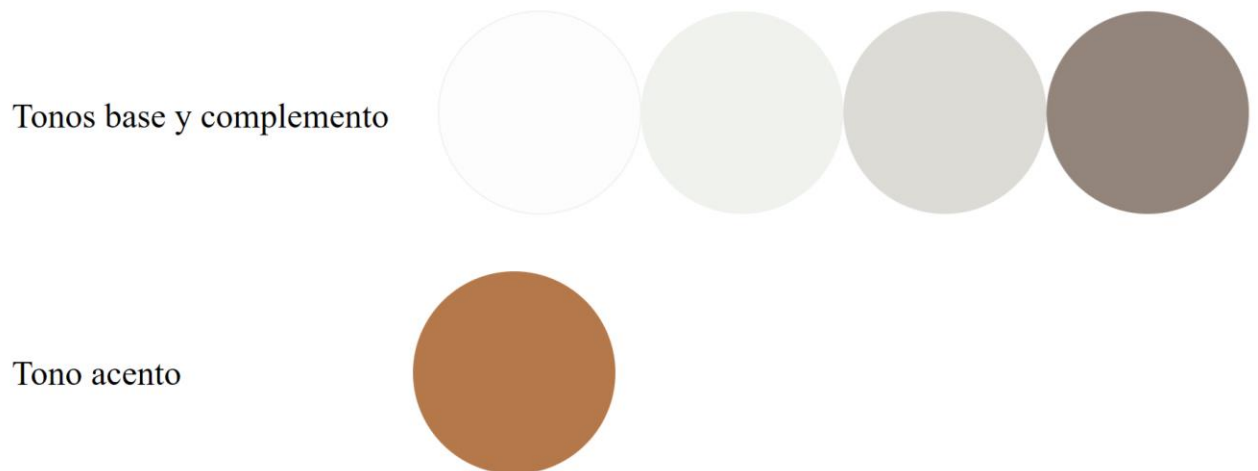
denominado como el principal de la tendencia, mismo que cuenta con una alta saturación y un valor medio de luminosidad. Contrastando así armoniosamente los colores que lo acompañaran.

La combinación de colores fue elegida estratégicamente acoplándola a perfectamente a la propuesta de la marca y al perfil del cliente. Estas tonalidades son altamente combinables con una gran variedad de estilos y prendas ya que son colores clásicos y combinaciones que perduran en el tiempo. De igual manera lo que se busca es brindar un aire de frescura con un toque de calidez y que a la vez que evoquen sensaciones positivas al usuario, tal como se ha propuesto en la tendencia.

### 6.5.1 Paleta de color de la propuesta

#### Figura 17

*Paleta de colores*



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

### **6.6.1 Macrotendencia**

Las macro tendencias son aquellas que tienen una duración prolongada y que afectan directamente al entorno en cuanto al estilo de vida del consumidor y por lo tanto también a todo aquel que oferta productos y servicios. WGSN es una de las empresas líderes a nivel mundial que se dedica a predecir las tendencias en la industria de la moda.

De acuerdo a la WGSN (2021) a nivel global existen varias macro tendencias, dos de ellas que van de la mano son “eco virtuous” y “a wake up”, mismas que estarán en boga para el año 2022. Estos dos conceptos engloban una serie de emociones que en los últimos tiempos marcan el comportamiento humano, y todo gracias a lo que sé que se ha vivido en los últimos tiempos, y, por lo tanto, es a partir de aquí que nacen las tendencias de moda para el futuro cercano.

El ser humano se encuentra en un despertar hacia la realidad. La industrialización ha traído cambios drásticos para la humanidad y el medio ambiente. Es por esto que la gente en los últimos tiempos ya se está dando cuenta de los grandes daños ambientales que nuestro comportamiento ha traído. Y es ahora cuando hay que empezar con el cambio, antes de que lleguemos a un punto sin retorno.



## Figura 18

### *Moodboard macro tendencia*



*Nota.* Adaptado de Tendencias Primavera – Verano 2022, WGSN, 2021, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=b0cc0CnYdv4&t=183s>).

### 6.6.2 Tendencia

Como se menciona en la conferencia de la (2021) renacer habla de las segundas oportunidades. El ser humano empieza a comprender su conexión con el entorno, con la tierra y las demás personas. La sabiduría ancestral, de los pueblos indígenas se van tomando paso en especial en lo que tiene que ver con la madre tierra. Lo espiritual va tomando cada vez más importancia en la vida cotidiana. La tecnología y la industrialización alejan a las personas de todo lo que realmente importa y es por eso que el ser humano hoy en día se encuentra en una constante búsqueda de regresar a sus orígenes.

El consumidor se encuentra en el deber moral de proteger el medio ambiente. Ahora es importante conocer de dónde vienen los productos que se consumen. Existe un miedo colectivo al que pasará en el futuro si no se toman medidas ambientales hoy en

día. Esta tendencia se enfoca en gran parte en el positivismo, la paleta de colores para el mundo de la moda varía entre tonos cálidos que brindan esa sensación de positividad y alegría. El color principal es el tono miel y sus derivados, mismo que representa la dulzura y las buenas vibras. Las siluetas son simples y con materiales naturales. También hay tonos cítricos y tierra, pero reservando esa frescura.

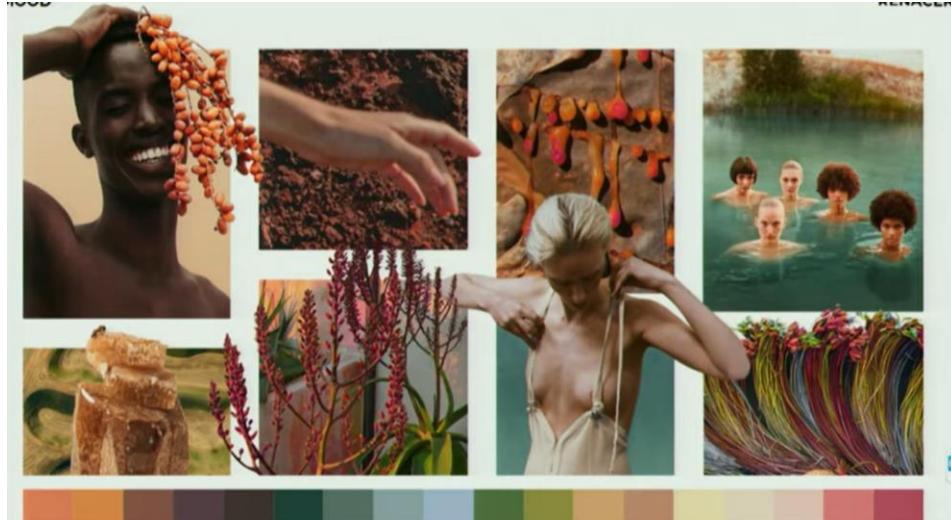
Los pilares de diseño en Renacer son indigenismo radical, metamorfosis y revivir. En el indigenismo radical no solo influye el pensamiento indígena y sus costumbres sino también se refiere al cambio de las industrias y como también deben ir tomando un cambio.

En el mundo del diseño se pueden ver piezas construidas a partir de desechos, incluso en la alta costura se puede ver este tipo de innovaciones. Tanto a nivel global como local se puede ver cada vez como grandes marcas colaboran con pequeños artistas y artesanos para elaborar propuestas diferentes para sus colecciones. Otro de los pilares de esta micro tendencia es la metamorfosis. Misma que busca reparar aquello que está roto y regenerarlo, es decir, tomar algo y darle una nueva vida.

El tercer pilar es revivir. El cual se enfoca en la opulencia de la naturaleza. En el mundo del diseño existe una tendencia de dar a las prendas y a los accesorios un toque sobrepuesto, de crear texturas encima de otras mediante la incrustación de materiales.

## Figura 19

### *Moodboard tendencia*



*Nota.* Adaptado de Tendencias Primavera – Verano 2022, WGSN, 2021, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=b0cc0CnYdv4&t=183s>).

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

Lo que se busca transmitir por medio de la colección es la reconexión del ser humano con la naturaleza mediante tonalidades sobrias y neutras para darle un toque de frescura al accesorio, pero a la vez calidez con el uso del tono miel como acento. Es importante construir piezas atemporales ya que uno de los principales objetivos del supra reciclaje no solo es darle una nueva vida a algo, sino también de crear un nuevo objeto de larga durabilidad.

La idea del proyecto se enfoca principalmente en rescatar la mano de obra artesanal para así evitar los daños medio ambientales que provoca la industrialización. Por otro lado, también se busca reducir el impacto negativo hacia el planeta que

actualmente se provoca gracias a las fábricas de calzado de la provincia, aprovechando las mermas del cuero y sintético para elaborar piezas exclusivas dirigidas hacia un público femenino.

Los accesorios elaborados también se combinarán con otro tipo de insumos según requiera el caso de cada colección. El objetivo de la marca es de brindar opciones únicas que además de ser cómodas, simples y elegantes, también estarán ayudando a preservar el medio ambiente. Hoy en día el uso de accesorios ha tomado gran importancia ya que gracias a ellos un look puede cambiar y diferenciarse totalmente de entre los demás.

## 6.8 Elementos del diseño

**Tabla 20**

*Ámbitos del diseño*

<b>9 ÁMBITOS DEL DISEÑO</b>		
<b>Segmentación</b>	<b>Función</b>	<b>Morfología</b>
Mujeres de 20 a 24 años de edad, estado civil solteras de estrato social B. Residentes en la ciudad de Ambato, con un perfil neo tradicional.	Accesorios duraderos y hechos para combinar con una gran diversidad de prendas.	versátiles, cómodos. Hechos para combinar con una gran diversidad de prendas. Siluetas simples y pulidas. Tonos tierra con un toque de miel. Texturas lisas, nacaradas y tejidas.
<b>Ámbito social</b>	<b>Simbolismo</b>	<b>Estilo</b>
Caracterizadas por tener	Uso de tonos tierra con el	Mujer neo tradicional

---

todas las comodidades objetivo de denotar caracterizada por un estilo materiales en su hogar, se tranquilidad, paz y minimalista. Mantiene la encuentran cursando la serenidad. Tono acento esencia de lo clásico, pero universidad y poseen miel representativo de la es abierta a nuevos estilos, independencia económica. positividad y calidez. Los combinaciones y Son empresarias o accesorios sirven para dar tendencias. Adaptándolas a emprendedoras. un toque distintivo a un su estilo personal. outfit.

---

<b>Contexto</b>	<b>Materiales</b>	<b>Concepto</b>
Ambato, Ecuador. Clima templado. Temporada primavera – verano 2022.	Cuero, sintético, cadenas metálicas. Insumos como postes para aretes y ganchos.	Accesorios destinados a la distribución comercial inspirados en la tendencia Renacer, diseñados a partir de las características del usuario.

---

### 6.8.1 Función

La función de la colección es acompañar al usuario en su vida cotidiana dándole un toque diferenciador y de estilo en su outfit. El uso de accesorios se enfoca en mayor cantidad hacia la función estética, por lo cual, a través de las distintas propuestas se busca brindar al portador seguridad, sofisticación, versatilidad y comodidad. De igual manera es importante resaltar la exclusividad de cada pieza, dándole así un valor agregado al objeto y logrando un vínculo más personal con el usuario.

### **6.8.2 Detalles**

El detalle principal de los accesorios se centrará en su material principal que es el cuero y el sintético ya que se hará uso de texturas y acabados superficiales que se acoplen tanto a la tendencia como al estilo del usuario, esto también aportará a darle un toque único y diferente a cada pieza.

Como insumo también se hará uso de cadenas metalizas, mismas que ya han sido probadas y aprobadas gracias a su resistencia y larga durabilidad, lo cual permite llegar al objetivo de crear piezas durables y de buena calidad. Por último, también se utilizaras postes de gama alta para sostener los aretes y ganchos de la misma calidad para los collares.

### **6.8.3 Estilo**

#### **Minimalista**

El estilo seleccionado para la elaboración de la colección fue “Minimalista”, el cual se caracteriza por su sobriedad, es decir, el exceso de ornamentos, estampados o texturas no son usados en las colecciones. Otro de los puntos clave de este estsilo son la líneas puras y patrones sencillos dándole al look un aspecto sofisticado y a las piezas la particularidad de jugar con formas geométricas y tonos en su mayoría neutros (Project Glam, 2020).

## Figura 20

### *Estilo minimalista*



*Nota.* Adaptado de ¿Qué es vestir minimalista?, Project Glam, 2020, Blog (<https://www.project-glam.com/project-glam/que-es-vestir-minimalista>).

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

Se conservarán las texturas características de cada material obtenido, no se realizará ninguna intervención adicional. La textura que estarán presentes en esta colección son tejido tipo canasta en la superficie de cuero sintético en tono blanco hueso. También se utilizará una textura llana con detalles nacarados sutiles en el mismo tono.

Para el tono acento se utilizará una textura gamuzada en tono miel en material sintético. Por ultimo para otras piezas se trabajará con cuero natural y también con un cuero sintético llano en tonos tierra.

Para los acabados se realizarán cortes limpios, lo cuales serán pulidos de ser necesario. Para los materiales que tiendan a deshilacharse se realizará un fijado en los bordes mediante la aplicación de llama baja.

## 6.9 Materiales e insumos.

**Tabla 21**

*Materiales e insumos*

<b>Material/ Insumo</b>	<b>Características</b>	<b>Proveedor</b>
<b>Cuero natural tierra</b>	Cuero grueso natural de acabado mate.	Amoreco
<b>Cuero sintético tejido</b>	Cuero sintético con tejido tipo canasta. Material resistente pero los cortes no son pulidos por lo que se necesita sellar las orillas.	Amoreco
<b>Cuero sintético nacarado</b>	Material sintético con una lámina lisa de efecto nacarado sutil, permite realizar cortes limpios.	Amoreco
<b>Cuero sintético liso</b>	Cuero sintético tono tierra, permite cortes limpios.	Amoreco
<b>Cuero sintético gamuzado</b>	Material sintético con efecto tipo gamuza en tono miel.	Amoreco
<b>Cadena pequeña</b>	Cadena metálica resistente y	Yolanda Salazar

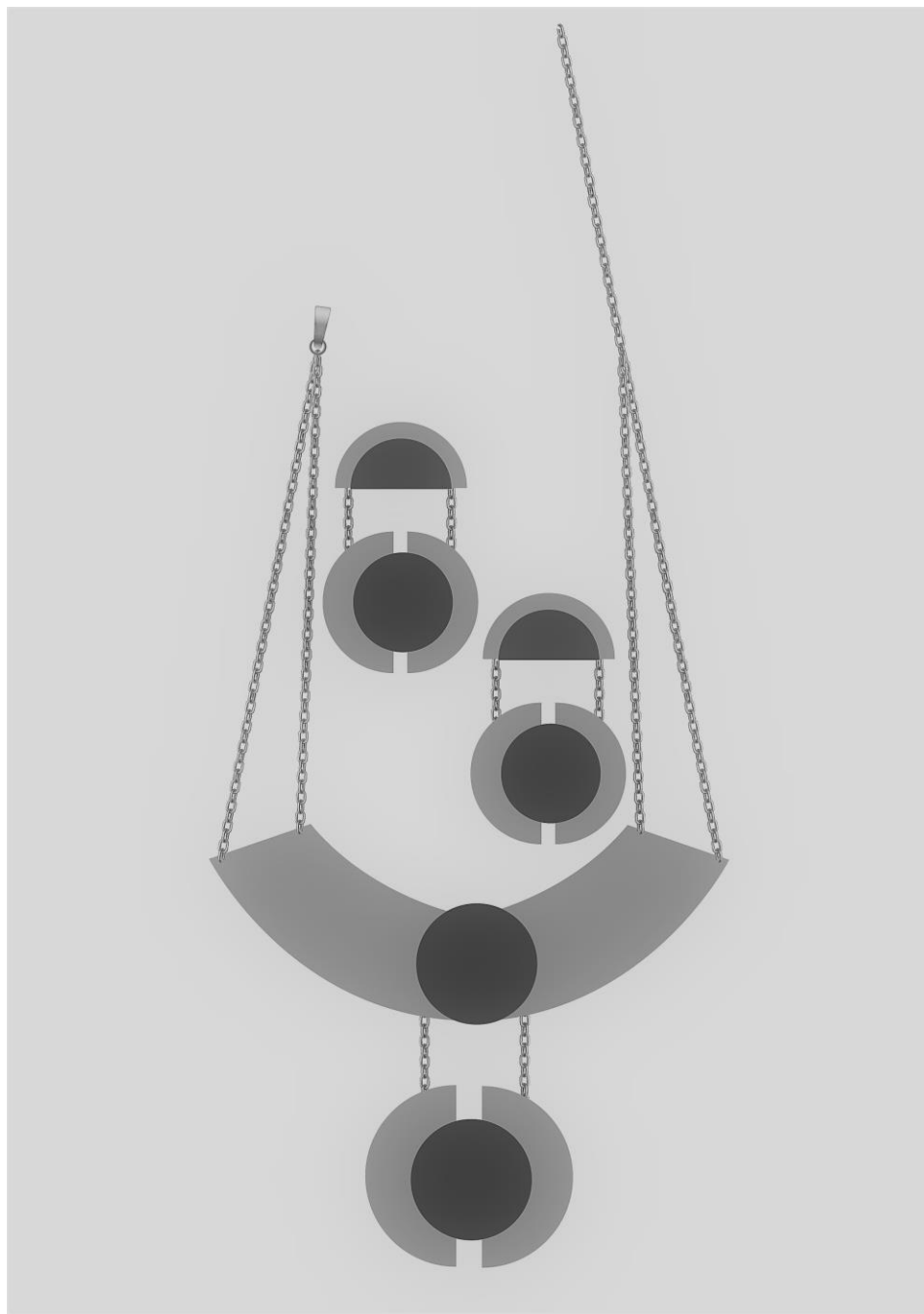


	duradera. Es a prueba de agua y de agentes externos.	
<b>Postes para aretes</b>	Permiten insertar el arete en la oreja. Su calidad evita reacciones alérgicas. Es resistente al agua pero se debe evitar el contacto prolongado.	12 de noviembre
<b>Mariposas</b>	Ayudan a sostener el arete y mantenerlo fijo. Los de goma tienen una duración más prolongada que los metálicos, además de que brinda mayor comodidad.	12 de noviembre
<b>Broches</b>	Permiten abrochar y sostener los collares en el cuello. Son pequeños y sutiles.	12 de noviembre

