



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto Integrador previo a la Obtención del Título de Ingeniera en
Procesos y Diseño de Modas

**“Diseño de bolsos de moda con piel de conejo, para mujeres de 25 a
35 años producidos por el taller "Carlam's" en la parroquia de
Quisapincha”.**

Autora: Rojano Moreta, Myriam Verónica

Tutor: Ing. Guamán Llamuca, Carlos Alberto

Ambato - Ecuador

Julio, 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“Diseño de bolsos de moda con piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años producidos por el taller "Carlam's" en la parroquia de Quisapincha”, de la alumna Myriam Verónica Rojano Moreta, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto integrador 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, Julio 2018.

EL TUTOR



.....
Ing. Carlos Alberto Guamán Llamuca

C.C.: 180339350-1

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de bolsos de moda con piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años producidos por el taller "Carlam's" en la parroquia de Quisapincha**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, Julio 2018.

LA AUTORA



.....
Myriam Verónica Rojano Moreta

C.C.: 180389355-9

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema **“Diseño de bolsos de moda con piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años producidos por el taller "Carlam's" en la parroquia de Quisapincha”** de Myriam Verónica Rojano Moreta, 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, Julio 2018

Para constancia firma.

.....
PRESIDENTE

C.C.:

.....
MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

.....
MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

DEDICATORIA

A mis amados padres Luis y Elena que fueron el motor principal en todo el trayecto de mi carrera universitaria, A mi abuelita Clemencia que siempre ha estado brindándome su comprensión y amor de madre incondicional.

Con cariño a mi amado Ángel G. has estado conmigo motivándome con palabras de aliento sin que desmaye en mis sueños e incluso ayudándome hasta tus alcances lo permitía, que este sueño se haga realidad. Gracias a todos.

Myriam Verónica Rojano Moreta

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el conductor de mi vida. A la parte de docentes de la carrera de Diseño de modas que con profesionalismo, me supieron guiar y orientar en el desarrollo de cada etapa del proyecto. Además, mi infinito agradecimiento a la Curtiduría "San Vicente" que me supo abrir las puertas de su fábrica y compartir sus conocimientos de procesos en cuero para el desarrollo de la materia prima.

Myriam Verónica Rojano Moreta

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DE TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHO DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1	Nombre del proyecto.....	3
1.2	Antecedentes (estado de arte).....	3
1.3	Justificación.....	5
1.4	Objetivos.....	8
1.4.1	Objetivo general.....	8
1.4.2	Objetivos específicos.....	8

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1	MARCO REFERENCIAL.....	9
2.1.1	Diseño de Modas.....	9
2.1.2	Clasificación de Accesorios.....	10
2.1.3	Curtido.....	26

2.2	Marca referente.....	30
2.2.1	Visionario	34

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1	Análisis Externo.....	36
3.1.1	Análisis Pest	36
3.1.2	Tendencia de consumo	44
3.1.3	Segmentación del mercado potencial	46
3.1.4	Análisis del sector y del mercado de referencia	48
3.1.5	Índice de saturación de mercado potencial.....	48
3.1.6	Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....	49
3.2	Análisis interno.....	51
3.2.1	Análisis de recursos propios y disponibles.....	51
3.2.2	Análisis FODA	52
3.2.3	Análisis de cadena de valor	55

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1	Estudio de público objetivo	60
4.1.1	Modelo de encuesta	64
4.1.2	Selección de la muestra.....	66
4.2	Técnicas de estudio.....	67
4.2.1	Cuantitativas.....	67
4.3	Elaboración e interpretación de datos	67
4.4	Conclusiones	76

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1	Cronograma de producción	77
5.2	Control de calidad	78
5.3	Equipos e infraestructura necesaria para el proyecto.....	79
5.4	Requerimientos de mano de obra	80
5.5	Seguridad industrial y medio ambiente.....	80

CAPÍTULO VI

6.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	
6.1	Descripción del producto o servicio.....	81
6.1.1	Brains turning.....	81
6.2	Perfil del cliente	81
6.2.1	Moodboard del perfil del cliente	82
6.3	Identidad de marca	82
6.4	Uso de la marca.....	83
6.5	Análisis de color de la propuesta	84
6.6	Análisis de color de la propuesta	89
6.6.1	Paleta de color propuesta.....	89
6.7	Tendencia: macro.....	89
6.7.1	Micro tendencia.....	90
6.8	Concepto de la propuesta.....	91
6.9	Elementos del diseño.....	91
6.9.1	Siluetas.....	91
6.9.2	Proporción y línea	92
6.9.3	Detalles	93
6.9.4	Estilo	93
6.10	Materiales e insumos.....	94
6.11	Sketch o bocetos.....	94
6.12	Fichas técnicas	97
6.13	FOTO BOOK.....	112
6.14	Costos de producción.....	112
6.14.1	Costos fijos.....	112
6.14.2	Gastos generales.....	112
6.14.2	Costos variables.....	114
6.14.3	Costo total	118
6.14.4	Costo unitario	118
6.14.5	Utilidad	119
6.14.6	Costo de venta.....	119
	Conclusiones	122
	Recomendaciones.....	122
	BIBLIOGRAFÍA.....	123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 <i>Tipos de bolsos de acuerdo a su base</i>	14
Tabla N° 2 <i>Estructura de moldería para bolso.FUELLE</i>	15
Tabla N° 3 <i>Estructura de moldería para bolsos. MANIJAS</i>	17
Tabla N° 4 <i>Razas de conejos</i>	24
Tabla N° 5 <i>Tamaños de conejos</i>	25
Tabla N° 6 <i>Tipos de pelambre. Conejos</i>	26
Tabla N°7 <i>Análisis Competitivo. Benchmarking</i>	50
Tabla N° 8 <i>Recursos disponibles Carlamís</i>	52
Tabla N° 9 <i>Análisis estratégico FODA</i>	54
Tabla N° 10 <i>Ficha Proveedor 1</i>	57
Tabla N° 11 <i>Ficha de proveedor 2</i>	57
Tabla N° 12 <i>Ficha de proveedor 3</i>	57
Tabla N° 13 <i>Segmento de Mercado</i>	60
Tabla N° 14 <i>¿Cuál sería para usted una innovación en piel y moda?</i>	68
Tabla N° 15 <i>¿Prefiere usted una Piel Natural o Sintética?</i>	69
Tabla N° 16 <i>¿Cómo en que le gustaría que fuese utilidad la piel de conejo que regularmente es desechada?</i>	70
Tabla N° 17 <i>¿Estéticamente usted usaría un accesorio con pelo de conejo o sin el pelo del conejo?..</i> 71	
Tabla N° 18 <i>¿Al momento obtener un accesorio se fijaría en: ?</i>	72
Tabla N° 19 <i>¿Cada que tiempo adquiere accesorios de moda?</i>	73
Tabla N° 20 <i>¿Para qué ocasión de uso usted adquiere el bolso?</i>	74
Tabla N° 21 <i>¿ Al momento de adquirir accesorios (Bolso) usted prefiere por medio:?</i>	75
Tabla N° 22 <i>Cronograma de producción</i>	77
Tabla N° 23 <i>Control de Calidad</i>	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Industrialización mordería. Bolso	16
Gráfico N° 2: Esquema Monje	17
Gráfico N° 3 Insumos y Avíos .Marroquinería	20
Gráfico N° 4 Biomecánica Ocupacional del Cuerpo Humano.....	21
Gráfico N° 5 Piel sobre piel. Marca.....	30
Gráfico N° 6 Productos. Piel sobre piel.....	31
Gráfico N° 7 Me Accessories.....	32
Gráfico N° 8 Productos. THAKOON PANICHGUL.....	34
Gráfico N° 9 Máquinaria automática de costura para cuero.....	40
Gráfico N°10 Software de diseño ELITRON CAD 2D	41
Gráfico N° 11 Pregunta 1	68
Gráfico N° 12 Pregunta 2	69
Gráfico N°13 Pregunta 3.....	70
Gráfico N° 14 Pregunta 4.....	71
Gráfico N° 15 Pregunta 5.....	72
Gráfico N° 16 Pregunta 6.....	73
Gráfico N° 17 Pregunta 7.....	74
Gráfico N° 18 Pregunta 8.....	75

RESUMEN EJECUTIVO

Desde siempre y a lo largo de los años los bolsos han tenido un papel muy importante en el mundo de la indumentaria, y todo esto gracias a su gran capacidad de complementar cualquier vestuario y hacerlo cambiar de simple a complejo, de sutil ha elaborado, un gran compañero de la mujer actual. El bolso es una parte primordial de toda mujer este proyecta seguridad, resalta seguridad y elegancia total.

La razón principal por la cual se ha desarrollado el siguiente proyecto integrador con el tema diseño de una colección de bolsos de moda mediante la aplicación de la piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años en la ciudad de Ambato, se ha debido por las grandes necesidades de la mujer ecuatoriana de bolsos innovadores y de calidad.

La investigación demostró que el 77% de la población cree que la piel cunicola sería lo más innovador en la confección de bolsos, el 93% piensa que una piel natural es la mejor opción para accesorios de moda y el 73% decidió que los accesorios son el mejor destino para la piel de conejo, el 49% prefiere estos accesorio con pelo de conejo y el 51% restante no; el 30% se fija en la calidad de los productos a la compra, 34% en la innovación y el 34% en la funcionalidad, el 86% prefiere comprar accesorios mensualmente y un 4% anualmente, el 35% acompañan un bolso con su atuendo formal y el 60% prefieren usarlo de forma casual. El 20% compra accesorios por catálogos y el 78% en tiendas.

La resolución de los problemas dará lugar al crecimiento económico de Tungurahua, también la creación de fuentes de empleo y fundación de pilares para una buena producción tecnificada en la rama de la marroquinería y cuero. Finalmente, este trabajo ofrecerá a la mujer local bolsos de calidad, con innovación en materiales, diseños exclusivos y elegantes a más de una información oportuna, emprendedora, amigable, agrupada y de fácil acceso para la instauración de nuevas marcas en pieles animales innovadoras.

PALABRAS CLAVE: ACCESORIOS DE MODA / DISEÑO EN PIEL DE CONEJO / CADENA DE VALOR / PIELES ALTERNATIVAS

ABSTRACT

Always and throughout the years, handbags have played a very important role in the world of clothing, and all this thanks to its great ability to complement any wardrobe and make it change from simple to complex, from subtle to elaborate, a great current woman's companion. The bag is a fundamental part of every woman who projects security, highlights security and total elegance.

The main reason why the following integrative project has been developed with the design theme of a collection of fashion handbags through the application of rabbit fur, for women from 25 to 35 years old in the city of Ambato, has been due to the great needs of Ecuadorian women for innovative and quality bags.

The research showed that 77% of the population believe that rabbit skin would be the most innovative in the manufacture of handbags, 93% think that a natural skin is the best option for fashion accessories and 73% decided that the accessories are the best destination for rabbit fur, 49% prefer these accessories with rabbit hair and the remaining 51% do not; 30% is fixed on the quality of products to purchase, 34% on innovation and 34% on functionality, 86% prefer to buy accessories monthly and 4% annually, 35% accompany a bag with their attire formal and 60% prefer to use it casually. 20% buy accessories by catalogs and 78% in stores. The resolution of the problems will lead to the economic growth of Tungurahua, also the creation of sources of employment and foundation of pillars for a good technical production in the branch of leather goods and leather.

Finally, this work will offer local women quality handbags, with innovation in materials, exclusive and elegant designs to more than one timely, enterprising, friendly, grouped and easily accessible information for the establishment of new brands in innovative animal skins

KEY WORDS: FASHION / DESIGN ACCESSORIES IN RABBIT SKIN / VALUE CHAIN / ALTERNATIVE SKINS.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación servirá como aporte académico y práctico en el área de la Diseño de Accesorios en aplicación en pieles no convencionales como es la de conejo, será empleada en la confección de bolsos de moda, aprovechándola como material alternativo en la industria de la confección de artículos preferenciales del segmento femenino, mismo que se destina el 20% de sus ingresos mensuales en el consumo de prendas de vestir, calzado y accesorios.

El interés del proyecto se centra en el diseño de productos novedosos en cuya obtención intervengan procesos artesanales, al ser un mercado poco desarrollado existe la amplia posibilidad de experimentar con técnicas y procesos que generen resultados rentables, con mayor razón al considerar que en la provincia de Tungurahua existen alrededor de 200 talleres artesanales, según datos de ANCE (2014), lo que permite la creación de nuevas plazas de trabajo al extender el campo de la industria cunicola y relacionarla con la moda permitiendo fortalecer el trabajo asociativo así como el desarrollo económico.

Este proyecto integrador está dividido en los siguientes apartados:

Capítulo I, se analiza los antecedentes ante la problemática de la innovación de pieles poco convencionales como es la piel de conejo dentro de la producción de accesorios de moda, a través de este estudio concluir con los objetivos que se pretende alcanzar.

Capítulo II, del Marco Referencial, hace un acercamiento basado en fuentes teóricas a las definiciones y clasificaciones de las categorías más esenciales para la investigación; se exponen también las marcas referentes y visionario.

Capítulo III, se refiere a la Investigación de Mercado, en ésta se realiza un Análisis Externo que incluye al análisis pest, las tendencias de consumo, la segmentación del mercado potencial, el análisis del sector y del mercado de referencia, el índice de saturación del mercado potencial y análisis estratégico de la competencia. En el análisis interno se consideran los recursos propios y disponibles y se analiza la cadena de valor

Capítulo IV, del Marco Metodológico refiere el estudio del público objetivo, los instrumentos de investigación, el establecimiento de la muestra, las técnicas de estudio cu y cualitativas, así como la elaboración e interpretación de datos y conclusiones parciales.

El Capítulo V presenta las Tecnologías necesarias para la producción, el cronograma de producción, el control de calidad, los equipos e infraestructura necesaria para el proyecto, así como la mano de obra necesaria y los pormenores de seguridad industrial y medio ambiente.

En el Capítulo VI se presenta la Propuesta en toda su extensión, que va desde la descripción del producto o servicio, pasando por un análisis del perfil del cliente, la identidad y uso de marca, el análisis de color de la propuesta, la paleta de color propuesta, análisis de la tendencia, elementos del diseño, siluetas, estilo, materiales e insumos, bocetos y costos.

Finalmente se registra la Bibliografía utilizada en el proyecto.

CAPÍTULO I

1 ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Nombre del proyecto

Diseño de bolsos de moda con piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años, producidos por el taller "Carlam's" en la parroquia de Quisapincha.

1.2 Antecedentes (estado de arte)

Dentro del presente proyecto se citan varios autores, cuyos trabajos contribuyen con el aporte teórico en el levantamiento de información relacionada al tema en cuanto a la utilización de la piel de conejo en la industria de la moda, de esta manera encontramos los siguientes:

Como primer aporte se toma el trabajo de graduación titulado “La disponibilidad de las pieles de conejo y su impacto en la confección de indumentaria en los talleres de terminados Alborada cantón Ambato, provincia de Tungurahua, durante el año 2014” Orozco, G.(2015) egresada de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, quien fundamenta su investigación en que existe un 40% de disponibilidad de la industrias de cuero para trabajar con piel de conejo, de la misma forma un 90% ha señalado que es una alternativa novedosa en el mercado y un 73% concuerda que la piel de conejo es empleada en diferentes áreas de la industria; datos estadísticos que le ayudaron para concluir que la piel de conejo tiene un uso múltiple dentro de la industria textil. Se sustenta de esta manera la idea de confeccionar diferentes tipos de indumentaria de moda en la que se utilice piel de conejo como un aporte a la elegancia a los diseños, así mismo permite recomendar el uso de piel de especies menores que terminan como desechos en la intemperie.

Otro documento que aporta con el proyecto es el estudio realizado en la Aso Productiva Bouquin por Paredes, L. (2014) cuya idea se desprende del denominado “Conejo doble Propósito”, establecido dentro de la coordinación de la cadena productiva que busca aprovechar tanto la carne, como la piel de este animal como insumo básico, una vez establecida su importancia en la dinámica económica del país, se impulsa el trabajo asociativo y se valora a cada uno de los actores que intervienen en la ejecución del proceso,

así como la sistematización de cada una de las operaciones efectuadas, lo que da como resultado la obtención de pieles de forma artesanal, situación que inspira a mejorar la conservación de éstos insumos e incrementar su valor agregado con la cooperación de curtiembres aliadas al proyecto.

En cuanto al proceso de curtido de la piel de conejo se encontró el trabajo titulado “Manual de curtido artesanal de pieles de conejos”, Calte, N. (2012) en la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la Universidad Veracruzana trabajo en el cual el autor concluye mencionando que la cunicultura con sentido empresarial, es una excelente alternativa económica, considerada una actividad rentable para el entorno familiar, cuyo desarrollo está determinado por el manejo consciente de técnicas apropiadas con el aprovechamiento de partes como: piel, las patas, el estiércol y el orín, de tal manera que el aprendizaje de cada una de las técnicas que se mencionan en este manual se puede afirmar que es una guía para curtiembres con respecto proceso de piel de conejo.

Se encuentran en el mercado por curtiembres que desarrollan proceso de curtido en la piel de conejo, con la verificación del uso de técnicas artesanales e industrial al cromo y piel depilada, partiendo desde los métodos de sacrificio del animal, clasificación de pieles, tipos de conservación, tipos de curtido, etapas de curtido, comercialización, entre otras, esto ayuda a selección y calidad del producto que se van a aplicar a lo largo de la investigación.

Se encontró otro sustento teórico en la investigación desarrollada por Gabet, A. (2006) con el tema “Evaluación de dos diferentes técnicas de teñido en pieles curtidas artesanalmente de especies no tradicionales” desarrollado en la Universidad de San Carlos de Guatemala en la que se observan diferentes tonalidades como resultado del proceso de tinturado con tendencia a generarse tonos más oscuros resultantes del mismo color, se observa alto contenido de tanino vegetal en las pieles, por otra parte en lo relacionado a colores más claros como base de un mismo color existe gran porcentaje de cromo, y se recomienda al respecto realizar repeticiones en la aplicación de color, hasta llegar al tono deseado, para lo que se hace necesario evaluar diferentes técnicas de teñido de pieles curtidas artesanalmente.