## 6.10. Bocetos e Ilustración

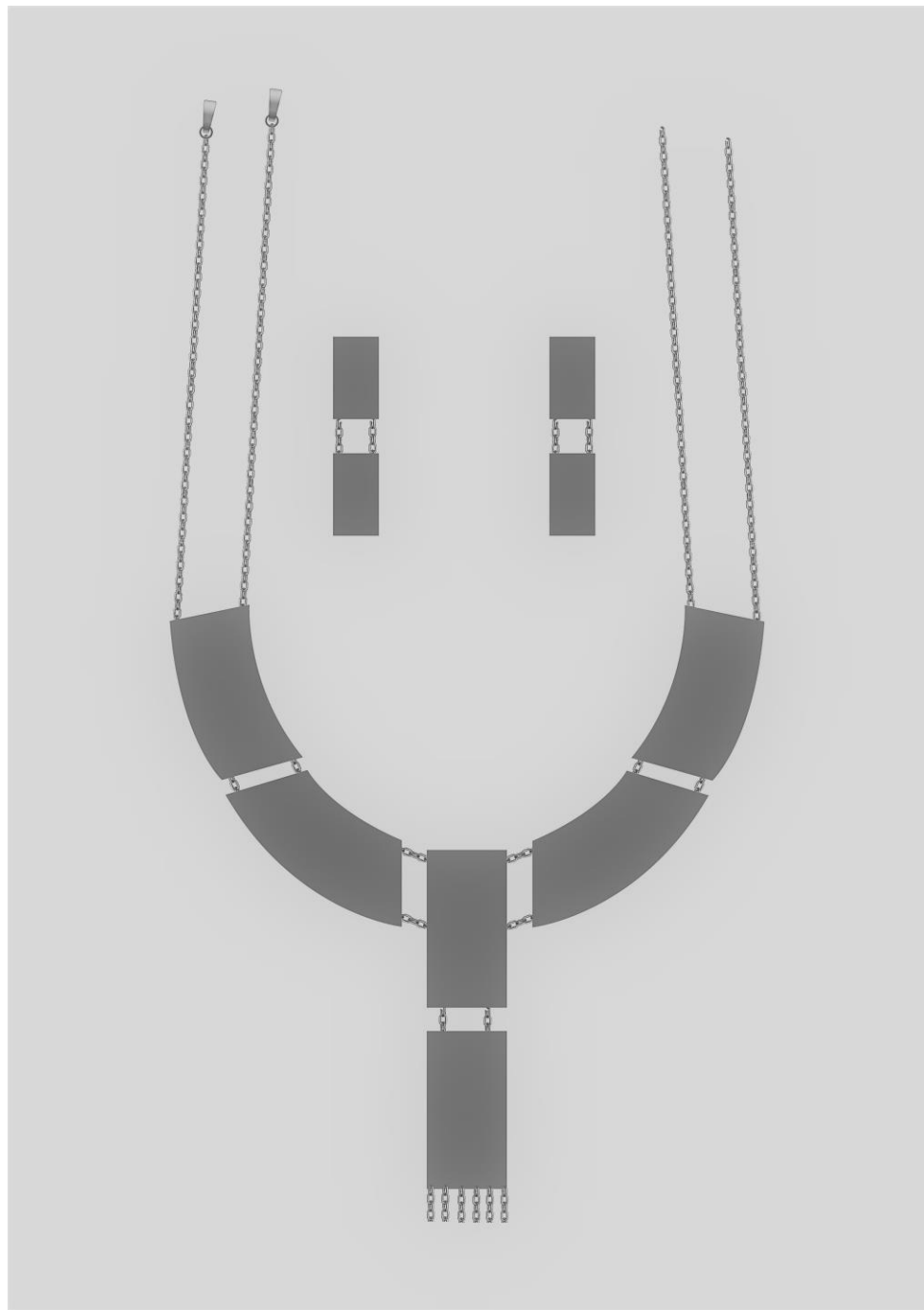
**Figura 21**

*Boceto 1*



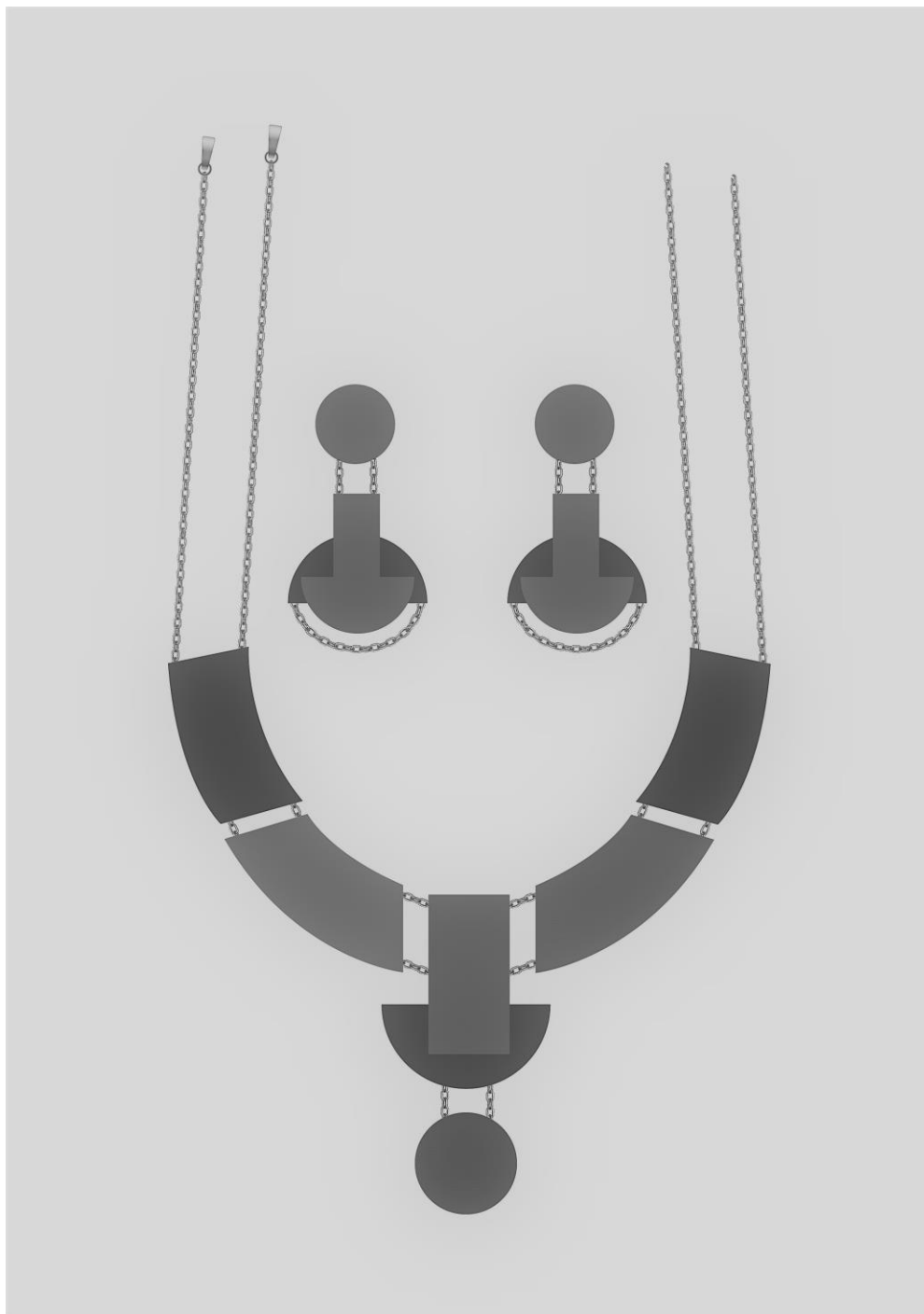
**Figura 22**

*Boceto 2*



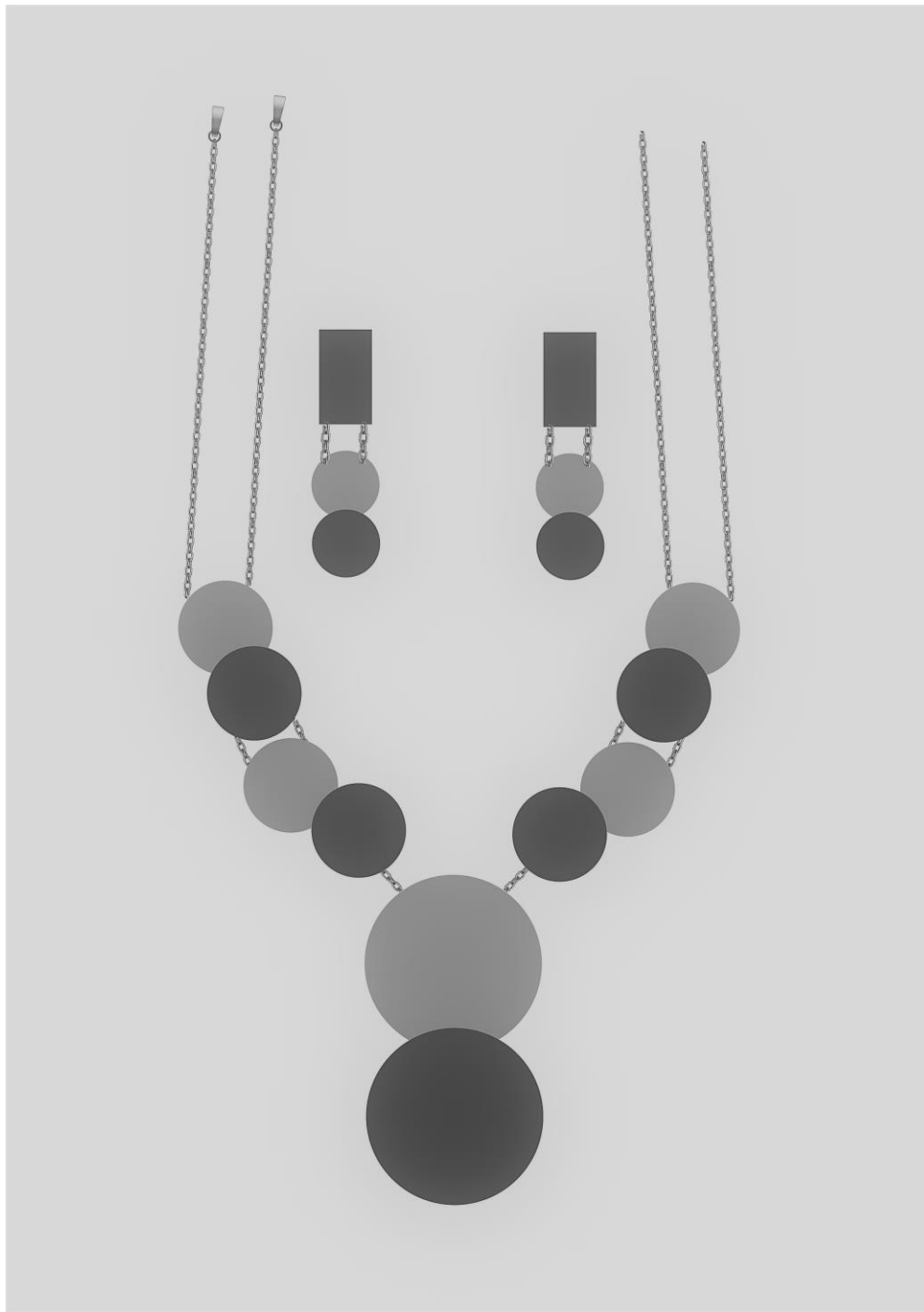
**Figura 23**

*Boceto 3*



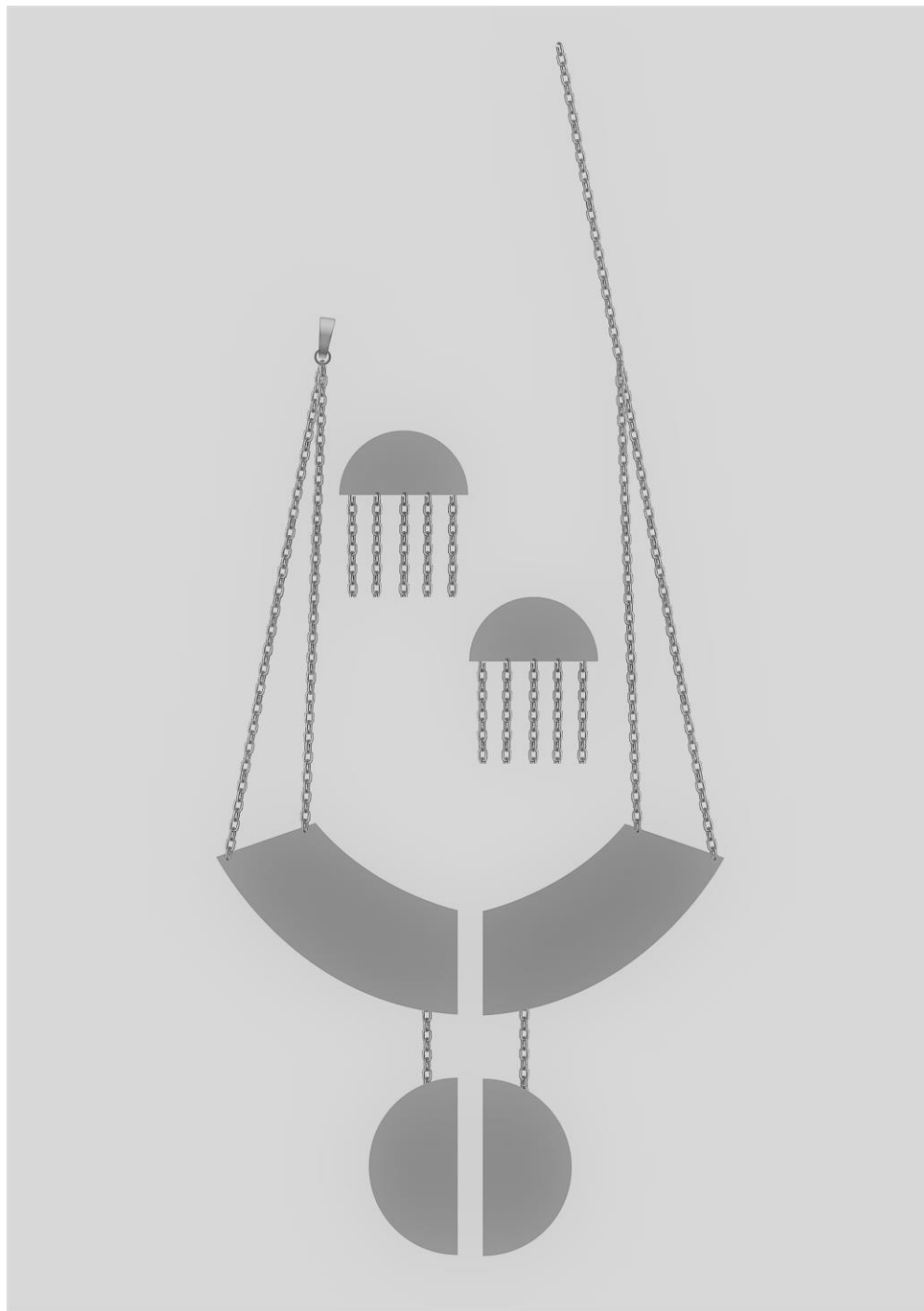
**Figura 24**

*Boceto 4*



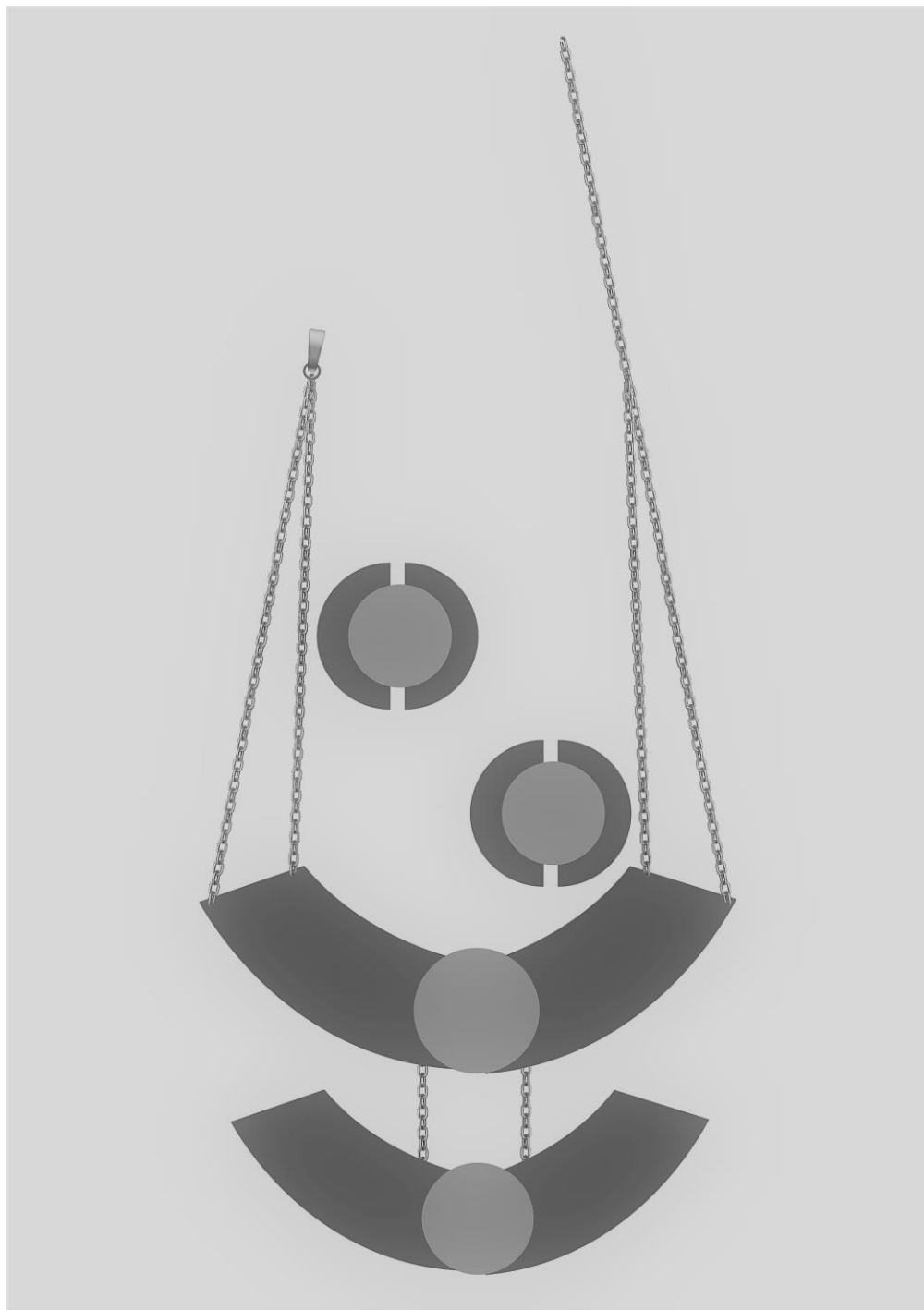
**Figura 25**

*Boceto 5*



**Figura 26**

*Boceto 6*



**Figura 27**

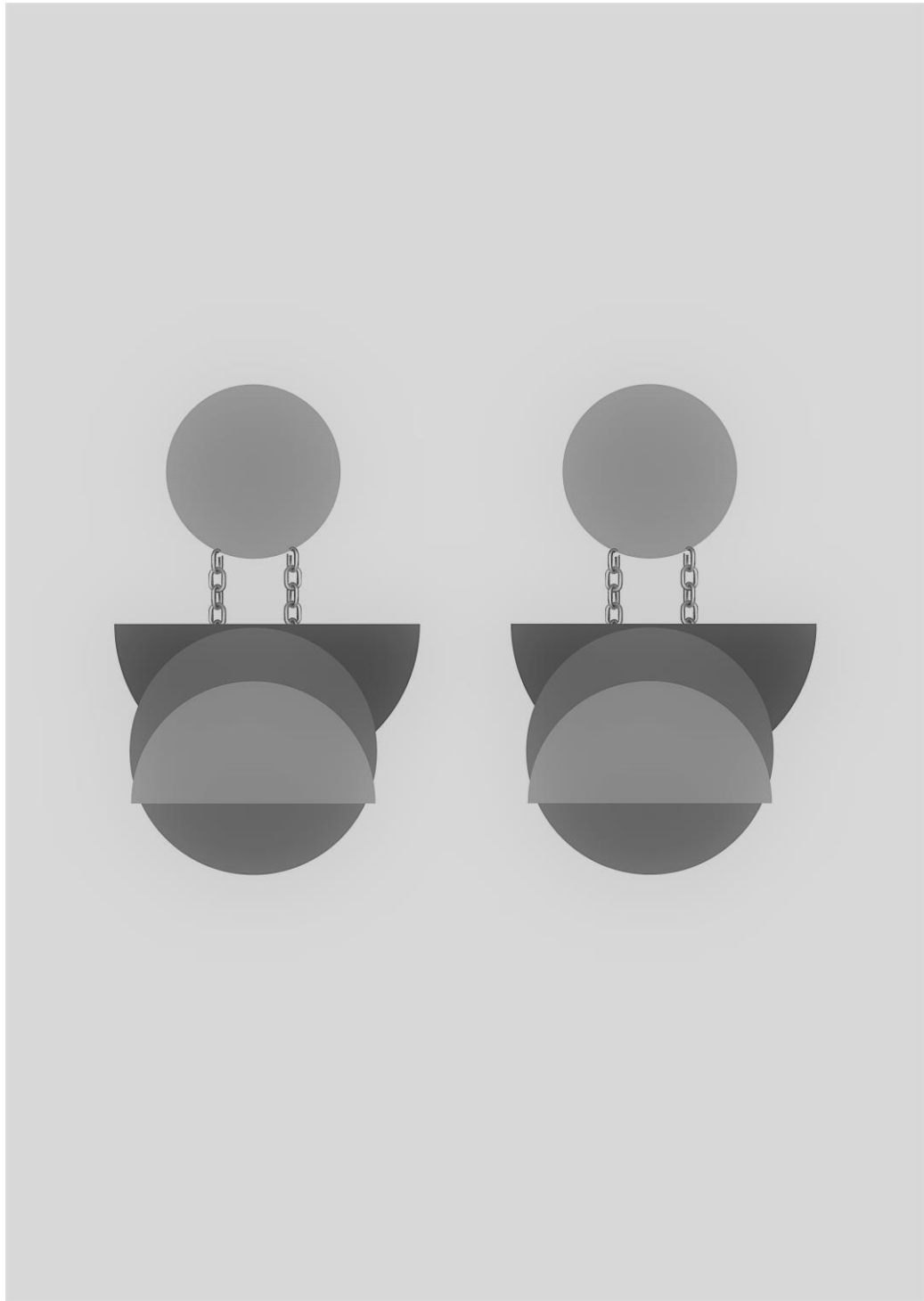
*Boceto 7*





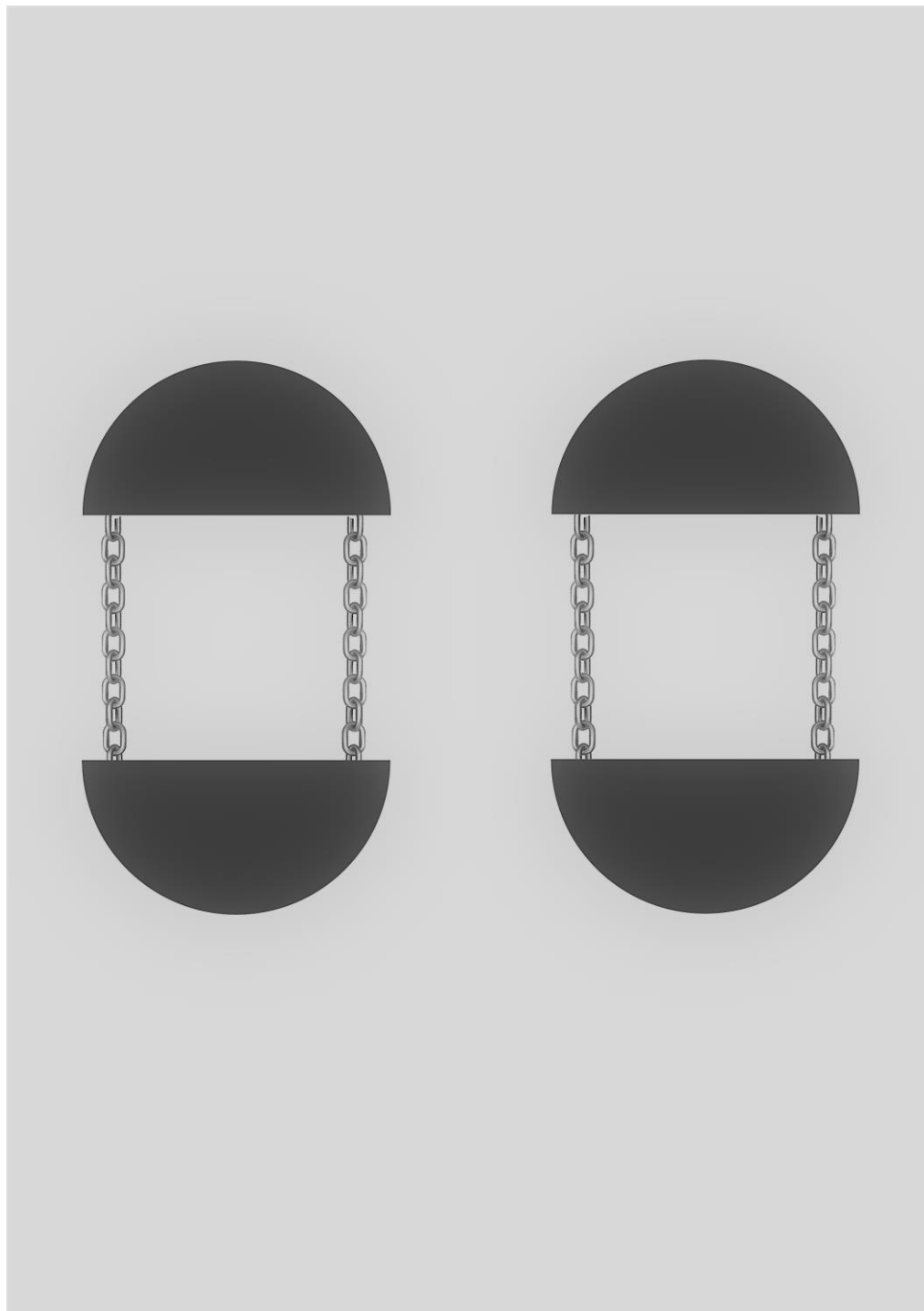
**Figura 28**

*Boceto 8*



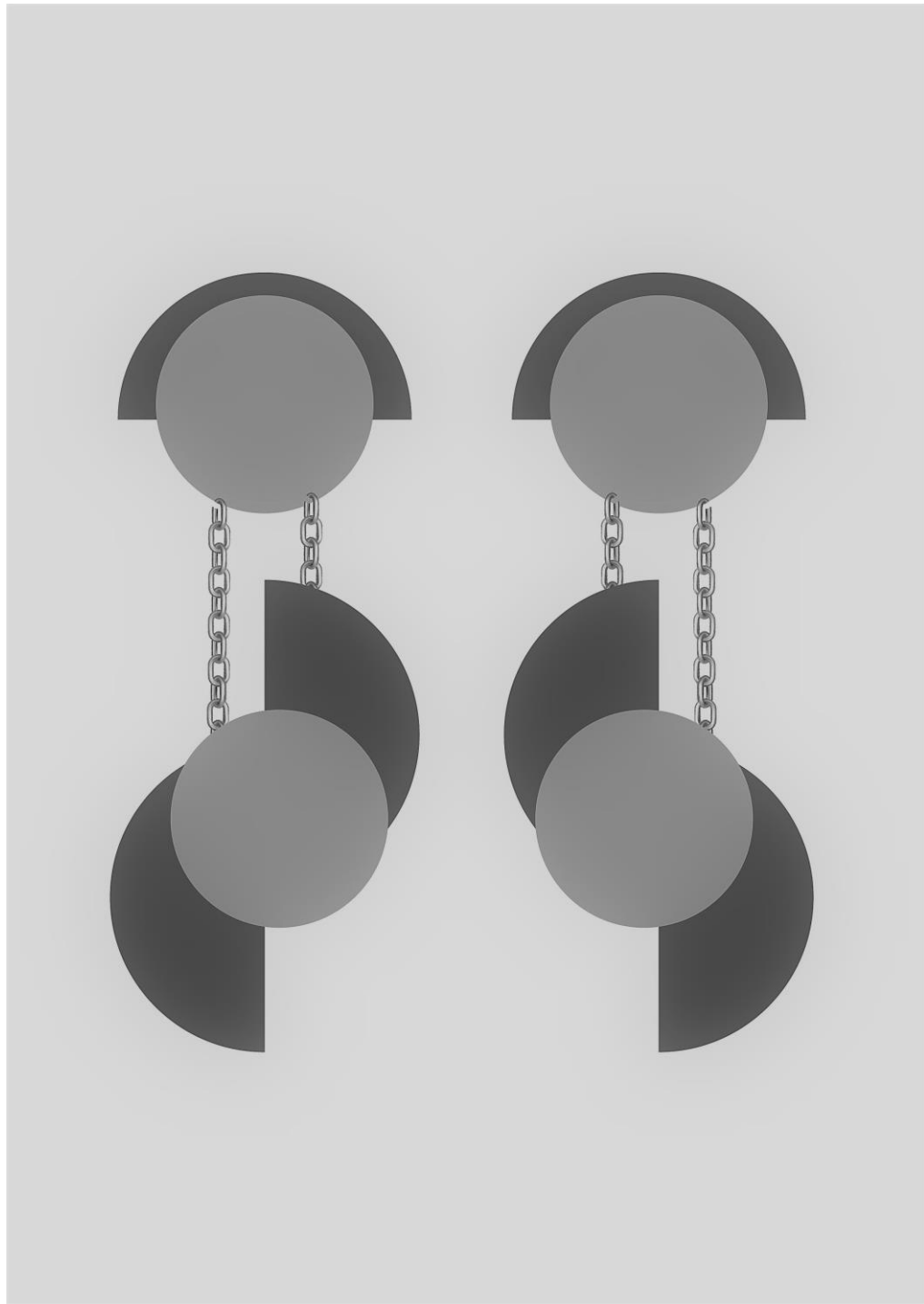
**Figura 29**

*Boceto 9*



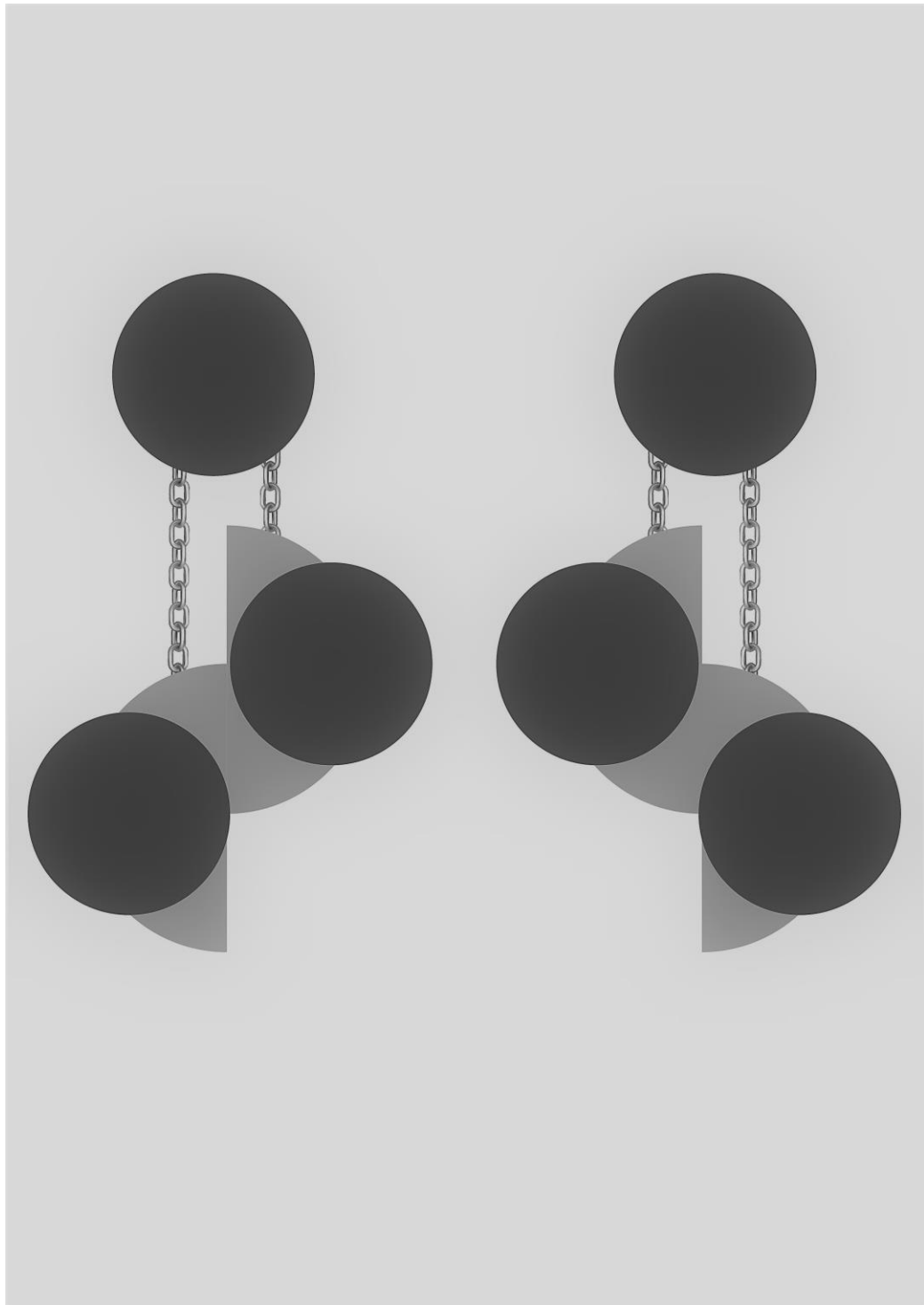
**Figura 30**

*Boceto 10*



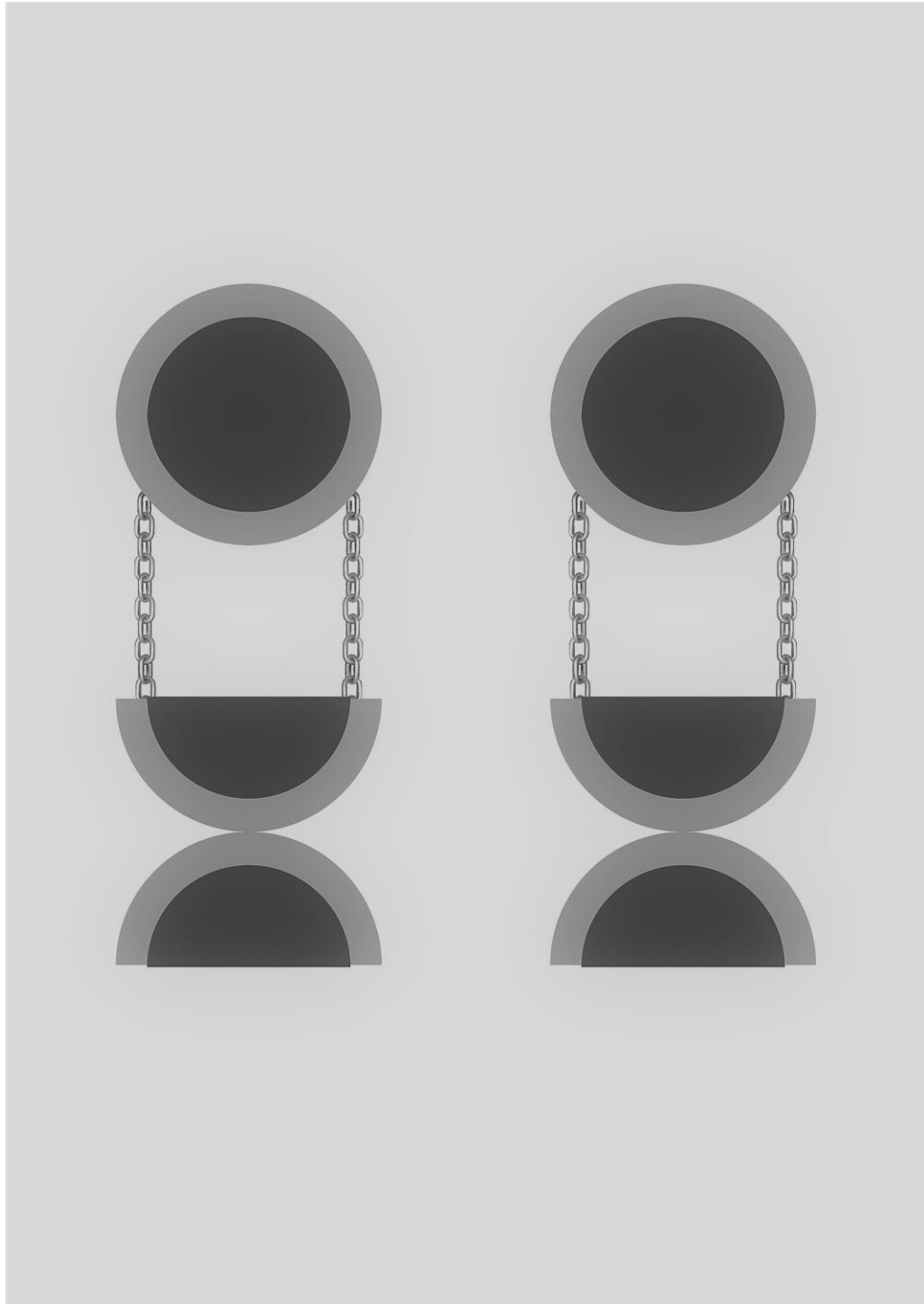
**Figura 31**

*Boceto 11*



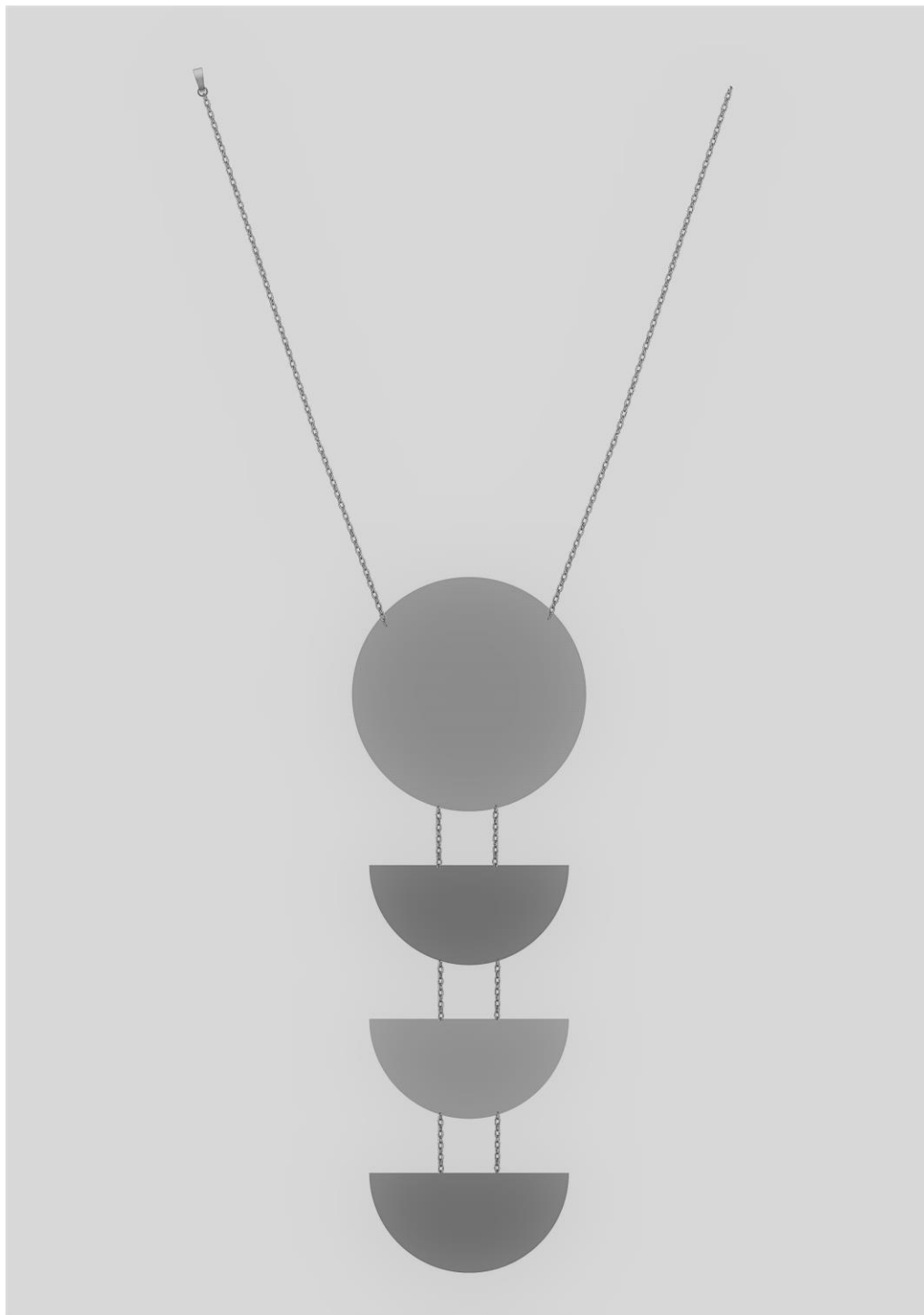
**Figura 32**

*Boceto 12*



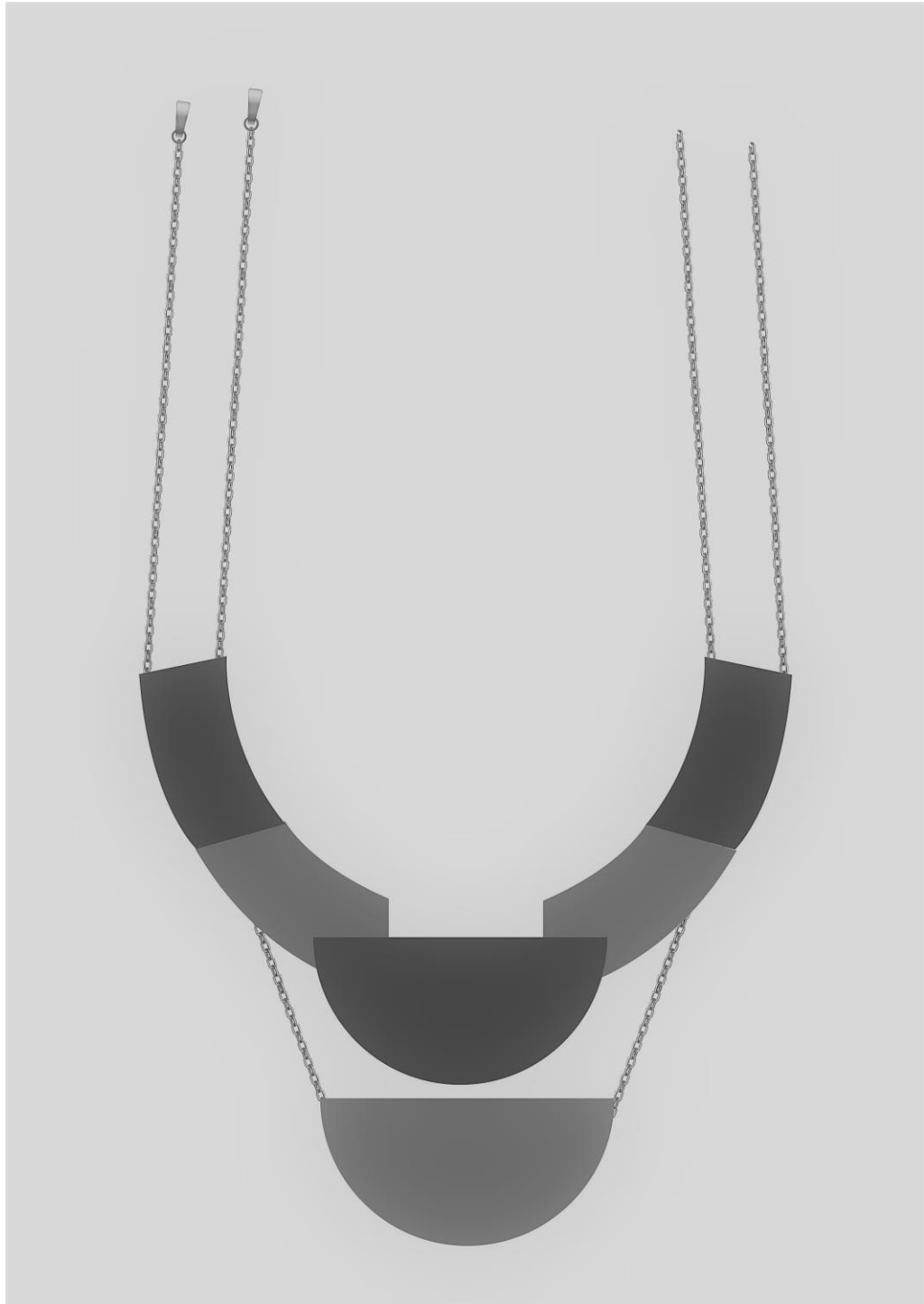
**Figura 33**

*Boceto 13*



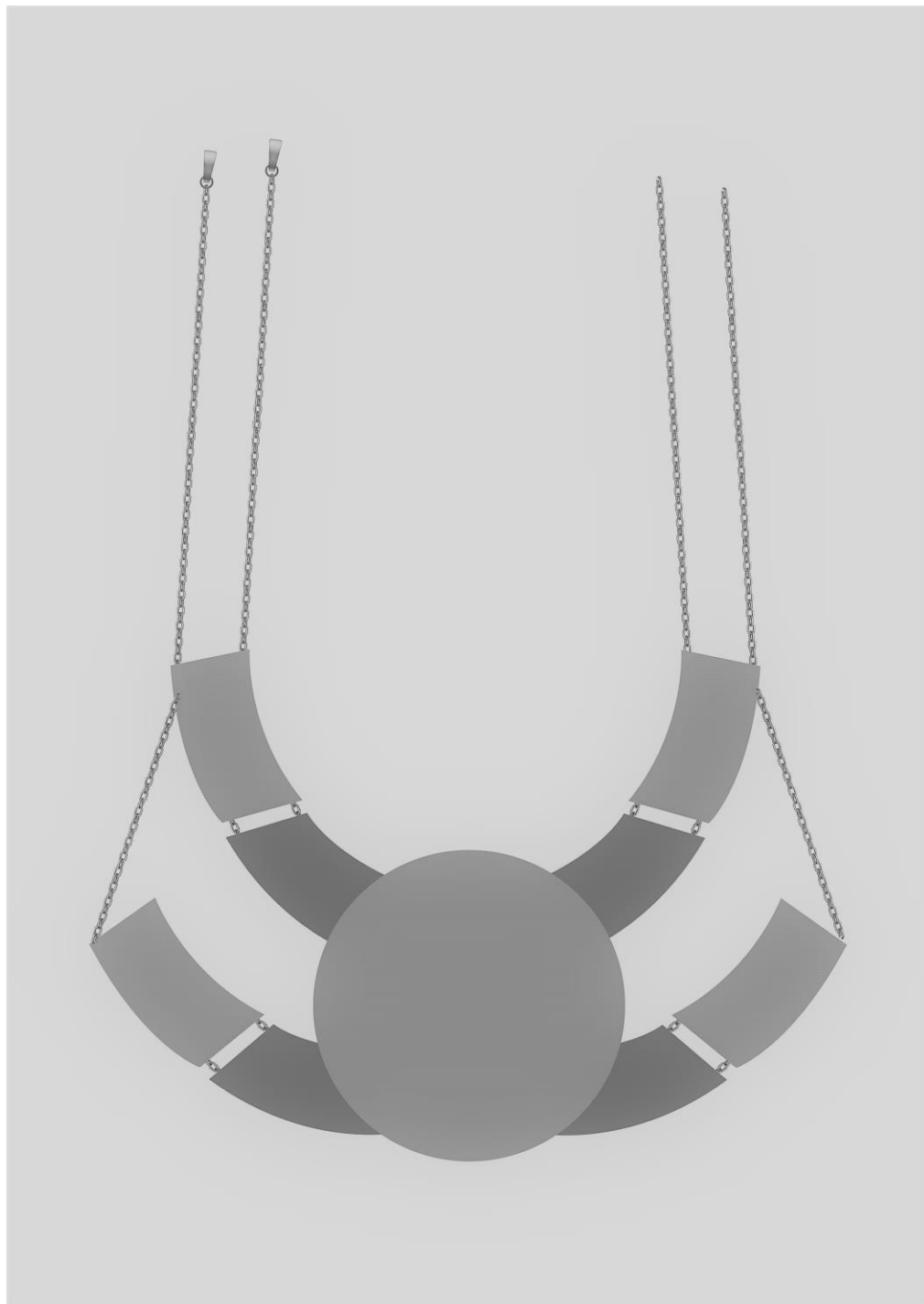