La contribución de este trabajo en el proyecto presentado lo que se puede encontrar en la industria del cuero lo referente al tinturado de piel de conejo el conocimiento de técnicas de

tinturado o teñido, colorantes, impregnación, tipos de acabados, el momento que se realice la selección de color o tendencia en la elaboración de los bolsos con piel de conejo.

1.3 Justificación

El aprovechamiento de una materia prima no tradicional para la confección de accesorios de moda, es el principal interés de esta investigación, la misma que se orienta a reconocer los procesos de preparación y curtido de las pieles, su comercialización en el mercado, sus posibles usos y el diseño de bolsos para ponerlos a consideración del mercado. Es decir, que se pretende recuperar un material que básicamente no se consume en la industria y darle un valor agregado en la confección de artículos.

El interés del proyecto se centra en el diseño de productos novedosos, con la aplicación de la piel de conejo al ser un mercado poco desarrollado existe la amplia posibilidad de experimentar en la área de producción de bolsos que generen resultados rentables, con mayor razón al considerar que en la provincia de Tungurahua existen alrededor de 200 talleres artesanales, según datos de ANCE (2014), lo que permite la creación de nuevas plazas de trabajo al extender el campo de la industria cunícola y relacionarla con la moda permitiendo fortalecer el trabajo asociativo así como el desarrollo económico.

Los beneficios que se desprenden del presente proyecto son variados, se puede partir de la calidad de pieles de conejo procesadas por curtimbres de la provincia como las realizadas por la curtiembre San Vicente ubicada en la ciudad de Ambato sector Tres Juanes; todo como parte de las nuevas tendencias, que permite dotar de colores y tonalidades dependiendo del gusto del cliente, convirtiendo al producto en un artículo llamativo y sobretodo con valor diferenciado, puesto que ayuda a posesionarse en el mercado y convertirse en el pionero dentro de esta alternativa de negocio que involucra el trabajo manual, el arte, la creatividad y la moda como herramientas principales, otro de los beneficios es ampliar la visión del diseño de modas a la realización de propuestas poco tradicionales con calidad y respeto del entorno.

Los beneficiarios directos de este proyecto serán los talleres artesanales de marroquinería, ubicados mayormente en la parroquia de Quisapincha ya que al introducir la piel de conejo su campo laboral genera nuevos puestos de trabajo, en este caso se ha seleccionado al taller

Carlam's como aliado para la realización del proyecto, esto permite contribuir con el trabajo comunitario; de igual manera serán beneficiarios las personas involucradas en el mundo de la moda, así como estudiantes y docentes dedicados al campo del diseño ya que se contará con un nuevo aporte de tipo teórico práctico sobre la aplicación de la piel de conejo en la industria de la confección.

Lo que se prevé cambiar con la investigación es la mentalidad en cuanto al uso de las propiedades del conejo y alejarlo únicamente de la línea del consumo humano como fuente alimenticia. También interviene principalmente en el aprovechamiento de los desperdicios de la piel de conejo, animal que se lo utiliza para la preparación de platos tradicionales, los mismos que servirán como materia prima a tratarse para la elaboración de bolsos de moda.

Por otra parte, esta iniciativa se enmarca en lo que determina el Plan Nacional del Buen Vivir dentro de su objetivo número 10 que busca impulsar la transformación de la Matriz Productiva estableciendo cambios estructurales de las formas tradicionales de los procesos, por lo que los desafíos actuales deben orientar a la conformación de nuevas industrias creativas con principios de productividad, competitividad y diversidad promoviendo la inversión privada y de esta manera aportar con nuevas ideas de negocio que se halla contemplada incluso como política pública para fortalecer el desarrollo de la economía en base a la utilización de materiales innovadores.

Otro de los aspectos de importancia es el considerar a la piel de conejo como una materia prima poco convencional con alto impacto estético, que permite de forma factible la ejecución del proyecto y a la vez busca transformarse en una idea de emprendimiento basado en la creatividad e innovación, cualidades que actualmente son indispensables en el diseño de productos. El plus que tiene esta idea de negocio inicia con el manejo de valor agregado puesto que, al contar la piel de conejo con varias características extras de aprovechamiento puede emplearse como materia prima en procesos de tinturado, así como de procesos de conservación, buscando generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor ofertando un producto distinto al de la competencia.

El manejo de la moda justa es otro de los factores que se presenta dentro del proyecto de elaboración de bolsos con piel de conejo, se trabaja con el precepto de respeto al productor y valoración de cada uno de los procesos productivos, observando los principios que la misma

promulga como son: creación de oportunidades teniendo como capital la propia mano de obra como factor competitivo, capacidad de responder a las expectativas del consumidor al transmitir sus políticas de gestión de manera periódica con sus productos, publicidad y etiquetado. Establecer estrategias laborales justas así como medidas de responsabilidad social permite apreciar el valor agregado del producto elaborado bajo el denominado comercio justo; defiende la igualdad de oportunidades sin discriminación alguna, fomenta la capacitación como herramienta de competitividad, además de trabajar en miras al respeto del medio ambiente.

En cuanto al proyecto se busca cumplir estos principios que involucra la moda justa al emplear las propiedades de este animal no solamente dirigido al consumo humano sino en el ámbito de la moda con reutilización de la piel de conejo en elaboración de accesorios de uso diario, y que el valor que se entregue al producto no sea únicamente el económico sino una consideración individual de procesos productivos. A nivel mundial se promueve la semana de la Revolución de la Moda, los días 24 a 30 de abril como una fecha conmemorativa en la cual se busca crear mayor transparencia y ética en la industria de la moda, al dirigirse a varias marcas y preguntar “quien creó mi ropa”, como parte de una iniciativa a nivel global que exige transparencia y humanidad en la cadena de suministro de moda.

Se busca contar tanto con recursos humanos, económicos, artesanales, tecnológicos, prácticos, entre otros que contribuyan con la realización del proyecto y lo conviertan en una idea rentable dentro de las posibilidades de la industria textil, que promueva emprendimientos factibles e interesantes, con el aprovechamiento de la piel de conejo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Diseñar una colección de bolsos de moda mediante la aplicación de la piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años en la ciudad de Ambato.

1.4.2 Objetivos específicos

- Investigar los tipos de bolsos femeninos
- Analizar insumos y materiales idóneos para el diseño de bolsos en piel de conejo.
- Elaborar una colección de bolsos de Moda femenina.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Marco referencial

2.1.1 Diseño de Modas

Es el arte de aplicar el diseño y la estética a prendas de vestir y accesorios mediante la combinación de influencias culturales, sociales de un período de tiempo y con ello conseguir atuendos únicos y originales. Representa el estilo e idea del creador, según su talento y sus conocimientos . (Laurie, 1981)

La importancia del diseño en la moda es trascendental a la hora de crear propuestas innovadoras en vestuario y accesorios, su aplicación en el presente proyecto buscara crear pautas en el desarrollo de nuevas ideas en el ámbito de la moda local, a más de brindar una tecnificación en la parte artesanal, pequeña y mediana empresa confeccionista de marroquinería de Tungurahua.

2.1.1.1 Diseño de Accesorio

El diseño de accesorios se deriva del diseño de modas y su aplicación está más ligada con los complementos que el vestuario necesita para tener estilo y en otros momentos por necesidad, estos pueden variar de acuerdo al: Prototipo, perfil y estilo del consumidor y momentos de uso (Lau, 2013, pág. 10).

Desde la historia los primitivos lo utilizaban para marcar su estatus social de riqueza y poder, con el pasar del tiempo se van involucrando tanto diseñadores y artesanos a la elaboración de accesorios estéticos y funcionales, como bolsos, joyería, calzado, sombrerería con estilos sofisticados y de elegantes materiales. (Lau, 2013, pág. 10)

Dentro del amplio universo de la moda una de las líneas impredecibles a la hora de vestir son los accesorios y dentro de este el protagonista es el bolso, pues de este depende el estilo y glamour en el outfit femenino. La investigación pretenderá adquirir los conocimientos suficientes para proponer accesorios novedosos para mujeres de la ciudad de Ambato, pero sin duda estará enfocada preferentemente en proponer bolsos en piel de conejo.

2.1.2 Clasificación de Accesorios

La clasificación de los accesorios femeninos de moda puede apuntar a diferentes variables como son de acuerdo al prototipo: masculinos femeninos o infantiles y para su diferenciación dependerá mucho del material, el tamaño, las tonalidades y su estructura como tal. Otra variable a considerar dentro de la clasificación de los accesorios de moda son las formas de su uso pudiendo ser como adorno al atuendo, diferenciación y manejo de estilo también por necesidades de protección, seguridad o resguardo de su integridad o de sus bienes, dependiendo del momento ya sean por trabaja, diversión, deporte et. (García, 2014).

Los accesorios juegan un rol muy significativo en el mundo de la moda y son fundamentales a la hora de construir un estilo masculino o femenino. Con cada uno de ellos podemos lograr personalizar y definir un outfit. Los complementos hablan por sí solos de nuestra personalidad. Por tal razón es importante demostrar que cada bolso tiene la capacidad de transformar completamente tu atuendo y su poder al lograr transformar algo simple en algo sofisticado.

2.1.2.1 El Bolso

Psicológicamente analizando el uso de accesorios a partir de Freud a la psiquiatría actual, todos han querido ver en los bolsos un espejo donde llegar a lo más profundo de la psicología femenina. Una manera de adentrarse en las emociones, que supone desnudarse por dentro pero no por fuera y los consideraba símbolos genuinos de la sexualidad femenina y por ende eso hace que se refuerza su autoestima. “No hace falta mirar a una mujer a los ojos para saber cómo es esta, solo es necesario echar un vistazo a su bolso.” (García, 2014)

Es impresionante como puede influir de manera impactante un bolso la vida personal y profesional de una mujer. Proyecta estatus y poder, resalta las aptitudes corporales haciendo que luzcan diferente al resto de personas. Cada tipo, tamaño, tonalidad, detalle una infinidad

de cualidades, el Bolso sin duda es el accesorio indispensable para conseguir un look exquisito. Y si hay un accesorio que toda mujer prefiere y adora, ese es el bolso.

Tipologías de Bolsos

La tipología depende de la estructura interna y externa de un bolso como argumenta (Vallejos, 2013, pág. 2).

Dentro de las tipologías se puede especificar los tipos de bolsos de diferentes formas y estas pueden ser de acuerdo a su base estructural interna, externa, como su forma geométrica, lineal u orgánica, su capacidad de uso y carga, su origen, tamaño, estética, materiales, mordería, ocasiones de uso, estilo etc.

- **Tipo de bolsos de acuerdo al uso**

La clasificación de acuerdo a Jean Claude Kaufmann, Sociólogo Francés director de investigación en el CNRS (Centro Nacional para la Investigación Científica). Autor de numerosos libros donde analiza la problemática de la vida cotidiana y la identidad de los individuos en la vida social contemporánea y afirma que es “Un verdadero reflejo de quiénes somos, es el bolso; revela nuestros deseos y peculiaridades” (Kaufmann, 2015, pág. 5).

a) Bolsos Cómplice

Este bolso tiene un lugar asignado: el hombro, de donde no se mueve pase lo que pase. Sus tesoros son accesibles con un solo movimiento de la mano, se lleva y se deja con facilidad. El bolso cómplice es discreto, su mayor ambición es ser un compañero fiel y dócil y "hacer la vida más llevadera", explica Kaufmann.

b) Bolso Relacional

Este bolso es por naturaleza voluminoso. Una especie de cofre de tesoros nómadas. A menudo grande y pesado, se llena de objetos que podrían servir de ayuda a quienes lo lleva (Kaufmann, 2011).

c) Bolsos Colección

Este bolso se luce como una distinción social y un objeto de afirmación de sí misma. Subraya un estilo y exhibe una marca. Señala una tendencia en la que prima la imagen personal. (Kaufmann, 2011)

d) Bolsos Bazar

Un bolso, por lo general, está desordenado. Metemos y sacamos cosas a lo largo del día y no siempre de una forma organizada. (Kaufmann, 2011)

Se podría nombrar muchos más formas de clasificar bolsos carteras; de forma social, cultural, étnica, etc. Otra de las formas de clasificarlos es de acuerdo a su estructuración de forma industrial en el mundo de la moda (Kaufmann, 2011).

El desarrollo investigativo de la variedad de bolsos es significativo para el presente trabajo pues ayudara a definir de forma correcta los diferentes tipos de bolsos a realizar en la propuesta de moda así como la importancia de establecer lineamientos a seguir dentro de las teorías y técnicas de elaboración y manejo de calidad. Para el diseño de bolsos de moda femeninos con piel de conejo se cree necesario conocer el arte de la marroquinería como aporte al desarrollo del presente proyecto.

2.1.2.2 Marroquinería

La marroquinería es el arte ancestral de trabajar el cuero en sus diferentes formas y usos y transformarlo en carteras, billeteras, mochilas, cinturones etc. Todo esto de acuerdo a tendencias de moda vigentes en cada época. En algunos lugares la marroquinería empieza desde el proceso de la adquisición y curtido de la piel animal. (Ferpíel, 2005, pág. 205)

La producción de artículos de cuero conlleva una cadena de trabajo que va desde la crianza del propio animal hasta el momento de la comercialización del producto. Para diferenciar este proceso podemos diferenciar tres etapas fundamentales en el proceso de la marroquinería:

- a) **La materia prima:** En esta etapa es importante el cuidado de las reses y su conservación óptima estado hasta que llegue el momento adecuado. Y en el caso de que las pieles sean adquiridas de establecimientos de faenamiento es necesario una revisión minuciosa de la calidad de la piel del animal.
- b) **El curtido:** Una vez se poseen las pieles, éstas deben pasar por un proceso de curtición tanto físico, químico o natural, para que adquiera la textura y el acabado de la piel.
- c) **La elaboración:** Una vez obtenido el material en plenas condiciones, se aplica el diseño ya sea de manera artesanal o mediante el uso de máquinas que facilitan la labor y hacen que producir artículos de cuero conlleve una menor carga de tiempo. (Ferpiel, 2005, pág. 205)

Desde épocas inmemorables las marroquinería ha sido trabajada de distintas formas, actualmente es una técnica de trabajo en cuero adaptada a la modernidad y cada proceso cuenta con el apoyo tecnológico, muchos países líderes en esta rama son los mayores fabricantes de productos en cuero como bolsos entre ellos Italia, Corea, Rusia, La India, Brasil y México pero desde hace décadas en Ecuador ya se viene desarrollando esta línea significativa y su aplicación en la elaboración de bolsos en piel de conejo ayudara a definir las formas de curtido, estructuras y formas de ensamble, acabados y detalles en cada bolso.

- **Moldería**

Una vez establecida la forma, tamaño, estructura y técnica de armado del bolso es importante proceder al dibujo de la moldería pues es fundamental para diseñar y construir el bolso, su simplificación en planos ayuda a construirlos de forma real, un dibujo, a la realidad. Si bien no es imposible armar un prototipo sin moldes, es mucho más dificultoso y eso tiempo cuesta en la industria. Por lo tanto, esta herramienta, ayuda a simplificar tiempos en la producción de todo tipo de productos en el mercado. La construcción de un bolso depende mucho de la forma patronada, para la obtención de la moldería se puede trabajar de forma computarizada o manual. La mayoría de bolsos parte de una base geométrica. (Vallejos, 2013)

- a) **Base de construcción:** Para la obtención de moldería existen bases de donde partir es decir con bases redondas, cuadradas, ovaladas rectangulares etc. (Vallejos, 2013).

Tabla 1

Tipos de bolsos de acuerdo a su base

BASE		
Base Redonda	Base Cuadrada	Base rectangular
		

Fuente: (Fashionwoman, 2014)

La estructura del bolso tiene mucha importancia al momento de lograr un producto estético y funcional, su base determinara la estructura final, una base redonda brindara movimiento, cambio, mientras que una base cuadrada proporcionara estabilidad y firmeza.

b) Fuelles:

Los fuelles en las bolsas son piezas de piel u otra materia que se pone en los lados para poder aumentar su capacidad, tamaño y volumen, sus variaciones se especifican en moldería, entre las formas más usadas y comunes están, bolsos con fuelles laterales diferenciados por su forma geométrica u orgánica (rectos, ovalados rectangulares), fuelles incluidos en piezas delanteras y posteriores del bolso y fuelles por piezas para formar estructuras más complejas. etc. (Vallejos, 2013)

Tabla 2

Estructura de moldería para bolso.FUELLE

FUELLE		
Laterales Rectangulares, Ovalados,	Fuelle Incluido	Fuelle por piezas
		

Fuente: (Fashionwoman, 2014).

Los fuelles dan volumen al bolso en el caso de un fuelle geométrico por piezas lo que no ocurre con el fuelle incluido pues este brinda estabilidad más no volumen al bolso o cartera. Este punto será importante al diseñar y crear moldería de bolsos pues el fuelle deberá tener armonía con el cuerpo y el tamaño del producto.

- **Industrialización de la mordería**

La industrialización de la moldería no es más que la especificación técnica de las piezas que conforman un cuerpo. Cada pieza debe contener de forma clara y concisa toda la información que ayude agilizar el proceso de confección del bolso, también la expresión de las costuras, dobladillos, aplomos, piquetes y refuerzos. Este patrón industrializado servirá para cortar y ensamblar una referencia de una forma rápida (Vallejos, 2013).

Cada pieza debe indicar:

- a) Nombre
- b) Modelo
- c) Número de piezas a cortar
- d) Dirección del hilo
- e) Tipo de textil interno y externo (tela plana, lona, cuerina, piel, cuero etc.)
- f) Señalado de piquetes de topes

- g) Señalado de la ubicación de bolsillos y botones
- h) La medida y tipo de cremallera
- i) El tipo de costura

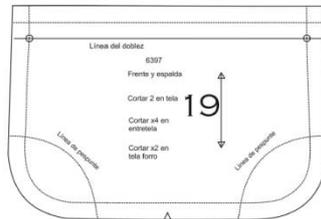


Gráfico N° 1: Industrialización mordería. Bolso

Fuente: (Vallejos, 2013)

La mordería dentro del diseño de accesorios es muy significativa e imprescindible es un escalón firme a caminar por el cual se debe empezar para una correcta cadena de calidad en la producción. El patronaje en el caso de marroquinería parte de figuras geométricas adaptables a la estructura corporal humana por lo que su industrialización creara pautas para una tecnificación en talleres artesanales de la parroquia Quisapincha.