**Figura 34**

*Boceto 14*



**Figura 35**

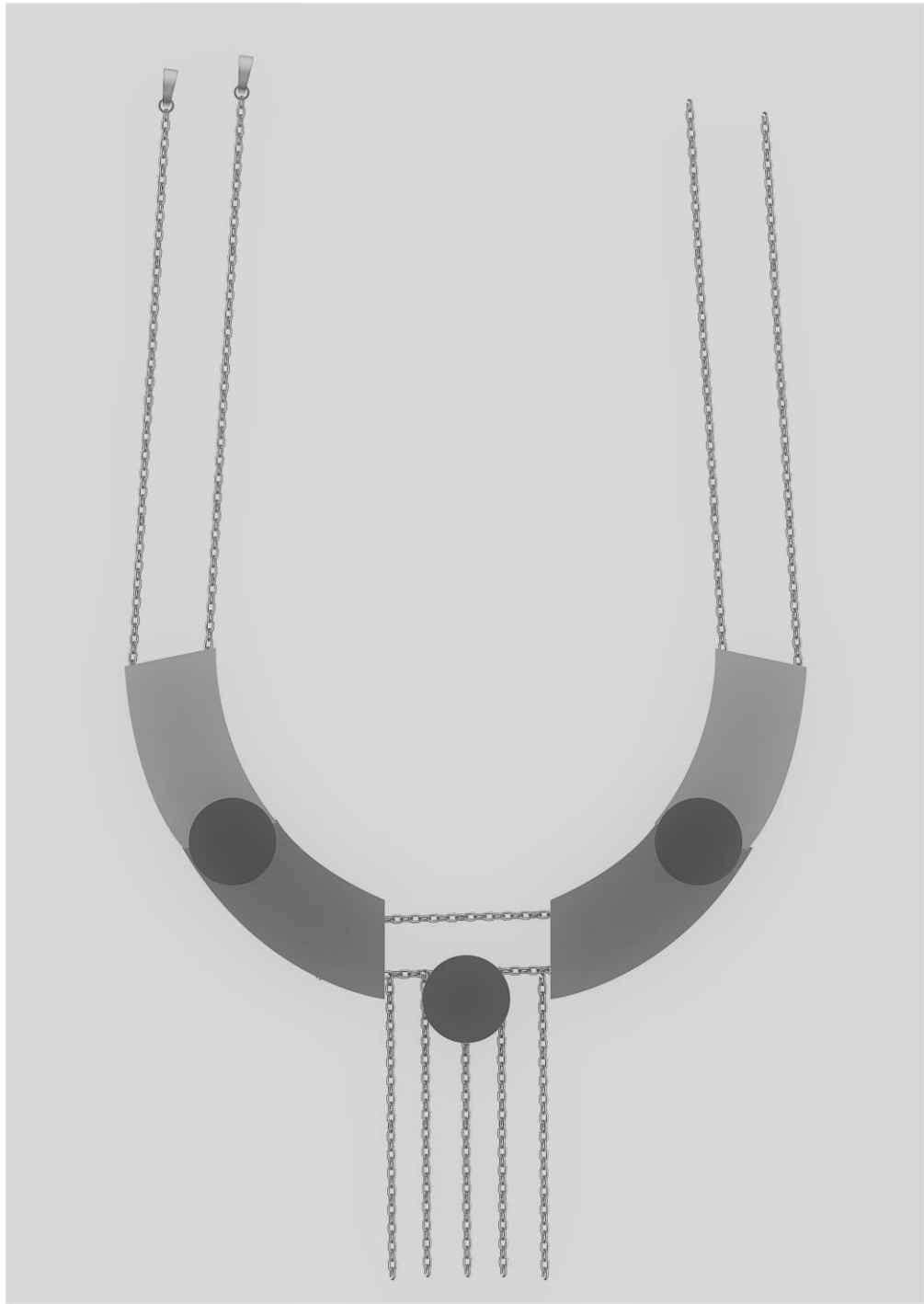
*Boceto 15*





**Figura 36**

*Boceto 16*



**Figura 37**




*Ilustración final*



## 6.11. Fichas técnicas




**Figura 38**

*Ficha de diseño CoTe 11*

Ficha Técnica de Diseño			
REF: CoTe 11	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Collar			
Descripción: Collar ajustable con doble cadena.			
			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>1</b>