- **Micro despiece:**

El patronaje de los bolsos es representada a escala a través de una ficha técnica, se realiza de forma exacta y ordenada de con todos los detalles posibles y medidas. Su representación en dibujo plano se representa mediante el sistema de dibujo técnico llamado sistema Monge, donde se puede ver cada pieza como si fueran planos de construcción. (Vallejos, 2013)

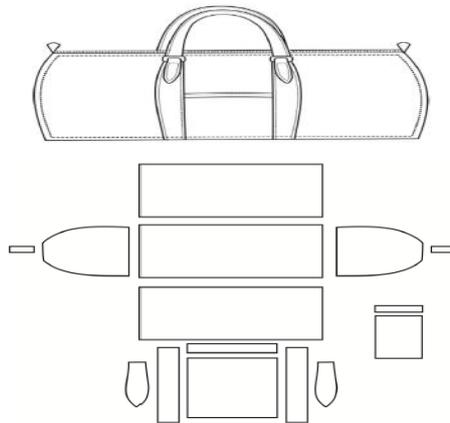


Gráfico N° 2: Esquema Monje

Fuente: (Vallejos, 2013).

- **Manijas**

Su forma y estructura depende de la moldería, las costuras y su terminación. Obedeciendo el uso de las mismas, se adoptara la manija que más corresponda para su futuro uso. Las principales son; manijas simples, manijas dobles y manijas rectilíneas. (Vallejos, 2013)

Tabla 3

Estructura de moldería para bolsos. MANIJAS

MANIJAS DE ACUERDO A SU ESTRUCTURA		
Manijas simples	Manijas Dobles	Manijas rectilíneas
		
DE ACUERDO A SU LARGO		
Manija de mano	30 – 35 cm	
Manija corta- bajo brazo	50 -055 cm	

Manija mediana. Verano	55 – 60 cm	
Manija larga- Invierno	65 - 75 cm	
Corta	75 – 120 cm	
Tipo Bandolera	120 – 150 cm Regulables	
Larga	150 – 180 cm Regulables	

Fuente: (Bags, 2000)

Las manijas son parte fundamental al momento de crear bolsos o carteras, su estructura, sus largos dependerán mucho del efecto visual a transmitir a más de la calidad y sofisticación en detalle en cada manija al momento de plasmar ideas o bocetos de productos innovadores y funcionales en marroquinería artesanal.

Técnicas de armado y costuras

- **Al corte:** esta técnica de mostrar o dejar visto el corte de las piezas, para un mejor terminado es indispensable la utilización de pintura sellante.(Vallejos, 2013)
- **Embonada:** Esta técnica trata de dobladillar los extremos de las piezas con cemento de contacto y embonar para unir al forro del bolso.
- **Técnica Mixta:** Es la que juega piezas al corte como bolsillos, cierre, laterales al corte y cuerpo embonado al forro interno del bolso. (Vallejos, 2013)
- **Empastado:** por lo general usado en maletines, bolsos de mano, portafolios o bolsos que tengan estructuras rígidas y necesiten de materiales internos que le den firmeza

etc. Consiste en empastar el material externo con materiales de relleno. (Vallejos, 2013)

- **Envivado:** consiste en la colocación de vivos rígidos como el vivo espagueti en partes claves del bolso para una buena estructuración. (Vallejos, 2013)

La técnica de fabricación o armado del bolso es la fase de fabricación más importante en la marroquinería pues de aquí dependerá el efecto estético y visual final del producto. La inclinación de la técnica dependerá del tipo de propuesta planteado más adelante.

- **Materiales**

Existe una gran variedad de materiales utilizados para la marroquinería, es decir que se podría llegar a utilizarse una amplia gama de materiales para su confección, teniendo en cuenta, que estos principalmente serán usados con rellenos internos, que son los que le otorgan estructura y forma a un bolso y una cartera (Vallejos, 2013).

Los materiales se dividen en:

- **Tejidos base.**-La tela base es el material usado en la parte externa del bolso se puede utilizar tejidos planos como: gabardinas, tafetas, popelinas, tejidos de punto como lycras, flecee, jeans, materiales no tejidos como la piel bovina. Caprina, porcina, cunicola, sintéticas como la cuerina.
- **Rellenos.**- Son los refuerzos internos que le dan cuerpo y firmeza al bolso o cartera, pueden ir pegados o cosidos, pueden ser tejidos no tejidos, elásticos o no elásticos. Entre los más usados están; cartón, cuero flex, suela, termo plástico etc.
- **Forros:** el material para forro debe ser más liviano, debe tener resistencia al desgaste, libre de estática para que no se adhiera al cuerpo externo por sus características se puede optar por materiales como: popelinas, rasos batistas y tafetas.

Del tipo de material usado depende mucho el objetivo final de cada bolso y su uso ocasional, un bolso de piel puede ser elegante, chic, innovador y fácil de combinar mientras que un bolsos de lona o cáñamo puede ser más informal a la hora de usarlo es por esa y otras razones que el material con el que se elabore un bolsos dependerá mucho su auge al momento de comercializarlo (Vallejos, 2013).

- **Insumos y Avíos**

Son la parte primordial en la planificación del diseño de un bolso, en ocasiones depende mucho del tipo de avío que se utilice para poder planificar la moldería, o elegir el material con el cual se va a confeccionar dicho bolso, o también dependiendo del avío que se use, dependerá el tipo de refuerzo que se utilice en el interior del bolso.

Existe una inmensa variedad de avíos, los cuales varían a su vez en diseños, materiales, formas, funciones, baños, colores, etc. Los avíos se diferencian fundamentalmente por:



Gráfico N° 3 : Insumos y Avíos .Marroquinería

Fuente: (ColombiaBolsos, 2015)

- Avíos funcionales:** cumplen una función concreta; sujetar, amarrar o trabar alguna parte importante de los bolsos.
- Avíos ornamentales:** cumplen alguna función determinada pero también sirven para adornar y decorar, como por ejemplo; las tachas, las etiquetas, el tira cierres con logos de marca, etc.

La función de los insumos y avíos es estética y funcional cada uno es usado para su función, cada insumo sirve también como detalle decorativo pues la calidad, el color y el material del insumo aportara como granito a la construcción y calidad del producto.

2.1.2.3 Ergonomía

La ergonomía conduce mucho el proceso de diseño y producción de bolsos, esta disciplina científica está relacionada con la comprensión de las interacciones entre los seres humanos y los elementos de un sistema y los métodos de diseño, esta aplicada en la elaboración de bolsos y carteras por su optimización en el bienestar humano y en el uso o desempeño del

producto. Su relación cuerpo- objeto permitirá establecer y estandarizar medidas para la elaboración de bolsos y demás accesorios, el punto de análisis con relación al cuerpo permitirán obtener: dimensiones del bolso, medidas de fuelles, anchos y largos de manijas, tamaños de bolsillos etc.

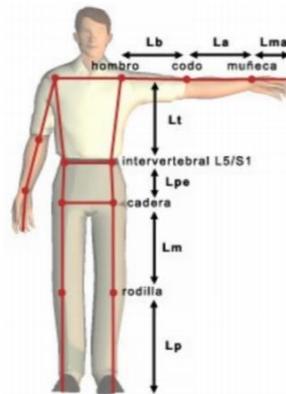


Gráfico 4 Biomecánica Ocupacional del Cuerpo Humano

Esta disciplina fundamenta la elaboración y diseño de bolsos con piel de conejo de dos formas, primero desde la investigación y adaptación de la ergonomía para estandarizar medidas corporales de la mujer Tungurahuese, segundo en la aplicación e interpretación del diseño para lograr bolsos ergonómicos y adaptables a las necesidades del grupo objetivo. Para lograrlo se usaran las técnicas investigativas para conseguir, análisis funcionales, cálculos biomecánicos, datos antropométricos, psicológicos y fisiológicos del cliente meta en las fases de planificación, diseño y evaluación del producto.

2.1.2.4 Conejo

El conejo doméstico procede del salvaje, aunque su domesticación no se sabe con certeza donde y cuando se inició. Algunos autores opinan que se inició en la antigua roma, en grandes parques, si bien se sabe que ya principios de Edad Media, en Bélgica, Francia, Holanda e Inglaterra, los monjes criaban los conejos en jaulas conejeras, sistema que luego se extendió por todo el mundo.

El conejo silvestre ha sido muy fácil de domesticar, pero ha conservado como ningún otro animal su aptitud para retornar a la vida salvaje. La técnica de la selección artificial, el clima, la alimentación, han perfeccionado la adaptabilidad al medio artificial para formar las más

diversas razas y variedades que se nos ofrecen con distintos tamaños y color, llegándose a obtener conejos de más de 9 kg, es decir casi cinco veces más que el conejo original. (López A. M., 1996, págs. 34,35)

La comercialización de pieles de muchos otros animales es extensa, infinidad de accesorios, vestimenta, pieles, lisas, texturizadas, con pelo etc. Pero lo cierto es que de toda esa gran demanda existe una baja innovación de materiales o pieles a proponer en la moda local. Por tal razón se ha visto la necesidad de crear otras fuentes de desarrollo como apoyo al artesano o a pequeñas industrias que buscan crecer dentro del ámbito empresarial de la provincia. Y nada mejor que con el conejo un animal noble y de gran aceptación alimenticia en Ambato y el país.

Crianza y producción

Grandes son los beneficios de la cría de conejos pues su manejo es fácil y sin complicaciones además su reproducción es muy rápida y abundante. Hablando de agentes nutricionales es una carne con mucho aporte energético y proteínico lo que lo hace ideal en la alimentación familiar. Sus pieles y cueros pueden ser vendidos, curtidos o comercializados para crear vestimenta, accesorios, adornos para el hogar etc. Su alimentación es sencilla pues simplemente necesita pastos y residuos de cosecha y su estiércol sirve como abono para el suelo. (Casco, 1999, pág. 36)

La crianza y producción de conejos se ha incrementado en el país debido al gran aporte que este animal brinda al ser humano, en la alimentación con su carne pues se ha demostrado que su carne posee tres veces más proteína que el resto de carnes; en vestimenta con el uso de su piel pelaje en la peletería y chinchilla. Existen en el mundo innumerables líneas realizadas con la piel de este animal, pero en el Ecuador es una piel explotada escasamente debido al convencionalismo de proponer lo clásico, lo siempre de las micro empresas, tal vez por la costumbre y el desinterés de sobresalir y por la poca investigación del tema en cuanto al diseño, confección de esta piel cunicola.

Comercialización

El conejo es un animal poli funcional, es decir sirve tanto para la alimentación, compañía, comercio y aprovechamiento de su piel. Aunque en realidad estamos hablando de razas específicas destinadas para tipos de producción diferentes, esta especie posee una alta productividad como se menciona las siguientes:

- Carne- alimentación
- Piel- Vestimenta , Peletería, Marroquinería
- Excrementos- Abonos orgánicos (Sánchez, 2002, pág. 95).

El comercio de conejos en el Ecuador se da principalmente para uso gastronómico ya que su carne es consumida y muy apetecida en las zonas andinas, como segundo beneficio comercial que brinda este animal está el uso de su excremento como abono a los suelos cultivables de las diferentes zonas del país y el uso de su piel tiene el último propósito, por lo que se cree innovador y muy necesario proponer productos de moda elaborados en piel de conejo y con ello ganar una aceptación por parte del público femenino de la localidad a más de brindar posibilidades de obtener accesorios en piel únicos y de calidad.

Características del conejo

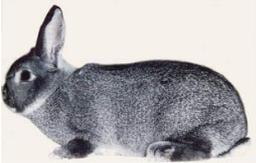
A nivel mundial la existen más de 45 razas reconocidas por la "Asociación Americana de Cunicultura". Cada raza de conejo posee un fenotipo especial que los diferencia de las demás razas y son las siguientes: (Sánchez, 2002, pág. 95).

- Razas productoras de carne.
- Razas productoras de piel o pelo
- Razas pequeñas empleadas como mascotas
- Razas de doble propósito (carne y piel)

Para seguir los lineamientos de calidad y desarrollo del proyecto se pretende usar las razas más conocidas en el país y las más aptas para su finalidad, la curtición al natural. Tomando en cuenta mucho de donde proviene, su alimentación y su tamaño.

Tabla 4

Razas de conejos

RAZAS DE CONEJO	COLOR DE PELAJE	PRODUCCIÓN	GRAFICO
CALIFORNIANO	Blanco con manchas negras en la nariz, orejas, patas	Carne Piel	
NEOZELANDES	Blanco Negro	Carne Pelo Piel	
CHINCHILLA	Gris Azulado Gris	Piel Carne Pelo	
REX	Blanco Castaño	Piel Carne	

Fuente: (López A. M., 1996)

El conocimiento de las especies de conejos, el medio del cual provienen, ayudaran enormemente al proceso productivo en la cadena de confección del bolso. El tamaño del conejo, el color de su pelaje, el grosor del cuero, la edad del animal, serán parámetros significativos para obtener pieles de calidad aptas para el curtido y confección de los distintitos tipos de bolsos femeninos.

- **Tamaño de las pieles**

Para el curtido o la utilización de las pieles del conejo en la producción de bolsos es importante conocer sus tamaños aproximadas pues de esto dependerá su utilización como material base o detalle al momento de elaborar el bolso.

Tabla 5

Tamaños de conejos

PROPORCIÓN	MEDIDAS	CONEJO
Grande	Ancho: 30 cm Largo: 42 cm	Chinchilla Rex
Mediana	Ancho: 25 cm Largo: 35 cm	Californiano Neozelandés
Pequeña	Ancho : 20 cm Largo : 30 cm	Angora

Fuente: (Rojas , 2013)

Del tamaño de las razas de conejos existentes en el mercado local dependerá la capacidad de producir un bolso completo o piezas como detalle, pues la mayoría de animales poseen una longitud promedio de 35 cm a 25 cm del cual se puede calcular un rendimiento de un bolso con piel de conejo. De acuerdo al diseño será necesario calcular el rendimiento de pieles necesarias para su producción.

Tipo de pelambre

Los tipos de pelambres o pelos ayudaran también a desarrollar bolsos con detalles óptimos, suaves y elegantes por su color natural, su contextura y largo ayudaran a crear propuestas de diseño y estilos para la mujer actual.

Tabla 6*Tipos de pelambre. Conejos*

CONEJOS	CARACTERÍSTICAS DEL PELO	LONGITUD
Rex	Corto, liso, aterciopelado	13 mm
Angora	Largo , sedoso	30 mm
Chinchilla Californiano Neozelandés	Suave, sedoso y espeso	18 mm.

Fuente: (Rojas , 2013)

Los largos diferentes que posee el pelo del conejo ayudaran a dar volumen y forma a los bolsos y tendrán la facilidad de combinarlos con cualquier atuendo. La contextura y espesor de la piel también será otro factor determinante al momento de curtir en caso de utilizar el pelambre.

2.1.3 Curtido

El curtido es el proceso de convertir la piel de un animal putrescible en cuero imputrescible, tradicionalmente con tanino, un compuesto químico ácido que evita la descomposición y a menudo da color. Actualmente existe variedad de curtidos, unos muy contaminantes y otros sustentables con el medio ambiente. Sin duda el curtido es uno de los oficios más antiguos del mundo es el de curtir pieles animales, Su práctica viene desde la prehistoria donde nuestros antepasados comenzaron a utilizar piel de los grandes mamíferos para protegerse de las inclemencias del tiempo, no obstante, empezaron a darle tratamiento y detener su putrefacción y deterioro. (Barbado, 2003, pág. 117)

Las etapas del curtido son:

- Preparación.
- Curtido y otros tratamientos químicos.
- Terminación de la superficie.

2.1.3.1 Preparación de la piel

Salado.- La preparación inicia adhiriéndolas de sal completamente. Esto puede hacerse con sal durante un periodo de 30 días, o con salmuera, agitándolas en un baño salado durante 16 horas aproximadamente.

Secado: Es uno de los métodos más antiguos de conservación, y el método estándar utilizado, en la mayor parte de las pieles de reptiles, caprinos y peletería en general.

Remojo-Posteriormente las pieles remojan en agua limpia para eliminar la sal y en una solución de cal y agua se ablanda el pelaje. 6 horas a 2 días.

Pelambre.- El excedente de pelo se elimina usando un cuchillo tipo romo y dependiendo del tipo de cuero se puede usar enzimas para ablandar.

Descarnado: Descarnado. Esta es una operación mecánica que reciben las pieles con el fin de eliminar las carnosidades, la grasa y los trozos de piel deteriorada. Lo que se pretende plantear con la parte del curtido de pieles es conocer cuál es la mejor manera en obtener la materia prima del conejo y sin dañar o perjudicar el medio ambiente.

2.1.3.2 Tratamiento químico. Curtido

El curtido puede realizarse con métodos vegetales o minerales.

Curtido mineral

Es importante mencionar los más usados en el país.

- **Curtido Alumbre**

También llamado curtido blanco. Se utiliza principalmente para curtir pieles donde se quiere conservar el pelo. Se usa como solución curtiente al preparado constituido por 100 gramos de alumbre y 50 gramos de sal (cloruro de sodio) por cada litro de agua. Esta mezcla debe tener una densidad de 11° Baume. El tiempo requerido para la conclusión del proceso es

de 10 días para pieles pequeñas y hasta 40 días en pieles de mayor tamaño. (Capiroja, 1998, págs. 105,115)

- **Curtido al Cromo**

Se lo utiliza hace más de un siglo. A diferencia del procedimiento tradicional, que se basa en la utilización de vegetales como cortezas, maderas, hojas y raíces, en su mayoría de plantas tropicales o subtropicales como la mimosa, el quebracho o el castaño, evita que los cueros, con el paso del tiempo, se resequen. Las pieles, son sometidas a la acción de diferentes agentes químicos que interaccionan con las fibras de colágeno para obtener un cuero estable y durable. El curtido, consiste en transformar el colágeno de la piel en cuero por la reacción química de los curtientes sintéticos. (Capiroja, 1998, págs. 105,115)

- **Curtido Vegetal**

El curtido vegetal promueve la utilización de recetas antiguas o de origen vegetal extraída de plantas, árboles o arbustos pero trabajadas junto con la tecnología de modo que el proceso de curtido sea más amigable con el medio ambiente. Este procedimiento es llevado a cabo de forma artesana en la actualidad.

Las materias primas utilizadas para el curtido vegetal son los taninos naturales, disponibles de forma líquida o en polvo, que se obtienen de diversas partes de plantas como maderas, cortezas, frutas, vainas y hoja (Capiroja, 1998, págs. 105,115).

Para el desarrollo del actual proyecto es vital la utilización de tecnologías limpias y una gestión dirigida a reducir los efectos nocivos y contaminantes del proceso de curtido del cuero en el medio ambiente, y así convertir la industria de la curtiduría en un sector menos agresivo con el entorno inmediato y, por tanto, más innovador y productivo. Es por ello que se optará por el curtido vegetal.

2.1.3.3 Terminación de la superficie. Acabado

La fase de acabado del cuero depende mucho de la fase anterior, el efecto final deseado dependerá del tipo de engrasado realizado anteriormente y de este la calidad de la piel.

- **Teñido de los cueros**

Colorantes naturales

O tintes naturales están derivados de plantas, invertebrados o minerales. La mayor parte de los colorantes naturales son colorantes vegetales provenientes de plantas (raíces, bayas, cortezas, hojas y madera), y otras fuentes orgánicas como, por ejemplo, los hongos y los líquenes). (Capiroja, 1998, págs. 105,115)

Colorantes acrílicos

La pintura acrílica es una clase de pintura que contiene un material plastificado, pintura de secado rápido, en la que los pigmentos están contenidos en una emulsión de un polímero acrílico. (Capiroja, 1998, págs. 105,115)

- **Engrasado**

El engrase que se logra con la incorporación de aceites sintéticos y naturales. Dependerá mucho de la cantidad necesaria de aceite para su calidad. El aceite de pescado que es la sustancia más empleada, esta acción es sometida en veinticuatro horas.

- **Acabado**

La pieza final del rompecabezas del proceso de fabricación del cuero es la fase de acabado y es en aquí donde se debe obtener las características finales de la piel que estamos buscando. Las operaciones de acabado es la parte más complicada de toda la fabricación. El acabado influye de forma esencial sobre el aspecto, tacto y solidez de la piel. Un buen cuero siempre será el resultado de un buen proceso (Capiroja, 1998, págs. 105,115).

Tipos de Terminado

El acabado se puede clasificar en distintos tipos según:

- a) **Según la técnica:** abrillantables y con planchas, a soplete, a cortina
- b) **Según los productos:** caseínicos, plásticos o con polímeros, nitrocelulósicos, charol, poliuretánicos
- c) **Según su efecto y poder cubriente:** anilina, semi-anilina, pigmentado, fantasía, dobles tonos, platinados, etc. (Capiroja, 1998, págs. 105,115)

El curtido es el primer escalón en la fase productiva de los bolsos, es valioso conocer las pieles que se usaran para dicho proceso, a más del tipo de preparación, tratamiento y su acabado final. De toda esta fase se obtendrá productos amigables con el medio ambiente pues el método que se usara en el proceso de curtido es de forma vegetal, usando químicos y tintes ecológicos, para que al momento de desechar líquidos estos puedan ocasionar el mínimo daño tóxico al entorno natural cercano y en el caso de obtener desechos tóxicos estos serán manejados bajo normas del cuidado con el medio ambiente.

2.2 Marca referente



Gráfico N° 5 : Piel sobre piel. Marca

Fuente: (Piel sobre piel, 2013)

- **Marca “Piel sobre piel”**

Producto. Según Tumbes, (2014) de la RCN de Colombia, la marca Piel sobre Piel se encuentra localizada en Cundinamarca Colombia está dedicada a la elaboración de productos artesanales de calidad con materiales poco convencionales como la piel de conejo.



Gráfico 6 Productos. Piel sobre piel.

Fuente: (Piel sobre piel, 2013)

Concepto de diseño: Contemporáneo, elegante, sofisticado, versátil con toques étnicos colombianos.

Materiales: Cueros de distintitos animales e incluso peces, gallinas, y avestruces.

Confección: De todo tamaño y tipo, estructurados y sencillos

Tonalidades: una amplia gama de paletas de acuerdo a la temporada y a las tendencias de moda.

Precios: desde los \$30 hasta los \$100 en el exterior.

Mercado: Nacional e internacional, medio y medio alto.

Diseñadora. La artesana emprendedora Piedad Lucia Leal encargado de plasmar cada idea en realidad ha recibido cursos de diseño de modas del instituto de Diseño de Cundinamarca. El manejo del curtido sostenible, el diseño personalizado de los diferentes accesorios que propone Piel Sobre Piel inspiran a producir de una forma amigable con el medio ambiente, razón por la cual esta marca fue tomada como un camino a seguir y una cima que se desea alcanzar.

Ciente. El objetivo de la marca es la combinación de pieles de conejo con diferentes tonos y densidades de pelo, y ofrecer al usuario suntuosos accesorios personalizados como bolsos y mochilas, gorras, y bisutería.

Comercialización. A pesar de ser una marca joven posee un proceso tecnificado de la elaboración de sus productos, pero también posee líneas de productos artesanales, sus procesos van desde el curtido de las pieles, diseño, patronaje, comercialización y servicio post venta. (Tumbes, 2014). Esta marca colombiana posee variadas estrategias de marketing y una de ellas es el de ofrecer productos personalizados con la finalidad de cubrir necesidades específicas de sus clientes. A más de curtir sus pieles de forma natural y todo su proceso cuenta con la reutilización de otros materiales desechos por las grandes industrias (Tumbes, 2014).

Referente 2

“Me Accessories”



Gráfico N° 7: Me Accessories

Fuente: (Meaccessories, 2017)

Gabriela López inició vistiendo a las muñecas. Su gusto por el diseño empezó desde niña. Creaba nuevos vestidos y ropa para sus muñecas de papel, que eran conocidas como ‘cucas’. Su madre al ver esta pasión la inscribió los sábados en clases de corte y confección. Ese impulso le alentó. Terminó estudiando diseño de modas en la Universidad San Francisco de

Quito, en donde obtuvo una tecnología, pero, más tarde, se especializó en Marketing para la moda en Shangai (China) y Florencia (Italia). En 2010 regresó al país y creó Me Accessories como un pequeño emprendimiento de carteras y bolsos. Cuenta que decidió especializarse en estos accesorios porque considera que “una cartera la puede usar cualquier mujer; no es necesario tener una talla específica, únicamente gusto y las necesidades que se requieren”. Quiere que su emprendimiento se convierta en una industria y seguir dando trabajo a los artesanos.

Producto. A Gabriela López, diseñadora ecuatoriana de carteras y bolsos de cuero, en abril del año anterior fue una de las finalistas del concurso Independent Handbag Designer Awards, que se realiza cada año en Nueva York (EE.UU.). Su bolso Achira Stachel Handbag, de color beige, compite como Socialmente Responsable, que es un beneficio que otorga la organización a los países en vías de desarrollo. La cartera en competencia Para el festival, la diseñadora apostó por una cartera tejida de cuero en la parte frontal. Este se convirtió en su gran reto. Cuenta que su diseño es funcional. Está confeccionada hasta para guardar una laptop. Tiene tres divisiones. En el tejido, elaborado por Sánchez, se demoraron cuatro horas. Pensó en esa creación desde febrero y llegó a ella con base a su experiencia como mamá de una niña de tres años. “Es una de mis favoritas”, dice, pues señala que le permite llevar un montón de cosas desde comida hasta sacos. Ese bolso mide 39 centímetros de ancho por 28 de largo, pero la profundidad es una de las características principales. Vacía puede llegar a medir no más de un centímetro y medio, mientras que llena se expande hasta los 16 cm, lo que la hace original. Usó el color beige, porque cree que combina con todo lo que la mujer se ponga. “Gracias al talento de nuestros artesanos se logró armarla súper bien”, dice. Es parte de la colección de verano a la que llamó como Nuna (alma en kichwa). “Escogí ese nombre porque pienso que vamos dejando el alma en cada una de nuestras piezas”.

Diseñadora Gabriela López es una diseñadora ecuatoriana y finalista del Handbag Designer Awards, tiene 31 años, aspira a incursionar en el mercado de la moda de EE.UU. rivalizó con 1.500 profesionales de varios países y es la finalista del certamen mundial de creación de carteras. Su bolso en competencia fue elaborado con tejidos de cuero. Gabriela trabaja con artesanos de 28 talleres de Quito, entre ellos está quien teje sus creaciones en cuero, quien realiza las artesanías en tagua.

Comercialización. La venta de los productos se realiza en las tiendas “Me accessories” en algunos lugares del país, los mismos que se publicitan en la Web y en redes sociales, trabaja mediante alianzas estratégicas mediante el lema “La idea es que juntos lleguemos a progresar”.

Cliente. Se siente satisfecha de que sus productos se comercialicen por fuera. “En nuestro país hay artesanos calificados para elaborar productos de gama alta”, en el país, el cliente corresponde a un estrato medio-alto, que tiene gran poder adquisitivo y es utilitario, a la vez que vanguardista.

2.2.1 Visionario

Thakoon Panichgul es un diseñador de origen Americano

Según artículo de la revista Vogue- España Thakoon Panichgul pertenece a una nueva camada de diseñadores americanos de origen asiático que ha sabido modernizar el minimalismo americano y convertir sus accesorios en un esquema tecnológico de sofisticación "a la europea". Tailandés de nacimiento, y con tan solo 31 años, además de ser licenciado en económicas, estudió diseño en la Parsons School of Design de Nueva York.

Sus diseños asocian la actitud hacia una cultura en la cual cada accesorio se convierte en herramientas que facilitan la vida y cuyo valor se define desde lo tangible. Predomina la incorporación de tecnología en sus diseños.



Gráfico N° 8: Productos. THAKOON PANICHGUL

Fuente:(holafashion.es, 2014).

- **Descripción de los productos**

Concepto de diseño: futurista, minimalista, sofisticado, tecnológico (incorporación de cargadores solares para celular, GPS o sistemas de seguridad)

Materiales: Piel animal, sintéticos, tecnología textil

Confección: calidad, detalles simples.

Tonalidades: de acuerdo a la colección, temporada, inspiración y tendencia.

Precios: \$250 hasta \$750

Mercado: vanguardista.

Después de una investigación intensa de marcas y diseñadores de accesorios se llegó a Thakoon Panichgul un diseñador vanguardista que muestra la visión y la capacidad de interpretar el futuro de la moda en bolsos, el sueño o la realidad lejana de la combinación de la tecnología aplicada en la moda y lo más sensacional; al alcance de todos. Ideas como estas aportan significativamente al proyecto porque permiten saber que se necesita ver más allá de lo estético o funcional del bolso y diseñar productos que faciliten la vida diaria e incorporen la tecnología para hacerla más llevadera y dinámica.

CAPÍTULO III

3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis Externo

3.1.1 Análisis Pest

3.1.1.1 Entorno Político

El gobierno actual, ha propuesto luchar por una revolución ciudadana consistente en el cambio radical, profundo y rápido del sistema político, económico, social vigente, sin alejarse necesariamente de la Constitución de la República de Ecuador (2008) donde propone la separación de los poderes del gobierno ecuatoriano y su relación con la ciudadanía, las metas del gobierno se vislumbran sustentable y sostenibles para la sociedad ecuatoriana basados en el modelo socialista y con un estilo de vida basado en el desarrollo de proyectos gracias al Plan Nacional del Buen vivir (2013-2017) donde se plantean nuevos retos orientados hacia la materialización y la radicalización de proyectos nuevos para la ciudadanía. Es allí donde éste proyecto integrador encuentra asidero real.

El Lic. Lenin Moreno actual presidente del Ecuador ha establecido como líneas generales de trabajo siete sectores alrededor de los cuales se estructurará el trabajo gubernamental: políticas, producción, política exterior, seguridad social, hábitat y vivienda, infraestructura y recurso natural no renovable. (Asamblea Nacional, 2017)

Las políticas en el Ecuador han sido claras y han permitido implantar y potenciar el pilar productivo con la transformación en la matriz productiva, es uno de los retos más anhelados del país, el que le permitirá superar el actual modelo de generación de riquezas: concentrador, excluyente y basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de las y los ecuatorianos (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012, pág. 19).

Al hablar del fomento de la productividad desde hace años se ha potenciado el cambio de la matriz productiva con la finalidad de transformar la productividad a través del conocimiento y el talento humano para alcanzar el Ecuador del Buen Vivir, en el marco de una macroeconomía sostenible y así garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012, pág. 2013).

La Constitución de la República del Ecuador también reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y el derecho de emprender una actividad comercial o industrial en cualquier ámbito así como su capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo. Sin dejar de lado el interés público a la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010, págs. 8,9).

La creación de todas estas políticas a favor de los artesanos y pymes en el Ecuador en los últimos años ha otorgado infinidad de oportunidades pues si se toma en cuenta Las pequeñas y medianas empresas juegan un papel vital dentro del desarrollo del Plan del Buen Vivir el objetivo 10 menciona apoyar el cambio de la matriz productiva en el país, mediante la instauración de nuevas matrices económicas como la de la confección o producción de prendas de vestir o complementos de moda y con esto generar de empleos, crecimiento económico y aporte social. El principal objetivo del Gobierno actual es articular el trabajo entre los sectores público y privado, así como también brindar mayor protagonismo económico a la actividad productiva que cumplen las pequeñas y medianas industrias de Ecuador.

La instauración de todas estas y otras políticas favorecen de forma valiosa este proyecto pues impulsan al desarrollo y ejecución de nuevas empresas dedicadas a la confección de productos de moda con visión sustentable y de calidad a través del discernimiento y la capacidad de alcanzar un entorno saludable para la sociedad.

3.1.1.2 Entorno Económico

El entorno Económico del país, dependerá mucho de la creación de nuevas empresas en la búsqueda del cambio de la matriz productiva, para ello es importante conocer parte de la creación o aplicación de la legislación tributaria donde se detalla, que el SRI Servicio de Rentas Internas del país considera microempresa a toda entidad que ejerce una actividad económica de forma regular, ya sea artesanal u otra, a título individual o familiar o como sociedad, y cuyas ventas anuales son inferiores a 2.400 UF(Unidad de Fomento) ((\$53.510.856 según valor UF al 01/01/2015)). Por lo tanto las microempresas deben acogerse al régimen general de tributación. No obstante, cumpliendo con algunas condiciones especiales, se pueden acoger a regímenes simplificados de tributación, para el Impuesto a la Renta (artículos 22 y 84 de la Ley sobre Impuesto a la Renta), y para el IVA (artículo 29 de la Ley sobre impuesto a las Ventas y Servicios), que se abordan más adelante, además de poder optar a ser liberados de la obligación de llevar contabilidad completa (artículo 23 Código Tributario). (SRI Servicios de Rentas Internas, 2015).

En el crecimiento económico el Banco Mundial y la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) creen que lo peor ya pasó para la economía ecuatoriana después del terremoto del 2016 y sus incrementos para la recuperación económica con el alza del IVA al 14% y la aplicación de salvaguardias y que en el 2017 se alcanzará una recuperación que oscilará entre el 0,2 y 0,8%, lo cual equivale a un estancamiento económico, considerando que al menos se debe crecer al ritmo que aumenta la población: 2%. El pesimista del grupo es el FMI, que prevé un segundo año de recesión (-2,7%). El Banco Central del Ecuador no tiene una proyección para el 2017, pero las autoridades del Gobierno sostienen que la economía está en proceso de recuperación. Sin embargo, los factores que vienen empujando ese crecimiento son básicamente externos: deuda y precio del petróleo, que no controla el Gobierno. (Sosa, 2017).

Se registró una inflación mínima de -0,58% en junio 2017, según el último reporte del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Se trata de la inflación más baja en 10 años. La inflación acumulada en el sexto mes del año, es decir, de enero a junio, 0,32%, mientras que la anual (junio 2016 a junio de 2017) llegó a 0,16%.

La reducción del 2% al IVA y la eliminación salvaguardias prevén un mejor camino en la economía actual del Ecuador, Indicadores internacionales prevén un declive en la economía nacional en relación de otros países de Latinoamérica, pero las perspectivas del Banco Central del Ecuador son ambiciosas y prevén un crecimiento del 0.6% en relación del 2016 y con ello el incremento de empresas artesanales y pymes en el país.

La economía vigente del Ecuador contribuyera a la creación del actual trabajo pues los lineamientos que persigue son el cambio de la matriz productiva a través de empresas innovadoras y sustentables con el medio ambiente y con ello reducir los altos índices de desempleo, aportar al pago de impuestos para la creación de obras sociales, incidir al crecimiento económico en cada etapa del ciclo empresarial. La consolidación de este proyecto dará la oportunidad de ser la mejor y única empresa creadora de accesorios de moda para mujeres en piel de conejo del país.

3.1.1.3 Entorno Social/cultural

Enfoca su fuerza en el actuar social, efectos, actitudes, intereses, influencia y decisiones de compra, los factores sociales varían de acuerdo a la religión dominante, la actitudes hacia los productos y servicios, el impacto del idioma en la difusión de los productos en los mercados, el tiempo que la población dedica a la recreación y los papeles que los hombres y las mujeres tienen en la sociedad. Como los esquemas demográficos que tienen un impacto directo sobre las empresas. Los cambios en la distribución de la población afectan la oferta y la demanda de bienes y servicios de la economía del país. (Servicio de Rentas Internas).

Demográficamente hablando el Ecuador ha experimentado cambios demográficos en relación de los censos 1990-2001, 2001-2010 con un crecimiento de habitantes de 2,6 millones y 2,3 millones respectivamente. (INEC, 2010, pág. 2010). Una dilatación notoria en habitantes en relación del censo del noventa.

El conocimiento poblacional del número de mujeres existente y su aumento al pasar de los años ayudaran a la organización y desarrollo de productos innovadores que cubran las necesidades de este grupo de mujeres. La investigación y comprensión de sus ingresos,

hábitos de compra en bolsos, usos y demás ítems necesarios para su creación también servirán de soporte en la cadena de producción de bolsos en piel de conejo.