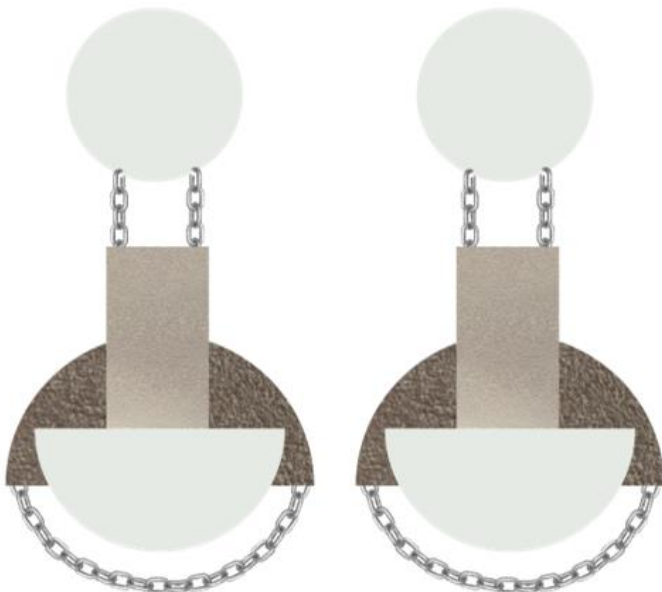

**Figura 39**

*Ficha de diseño CoMi 22*

Ficha Técnica de Diseño			
REF: CoMi 22	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Collar			
Descripción: Collar ajustable.			
			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>2</b>

**Figura 40**

*Ficha de diseño ArTe 11*

Ficha Técnica de Diseño			
REF: ArTe 11	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
<p>Paleta de Colores</p>  			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA 3

## Figura 41

Ficha de diseño ArMi 22



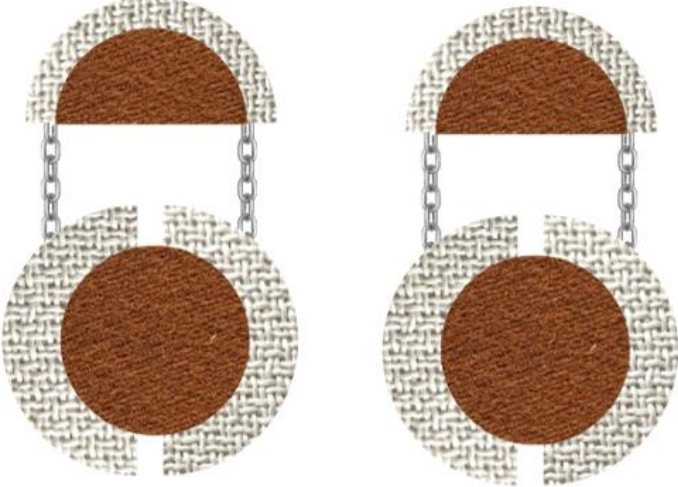



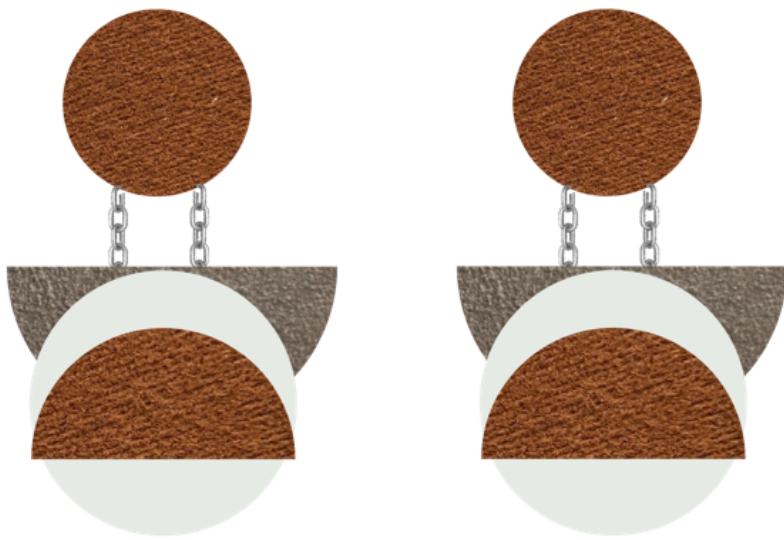

Ficha Técnica de Diseño			
REF: ArMi 22	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
<p>Paleta de Colores</p>  			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>4</b>



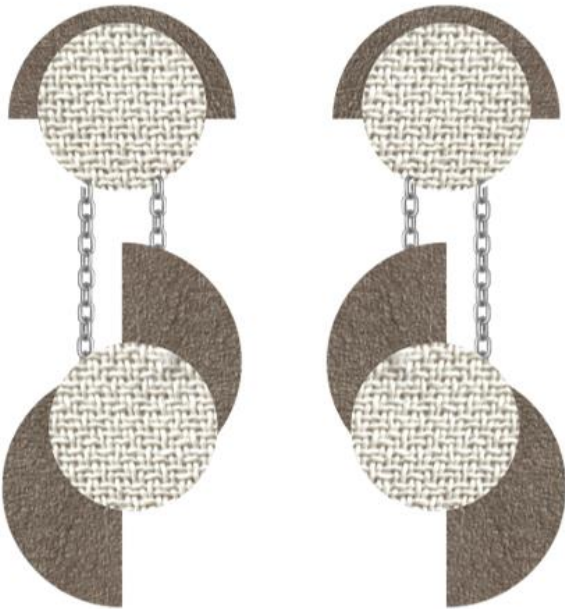

Figura 42

Ficha de diseño ArMi 33

Ficha Técnica de Diseño			
REF: ArMi 33	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
<p>Paleta de Colores</p>  			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA 5

**Figura 43**


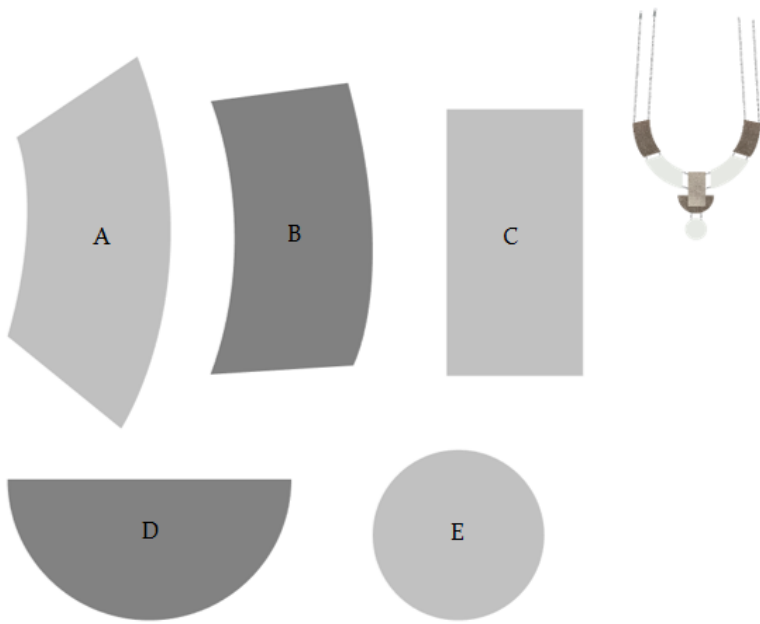

*Ficha de diseño ArBe 44*

<b>Ficha Técnica de Diseño</b>			
REF: ArBe 44	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
<p>Paleta de Colores</p>  			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>6</b>




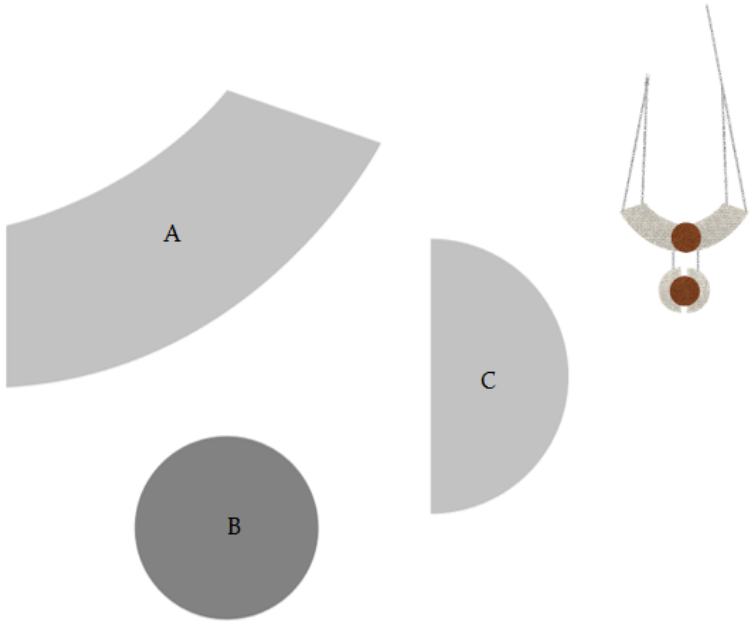

**Figura 44**

*Ficha de patronaje y despiece CoTe 11*

Ficha de Patronaje y Despiece				
REF: CoTe 11		Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Collar				
Descripción: Collar ajustable con doble cadena.				
				
REF	Nombre pieza	Material	# de piezas	# de moldes
A	CoTe A	Cuero sintético nacarado	2	1
B	CoTe B	Cuero natural marrón	2	1
C	CoTe C	Cuero sintético liso	1	1
D	CoTe D	Cuero natural marrón	1	1
E	CoTe E	Cuero sintético nacarado	1	1
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA 7


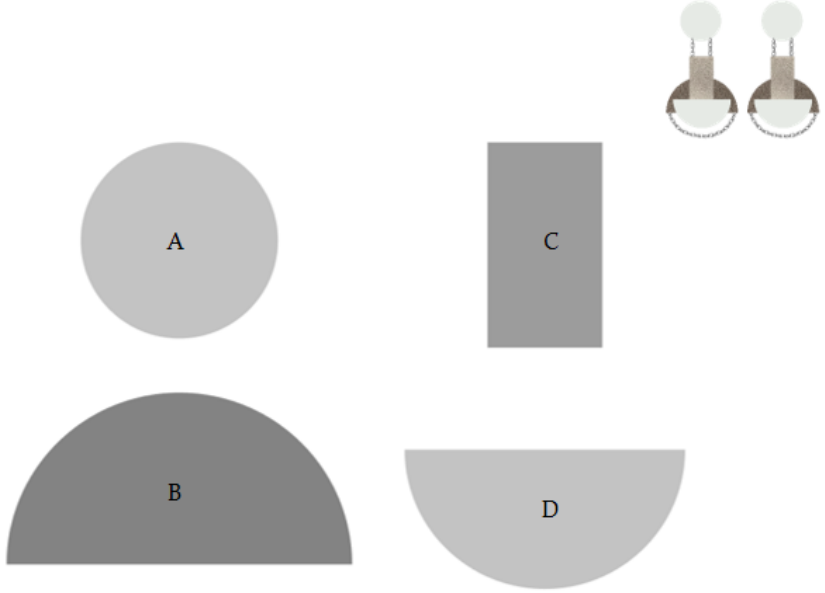

**Figura 45**

*Ficha de patronaje y despiece CoMi 22*

Ficha de Patronaje y Despiece				
REF: CoMi 22		Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Collar				
Descripción: Collar ajustable.				
				
REF	Nombre pieza	Material	# de piezas	# de moldes
A	CoMi A	Cuero sintético tejido	2	1
B	CoMi B	Cuero sintético gamuzado	2	1
C	CoMi C	Cuero sintético tejido	2	1
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA <b>8</b>


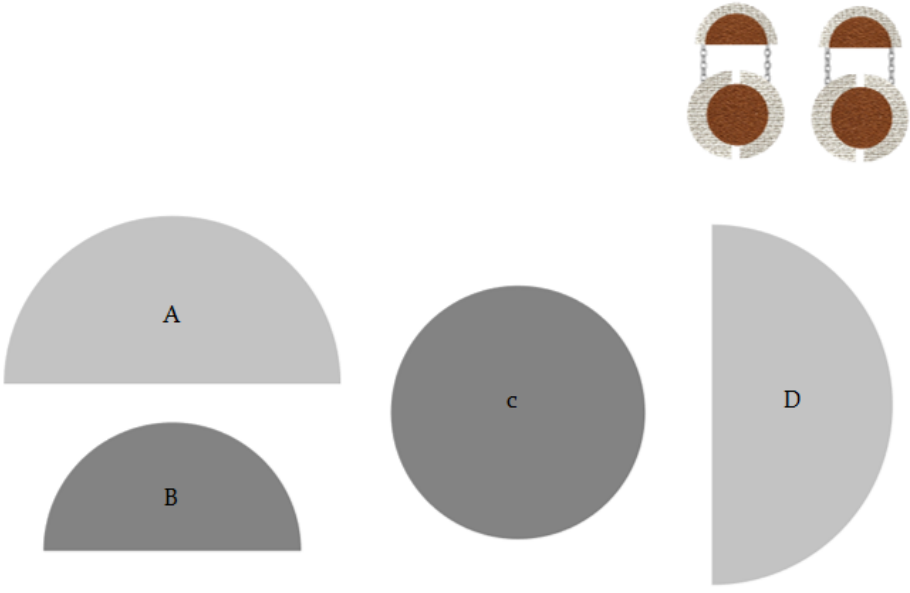

**Figura 46**

*Ficha de patronaje y despiece ArTe 11*

Ficha de Patronaje y Despiece				
REF: ArTe 11	Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Aretes				
Descripción: Aretes medianos con cadenas.				
				
REF	Nombre pieza	Material	# de piezas	# de moldes
A	ArTe A	Cuero sintético nacarado	4	1
B	ArTe B	Cuero natural marrón	2	1
C	ArTe C	Cuero sintético liso	2	1
D	ArTe D	Cuero sintético nacarado	2	1
TALLA	Unitalla	Responsable:	#FICHA	
			9	


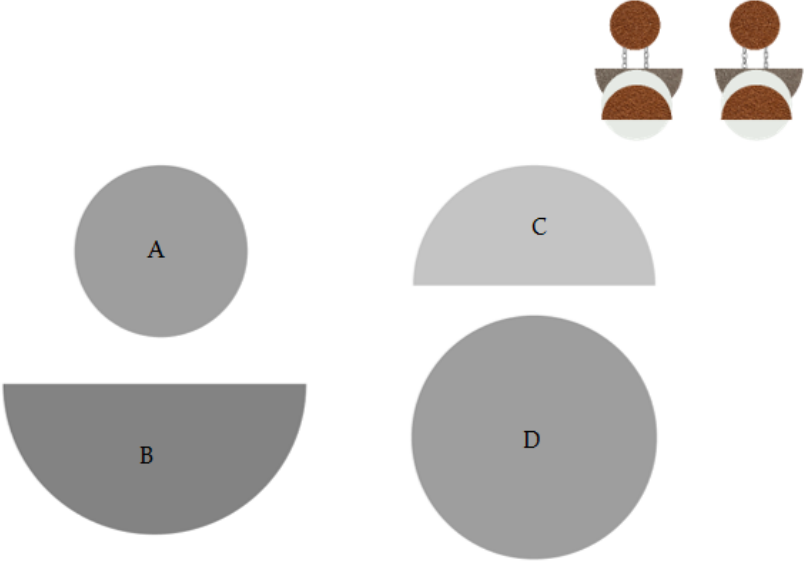

**Figura 47**

*Ficha de patronaje y despiece ArMi 22*

Ficha de Patronaje y Despiece				
REF: ArMi 22		Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes				
Descripción: Aretes medianos con cadenas.				
				
REF	Nombre pieza	Material	# de piezas	# de moldes
A	ArMi A	Cuero sintético tejido	2	1
B	ArMi B	Cuero sintético gamuzado	2	1
C	ArMi C	Cuero sintético gamuzado	2	1
D	ArMi D	Cuero sintético tejido	4	1
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA <b>10</b>


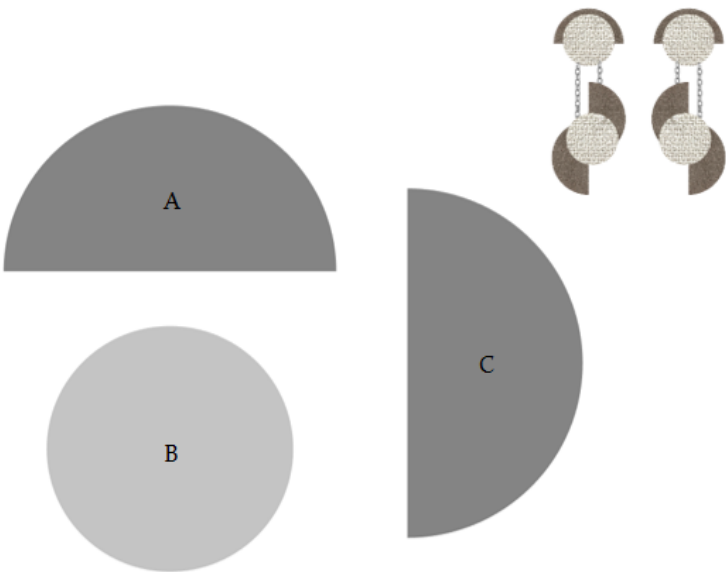

**Figura 48**

*Ficha de patronaje y despiece ArMi 33*

Ficha de Patronaje y Despiece				
REF: ArMi 33	Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Aretes				
Descripción: Aretes medianos con cadenas.				
				
REF	Nombre pieza	Material	# de piezas	# de moldes
A	ArMi 33 A	Cuero sintético gamuzado	2	1
B	ArMi 33 B	Cuero natural marrón	2	1
C	ArMi 33 C	Cuero sintético nacarado	2	1
D	ArMi 33 D	Cuero sintético gamuzado	2	1
TALLA	Unitalla	Responsable:	#FICHA	
			<b>11</b>	



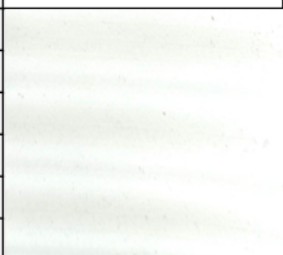
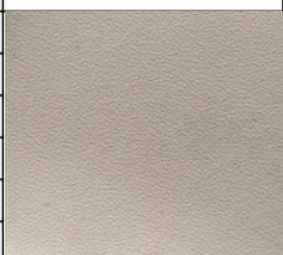

**Figura 49**

*Ficha de patronaje y despiece ArBe 44*

Ficha de Patronaje y Despiece				
REF: ArBe 44		Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes				
Descripción: Aretes medianos con cadenas.				
				