3.1.1.4 Entorno Tecnológico

El conocimiento de la tecnología vigente en el país es importante pues casi la totalidad de empresas del sector industrial posee tecnología. Su ayuda es invaluable, logra mejorar producción, reduce las barreras de entrada, y una producción eficaz. Pero un factor negativo es su cambio o avance constante lo que ocasiona que no todas las empresas adopten esta evolución a ritmos acelerados pues se vería perjudicado cada recurso de las mismas.(CORDICOM- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación,2016)

La tecnología hace que la producción sea más automatizada, rápida y de calidad para ello a nivel mundial los avances son extensos en cuanto a la producción de prendas y accesorios de moda.

Máquinaria automática de costura para cuero

Máquina automática RICHPEACE, es una máquina ideal para coser materiales de grueso calibre como el cuero pues posea una automatización que la hace ideal y tecnológica en la cadena de la producción de la marroquinera, tapicería y prendas pesadas. Su uso beneficia en el ahorro de tiempo, la precisión y la facilidad que demuestra para fijar todo tipo de costuras, se espera que el trabajo de confección con piel de conejo sea de la mayor calidad con el uso de éste implemento.



Gráfico N° 9: Máquinaria automática de costura para cuero

Fuente:(Richpeace, 2015)

Software de diseño

ELITRON CAD 2D

El impacto de las nuevas tecnologías Cad Cam para en el diseño de marroquinería es constante cada vez son más las empresas que proponen programas completos en esta línea de la moda. Como por ejemplo ELITRON CAD 2D Marroquinería que trabaja en entono a Windows un programa que se caracteriza por dar soluciones originales y sencillas a la industria del cuero, es un sistema abierto por lo que es compatible con todos los sistemas operativos CAD-CAM en el mercado



Gráfico N° 10: Software de diseño ELITRON CAD 2D

Fuente: (ELITRON, 2017)

Los empresarios confeccionistas a nivel del mundo y del Ecuador apuntan a entregar productos de calidad desde el diseño hasta la renovación de maquinaria buscando nuevas apariencias en telas y confecciones. La industria de Tungurahua trata transformar o adquirir maquinaria usada en la fabricación marroquinería con tecnología de punta, y con esto lograr producir ropa de la más alta calidad, tipo exportación, logrando materializar diseños que antes se quedaban plasmados en el papel.

Para la etapa de diseño, patronaje y escalado se pretende incluir software especializados en las áreas anteriormente mencionadas con la propósito de lograr rapidez y precisión de moldería. El conocimiento de maquinarias y herramientas tecnológicas que ayuden a mejorar la calidad de la producción de accesorios de cuero como medidas futuras a tomar para el crecimiento de la marca " VR"

3.1.1.5 Entorno Ambiental

Los impactos ambientales positivos o negativos generados por la producción o tratamiento de pieles animales de forma industrial o artesanal en la provincia de Tungurahua se encuentran regidos a organismos gubernamentales a leyes y normas del medio ambiente las mismas que extienden permisos o licencias ambientales para este tipo de trabajo. La curtiembre artesanal se encuentra regida de igual forma por la metodología y tratamiento de desechos líquidos. La descarga de líquidos de estas se puede reducir al uso de curtiertes ecológicas aplicadas en las operaciones de curtido (Reydoret, 2011).

Como redacta el artículo primero de la ley de prevención y control ambiental es exigencia de las pequeñas medianas y grandes empresas sujetarse a la ley de sostenibilidad ambiental con el fin de procurar en mejor ecosistema para futuras generaciones del país.

El proceso de curtido planteado por el presente trabajo busca cuidar el medio ambiente través de un curtido artesanal, un correcto manejo de desechos líquidos a fin de cuidar y salvaguardar el ecosistema en la región. El proyecto de elaboración de bolsos en piel de conejo tiene un potencial empresarial en el cambio de la matriz productiva, empujara al desarrollo a regiones dedicadas desde siempre a la elaboración de productos con piel animal pero con poca visión de moda.

3.1.1.6 Entorno Legal

De acuerdo a todo el requerimiento legal para poner en marcha el presente trabajo se muestran las siguientes leyes como soporte y apoyo en su desarrollo.

Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental

La ley de prevención y control ambiental (Decreto No.418, 2004) dispone:

Art.1 queda prohibido expeler hacia la atmosfera o descargar sobre ella, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones contaminantes que, a juicio de los Ministerios de Salud y del Ambiente, sus respectivas áreas de competencia, puedan perjudicar la salud y vida humana, la flora, la fauna y los recursos o bienes del estado o de particulares o construir una molestia. (Ministerio del Medio Ambiente, 2015, págs. ,95).

Ley de propiedad intelectual

Art. 1.- El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador. La propiedad intelectual comprende: Los derechos de autor y derechos conexos; La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes: (Las invenciones, Los dibujos y modelos industriales, Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados, La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales, Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales, Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio, Los nombres comerciales, Las indicaciones geográficas. Etc.) (IEPI - INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL, 2016).

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- a) Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos
- b) Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
- c) 5Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
- d) Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
- e) Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley. Nota: Artículo reformado por Ley No. 000, publicada en Registro Oficial 940 de 7 de Mayo de 1996.

Todas estas leyes servirán de apoyo, de una u otra manera ayudara en la prevención y control de la contaminación ambiental en la etapa de curtido y desecho de sustancias contaminantes, impulsaran la innovación artesanal, a ser propietarios de la parte intelectual de sus empresas y a ser protegidos por un gran número de leyes vigentes en el Ecuador. Al final se lograra que la propuesta de “Diseño de bolsos de moda con piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años producidos por el taller "Carlam's" en la parroquia de Quisapincha aporte al cambio de la matriz productiva.

3.1.2 Tendencia de consumo

Las tendencias de consumo actual se centran en una población del 51% que se encuentra en la edad de 25 a 35 años que pertenecen a la generación de los millennials al cual se enfoca el proyecto segmento femenino adulto quienes en la actualidad realizan sus compras on-line pero no les gusta seguir por internet a las marcas, sin embargo consumen también marcas novedosas. No consideran el discurso unidireccional, ni una estrategia global, independientemente del canal que elijan; premian la interacción, y exigen que las empresas realmente estén ahí, no solo que lo parezca estrategia comercial. (Pais, 2017, pág. 1)

La industria del cuero tiene un gran progreso en materia de diseño, producción y tratamientos existe variedad de productos, calzado de todo tipo, indumentaria, bolsas, carteras todo exclusivo de cuero. La industria se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados. Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.

La producción y variedad en el Ecuador alcanzaría alrededor de 350 mil cueros y pieles al año. Una buena parte de la demanda se orienta al mercado interno de calzado, marroquinería y confecciones, y gran parte de la producción de cuero y pieles se exporta.

Estadísticamente las cifras que este sector exporta en cuero (pieles) y sus confecciones, ascienden a: US\$ FOB 26,6 mm y sus principales destinos fueron: Italia, Venezuela, Perú y Colombia. Por su parte, las exportaciones del sector calzado ascienden a: US\$ FOB 38,9 mm y sus destinos principales fueron: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos. (PRO ECUADOR, 2015)

Tendencia de fabricación de productos en cuero.

Según estudios realizados por el Ministerio de Industrias y Competitividad realizado en 2011, denominado “Análisis de Competitividad de productos artesanales del Ecuador” el “sector cuero”, como se lo denomina en forma usual, genera un total de 800.000 empleos, de los cuales están divididos en 100.000 empleos en curtiembres, 330.000 en producción de calzado y otros productos en cuero, 80.000 en hormas, plantas y maquinaria y 290.000 en comercialización de los mismos. (FLACSO - MIPRO, 2011)

Entre las provincias con mayor actividad relacionada a las actividades artesanales de curtiembre, productos de cuero, calzado y marroquinería están Tungurahua, Imbabura, Azuay y Cotopaxi. La provincia del Tungurahua representa el 76% de la actividad artesanal total del sector. Sus principales talleres se localizan en los cantones de Ambato, Quisapincha, Baños y Cevallos (FLACSO - MIPRO, 2011).

La industria del cuero en el país, tiene una trayectoria relevante, gracias a leyes emitidas por el estado se ha logrado elegir primero Ecuador y así potencializar las pymes de accesorios en cuero. El desarrollo de este sector desde los años 70, mantiene un nivel artesanal, pero ante el crecimiento de las ciudades y el aumento demográfico, la oferta y demanda se han iniciado una industrialización tecnológica en la producción de cuero y sus derivados. No obstante "Carlam's" aún mantiene su confección artesanal, cuenta con muy poca maquinaria tecnológica, una de las debilidades de Quisapincha, zona productiva de accesorios y vestimenta en cuero con falencias de diseño, innovación, tendencias y moda. La creación de propuestas como las presentadas en este trabajo aportara a talleres artesanales como Carlam's y empujaran la calidad y renombre de la parroquia Quisapincha, conocida como la “Tierra Del Cuero”.

3.1.3 Segmentación del mercado potencial

Variable geográfica:

- Nacionalidad: Ecuatoriana
- Región: Sierra
- Provincia: Tungurahua
- Ciudad: Ambato
- Campo de acción: Universidad técnica de Ambato " Facultad de Diseño Arquitectura y Artes" Carrera de Diseño de Modas.

Variable demográfica:

- Edad: 25-35 años
- Sexo: Femenino.

Variable socio - económicas:

- Ingresos: mujeres con sueldos superiores a dos sueldos básicos \$1000,00.
- Ocupación: Profesionales, empresarias y o dueñas de negocios propios, ocupaciones personales, redes sociales etc.
- Educación: de segundo y tercer nivel
- Nivel económico de vida: Medio alto y Alto.

Variable psicográficas

Mujeres espontaneas con anhelos de sobresalir en su trabajo en su existencia diaria, manteniendo siempre su estilo propio como sello personal ante cualquier eventualidad de la Vida.

- Personalidad: Audaz, critica, visionaria ante los problemas del diario vivir. Sensitiva ante los cambios que el mundo ofrece, receptiva al adaptarse a nuevas ideas y esquemas bajo sus lineamientos en cualquier parte del mundo. Una mujer cosmopolita.

- Estilo de vida: Social, evolutivo y cambiante, capaz de aceptar o rechazar culturas, ideas, comunicación, y tecnología; cuenta mucho sus ideales.
- Intereses: Trabajo
- Gustos: Comida sana, deporte, redes sociales.
- Inquietudes: Economía, Salud

Variables conductuales

- Compras emotivas en fechas especiales.
- Compras lógicas por gusto, moda o necesidad personal.
- Frecuencia de compras, mensual o en fechas especiales.
- Horas precisas de compras tardes y noches y de preferencia días viernes, sábado y domingo.
- Compras por internet de forma continua.
- Formas de pago (crédito y contado).

- **Estilo de vida.-** Se ha concluido que la mujer ambateña ostenta un estilo de vida acelerado entre el trabajo, hogar, amistad, distracción y deporte. Asiste a reuniones de trabajo, eventos sociales etc. Por lo que será necesario bolsos funcionales, ergonómicos y adaptables.
- **Percepción del valor.-** Medio y medio alto, y para ello se creara productos a precios competitivos pero con materiales de la más alta calidad.
- **Motivos y comportamientos de compra.-** preferencias de comprar para eventos importantes, sabiendo que sus lugares más frecuentados son reuniones de trabajo, negocios y eventos sociales.
- **Intereses y aficiones:** Trabajo, familia, amigos y vida social. Verse bien ante todo. Elegancia y distinción
- **Búsqueda de beneficios en los productos:** Mujeres en búsqueda de calidad y funcionalidad en cada accesorio que adquieren, calidad al preferir piel animal genuina al adquirir bolsos y funcionalidad al preferir productos que cubran necesidades de la vida diaria sin dejar de lado la elegancia.
- **Volumen de compra:** moderado, quincenal en menor proporción y mensual en su mayoría.

- **Sensibilidad de precio:** alto, pues buscan y necesitan productos que cumplan lo que prometen.

3.1.4 Análisis del sector y del mercado de referencia

En Ecuador la manufactura de cuero, calzado y productos de marroquinería se extiende en las provincias de Carchi- Atuntaqui, Azuay- Cuenca y Tungurahua. Ambato cuenta con 272 empresas textiles registradas y ocupa el segundo lugar con el 19%. Según la Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua (CAPIT), en diversos géneros de vestido y ocupa el cuarto lugar en la actividad industrial de producción de cuero, más específicamente “producción de cueros curtidos y elaboración de productos del mismo”); esta actividad es la quinta de la provincia en generación de empleo, 246 personas ocupadas (Ministerio deCordinacion y Produccion Empleo y Competitividad, 2015).

La provincia de Tungurahua es la segunda provincia con mayor número de producción en cuero por lo que la propuesta del presente proyecto en piel de conejo tendrá un gran impacto pues al ser una piel poco comercializada en el país se prevé que la mujer adquiera un interés por conocer los bolsos en piel de conejo.

3.1.5 Índice de saturación de mercado potencial

El valor de conocer la población femenina a nivel macro (mundo), meso (Ecuador) y micro (Tungurahua) aportara menormente como proyección en la etapa productiva de los bolsos en piel de conejo amas de ayudar a segmentar de mejor manera el mercado potencial de mujeres de Tungurahua.

Los índices demográficos de las mujeres entre 25 y 35 años de edad muestran a continuación los niveles de saturación que podría existir en la oferta y demanda de bolsos femeninos en piel cunicola.

- **Macro- Mundo**

Según datos recientes de la CIA (Central Intelligence Agency) y las Naciones Unidas, en el mundo hay actualmente un 50,4 % de hombres y un 49,6 % de mujeres. Es decir existen 3.650 millones mujeres, y de acuerdo a las necesidades investigativas del proyecto se ha encontrado que existen el mundo concentra 1.447.244 mujeres entre 25 a 35 años (Organización de las Naciones Unidas ,2013).

- **Meso – Ecuador**

El INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) informa en el censo realizado en el 2010 el país ampara a 16'39 millones de ecuatorianos de los cuales 8'087.914 son mujeres y de estas mujeres solo 2'291.756 se encuentran entre 25 y 35 años de edad (INEC, 2010).

- **Micro – Tungurahua**

En el fascículo provincial de Tungurahua el INEC informa que de su población total el 51.5% - 259.860 son mujeres de las cuales el 23.8% - 61.846.68 corresponde a mujeres de 25 a 35 años.

Esta parte importante de la población de Tungurahua ha dinamizado el crecimiento de la economía de la provincia, estas mujeres con acelerado ritmo de vida y su constante movimiento entre el deseo de percibir cosas nuevas y el de conservar formas de vida ya practicadas y aceptadas, hacen de la población un mercado a explotar. Los índices poblacionales ayudaran a definir la saturación del mercado de acuerdo a la oferta y demanda de productos en piel de conejo.

3.1.6 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

En el mercado actual de la moda de bolsos en cuero es muy importante saber cuál es la posición del presente proyecto y la de la competencia, con la finalidad de medir el grado de

relación que existe entre ambas y de esta manera aprovechar las oportunidades que se presenten y al mismo tiempo descubrir fallas y mejorar esos puntos débiles.

Se trata de un mercado que no está saturado en su totalidad, pues a nivel local se consideran productos novedosos y de reciente entrada en los nichos de la industria del cuero.

Para este análisis se ha investigado marcas muy similares existentes en el país y Tungurahua y para ellos se ha tomado como punto comparativo a Qiwa, Moda Giselle y G&M respectivamente.

Tabla7

Análisis Competitivo. Benchmarking.

ANÁLISIS COMPETITIVO - BENCHMARKING				
INDICADORES	NACIONAL ECUADOR	PROVINCIAL TUNGURAGUA	LOCAL AMBATO	CONCLUSIÓN
	<i>QUIWA</i>	<i>MODA GISELLA</i>	<i>G & M</i>	
	Cuenca	Cevallos	Ambato	
DISEÑO	Estéticos, tienen concepto, se rigen bajo tendencias de moda, cubre necesidades.	Básicos, carecen de concepto y tendencias. Comunes en el mercado.	Influenciado por imitaciones de marcas internacionales.	La moda de accesorios en el país posee muy poca innovación, funcionalidad y manejo de diseño. Se rigen más por copiar o imitar a marcas internacionales.
PRODUCTOS	Industriales Productos sofisticados y materiales innovadores como la piel de conejo. Carteras, bolsos, abrigos Y calzado	Industriales Accesorios y calzado en cuero, como: guantes, carteras, cinturones, billeteras, bolsos, maletas, botas, tacones.	Artesanales Variedad de accesorios: Estilos de indumentaria: Materiales sintéticos y artificiales	La mayor parte de marcas fabrican gran variedad de productos y vestimenta en cuero. No se encuentra marcas especializadas únicamente en bolsos de mujer.
TARGET	Hombres y mujeres de todas la edades de nivel económico medio alto - alto	Hombres y mujeres de todas las edades de un nivel económico medio	Mujeres adultas Nivel económico medio - medio alto	En su mayoría no poseen un perfil del cliente al cual enfocar sus productos
PRECIOS	Precios oscilan entre \$ 75 y 350\$	Desde los 20\$ hasta \$75	Desde \$10 hasta \$150	Existe un valor promedio de entre \$20 a \$300 de acuerdo al material y al producto. Por productos poco o nada innovadores.
MARKETING Y VENTAS	Regalos por compras Redes sociales Envíos nacionales	Publicidad en radio Ventas en local propio	Regalos y descuentos por temporadas o fechas especiales	No poseen estrategias de marketing y ventas bien definidas, la mayoría simplemente

	e internacionales Diseños personalizados		como el día del amor, la mujer, de la madre o navidad.	publicita en medios de comunicación o regala productos o descuentos por compra.
SERVICIO POST – VENTA	Base de datos clientes Para publicidad de nuevos productos.	Carecen de servicio post venta.	No poseen servicio post venta.	No poseen un servicio después de la venta, por lo que las hace vulnerables ante la competencia

Se puede observar que para la comparación de estas tres marcas se ha tomado en cuenta los siguientes indicadores: diseño, desarrollo de productos, target al cual se dirigen, el precio al mercado, estrategias de marketing y servicio post venta. Debido a la importancia de estos en la cadena de valor en el desarrollo, producción y comercialización de accesorios en cuero.

De acuerdo al análisis realizado se puede establecer que en país no existen marcas directamente relacionadas y enfocadas a producir bolsos femeninos en piel de conejo y al no existir marcas que realicen carteras en piel de conejo en el país el presente trabajo tiene todas las posibilidades de un crecimiento óptimo, pues al no contar con empresas o marcas que propagan productos de este tipo en el mercado los hace idóneos en su ejecución. La comparación de marcas, productos y estrategias obtenidas en el benchmarking brindaran las posibilidades de fortificar aquellas debilidades.

3.2 Análisis interno

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

Para la colección de bolsos con la aplicación de la piel de conejo se cuenta financiado por el autor del proyecto con los siguientes recursos:

- Bien –inmueble
- Personal administrativo
- Operarios
- Personal de ventas
- Materiales y insumos

- Obtención de las pieles de conejo.
- Costo de maquina en el taller Carlam's para la producción de los bolsos

Tabla 8

Recursos disponibles Carlam's

RECURSOS DISPONIBLES CARLAM'S			
Bienes Muebles	Oficina	2 Escritorios, 2 Computadores, 1 Impresora	
	Maquinaria	1 Maquina recta – pesado, 1 Poste, 1 Ribeteadora, 1 Devastadora ,1 Cortadora vertical - tela	
Insumos	Oficina	Hojas papel bond, Cartón molderia, Tijeras.	
	Producción	Taches, Broches, Cremalleras, Hebillas, Mosquetones, Reguladores, Hilos, Pegantes.	
	Diseño	Presillas, Tizas, Cintas métricas, Minas	
Materia Prima	Curtido	Tanino, anilinas, grasa, sal,	
	Producción	Textiles	Forro, lonas, lanas, gabardinas.
		Cueros	Bovino, caprino, porcino
		Rellenos	Goma Eva, Cartón, Espuma
Talento Humano	Oficina	Jefe, 1 contadora	
	Producción	5 operarias	
	Ventas	1 vendedor	

Todos estos recursos ayudaran a conseguir el trabajo deseado en la producción de bolsos en cuanto a maquinaria, infraestructura y experiencia de sus trabajadoras. La incorporación de un área de diseño tendrá una mejor innovación en los productos a elaborar a futuro y dentro de incorporaciones se ha creído necesario incorporar una cadena de valor a las fases de producción de bolsos.

3.2.2 Análisis FODA

Debilidades

- Déficit en el abastecimiento o producción de piel de conejo
- Falta de interés en la sociedad al apoyar a marcas nuevas.

Amenazas

- Inflación económica a nivel mundial.
- Deuda externa del país, pues con ello el gobierno aplica nuevos impuesto o incrementa los existentes y por ende encarece la producción de bolsos.
- Incremento de pieles sintéticas en el mercado.
- Excesiva importación de bolsos chinos.
- Desestabilidad económica del Ecuador.

Fortalezas

- Innovación de bolsos en materiales poco convencionales.
- Un buen análisis de mercado y segmentación del mismo.
- Conocimientos de diseño, patronaje y confección de bolsos.
- Ser la primera marca en bolsos de piel de conejo de la Provincia.
- Mano de obra calificada y con experiencia

Oportunidades

- Apoyo gubernamental al cambio de la matriz productiva. Producción en cuero-marroquinería.
- Crecimiento industrial de marroquinería en Tungurahua.
- Facilidades del gobierno para exportar a otros países.
- Un amplio mercado local, nacional e internacional.
- poca oferta de productos en piel cunicola.
- Convencionalismo de productos en los puntos productores de accesorios en cuero de Tungurahua.

Cuadro del análisis FODA

Tabla 9

Análisis estratégico FODA

ANÁLISIS FODA	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES		
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> -Innovación de bolsos en materiales poco convencionales. -Un buen análisis de mercado y segmentación del mismo. -Conocimientos de diseño, patronaje y confección de bolsos. -Ser la primera marca en bolsos de piel de conejo de la Provincia. -Mano de obra calificada y con experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> -Apoyo gubernamental al cambio de la matriz productiva. Producción en cuero- marroquinería. -Crecimiento industrial de marroquinería en Tungurahua. -Facilidades del gobierno para exportar a otros países. -Un amplio mercado local, nacional e internacional. -poca oferta de productos en piel cunicola. Convencionalismo de productos en los puntos productores de accesorios en cuero de Tungurahua. 		
Análisis Externo	<th data-bbox="379 963 855 1019">DEBILIDADES</th> <td data-bbox="855 963 1342 1417"> <th data-bbox="855 963 1342 1019">AMENAZAS</th> </td>	DEBILIDADES	<th data-bbox="855 963 1342 1019">AMENAZAS</th>	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> -Se cuenta con poca tecnología para producir -Falta de recursos económicos -Déficit en el abastecimiento o producción de piel de conejo.. -Falta de interés en la sociedad al apoyar a marcas nuevas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Inflación económica a nivel mundial. - Deuda externa del país, pues con ello el gobierno aplica nuevos impuesto o incrementa los existentes y por ende encarece la producción de bolsos. Incremento de pieles sintéticas en el mercado. -Excesiva importación de bolsos chinos. Desestabilidad económica del Ecuador. 		

El presente análisis nos brinda la capacidad de poder enmendar errores al momento de desarrollar el actual trabajo mediante una evaluación detallada al inicio de la creación de la imagen corporativa VR, esto influirá en el éxito a un largo plazo, así como la valoración del potencial interno, estrategias de marketing y un plan de negocios para lograr posicionarse en el mercado local de la moda de accesorios femeninos en piel de conejo.

3.2.3 Análisis de cadena de valor

La aplicación de una cadena de valores en la marca VR nos proporcionara un modelo para un correcto manejo, revisión y corrección de sus eslabones en la cadena de producción de bolsos. Ayudará también a definir el esquema para diagnosticar fortalezas y debilidades dentro de los mismos con el fin de buscar estrategias que ayuden a producir bolsos bajo parámetros de calidad total. Para un correcto entendimiento a continuación se plantea de forma detallada cada eslabón de la cadena de valor para la producción de bolsos.

3.2.3.1 Eslabón de investigación y desarrollo

- **Investigación**

La fase investigativa es significativa pues este será el punto de partida en la creación de bolsos adecuados y estéticos enfocados para la mujer de 25 a35 años de Tungurahua.

Se planea una investigación al mercado objetivo; para saber cómo llegar de mejor manera al consumidor y una exploración en tendencias de moda para combinar gustos y preferencias con influencias de moda vigentes.

Investigación mercado objetivo; por estilos y perfiles, Gustos, preferencias en bolsos, estilos de vida, percepciones de valor, comportamientos o motivos de compra, volúmenes de compra y frecuencias de uso. Con el fin realizar propuestas que cumplan expectativas de producto y marca.

Investigación tendencias de moda; formas usadas en diseño, estructuras o tipos de bolsos, colores acento o combinaciones, texturas lisas, suaves, trabajadas, mates, brillosas etc.; y materiales externos, tipos de pieles, forros, rellenos; insumos metálicas, madera, plástico tales como manijas, cremalleras, taches, broches, reguladores, mosquetones etc.

El beneficio de indagar a fondo estas fases para la creación de bolsos en piel de conejo, permitirán crear bolsos estéticos funcionales y con conceptos técnicos y semióticos, ya que denotara lo que la mujer actual busca en su compañero inseparable “el bolso”.

- **Desarrollo de productos**

Una vez conseguida la información necesaria de las necesidades de la mujer, materiales, insumos, colores a usar el desarrollo de los productos estará trabajada bajo parámetros de diseño, los mismos necesitan establecer:

Un **prototipo**, en este caso femenino, pues la propuesta ya define el prototipo en el cual se trabajara, una **inspiración Nómada** de la cual se partirá en el proceso creativo de los bolsos, las **formas** que se usar en la construcción de los bolsos, una **influencia** ya sea social, retro, étnica, tecnológica etc. para lograr un concepto de producto. Todo trabajado para una **temporada o cronograma** definido o importante dentro del calendario de fechas importantes del Ecuador ya que el país no posee temporadas estacionales definidas y su **gama** de confección pudiendo ser, alta costura o exclusividad, moda lista para llevar o una producción para un mercado de masas.

Para un buen manejo del eslabón de desarrollo de nuevos productos es necesario **crear una marca** como resguardo a todo este proceso, la misma que contara con una **identidad** propia en sus diferentes variables graficas de uso y una **personalidad** como soporte en la comunicación de marca y consumidor. Y con ello la creación de empaques, etiquetas permanentes y colgantes con la identidad grafica de la marca. Todo de acuerdo a normas de etiquetado en la confección como muestran la norma NTE INEN 1875 emitida por el INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) (INEN, 2017).

“La marca es intangible, pero es la esencia que perdura, el respaldo y quien puede apropiarse de cualquier producto”. (Inexmoda-ISCI, pág. 56).

3.2.3.2 Eslabón de Abastecimiento de Materiales y Materia Prima

- **Logística de entrada:**

- a) **Recopilación de datos;** proveedores de todos los materiales existentes para la elaboración de bolsos en marroquinería. Pielés sintéticas. Pielés genuinas;

cunicola, bobinas, caprinas. telas base; gabardinas, fieltros, linos jeans etc. Materiales de rellenos; foamy, cartón espumas etc. Insumos y pegantes a usar dentro lo establecido en la fase creativa.

Se muestra a continuación algunos de los proveedores principales y más importantes en el segmento cuero de Ambato.

Tabla 10

Ficha Proveedor 1

Dimar	
Dirección	Ambato - Darquea N 8 - 21 entre Fernández y Maldonado
Teléfono:	0984669688 - 0998702621 – 032828064
Insumos para zapatos y marroquinería. Cueros, sintéticos, pegantes, hilos, ataches, tintas, bondeos, herrajes.	

Tabla 11

Ficha de proveedor 2

Yolanda Salazar	
Dirección	Ambato - Luis A. Martínez 08-11 y Juan B. Vela
Teléfono	032421280-032825341
Textiles e insumos para la confección de vestimenta zapatos accesorios y marroquinería. Pegantes, sintéticos, cueros, esponjas, hilos, herrajes, velcros, film adhesivo.	

Tabla 12

Ficha de proveedor 3

Curtiduría San Vicente	
Dirección	Ambato – Tres Juanes
Teléfono	09
Cueros y pieles (vacuno, caprino, chivo, borrego, conejo) para la confección de vestimenta zapatos accesorios y marroquinería.	

3.2.3.3 Eslabón de Producción

- **Procesos:**

En esta fase de transformación después de la investigación y conocimiento de lugares proveedores de materias primas, materiales e insumos para lograr el producto final. Se clasifica los procesos dentro de la confección más significativos:

- a) **Patronaje** de acuerdo al diseño material se procede a elaborar la moldería bajo esquemas de patronaje para marroquinería.
- b) **Corte.** De acuerdo al tipo de material a cortar. Manual en el corte de cuero y a máquina de corte vertical los materiales textiles.
- c) **Confección;** que parte del dibujo de modelo y especificaciones técnicas y de confección contenidas en fichas técnicas de cada modelo.
- d) **Revisión** de calidad por parte del dpto. de terminado con la finalidad de corregir o reprocesar productos que no cumplan con las normas de calidad de la empresa.
- e) **Empaque y bodega** adecuada de acuerdo al producto y su tamaño para ser transportado a bodega de donde se distribuirá posteriormente al almacén o directamente al cliente.

3.2.3.4 Eslabón de Comercialización

En el eslabón de comercialización se toma en cuenta las actividades que impulsaran el área de publicidad, su fuerza de ventas, promoción de acuerdo al mercado meta y desarrollo de propuestas comerciales innovadoras.

- **Logística de salida:**

Para ello se trabajara en las siguientes áreas:

- a) **Marketing y ventas**

Publicidad, se trabajara planes publicitarios capaces de llegar a la mujer de la localidad.

Ventas, con personal calificado.

Promoción, especiales por compra, redes sociales, medios de comunicación local.

b) Post venta

Asistencia técnica en el caso de necesitar servicio de ventas a domicilio.

Reparación de bolsos con alguna rotura con costos mínimos.

Garantías en fallas de producto. (Cierres, herrajes, taches, broches).

Finalmente, y con base de los resultados obtenidos en proceso metodológico de la cadena de valor aplicada a la confección de bolsos en piel de conejo para mujeres de 25 a 35 años de Tungurahua, se definen las estrategias y acciones necesarias para mejorar dicho proceso y obtener bolsos de la más alta calidad. Es decir las necesidades que surgieron con el análisis serán tomadas como punto de mejora indispensable

CAPÍTULO IV

4 MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

Para una mejor comprensión y conocimiento de las mujeres entre 25 y 35 años de la provincia de Tungurahua es importante establecer las siguientes variables a perseguir para el desarrollo de bolsos en piel de conejo.

Tabla 13

Segmento de Mercado

MUJERES		
<ul style="list-style-type: none"> ● Nacionalidad: Ecuatoriana ● Región: Sierra ● Provincia: Tungurahua ● Ciudad: Ambato ● Campo de acción: Universidad técnica de Ambato " Facultad de Diseño Arquitectura y Artes" Carrera de Diseño de Modas. 		
Variables demográfica	Variable socio-económica	Variable Psicográficas
<p>Edad: 25-35 años</p> <p>Generación Millennials: la mujer perteneciente a la generación Millennials ha aplazado una vida de hogar y familia. Y tienen preferencia a vivir en unión libre, pues estas mujeres prefieren tener más poder adquisitivo para un mejor futuro, invierten su dinero en viajes, educación y vestuario.</p>	<p>De acuerdo a los ingresos: mujeres con sueldos superiores a \$500.</p> <p>Ocupación: Profesionales, empresarias y o dueñas de negocios propios, ocupaciones personales, redes sociales etc.</p> <p>Con una educación de segundo y tercer nivel.</p>	<p>Personalidad, Audaz, crítica, visionaria ante los problemas del diario vivir. Sensitiva ante los cambios que el mundo ofrece, receptiva al adaptarse a nuevas ideas y esquemas bajo sus lineamientos en cualquier parte del mundo. Una mujer cosmopolita.</p> <p>Con un estilo de vida; Social, evolutivo y cambiante, capaz de aceptar o rechazar culturas, ideas, comunicación, y tecnología; cuenta mucho sus ideales.</p> <p>Perfil de consumidor; Mujer contemporánea que acepta los surgimientos sociales y económicos de las últimas décadas, es una mujer evolutiva a su esplendor. Su actitud</p>

		responde más a su propio estilo y no a su entorno inmediato. Gustos y Preferencias: Comida sana, deporte, redes sociales.
--	--	---

Marketing Mix: Producto, precio, plaza y persona

La instauración de estrategias para el desarrollo de nuevos productos determinara el correcto camino hacia un buen manejo de la calidad interna. Su enfoque está en el desarrollo y empuje de estrategias para el producto, el precio, la plaza, promoción y persona; Las 4 p del marketing mix (Kenneth. O. Clow, 2015).

Producto

Para desarrollar bolsos en piel de conejo acorde al mercado objetivo y que cumpla expectativas de calidad, diseño e innovación se plantea las siguientes características necesarias en el perfeccionamiento de nuevos productos.

- **Atributos del producto:** mediante la creación de la cadena de valor mostrada anteriormente para conseguir procedimientos de calidad en la confección de bolsos.
- **Características únicas y mejoradas:** el material (piel de conejo) lo hace único en el mercado, y de acuerdo a la tipología de bolsos serán desarrollados bajo parámetros ergonómicos ideales para la mujer de Tungurahua.
- **Diseños estéticos y funcionales;** trabajados para satisfacer necesidades del grupo objetivo. Baja tendencias de moda y necesidades de la mujer.
- **La fundación de una marca o nombre de diseñador;** como apoya y respalda el desarrollo del producto
- **Empaques y etiquetas** adecuados para la promoción del producto, trabajados bajo especificaciones y normas técnicas en la calidad de la confección, todo para un buen manejo de la información y características del producto. (Kenneth. O. Clow, 2015)

Precio

Una estrategia de penetración al mercado será la propuesta en la iniciación de la línea.

- **El precio de lanzamiento** será accesible y cómodo como estrategia de posicionamiento, una vez ya ganado mercado y fama se prevé un incremento de acuerdo al mercado, su vinculación con el precio estará ligada a la calidad y funcionalidad del producto como parte esencial en la supervivencia de la marca. El costo inicial de los accesorios está determinado por el resultado de la investigación realizada al mercado objetivo, valores accesibles en relación con la competencia. Bolsos con un precio promedio

La determinación del P.V.P precio de venta al público real estará estipulada tras el desarrollo de un análisis de costos de producción y un margen de ganancia del 50%.(Kenneth. O. Clow, 2015)

Promoción

La estrategia planeada para una buena promoción que ayuden a comunicar de forma creativa la marca y los beneficios de adquirir bolsos en piel de conejo. De la planificación de estas herramientas dependerá el posicionamiento de la marca. Para la promoción de los productos que componen la colección se planea una excelente

Publicidad (Posicionamiento y promoción)

- **Campaña publicitaria.**
- **Redes sociales** donde la expectativa de la comunidad buscara descubrir el enigma.
- **En medios de comunicación escrita** locales se mostrara el imagotipo de la marca con una imagen representativa y con significado connotativo. Anuncios en audio y video para radio y televisión local donde procuraremos crear interés con el nombre y concepto de marca.
- **Como promoción de ventas** se prevé precios especiales por introducción al mercado y premios por compras realizadas en los canales de mercadeo y redes sociales. (Kenneth. O. Clow, 2015)
-

Plaza

Los canales de distribución escogidos para la comercialización de los productos son selectivos poseen dos caminos para su llegada al consumidor final. (Kenneth. O. Clow, 2015)

Directo corto

- **Tienda Propia.-** de la empresa ubicada en la parroquia Quisapincha zona reconocida por producir productos en cuero.
- - a) **visual merchandising**
 - b) **Escaparatismo** para la parte externa con el propósito de crear ambientes en los cuales los clientes se sientan seguros e inspirados a comprar y el personal pueda ofrecer un buen servicio. Así que su ubicación y decoración serán trascendentales.

Persona (Venta Personalizada)

Personal capacitado en cada punto de ventas con el objetivo de vender la parte conceptual del bolso así como recomendaciones de uso y ocasión.

Lodos recalca “las experiencias cubren deseos. Comprar por necesidad se rige por el precio y la conveniencia, la experiencia permanece en la memoria como una conexión que va más allá de la necesidad.” Lo emocional de las marcas (p.11).