REF	Nombre pieza	Material	# de piezas	# de moldes
A	ArBe A	Cuero natural marrón	2	1
B	ArBe B	Cuero sintético tejido	4	1
C	ArBe C	Cuero natural marrón	4	1
TALLA	Unitalla	Responsable:	#FICHA	
			12	









**Figura 50**

*Ficha de materiales e insumos CoTe 11*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: CoTe 11	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Collar			
Descripción: Collar ajustable con doble cadena.			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Tierra			
Presentación comercial: Cuero natural			
Descripción: Cuero natural color tierra			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Blanco hueso			
Presentación comercial: Cuero sintético nacarado			
Descripción: Cuero sintético efecto nacarado			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Capuchino			
Presentación comercial: Cuero sintético			
Descripción: Cuero sintético color capuchino			
TALLA	Unitalla	Responsable:	#FICHA
			13

**Figura 51**



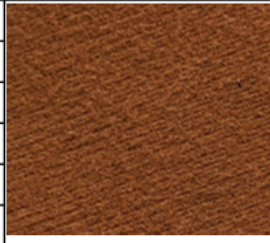


*Ficha de materiales e insumos 2 CoTe 11*

Ficha de Materiales e Insumos												
REF: CoTe 11	Colección: Terra											
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022											
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.											
Pieza: Collar												
Descripción: Collar ajustable con doble cadena.												
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;">Consumo: 60 cm</td> <td style="width: 40%; text-align: center;">Muestra</td> </tr> <tr> <td>Proveedor: Yolanda Salazar</td> <td rowspan="7" style="text-align: center; vertical-align: middle;">  </td> </tr> <tr> <td>Precio: \$0,80</td> </tr> <tr> <td>Tamaño: 1,4 mm</td> </tr> <tr> <td>Color: Plateado</td> </tr> <tr> <td>Presentación comercial: cadena metálica</td> </tr> <tr> <td>Descripción: Cadena pequeña</td> </tr> </table>		Consumo: 60 cm	Muestra	Proveedor: Yolanda Salazar		Precio: \$0,80	Tamaño: 1,4 mm	Color: Plateado	Presentación comercial: cadena metálica	Descripción: Cadena pequeña		
Consumo: 60 cm	Muestra											
Proveedor: Yolanda Salazar												
Precio: \$0,80												
Tamaño: 1,4 mm												
Color: Plateado												
Presentación comercial: cadena metálica												
Descripción: Cadena pequeña												
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;">Consumo: 2</td> <td style="width: 40%; text-align: center;">Muestra</td> </tr> <tr> <td>Proveedor: 12 de noviembre</td> <td rowspan="7" style="text-align: center; vertical-align: middle;">  </td> </tr> <tr> <td>Precio: \$0,10</td> </tr> <tr> <td>Tamaño: 1cm * 0,6mm</td> </tr> <tr> <td>Color: plateado</td> </tr> <tr> <td>Presentación comercial: Broche</td> </tr> <tr> <td>Descripción: Broche para sujetar</td> </tr> </table>		Consumo: 2	Muestra	Proveedor: 12 de noviembre		Precio: \$0,10	Tamaño: 1cm * 0,6mm	Color: plateado	Presentación comercial: Broche	Descripción: Broche para sujetar		
Consumo: 2	Muestra											
Proveedor: 12 de noviembre												
Precio: \$0,10												
Tamaño: 1cm * 0,6mm												
Color: plateado												
Presentación comercial: Broche												
Descripción: Broche para sujetar												
TALLA		Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>14</b>								








**Figura 52**

*Ficha de materiales e insumos CoMi 22*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: CoMi 22	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Collar			
Descripción: Collar ajustable.			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Crema			
Presentación comercial: Cuero sintético tejido			
Descripción: Cuero sintético color crema			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Miel oscuro			
Presentación comercial: Cuero sintético gamuzado			
Descripción: Cuero sintético efecto gamuzado			
		Muestra	
Consumo: 1			
Proveedor: 12 de noviembre			
Precio: 50,10			
Tamaño: 1cm * 0,6mm			
Color: plateado			
Presentación comercial: Broche			
Descripción: Broche para sujetar			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>15</b>



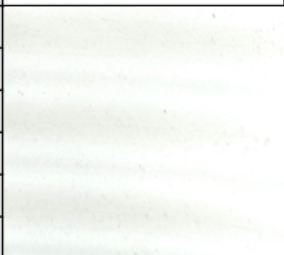
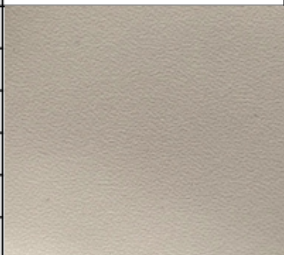

**Figura 53**

*Ficha de materiales e insumos 2 CoMi 22*

Ficha de Materiales e Insumos												
REF: CoMi 22	Colección: Terra											
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022											
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.											
Pieza: Collar												
Descripción: Collar ajustable.												
<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Consumo: 63 cm</th> <th style="width: 40%;">Muestra</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Proveedor: Yolanda Salazar</td> <td rowspan="7" style="text-align: center; vertical-align: middle;">  </td> </tr> <tr> <td>Precio: 50,80</td> </tr> <tr> <td>Tamaño: 1,4 mm</td> </tr> <tr> <td>Color: Plateado</td> </tr> <tr> <td>Presentación comercial: cadena metálica</td> </tr> <tr> <td>Descripción: Cadena pequeña</td> </tr> </tbody> </table>		Consumo: 63 cm	Muestra	Proveedor: Yolanda Salazar		Precio: 50,80	Tamaño: 1,4 mm	Color: Plateado	Presentación comercial: cadena metálica	Descripción: Cadena pequeña		
Consumo: 63 cm	Muestra											
Proveedor: Yolanda Salazar												
Precio: 50,80												
Tamaño: 1,4 mm												
Color: Plateado												
Presentación comercial: cadena metálica												
Descripción: Cadena pequeña												
TALLA		Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>16</b>								





**Figura 54**

*Ficha de materiales e insumos ArTe 11*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: ArTe 11	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
			Muestra
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Tierra			
Presentación comercial: Cuero natural			
Descripción: Cuero natural color tierra			
			Muestra
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Blanco hueso			
Presentación comercial: Cuero sintético nacarado			
Descripción: Cuero sintético efecto nacarado			
			Muestra
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Capuchino			
Presentación comercial: Cuero sintético			
Descripción: Cuero sintético color capuchino			
TALLA	Unitalla	Responsable:	#FICHA
			17






**Figura 55**

*Ficha de materiales e insumos 2 ArTe 11*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: ArTe 11	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
Consumo: 8 cm		Muestra	
Proveedor: Yolanda Salazar			
Precio: \$0,80			
Tamaño: 1,4 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: cadena metálica			
Descripción: Cadena pequeña			
Consumo: 2			
Proveedor: 12 de noviembre			
Precio: \$0,05			
Tamaño: 5 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: Postes			
Descripción: Postes para aretes			
Consumo: 2			
Proveedor: 12 de noviembre			
Precio: \$0,05			
Tamaño: 5 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: Mariposas			
Descripción: Mariposas metálicas para sostener aretes			
TALLA	Unitalla		




**Figura 56**

*Ficha de materiales e insumos ArMi 22*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: ArMi 22	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Crema			
Presentación comercial: Cuero sintético tejido			
Descripción: Cuero sintético color crema			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Miel oscuro			
Presentación comercial: Cuero sintético gamuzado			
Descripción: Cuero sintético efecto gamuzado			
		Muestra	
Consumo: 8 cm			
Proveedor: Yolanda Salazar			
Precio: 50,80			
Tamaño: 1,4 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: cadena metálica			
Descripción: Cadena pequeña			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>19</b>


**Figura 57**

*Ficha de materiales e insumos 2 ArMi 22*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: ArMi 22	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
Consumo: 2		Muestra	
Proveedor: 12 de noviembre			
Precio: \$0,05			
Tamaño: 5 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: Postes			
Descripción: Postes para aretes			
Consumo: 2			
Proveedor: 12 de noviembre			
Precio: \$0,05			
Tamaño: 5 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: Mariposas			
Descripción: Mariposas metálicas para sostener aretes			
TALLA	Unitalla		








**Figura 58**

*Ficha de materiales e insumos ArMi 33*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: ArMi 33	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Tierra			
Presentación comercial: Cuero natural			
Descripción: Cuero natural color tierra			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Blanco hueso			
Presentación comercial: Cuero sintético nacarado			
Descripción: Cuero sintético efecto nacarado			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Miel oscuro			
Presentación comercial: Cuero sintético gamuzado			
Descripción: Cuero sintético efecto gamuzado			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>21</b>

**Figura 59**






*Ficha de materiales e insumos 2 ArMi 33*

Ficha de Materiales e Insumos											
REF: ArMi 33	Colección: Terra										
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022										
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.										
Pieza: Aretes											
Descripción: Aretes medianos con cadenas.											
<table border="1"> <tr> <td>Consumo: 6 cm</td> <td rowspan="7" style="text-align: center; vertical-align: middle;">  </td> </tr> <tr> <td>Proveedor: Yolanda Salazar</td> </tr> <tr> <td>Precio: \$0,80</td> </tr> <tr> <td>Tamaño: 1,4 mm</td> </tr> <tr> <td>Color: Plateado</td> </tr> <tr> <td>Presentación comercial: cadena metálica</td> </tr> <tr> <td>Descripción: Cadena pequeña</td> </tr> </table>		Consumo: 6 cm		Proveedor: Yolanda Salazar	Precio: \$0,80	Tamaño: 1,4 mm	Color: Plateado	Presentación comercial: cadena metálica	Descripción: Cadena pequeña		
Consumo: 6 cm											
Proveedor: Yolanda Salazar											
Precio: \$0,80											
Tamaño: 1,4 mm											
Color: Plateado											
Presentación comercial: cadena metálica											
Descripción: Cadena pequeña											
<table border="1"> <tr> <td>Consumo: 2</td> <td rowspan="7" style="text-align: center; vertical-align: middle;">  </td> </tr> <tr> <td>Proveedor: 12 de noviembre</td> </tr> <tr> <td>Precio: \$0,05</td> </tr> <tr> <td>Tamaño: 5 mm</td> </tr> <tr> <td>Color: Plateado</td> </tr> <tr> <td>Presentación comercial: Postes</td> </tr> <tr> <td>Descripción: Postes para aretes</td> </tr> </table>		Consumo: 2		Proveedor: 12 de noviembre	Precio: \$0,05	Tamaño: 5 mm	Color: Plateado	Presentación comercial: Postes	Descripción: Postes para aretes		
Consumo: 2											
Proveedor: 12 de noviembre											
Precio: \$0,05											
Tamaño: 5 mm											
Color: Plateado											
Presentación comercial: Postes											
Descripción: Postes para aretes											
<table border="1"> <tr> <td>Consumo: 2</td> <td rowspan="7" style="text-align: center; vertical-align: middle;">  </td> </tr> <tr> <td>Proveedor: 12 de noviembre</td> </tr> <tr> <td>Precio: \$0,05</td> </tr> <tr> <td>Tamaño: 5 mm</td> </tr> <tr> <td>Color: Plateado</td> </tr> <tr> <td>Presentación comercial: Mariposas</td> </tr> <tr> <td>Descripción: Mariposas metálicas para sostener aretes</td> </tr> </table>		Consumo: 2		Proveedor: 12 de noviembre	Precio: \$0,05	Tamaño: 5 mm	Color: Plateado	Presentación comercial: Mariposas	Descripción: Mariposas metálicas para sostener aretes		
Consumo: 2											
Proveedor: 12 de noviembre											
Precio: \$0,05											
Tamaño: 5 mm											
Color: Plateado											
Presentación comercial: Mariposas											
Descripción: Mariposas metálicas para sostener aretes											
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>22</b>								







**Figura 60**

*Ficha de materiales e insumos ArBe 44*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: ArBe 44	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Tierra			
Presentación comercial: Cuero natural			
Descripción: Cuero natural color tierra			
		Muestra	
Proveedor: Sobrantes Amoreco			
Precio: -			
Tamaño: Retazos			
Color: Crema			
Presentación comercial: Cuero sintético tejido			
Descripción: Cuero sintético color crema			
		Muestra	
Consumo: 9 cm			
Proveedor: Yolanda Salazar			
Precio: \$0,80			
Tamaño: 1,4 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: cadena metálica			
Descripción: Cadena pequeña			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>23</b>




**Figura 61**

*Ficha de materiales e insumos 2 ArBe 44*

Ficha de Materiales e Insumos			
REF: ArBe 44	Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Aretes			
Descripción: Aretes medianos con cadenas.			
Consumo: 2		Muestra	
Proveedor: 12 de noviembre			
Precio: \$0,05			
Tamaño: 5 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: Postes			
Descripción: Postes para aretes			
Consumo: 2		Muestra	
Proveedor: 12 de noviembre			
Precio: \$0,05			
Tamaño: 5 mm			
Color: Plateado			
Presentación comercial: Mariposas			
Descripción: Mariposas metálicas para sostener aretes			
TALLA	Unitalla	Responsable: 	#FICHA <b>24</b>




**Figura 62**

*Ficha de ruta operacional CoTe 11*

Ficha de Ruta Operacional				
REF: CoTe 11		Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Collar				
Descripción: Collar ajustable con doble cadena.				
#	Operación	Intervención	Herramienta	Observaciones
1	Selección de material	Manual		
2	Marcar piezas	Manual	Lápiz	
3	Pegar material de doble lado	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
4	Asentar pegado		Peso	Dejar mínimo 15 min
5	Corte de piezas	Manual	Cortador	
6	Pulir cortes	Manual	Tijera	
7	Perforar piezas	Manual	Aguja 1,5mm	
8	Unir piezas con cadena	Manual	Pinzas	
9	Unir broches a cadena	Manual	Pinzas	
10	Pulir	Manual	Tijeras	
11	Control de calidad	Manual		
12	Etiquetado	Manual		
13	Empaque	Manual		
				
TALLA	Unitalla	Responsable:		
			#FICHA	25




**Figura 63**

*Ficha de ruta operacional CoMi 22*

Ficha de Ruta Operacional				
REF: CoMi 22		Colección: Terra		
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022		
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.		
Pieza: Collar				
Descripción: Collar ajustable.				
#	Operación	Intervención	Herramienta	Observaciones
1	Selección de material	Manual		
2	Marcar piezas	Manual	Lápiz	
3	Pegar material de doble lado	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
4	Asentar pegado		Peso	Dejar mínimo 15 min
5	Corte de piezas	Manual	Cortador	
6	Pegar piezas cortadas	Manual	Pegamento	
7	Pulir cortes	Manual	Tijera	
8	Perforar piezas	Manual	Aguja 1,5mm	
9	Unir piezas con cadena	Manual	Pinzas	
10	Unir cadenas			
11	Unir broche a cadena	Manual	Pinzas	
12	Pulir	Manual	Tijeras	
13	Control de calidad	Manual		
14	Etiquetado	Manual		
15	Empaque	Manual		
				
TALLA	Unitalla	Responsable:		
			#FICHA	26




**Figura 64**

*Ficha de ruta operacional ArTe 11*

Ficha de Ruta Operacional				
REF: ArTe 11	Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Aretes				
Descripción: Aretes medianos con cadenas.				
#	Operación	Intervención	Herramienta	Observaciones
1	Selección de material	Manual		
2	Marcar piezas	Manual	Lápiz	
3	Pegar postes	Manual	Pegamento	Reposo por 5 min
4	Pegar material de doble lado	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
5	Asentar pegado		Peso	Dejar mínimo 15 min
6	Corte de piezas	Manual	Cortador	
7	Pegar piezas cortadas	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
8	Pulir cortes	Manual	Tijera	
9	Perforar piezas	Manual	Aguja 1,5mm	
10	Unir piezas con cadena	Manual	Pinzas	
11	Insertar mariposas a postes			
12	Pulir	Manual	Tijeras	
13	Control de calidad	Manual		
14	Etiquetado	Manual		
15	Empaque	Manual		
				
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA <b>27</b>




**Figura 65**

*Ficha de ruta operacional ArMi 22*

Ficha de Ruta Operacional				
REF: ArMi 22	Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Aretes				
Descripción: Aretes medianos con cadenas.				
#	Operación	Intervención	Herramienta	Observaciones
1	Selección de material	Manual		
2	Marcar piezas	Manual	Lápiz	
3	Pegar postes	Manual	Pegamento	Reposo por 5 min
4	Pegar material de doble lado	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
5	Asentar pegado		Peso	Dejar mínimo 15 min
6	Corte de piezas	Manual	Cortador	
7	Pegar piezas cortadas	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
8	Pulir cortes	Manual	Tijera	
9	Perforar piezas	Manual	Aguja 1,5mm	
10	Unir piezas con cadena	Manual	Pinzas	
11	Insertar mariposas a postes			
12	Pulir	Manual	Tijeras	
13	Control de calidad	Manual		
14	Etiquetado	Manual		
15	Empaque	Manual		
				
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA <b>28</b>




**Figura 66**

*Ficha de ruta operacional ArMi 33*

Ficha de Ruta Operacional				
REF: ArMi 33	Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Aretes				
Descripción: Aretes medianos con cadenas.				
#	Operación	Intervención	Herramienta	Observaciones
1	Selección de material	Manual		
2	Marcar piezas	Manual	Lápiz	
3	Pegar postes	Manual	Pegamento	Reposo por 5 min
4	Pegar material de doble lado	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
5	Asentar pegado		Peso	Dejar mínimo 15 min
6	Corte de piezas	Manual	Cortador	
7	Pegar piezas cortadas	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
8	Pulir cortes	Manual	Tijera	
9	Perforar piezas	Manual	Aguja 1,5mm	
10	Unir piezas con cadena	Manual	Pinzas	
11	Insertar mariposas a postes			
12	Pulir	Manual	Tijeras	
13	Control de calidad	Manual		
14	Etiquetado	Manual		
15	Empaque	Manual		
				