4.1.1 Modelo de encuesta

OBJETIVO:

Diseñar bolsos de moda con piel de conejo, para mujeres de 25 a 35 años de la provincia de Tungurahua.

ENCUESTA

Estado civil:

Nivel de Educación:

Lea detenidamente las preguntas y responda de manera clara, seleccione la respuesta que considere adecuada con una x

1. ¿Cuál sería para usted una innovación en piel y moda?

Vacuno		Caprino		Conejo	
--------	--	---------	--	--------	--

2. ¿Prefiere usted una Piel Natural o Sintética?

.....

3. ¿Cómo en que le gustaría que fuese utilidad la piel de conejo que regularmente es desechada?

Vestimenta		Accesorios		Calzado	
------------	--	------------	--	---------	--

Otros.....

4. ¿Estéticamente usted usaría un accesorio con pelo de conejo o sin el pelo del conejo?

.....

5. ¿Al momento obtener un accesorio se fijaría en :?

Innovación		Calidad		Funcional		Precio	
------------	--	---------	--	-----------	--	--------	--

6. ¿Cada que tiempo adquiere accesorios de moda?

Semanal		Quincenal		Mensual		Al año	
---------	--	-----------	--	---------	--	--------	--

7. ¿Para qué ocasión de uso usted adquiere el bolso?

Casual		Formal		Gala		Deportivo	
--------	--	--------	--	------	--	-----------	--

8. ¿Al momento de adquirir accesorios (Bolso) usted prefiere por medio: ?

Catálogos		Directos en tiendas		Línea online	
-----------	--	---------------------	--	--------------	--

Gracias por su Atención

Selección de la muestra

Para delimitar el grupo objetivo es importante conocer que en Tungurahua existen **259.860** mujeres entre **25** a **35** años actualmente según informes del censo realizado por el INEC en el 2010. De este grupo solo el **33%** son mujeres profesionales, dueñas de negocios y poseen sueldo superior a \$500 es decir **85.750** mujeres en ese rango de edad.

Entonces 85.750 mujeres se encuentran en la conjunto a investigar, de las cuales y de acuerdo la fórmula para conocer el tamaño de la muestra solo **383** mujeres serán el grupo a investigar.

Descripción de la formula

n: 383 (Tamaño de la muestra)

e: 5% = 0.05 (Error de estimación)

z: 1.96 (Nivel de confianza)

N: 85.750 (Universo de estudio)

p: 0.50 (Probabilidad a favor)

q: 0.50 (Probabilidad en contra)

Aplicación de formula

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) * (0.50) * (85.750)}{(85.750) (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$$n = 383$$

n = 383 Mujeres = Universo a estudiar

4.2 Técnicas de estudio

4.2.1 Cuantitativas

Para llevar a cabo un excelente percepción de datos es importante determinar cómo técnica de recolección de información: **la encuesta.**

La recolección de datos cuantitativos mediante la encuesta implicara un análisis y evaluación de la información encontrada. Esta técnica operará bajo un análisis estadístico para realizar un seguimiento de la fuerza y dirección de los efectos a encontrar.

4.3 Elaboración e interpretación de datos

Para llevar a cabo la investigación del mercado meta en la ciudad de Ambato capital de la provincia de Tungurahua se ha realizado la encuesta a **300** mujeres de 25 a 35 años y en esta técnica se pudo conocer que de la totalidad, el 60% son mujeres casadas y el 40% restante son solteros; Un ítem importante a conocer para de esta manera poder plantear de mejor forma los bolsos de acuerdo a las necesidades de la mujer ambateña.

Resultados estadístico de la encuesta

1. ¿Cuál sería para usted una innovación en piel y moda si se creara bolsos?

Tabla 14

¿Cuál sería para usted una innovación en piel y moda?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Vacuno	10	3%
Caprino	60	20%
Conejo	230	77%
TOTAL	300	100%

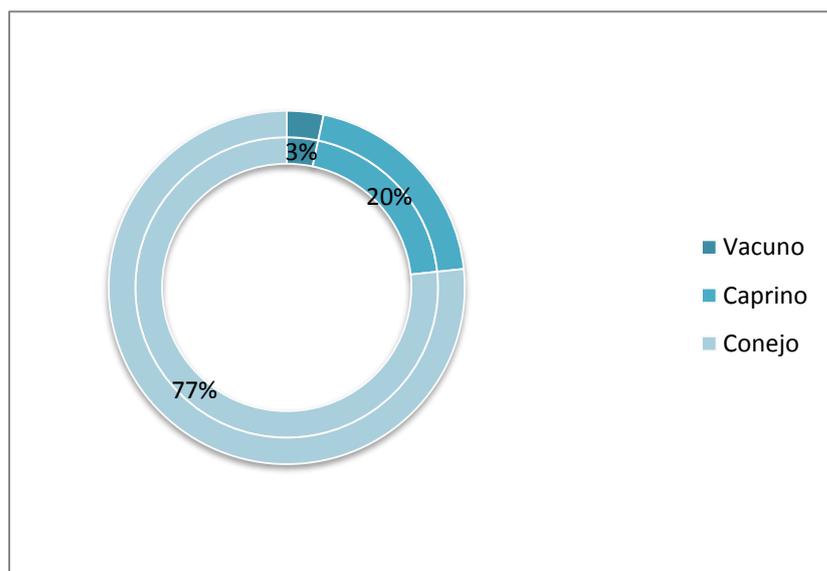


Gráfico N° 11: Pregunta 1

Análisis: El 77% optaron por la piel cunicola como mejor opción para renovar la moda de bolsos en la ciudad mientras que el 20% dicen por la piel caprina y el 3% tienen una preferencia de la piel vacuna.

Interpretación: De acuerdo al nivel de porcentajes resultantes se entiende que la mayoría de mujeres opta por la piel cunicola como la mejor opción al momento de crear productos innovadores en el mercado de accesorios femeninos de la ciudad de Ambato.

2. ¿Prefiere usted una Piel Natural o Sintética al comprar un bolso?

Tabla 15

¿Prefiere usted una Piel Natural o Sintética?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Piel Natural	280	93%
Sintética	20	7%
TOTAL	300	100%

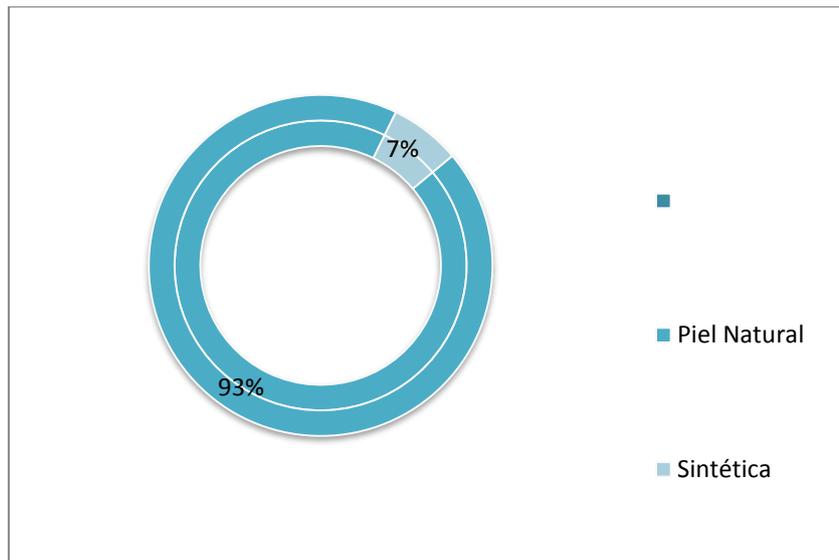


Gráfico N° 12:Pregunta 2

Análisis: De las mujeres encuestadas el 93% restante cree que una piel natural es la mejor elección para optar y comprar accesorios de moda mientras que el 7% prefieren una piel sintética al adquirir un bolso

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se puede definir que la mayor porcentaje de mujeres se inclina por la piel natural pues de alguna u otra manera este tipo de material brinda calidad, elegancia y durabilidad y puede que una de las razones por las que el menor número escogió la piel sintética como una opción al comprar bolsos sea por el bajo

precio que estos poseen. Pero es importante en base a este análisis crear productos de calidad en piel natural pero a precios módicos y al alcance del mayor número de mujeres de la zona centro del país.

3. ¿En qué le gustaría fuese utilizada la piel de conejo que regularmente es desechada por otro tipo de industrias?

Tabla 16

¿Cómo en que le gustaría que fuese utilidad la piel de conejo que regularmente es desechada?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Vestimenta	15	5%
Calzado	220	22%
Accesorios	65	73%
TOTAL	300	100%

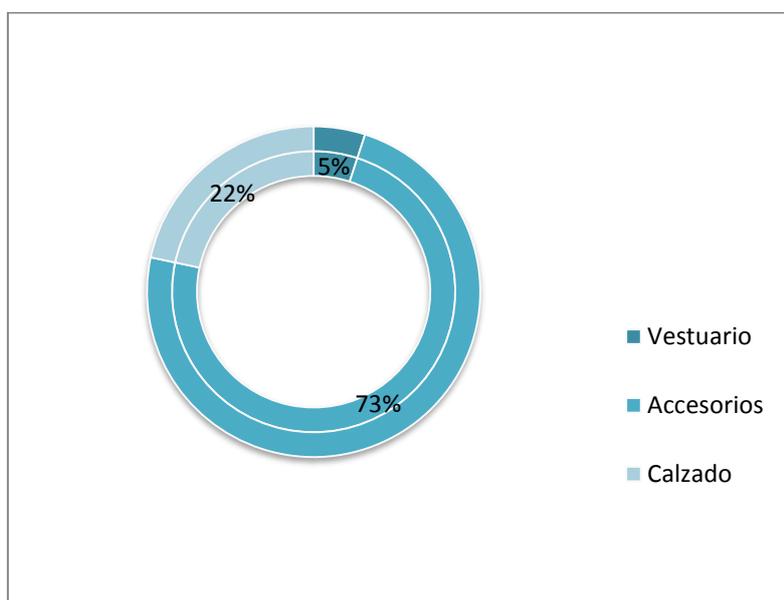


Gráfico N° 13: Pregunta 3

Análisis: De las mujeres encuestadas el 73% decidió que los accesorios de moda es la más significativa elección mientras que el 22% en calzado y la menor parte 5% de mujeres califico al vestuario como una opción de utilización de piel de conejo,

Interpretación: Los resultados de esta pregunta abren la pauta para la creación de accesorios de moda femenina y dentro de esta la idea principal de proponer bolsos en piel de conejo y si

llegara el caso de ampliar algún momento la línea de producción se optaría por incrementar la línea de calzado al proyecto principal como un plus de mercadeo

4. ¿Estéticamente; usted usaría un accesorio con o sin el pelo de conejo?

Tabla 17

¿Estéticamente usted usaría un accesorio con pelo de conejo o sin el pelo del conejo?

Alternativa	Frecuencia	%
Con pelo	148	51 %
Sin pelo	152	49 %
TOTAL	300	100 %

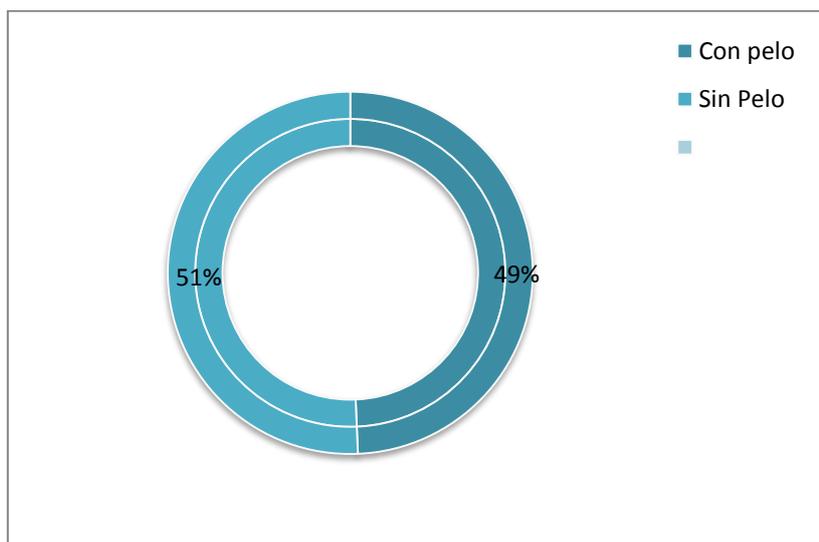


Gráfico N° 14: Pregunta 4

Análisis: El 51% de las mujeres encuestadas prefieren sin el pelo de conejo mientras que el 49% de mujeres seleccionó que desearía un accesorio con pelo de conejo se puede observar que existe poca diferencia entre los dos aditamentos puestos en la encuesta.

Interpretación: De acuerdo a los resultados se puede definir que las existir poca diferencia entre los dos ítems planteados se puede plantear la idea de presentar bolsos tanto como en cuero con pelo o como sin pelo.

5. ¿Al momento obtener un accesorio se fijaría en?

Tabla 18

¿Al momento obtener un accesorio se fijaría en: ?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Innovación	103	34%
Precio	5	2%
Calidad	91	30%
Funcional	101	34%
TOTAL	300	100%

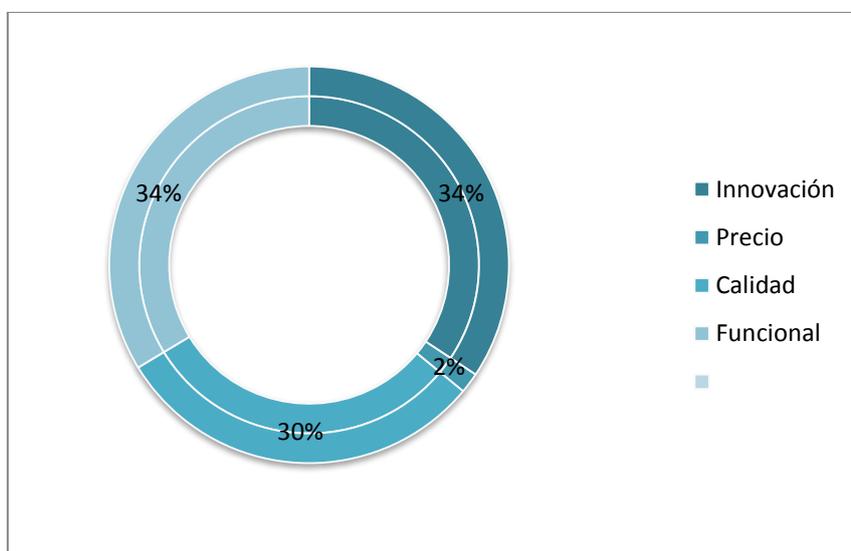


Gráfico N° 15: Pregunta 5

Análisis: El 34% de las mujeres encuestadas se identifican en la innovación del producto y el 34% restante en la funcionalidad que los mismos le ofrecen mientras que el 30% se fija en la calidad y el 2% de mujeres encuestadas respondió que el precio es lo más importante al momento de adquirir accesorios de moda

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir que la innovación, calidad y funcionalidad son los tres aspectos que toman en cuenta las mujeres al momento de adquirir accesorios de moda.

6. ¿Cada que tiempo adquiere accesorios de moda?

Tabla 19

¿Cada que tiempo adquiere accesorios de moda?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	3	1%
Quincenal	28	9%
Mensual	258	86%
Al año	12	4%
TOTAL	300	100%

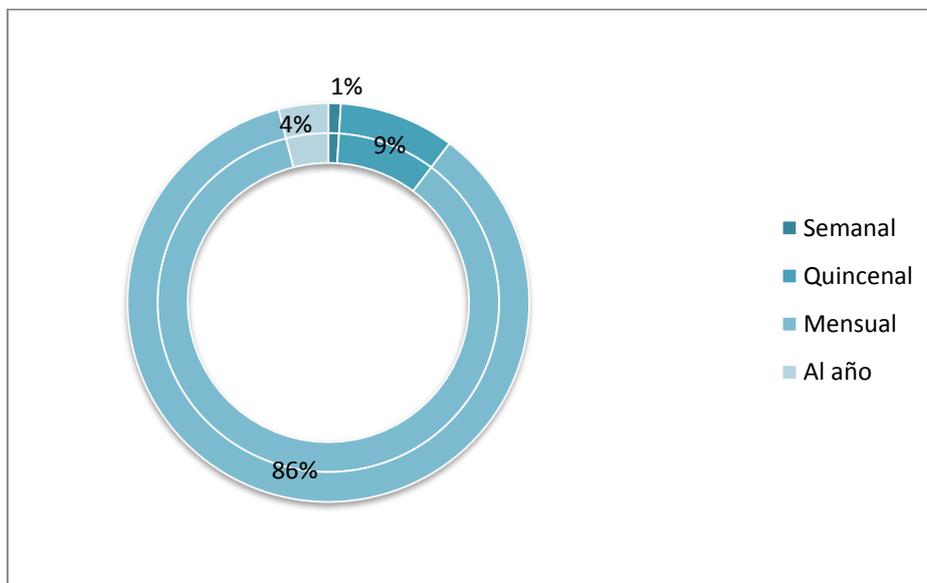


Gráfico N° 16: Pregunta 6

Análisis: El 86% de las mujeres encuestadas adquieren accesorios mensualmente mientras que el 9% lo hace con una frecuencia quincenal que el 4% anualmente y el 1% de las mujeres adquiere accesorios semanalmente.

Interpretación: De acuerdo al análisis de la frecuencia con la que las mujeres adquieren accesorios de moda se puede crear estrategias de venta en los productos de la marca. En este punto además se puede implantar promociones para llamar la atención del mercado meta con la finalidad de tener mayor venta al finalizar cada mes.

7. ¿Para qué ocasión de uso usted adquiere el bolso?