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA 29

**Figura 67**

*Ficha de ruta operacional ArBe 44*

Ficha de Ruta Operacional				
REF: ArBe 44	Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Aretes				
Descripción: Aretes medianos con cadenas.				
#	Operación	Intervención	Herramienta	Observaciones
1	Selección de material	Manual		
2	Marcar piezas	Manual	Lápiz	
3	Pegar postes	Manual	Pegamento	Reposo por 5 min
4	Pegar material de doble lado	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
5	Asentar pegado		Peso	Dejar mínimo 15 min
6	Corte de piezas	Manual	Cortador	
7	Pegar piezas cortadas	Manual	Pegamento	Aplicar con brocha
8	Pulir cortes	Manual	Tijera	
9	Perforar piezas	Manual	Aguja 1,5mm	
10	Unir piezas con cadena	Manual	Pinzas	
11	Insertar mariposas a postes			
12	Pulir	Manual	Tijeras	
13	Control de calidad	Manual		
14	Etiquetado	Manual		
15	Empaque	Manual		
				
TALLA	Unitalla	Responsable:	#FICHA	
			30	



## 6.11. Photobook

### Figura 68

*Portada photobook*



PHOTOBOOK

**Figura 69**

*Fotografía 1*



**Figura 70**

*Fotografía 2*





**Figura 71**

*Fotografía 3*



**Figura 72**

*Fotografía 4*



**Figura 73**

*Fotografía 5*





**Figura 74**

*Fotografía 6*



**Figura 75**

*Fotografía 7*





**Figura 76**

*Fotografía 8*



## 6.12. Costos de producción

### 6.12.1. Costos fijos

**Tabla 22**

*Costos fijos*

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia de Pago</b>	<b>Subtotal</b>
<b>Luz</b>	Mensual	\$35
<b>Agua</b>	Mensual	\$8
<b>Internet</b>	Mensual	\$30
<b>Arriendo</b>	Mensual	\$300
<b>Movilidad</b>	Mensual	\$20
<b>Papelería</b>	Mensual	\$10
<b>Salario Diseñador de modas</b>	Mensual	\$500
<b>Salario diseñador grafico</b>	Mensual	\$500
<b>Salario artesano 1</b>	Mensual	\$425
<b>Salario artesano 2</b>	Mensual	\$425
<b>Salario artesano 3</b>	Mensual	\$425
<b>Salario artesano 4</b>	Mensual	\$425
<b>Salario pulidor</b>	Mensual	\$425
<b>Secretario</b>	Mensual	\$425
<b>Empacador 1</b>	Mensual/ medio tiempo	\$213
<b>Empacador 2</b>	Mensual/ medio tiempo	\$213
<b>Total</b>		\$4,379

### 6.12.2. Costo total

**Tabla 23**

*Costo total*



<b>Total costos fijos</b>	<b>Total costos variables</b>	<b>TOTAL</b>
\$4,379	\$2,66	\$4,381.66

La inversión inicial para elaborar el presente proyecto será de \$4,381.66

### **6.12.3. Fichas de costos**



**Figura 77**

*Ficha de costos CoTe 11*

<b>Ficha de Costos</b>					
REF: CoTe 11	Colección: Terra				
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022				
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.				
Pieza: Collar					
Descripción: Collar ajustable con doble cadena.					
<b>COSTOS VARIABLES</b>	BASE TEXTIL E INSUMOS				
	Descripción	Unidad	Consumo	Costo U	Costo TOTAL
	Cadena	metros	60 cm	\$ 0,80 el m	\$0,48
	Broche	unidades	2	\$0,10	\$0,20
	Pegamento	litros	-	\$1,50	\$0,05
	Subtotal				\$0,73
	DETALLE RETAZOS				
	Cuero natural				-
Cuero sintético nacarado				-	
Cuero sintético capuchino				-	
<b>TOTAL Costos variables</b>				<b>\$0,73</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	DETALLE			Valor	
	Total costos fijos + variables mensual			\$4,381,66	
	Valor por unidad			\$6,85	
	<b>TOTAL</b>			<b>\$6,85</b>	
TOTAL Costo unitario (variables + fijos)		\$7,58	<b>TOTAL PVP</b>  <span style="font-size: 2em;"><b>\$11,88</b></span>		
Utilidad 40%		\$3,03			
<b>Subtotal</b>		<b>\$10,61</b>			
IVA 12%		\$1,27			
TALLA	Unitalla	Responsable:			
			<b>#FICHA</b> <b>31</b>		



**Figura 78**

*Ficha de costos CoMi 22*

Ficha de Costos					
REF: CoMi 22		Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Collar					
Descripción: Collar ajustable.					
<b>COSTOS VARIABLES</b>	BASE TEXTIL E INSUMOS				
	Descripción	Unidad	Consumo	Costo U	Costo TOTAL
	Cadena	metros	63 cm	\$ 0,80 el m	\$0,51
	Broche	unidades	1	\$0,10	\$0,10
	Pegamento	litros	-	\$1,50	\$0,05
	Subtotal				\$0,66
	DETALLE RETAZOS				
	Cuero sintético tejido				-
	Cuero sintético gamuzado				-
					-
TOTAL Costos variables				\$0,66	
<b>COSTOS FIJOS</b>	DETALLE			Valor	
	Total costos fijos + variables mensual			\$4,381.66	
	Valor por unidad			\$6,85	
	<b>TOTAL</b>			<b>\$6,85</b>	
TOTAL Costo unitario (variables + fijos)		\$7,51	<b>TOTAL PVP</b>		
Utilidad 40%		\$3,00	<b>\$11,77</b>		
<b>Subtotal</b>		<b>\$10,51</b>			
IVA 12%		\$1,26			
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA <b>32</b>	



**Figura 79**

*Ficha de costos ArTe 11*

Ficha de Costos						
REF: ArTe 11		Colección: Terra				
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022				
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.				
Pieza: Aretes						
Descripción: Aretes medianos con cadenas.						
<b>COSTOS VARIABLES</b>	BASE TEXTIL E INSUMOS					
	Descripción	Unidad	Consumo	Costo U	Costo TOTAL	
	Cadena	metros	8 cm	\$ 0,80 el m	\$0,07	
	Postes	unidades	2	\$0,05	\$0,10	
	Pegamento	litros	-	\$1,50	\$0,05	
	Mariposas	unidades	2	\$0,05	\$0,10	
	Subtotal					\$0,32
	DETALLE RETAZOS					
	Cuero natural					-
	Cuero sintético nacarado					-
Cuero sintético capuchino					-	
TOTAL Costos variables					\$0,32	
<b>COSTOS FIJOS</b>	DETALLE			Valor		
	Total costos fijos + variables mensual			\$4,381.66		
	Valor por unidad			\$6,85		
	<b>TOTAL</b>			<b>\$6,85</b>		
TOTAL Costo unitario (variables + fijos)		\$7,17	<b>TOTAL PVP</b>  <span style="font-size: 2em; font-weight: bold;">\$11,24</span>			
Utilidad 40%		\$2,87				
Subtotal		\$10,04				
IVA 12%		\$1,20				
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA  <span style="font-size: 2em; font-weight: bold;">33</span>		



**Figura 80**

*Ficha de costos ArMi 22*

Ficha de Costos					
REF: ArMi 22	Colección: Terra				
Temporada: Primavera - verano	Fecha: Enero 2022				
Usuario: Mujer	Materiales: Cuero sintético, cadenas metálicas.				
Pieza: Aretes					
Descripción: Aretes medianos con cadenas.					
<b>COSTOS VARIABLES</b>	BASE TEXTIL E INSUMOS				
	Descripción	Unidad	Consumo	Costo U	Costo TOTAL
	Cadena	metros	8 cm	\$ 0,80 el m	\$0,07
	Postes	unidades	2	\$0,05	\$0,10
	Pegamento	litros	-	\$1,50	\$0,05
	Mariposas	unidades	2	\$0,05	\$0,10
	Subtotal				\$0,32
	DETALLE RETAZOS				
	Cuero sintético tejido				-
	Cuero sintético gamuzado				-
				-	
TOTAL Costos variables				\$0,32	
<b>COSTOS FIJOS</b>	DETALLE			Valor	
	Total costos fijos + variables mensual			\$4,381.66	
	Valor por unidad			\$6,85	
	<b>TOTAL</b>			\$6,85	
TOTAL Costo unitario (variables + fijos)		\$7,17	<b>TOTAL PVP</b>		
Utilidad 40%		\$2,87	<b>\$11,24</b>		
<b>Subtotal</b>		\$10,04			
IVA 12%		\$1,20			
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA <b>34</b>	

**Figura 81**



*Ficha de costos ArMi 33*

<b>Ficha de Costos</b>					
REF: ArMi 33		Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Aretes					
Descripción: Aretes medianos con cadenas.					
<b>COSTOS VARIABLES</b>	BASE TEXTIL E INSUMOS				
	Descripción	Unidad	Consumo	Costo U	Costo TOTAL
	Cadena	metros	6 cm	\$ 0,80 el m	\$0,05
	Postes	unidades	2	\$0,05	\$0,10
	Pegamento	litros	-	\$1,50	\$0,05
	Mariposas	unidades	2	\$0,05	\$0,10
	Subtotal				\$0,30
	DETALLE RETAZOS				
	Cuero natural				-
	Cuero sintético nacarado				-
	Cuero sintético gamuzado				-
<b>TOTAL Costos variables</b>				<b>\$0,30</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	DETALLE			Valor	
	Total costos fijos + variables mensual			\$4,381.66	
	Valor por unidad			\$6,85	
	<b>TOTAL</b>			<b>\$7,15</b>	
TOTAL Costo unitario (variables + fijos)		\$7,15		<b>\$11,21</b>	
Utilidad 40%		\$2,86			
<b>Subtotal</b>		<b>\$10,01</b>			
IVA 12%		\$1,20			
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA <b>35</b>	



**Figura 82**

*Ficha de costos ArBe 44*

<b>Ficha de Costos</b>					
REF: ArBe 44		Colección: Terra			
Temporada: Primavera - verano		Fecha: Enero 2022			
Usuario: Mujer		Materiales: Cuero natural, cuero sintético, cadenas metálicas.			
Pieza: Aretes					
Descripción: Aretes medianos con cadenas.					
<b>COSTOS VARIABLES</b>	BASE TEXTIL E INSUMOS				
	Descripción	Unidad	Consumo	Costo U	Costo TOTAL
	Cadena	metros	9 cm	\$ 0,80 el m	\$0,08
	Postes	unidades	2	\$0,05	\$0,10
	Pegamento	litros	-	\$1,50	\$0,05
	Mariposas	unidades	2	\$0,05	\$0,10
	Subtotal				\$0,33
	DETALLE RETAZOS				
	Cuero natural				-
Cuero sintético tejido				-	
				-	
<b>TOTAL Costos variables</b>				\$0,33	
<b>COSTOS FIJOS</b>	DETALLE			Valor	
	Total costos fijos + variables mensual			\$4,381.66	
	Valor por unidad			\$6,85	
	<b>TOTAL</b>			<b>\$7,18</b>	
TOTAL Costo unitario (variables + fijos)		\$7,18		<b>TOTAL PVP</b>  <b>\$11,26</b>	
Utilidad 40%		\$2,87			
<b>Subtotal</b>		<b>\$10,05</b>			
IVA 12%		\$1,21			
TALLA	Unitalla	Responsable: 		#FICHA <b>36</b>	

### **6.13 Punto de equilibrio**

Total costos fijos: \$4,379

Costos fijos por modelo: \$729,83

#### **PE CoTe 11**

Precio de venta: \$11,88

Costos variables: \$0,73

$$\text{PE} = \frac{\text{Total costos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Costos variables}}$$

$$\text{PE} = \frac{729,83}{11,88 - 0,73}$$

$$\text{PE} = 65,45$$

$$\text{PE} = 65$$

#### **PE CoMi 22**

Precio de venta: \$11,77

Costos variables: \$0,66

Total costos fijos

$$PE = \frac{\text{Total costos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Costos variables}}$$

Precio venta – Costos variables

729,83

$$PE = \frac{729,83}{11,77 - 0.66}$$

11,77 – 0.66

$$PE = 65.69$$

$$PE = 66$$

### **PE ArTe11**

Precio de venta: \$11,24

Costos variables: \$0,32

Total costos fijos

$$PE = \frac{\text{Total costos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Costos variables}}$$

Precio venta – Costos variables

729,83

$$PE = \frac{729,83}{11,24 - 0.32}$$

11,24 – 0.32

$$PE = 66.83$$

$$PE = 67$$

**PE ArMi 22**

Precio de venta: \$11,24

Costos variables: \$0,32

$$\text{PE} = \frac{\text{Total costos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Costos variables}}$$

$$\text{PE} = \frac{729,83}{11,24 - 0,32}$$

$$\text{PE} = 66.83$$

$$\text{PE} = 67$$

**PE ArMi 33**

Precio de venta: \$11,21

Costos variables: \$0,30

$$\text{PE} = \frac{\text{Total costos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Costos variables}}$$

$$\text{PE} = \frac{729,83}{11,21 - 0.30}$$

$$\text{PE} = 66.89$$

$$\text{PE} = 67$$

**PE ArBe 44**

Precio de venta: \$11,26

Costos variables: \$0,33

$$\text{PE} = \frac{\text{Total costos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Costos variables}}$$

$$\text{PE} = \frac{729,83}{11,26 - 0.33}$$

$$\text{PE} = 66.77$$

$$\text{PE} = 67$$

**Tabla 24***Detalle punto de equilibrio por modelo*

<b>Modelo</b>	<b>Detalle</b>
<b>PE CoTe 11</b>	El número de piezas que se deben vender mensualmente es de 65.
<b>PE CoMi 22</b>	El número de piezas que se deben vender mensualmente es de 66.
<b>PE ArTe11</b>	El número de piezas que se deben vender mensualmente es de 67.
<b>PE ArMi 22</b>	El número de piezas que se deben vender mensualmente es de 67.
<b>PE ArMi 33</b>	El número de piezas que se deben vender mensualmente es de 67.
<b>PE ArBe 44</b>	El número de piezas que se deben vender mensualmente es de 67.

## CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del presente proyecto se pudo constatar más a fondo la contaminación que se produce gracias a la industria del calzado y de esta manera construir una propuesta que ayude a reducir este impacto mediante una propuesta de una colección de accesorios enfocada en el supra reciclaje. Al haber terminado este trabajo, se han determinado las siguientes conclusiones:

- Existen diversos residuos que se producen al momento de fabricar calzado. En cuanto al material principal, se puede concluir que se utiliza en su mayoría cuero natural y cuero sintético, mismo que sirve tanto para las piezas principales del calzado como para pequeños detalles ornamentales. En la empresa “Amoreco”, con la cual se trabajó para la obtención de material, existe un porcentaje de sobrantes de 10% para el material sintético y 8% para material natural.
- Existe una gran diversidad de empresas en la provincia de Tungurahua que se dedica a la elaboración de calzado, varias de estas empresas presentan un porcentaje de sobrantes al momento de culminar la producción, mismo que muchas veces es desechado directamente a la basura. Aunque en varios casos si existe un manejo de residuos, no se ha logrado manejarlos en su totalidad y siempre existen sobrantes, por más pequeños que estos puedan ser. Los retazos sobrantes que se producen son lo suficientemente grandes para realizar un proyecto con el objetivo de reutilizar dichas piezas y transformarlas para crear nuevos objetos.
- Se elaboró una propuesta de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de las mermas pre consumo de la industria del calzado. Para lo cual se utilizaron los sobrantes de la empresa “Amoreco” y algunos insumos adicionales según los requerimientos de cada pieza. Para realizar las propuestas se tomó toda la

información realizada en la etapa de investigación, tanto del usuario como de las tendencias. Posteriormente se realizó una serie de propuestas, mismas que se dieron a conocer a una muestra de personas pertenecientes al público objetivo para determinar las piezas finales de la colección.

## **RECOMENDACIONES**

- Concientizar tanto a los consumidores como a las industrias a cerca de los problemas ambientales que se viven actualmente y todas las consecuencias futuras que puede traer el no tomar acción a tiempo.
- Rescatar la mano de obra artesanal incentivando el consumo de pequeños emprendimientos y la compra de piezas únicas.
- Promover el uso de materiales alternos a los convencionales para elaborar piezas de moda tales como accesorios, calzado, vestimenta y demás haciendo énfasis en la moda circular.



## BIBLIOGRAFÍA

- 4 Ocean. (2017). *4 Ocean*. Obtenido de <https://www.4ocean.com/collections/bracelets/products/the-4ocean-bracelet?variant=37591847993537>
- Acuña, O. (2019). *Manual de Estandarización Porcentaje de Merma en Canales Bovinas*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Alvarado, C. (2018). Tecnología y reciclaje, nuevas alternativas para la moda sostenible. *El Comercio*.
- Alvarado, M., & Arévalo, M. (2020). *Posibles medidas de política económica en el contexto actual y post Covid-19: Caso Ecuador*. Ecuador: Universidad Nacional de Loja .
- Alvarez, Razón, & Velásquez. (2019). *Universidad de las Americas*. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/188>
- Ambato Hoy. (2018). *Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/BqJG1C2Fsy1/>
- Amoreco. (2021). *Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/CXHt-YnJ3jh/>
- Arcos, E. (2015). *Análisis de la competitividad y tecnificación de la industria del calzado en el Ecuador*. Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.
- Asamblea Constituyente. (2012). *Constitución de la República del Ecuador*. Ecuador: Ambiente.gob.ec.
- Atkinson, M. (2012). *Cómo crear una Colección Final de Moda*. Blume.
- Bain and Company . (2021). *Retailers.mx*. Obtenido de <https://retailers.mx/el-sector-de-lujo-y-su-recuperacion-pos-pandemia/>

- Banco Central del Ecuador. (2021). *Corporación Financiera Nacional* . Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-2-trimestre/Ficha-Sectorial-Cuero.pdf>
- Brand, J., & Teunissen, J. (2009). *Moda y Accesorios*. GG.
- Bustos, C. (2009). *La Producción Artesanal*. Venezuela: Universidad de los Andes.
- Cámara de Comercio de Quito. (2019). *Manual Práctico para Emprendedores*. Ecuador: ccq.ec.
- Cerem Comunicaciones. (2019). *Cerem Business School*. Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/la-segunda-vida-de-los-textiles>
- Chumbi, K. (2016). *Guía de Procesos para la Fabricación de Objetos Textiles para Generar Fuentes de Trabajo Desde una Conciencia Social y Medioambiental* . Ecuador: Universidad del Azuay.
- Cordedo, M. (2018). *Plan Estratégico para la Vinculación de la Carrera de Diseño de Modas de la Universidad Técnica del Azuay con la Industria Confeccionista de la Ciudad de Cuenca*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Corporación Financiera Nacional. (2021). *SUBGERENCIA DE ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS*. Ecuador : cfn.fin.ec.
- DoDo. (2021). Obtenido de [https://www.dodo.it/es\\_es/joyas](https://www.dodo.it/es_es/joyas)
- Ecuador en Cifras. (2020). *Análisis sectorial En Pichincha, Guayas, Tungurahua se asientan el mayor número de establecimientos del sector textil*. Ecuador: Ecuador en Cifras.
- Ecuador en Cifras. (2021). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), 2021: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Junio-2021/202106\\_Boletin\\_pobreza.PDF](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Junio-2021/202106_Boletin_pobreza.PDF)

- El Comercio. (2017). *El Comercio*. Obtenido de Sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo:  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/sectortextil-ecuador-feria.html>
- El Telégrafo. (2021). Conciencia Ambiental. *El Telégrafo*.
- El Universo. (2009). Solo 6 de 200 empresas de Tungurahua con licencia ambiental. *El Universo* .
- El Universo. (2020). *El Universo*. Obtenido de Joyería sostenible ecuatoriana, en el New York Fashion Week:  
<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2020/02/01/nota/7718271/joyeria-sostenible-ecuatoriana-new-york-fashion-week/>
- Eraso, A. (2021). *Los 7 estilos universales que definen tu forma de vestir*. Obtenido de <https://www.erasoandrea.com/blog-3/7-estilos-universales-que-definen-tu-forma-de-vestir>
- Espinosa, Muyulema, Sánchez, & Usca. (2019). *Los retos sostenibilistas de las Pymes textiles de la provincia de Tungurahua–Ecuador*. Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica.
- Fhorma Atelier. (2019). *Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/fhorma.atelier/>
- Galton, E. (2013). *Diseño de Joyería*. GG.
- Gobierno del Ecuentro. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021*. Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades.
- Hakhu Amazon Design. (2019). *Hakhu*. Obtenido de <https://hakhu.net/collections/earrings/products/kallary-earring>
- Heizer, J., & Render, B. (2007). *Dirección de la Producción y de Operaciones*. España: PEARSON EDUCACIÓN.

Heredia, A. (2016). *Reducción de Mermas en la Producción de Sacos de Polipropileno para a Mejora de la Productividad en la Empresa EL ÁGUILA S.R.L.* Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de [http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/806/TL\\_%20HerediaEspinozaAnais.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/806/TL_%20HerediaEspinozaAnais.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Heredia, A. (2017). *Análisis de la importancia de las principales fuentes de ingresos para el gobierno del Ecuador.* Ecuador: Universidad Técnica de Machala.

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015). *Curtiembres - Productos.* Ecuador: Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua.

Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2020). *Para disminuir la contaminación del ambiente.* Obtenido de Tungurahua.gob.ec: <https://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/principales/4701-para-disminuir-la-contaminacion-del-ambiente>

Ícara. (2021). *Instagram.* Obtenido de Ícara

INEC. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011.* Ecuador: Ecuador en Cifras.

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

Laura Palacios. (2020). *Facebook.* Obtenido de <https://www.facebook.com/laurapalaciosreinadeambato2020/photos/354719039399112>

Lifestyle Kiki. (2021). *LA MODA: LA INDUSTRIA DE LA INNOVACIÓN. Lifestyle Kiki.*

Lluga, J. (2019). *Residuos Peligrosos y Especiales en el Proceso Productivo de la Fábrica de calzado GAMO'S.* Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

- Obtenido de  
[https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30086/1/Tesis\\_t1623id.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30086/1/Tesis_t1623id.pdf)
- Marcial, J. (2019). *OrlandoSentinel*. Obtenido de Ícara, el arte de la moda sustentable:  
<https://www.orlandosentinel.com/elsentinel/negocios/os-es-icara-arte-moda-sustentable-20190805-f4ktzhs7dzbzjbg5vduxpvh5jm-story.html>
- Márquez, A. (2021). *Problemas ambientales en el Ecuador*. Ecuador: Ecología Verde.
- Martalía Jewelry. (2019). *Instagram*. Obtenido de  
<https://www.instagram.com/martaliajewelry/>
- Menéndez, J. (2019). *ThinkBig*. Obtenido de 4ocean: venden pulseras para limpiar el plástico de los océanos: <https://blogthinkbig.com/4ocean-venden-pulseras-para-limpiar-el-plastico-de-los-oceanos>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). *Ecodiseño*. Ecuador: Issuu.
- Ministerio de Educación. (2021). Obtenido de <https://educacion.gob.ec/que-es-el-buen-vivir/>
- Mullo, E., & Padilla, M. (2018). *La diversidad cultural y su impacto en el turismo comunitario de la región Andina*. Ecuador: Revista Digital UCE.
- Natura, Fundación. (s.f.). *El Impacto Ambiental de la Industria del Cuero*. Ecuador: Centro Interamericanos de Artes Populares.
- Nuestra Redacción. (2021). *La Industria de la Moda en Ecuador*. Obtenido de EOB:  
<https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-de-la-moda-en-ecuador-1/>
- Ob Fashion. (2016). *Ob Fashion*. Obtenido de LPC Design luxury between the skin:  
<https://ob-fashion.com/blogs/blog/lpc-design?epik=dj0yJnU9UmREQkg2Y1VBMFp5b1RGZzZVTENOM3ZmYmN5cjlTeFYmcD0wJm49OThlZnVXZlFTZHB5akw1V3luME1SQSZ0PUFBQUFB>  
R0hEMDBN

- Proyecto RESITEX. (2007). *Minimización de Residuos Textiles*. España: AITEX.
- Putruele, J., & Veneziani, M. (2019). *Sustentabilidad, diseño y reciclaje, diseño y reciclaje*. Argentina: Universidad de Palermo. Obtenido de Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación:  
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/1632>
- Quesff? (2019). Fhorma Atelier. *Quesff?*
- Quiroga, J. (2018). *Las Merms del Cuero y su Incidencia en la Rentabilidad en la Empresa de Calzados Empresas Chang SRL - Distrito El Porvenir año 2017*. Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24298/quiroya\\_qj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24298/quiroya_qj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Recetas 123. (2021). *Recetas 123*. Obtenido de <https://recetas123.net/llapingachos/>
- Remache, R. (2012). *Aspecto social economico politico y cultural del Ecuador*. Ecuador.
- Rodríguez, T. (2018). *Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28538/1/Rodr%c3%adguez%20Tania.pdf>
- Saca, V. (2019). *Accesorios de moda: entre la deconstrucción y la identidad*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Tati. (2021). *Pinterest*. Obtenido de <https://www.pinterest.es/pin/48343395991065664/>
- Torres, G., & Lozano, E. (2018). *Recuperación y Tratamiento de Residuos en la Industria del Calzado de Lagos de Loreno*. México: Revista Ra Ximhai.
- Trabajo.gob.ec. (2012). *Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo*. Ecuador: trabajo.gob.ec.

Udale, J. (2014). *Diseño Textil, Tejidos y Técnicas*. GG.

Vilchez, G. (2018). *Análisis y Determinación de los Factores que Generan Mermas en las Áreas de Confección Tejido Plano y Tejido Punto, Para Proponer Alternativas de Mejora en una Empresa Textil Alpaquera*. Perú: Universidad Católica San Pablo. Obtenido de Repositorio UCSP:  
[http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15565/1/VILCHEZ\\_CALDER%3%93N\\_GUS\\_ANA.pdf](http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15565/1/VILCHEZ_CALDER%3%93N_GUS_ANA.pdf)

Viteri, V. (2014). *Reciclaje de Residuos de Cuero Para la Descontaminación de Aguas Industriales. Premio Odebrecht para el Desarrollo Sostenible*. Ecuador: Creacional.

WGSN. (2021). *Youtube*. Obtenido de  
<https://www.youtube.com/watch?v=b0cc0CnYdv4>

Yanchaliquín, L. (2012). *Los desechos y sobrantes de materiales y su incidencia en el proceso de producción de la Fábrica de Calzado Mishell*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Yugcha, G. (2018). *Diseño de accesorios artesanales con la utilización de vástago del banano*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28014/1/Yugcha%20Gloria.pdf>

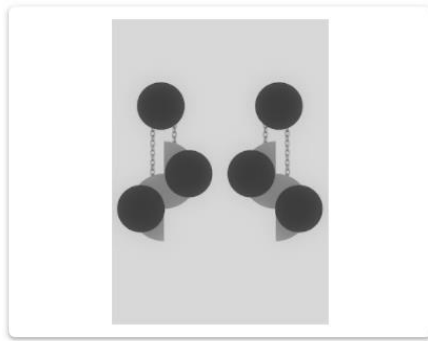
Zamarripa, P. (2021). *Glamour*. Obtenido de Joyería sostenible: qué es y cuáles son las piezas (y marcas) en tendencia que no te pueden faltar:  
<https://www.glamour.mx/moda/tendencias/articulos/joyeria-sostenible-que-es-marcas/21416>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### *Encuesta propuestas finales*

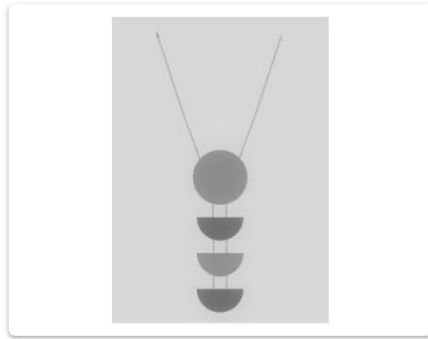
- 1) Seleccione tres accesorios o juegos de accesorios que le gustaría tener en su guardarropa



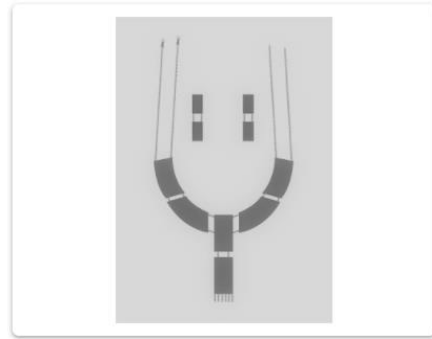
Aretes



Aretes 1

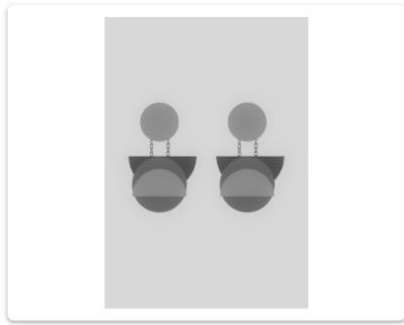


Collar 1

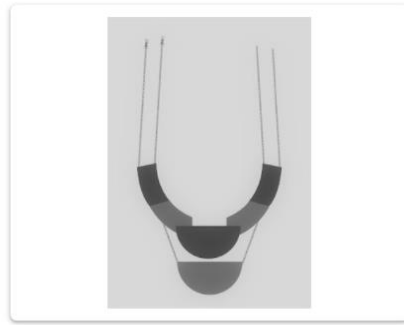


Juego de collar y aretes 2

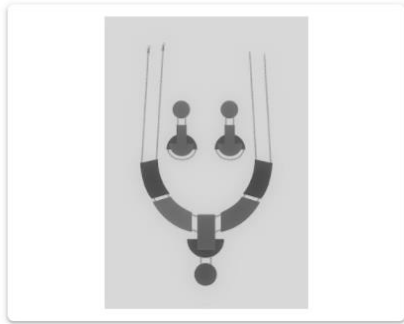




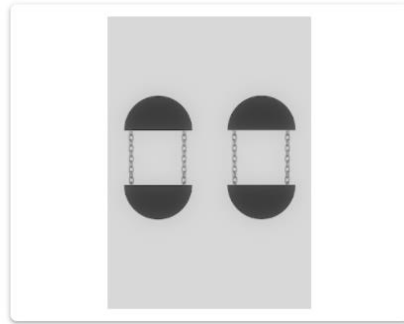
Aretes 2



Collar 2



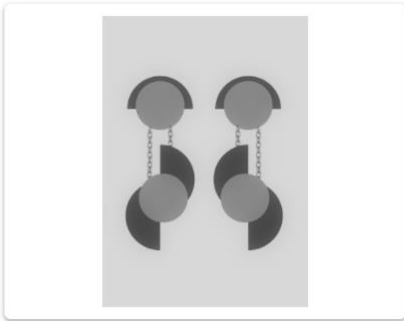
Juego de collar y aretes 3



Aretes 3



Collar 3



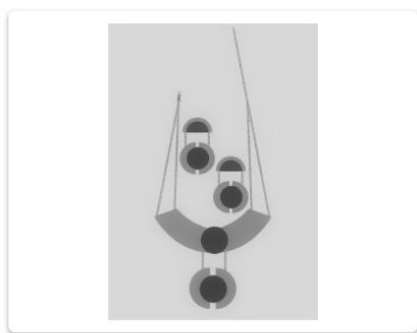
Aretes 4



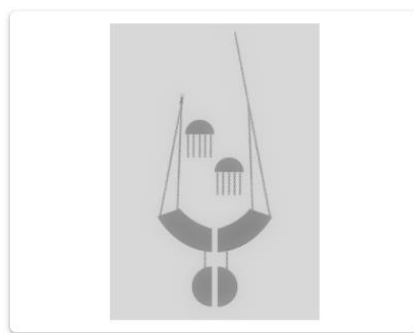
Juego de collar y aretes 4



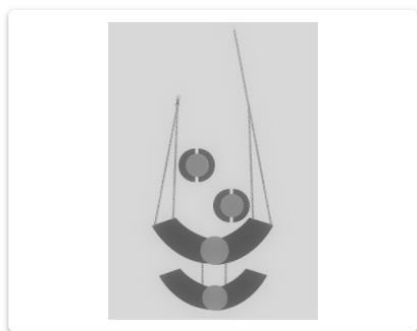
Collar 4



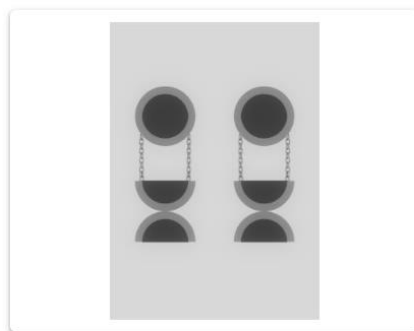
Juego de collar y aretes 5



Juego de collar y aretes 1



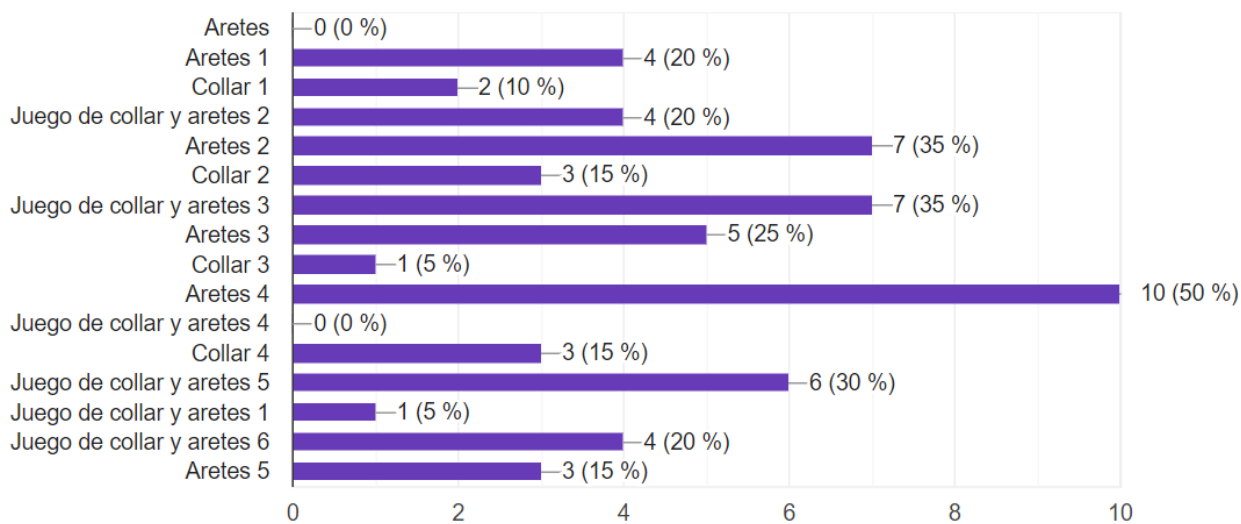
Juego de collar y aretes 6



Aretes 5

## Anexo 2

### Resultados Encuesta

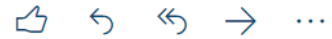


## Revisión de trabajo de titulación



Altamirano Cisneros Juan Carlos

Lun 7/3/2022 14:36



Para: Buenaño Villacis Monica Alexandra; Neumeister Lozada Kathryn Belen

Saludos cordiales, para los fines pertinentes le comunico a usted **Sra. Mónica Buenaño** secretaria de la **Facultad de Diseño y Arquitectura** de la **Universidad Técnica de Ambato** que se ha realizado la revisión y corrección del siguiente trabajo de titulación por parte de Biblioteca, se recomienda se proceda al normal tramite al proceso de titulación.

**Título:** Diseño de una colección de accesorios supra reciclaje a partir de mermas pre consumo de la industria del calzado

**Autor:** Neumeister Lozada, Kathryn Belén