Tabla 20

¿Para qué ocasión de uso usted adquiere el bolso?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Casual	180	60 %
Formal	105	35 %
Gala	5	2 %
Deportivo	10	3 %
TOTAL	300	100%

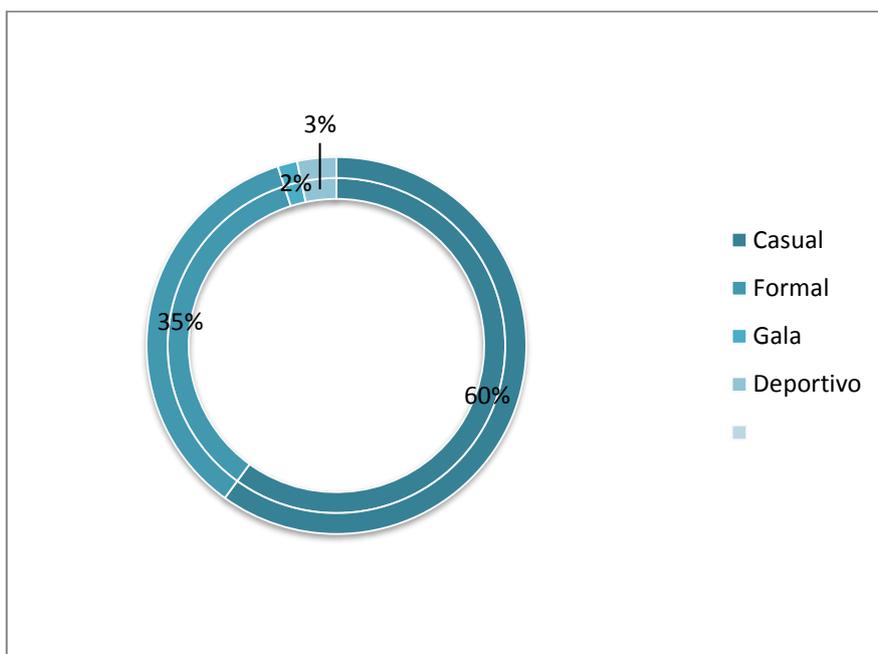


Gráfico N° 17: Preguntar 7

Análisis: El 60% de las mujeres encuestadas optaron el uso en momento casual mientras que el 35% acompañan un bolso en su atuendo formal y el 3% siguiente expresa que lo adquieren para llevarlo cuando practican deporte y el resto de mujeres el 2% para momentos de gala adquieren un bolsos

Interpretación: El resultado estadístico de esta pregunta brinda la posibilidad de crear bolsos dentro de la línea casual y formal, será necesario crear propuestas de diseño, materiales y funcionalidad dentro de los parámetros de estas líneas del vestir.

8. ¿Al momento de adquirir accesorios (Bolso) usted lo hace por medio: ?

Tabla 21

¿ Al momento de adquirir accesorios (Bolso) usted prefiere por medio:?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Catálogos	60	20 %
Directos en Tiendas	225	75%
Línea Online	15	5 %
TOTAL	300	100%

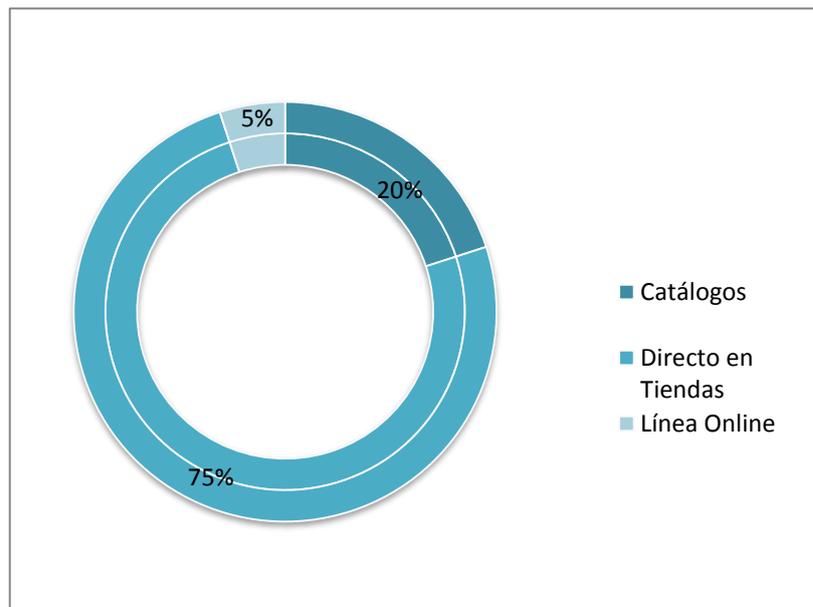


Gráfico N° 18: Pregunta 8

Análisis: El 75% de las mujeres frecuentan la compra directa en tiendas y mientras el 20% siguiente lo hace por catálogos y mientras el 2% de las mujeres encuestadas adquiere productos por internet.

Interpretación: Al conocer que la mayoría de mujeres encuestadas prefiere comprar accesorios de moda en tiendas especializadas en el tema. Muestra la posibilidad de crear estrategias que faciliten la compra en tiendas y el uso de visual merchandising.

4.4 Conclusiones

Como conclusión del análisis e interpretación de datos, cabe recalcar y destacar el interés de llevar a cabo la investigación correspondiente al target, que ha permitido definir factores importantes para la ejecución de la propuesta, y al mismo tiempo verificar el nivel de valor económico- social y la aceptación que tendría en el mercado un producto innovador utilizando la piel de conejo, aportará al diseño de Accesorios femenino, con todo esto se demuestra que el público objetivo a desarrollar la propuesta son mujeres de 25 a 35 años de la provincia de Tungurahua, como todo esto se define la intención de compra y la aceptación en el mercado del producto.

Análisis del producto

- ✓ Que sea innovador en la industria textil de los accesorios
- ✓ Que al utilizar materiales textiles sean 100% cuero
- ✓ Que tenga elegancia
- ✓ Que sea ergonómico
- ✓ La aceptación una marca que se enfoca en accesorios con piel de conejo
- ✓ Que prefieren usar accesorios estilo casual
- ✓ Que sea un producto que contribuya con fuentes de empleo
- ✓ Que tenga variedad de diseños con el usos de la piel de conejo (pelo o sin el pelo)
- ✓ Que sea fácil en adquirir los productos por internet.
- ✓ Que tenga promociones y descuentos

CAPÍTULO V

5 TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1 Cronograma de producción

Para poder delimitar la producción se ha creído conveniente saber que el número existen de mujeres en Tungurahua es de **259.860** entre **25** a **35** años, actualmente según informes del censo realizado por el INEC en el 2010. De este grupo solo el **0.1% (260 mujeres)** será tomado dentro de la planificación anual de la colección de bolsos en piel de conejo.

Tabla 22

Cronograma de producción

CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN								
ETAPAS			Enero	Febr.	Marzo	Abril	May.	Jun.
Etapa de compra de materia prima	Compra Materiales E Insumos	Adq. de pieles de conejo Insumos (cierres, hilos, pegantes, etc.	x					
Etapa producción	Diseño De Bolsos	Proceso creativo (Inspiración, paleta colores, influencia, etc. Fichas técnicas Presupuesto colección Aplicación conceptos Tendencias de moda		x				
	Patronaje	Patronaje del producto Técnicas de Marroquinería Software Cad Cam			x			
	Corte	Marcada manual y digital Orden de corte , Lotes				x		
	Confección	Flujo grama de operaciones. Revisión de Producción Revisión calidad. Empacado Bodega					X	
Etapa de salida	Marketing y ventas	Promoción de bolsos. Distribución de bolsos en tiendas y franquicias Comercialización, Redes sociales						x

5.2 Control de calidad

De igual forma para un correcto control de calidad se propone regular, y sistematizar las siguientes áreas principales dentro de la cadena de valores para el desarrollo de la colección de bolsos en piel de conejo.

Tabla 23

Control de Calidad

CONTROL DE CALIDAD			
Planificación y evaluación de parámetros establecidos en cada área, mediante fichas de gestión y revisión de calidad. Políticas y documentos bajo normas de calidad			
ETAPAS			EVALUACIÓN
Etapa de compra de materia prima	Adquisición Materiales E Insumos	Control pieles: Firmeza Textura en la flor Color Control textil Control Insumos	 
Etapa producción	Diseño De Bolsos	Colores, conceptos Bocetos Moodboard Aplicaciones de diseño y sus elementos	 
	Patronaje	Empate de piezas Industrialización	 
	Corte	Revisión de lotes de corte, anchos de tela (Forro). Rendimiento de pieles.	 
	Confección	Revisión de acuerdo al flujograma de operaciones: Uniones Hilos Remates Pulido etc.	 
Observaciones			

1. Etapa control de la materia prima e insumos

La firmeza.- Lo podemos palpar con la ayuda de los dedos sobre la superficie de la piel de conejo si tiene pequeñas arrugas o grumos si lo tiene no se podrá utilizar en la producción de bolsos ya que debe tener el tacto liso y suave.

Textura de la flor.- Son defectos en la superficie son muy notorias a la vista así que se puede identificar como marcas en la piel cortes arañazos, bacterias que han dejado manchas y agujeros.

Control textil.- La variedad de textiles puede haber una mala elección en cuanto al forro para la elaboración de los bolsos.

Insumos.- Al ser una empresa que produce una colección de diseño de bolsos puede haber una confucción de insumos entre ellos ya que cada diseño lleva un estilo como los deslizadores, cierres, hilos, broches imán etc.

2. Etapa de producción

Diseño de bolso.- Investigación de tendencias, desarrollando bocetos y fichas técnicas de producción por cada producto.

Patronaje.- Mantener las piezas industrializadas con información de material y numeración de piezas y señalización de empates de piezas por medio de piquetes o cortes a unir.

Corte.- Manejar de una ficha de corte de producción y en cuanto al corte de material tener precisión en curvas y detalles.

Confección.- El manejo de una ficha de operación en la cual señala la maquinaria idónea para el desarrollo de bolsos.

5.3 Equipos e infraestructura necesaria para el proyecto

La infraestructura cuenta con un área de producción, bodega insumos y materia prima, bodega producto terminado, baños, y oficinas gerencia y diseño. En el área de diseño, patronaje y terminados se da también la utilización de remachadora y ojaladora, tijeras, estiletes de corte.

5.4 Requerimientos de mano de obra

Se ha desarrollado un análisis de acuerdo al personal que se necesita para la ejecución de la producción de bolsos en piel de conejo será con el servicio de maquila del taller Carlam's ubicado en la parroquia de Quisapincha – Ambato. Para el control de calidad se necesitara de un empacador del producto quien se encargara del cuidado y clasificación entre diseños.

5.5 Seguridad industrial y medio ambiente

Se manejan las siguientes normas de seguridad industrial vigentes en el ley Ecuatoriano:

1. Existe protección contra incendios. - extintor
2. Se posee uniformes acorde a la labor desempeñada, necesarias para la identificación de funciones.
3. Condiciones de seguridad para el almacenamiento, transporte y manejo de sustancias inflamables y combustibles (Pegamentos y aditivos en la confección de bolsos).
4. Se cuida el almacenamiento, transporte y manejo de sustancias corrosivas. Irritantes y tóxicas en la producción de bolsos.
5. Equipo y material de seguridad e higiene en el lugar de trabajo donde se produzcan, almacenen o manejen sustancias químicas capaces de generar contaminación en el medio ambiente laboral.
6. Cada trabajador posee protección personal de acuerdo al área de trabajo (Corte, Confección y pulido)
7. Existe condiciones de seguridad en donde la electricidad este dirigida de acuerdo a los módulos de confección.
8. Señalización y avisos de seguridad e higiene.
9. Se posee medicamentos, materiales de curación y personal que presta los primeros auxilios.

CAPÍTULO VI

6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del producto o servicio

6.1.1 Brains toring

El presente proyecto busca innovar el convencionalismo del mercado de bolsos en la provincia de Tungurahua con la instauración de pieles de conejo en la colección propuesta desde el inicio. Esta colección de bolsos ayudara a darle un toque auténtico a la mujer contemporánea. Los productos desarrollados están estrictamente ligados al concepto de glamour y sofisticación, funcionalidad en un solo producto.

La sofisticación estará dada por los materiales utilizados, sus tonalidades y texturas; la innovación al usar piel cunicola y dejar de lado el convencionalismo del uso de piel bovina desde hace años. El glamour en el uso y manejo de marca y tonalidades propuestas.

6.2 Perfil del cliente

Consumidor contemporáneo

Una mujer relacionada, adaptada y motivada con el presente, habita y se renueva de los imprescindibles y rápidos cambios sociales, económicos y tecnológicos, dando origen a un nuevo modelo de comportamiento actual, posee un perfil original y autentico, sus actitudes, manifestaciones y preferencias responden a su propio criterio, deseo y estilo.



6.2.1 Moodboard del perfil del cliente

Mujer activa, trabajadora, libre de ideas y cuidadosa de su presente, que gusta en ocasiones de practicar deporte o actividad física, con una vida social impulsiva, madre, amiga, compañera etc.



6.3 Identidad de marca

Para el desarrollo de la presente propuesta ha sido necesario vincular una marca personal como contribución al taller Carlam's la misma que manera elegancia y exclusividad.



El monograma VR representan las iniciales de Verónica Rojano. El objetivo principal es la exclusividad que se plantea en cada diseño, sus formas lineales, rectas transmiten firmeza y estabilidad, mientras que sus tonalidades representan:

Violeta: poder y eternidad

Negro: elegancia

Gris: Naturalidad y sobriedad

Los mismos que en conjunto brindan armonía visual. El dinamismo de la marca se contrasta al darle movimiento en letras con ligeros cortes aplicado la ley de cierre, encajando en el concepto de una moda cambiante y adaptable al entorno.

6.4 Uso de la marca



C:54%	R:139
M:100%	G:42
Y:38%	B:106
K:1%	#8B2A6

C:56%	R:129
M:45%	G:133
Y:43%	B:137
K:0%	#818589

Retícula

Las formas y figura del logotipo de VERÓNICA ROJANO deberá ser utilizada de la misma forma para todos los productos que ofrece esta marca de moda



TIPOGRAFÍA

Lemon/Milk

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$
% & * ? > < /

GeosansLight

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ
o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$
% & * ? > < { [] } /

6.5 Análisis de color de la propuesta

Logotipo fondo blanco con letras violeta, gris y negras



Logotipo fondo negro con letras blancas



Logotipo fondo blanco con letras negras



Logotipo fondo violeta con letras blancas



Logotipo fondo gris con letras negras



Etiqueta



Marquilla



Packagign



Shopping Bag



Aplicaciones de la marca

- Camisetas corporativas



- Gorra



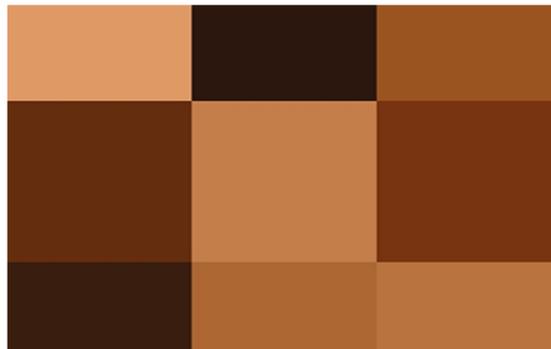
6.6 Análisis de color de la propuesta

Las tonalidades para la propuesta de bolsos van desde cafés oscuros, café miel, marrones claros y oscuros.



6.6.1 Paleta de color propuesta

Las diferentes tonalidades de cafés claros y oscuros juegan perfectamente un efecto visual elegante y vintage lo que logra la mezcla perfectamente lo contemporáneo y tradicional. De cada mujer.



6.7 Tendencia: macro

El informe de predicciones emitidas para el 2018/19 muestra al Instinto como una tendencia líder para las próximas fechas. Toma fuerza al plantear tonalidades tierras como tonos bases

y tonalidades ocre y cafés como acentos en sus distintas representaciones. Seguir el instinto con la finalidad de mostrarse tal cual.

Texturas suaves, lisas, ásperas la conjugación de sentidos que hacen referencia a la naturaleza y sus habitantes; plantas, animales, rocas, todo ser vivo e inerte es protagonista en la toma de texturas y colores. Un nómada que extrae lo mejor de la vida. El instinto como sobrevivencia.



6.7.1 Micro tendencia

Predominan pieles con texturas animales, tonalidades marrones, cafés y ocre, tal cual un nómada que evoluciona, se atreve, investiga y evoluciona a una lucha incesante de un buen vestir.

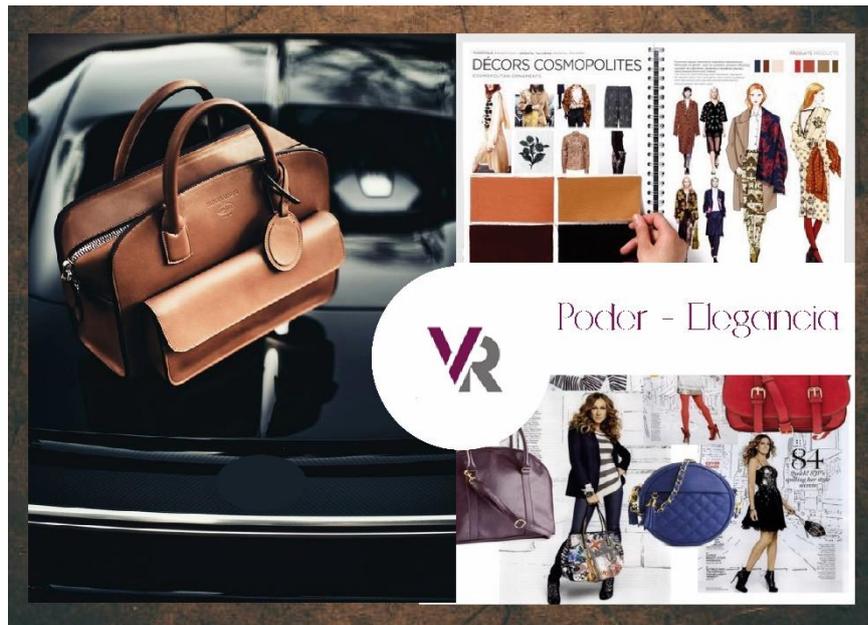


6.8 Concepto de la propuesta

El concepto de la propuesta está centrada en dar protagonismo a la mujer contemporánea, haciéndola sentir poderosa y elegante en cada circunstancia del diario vivir.

Poder: mediante los colores, tamaños y estructuras de cada producto

Elegancia: mediante las tonalidades, detalles dorados, metalizados



6.9 Elementos del diseño

6.9.1 Siluetas

FLAP BAG

Este tipo de silueta es el más utilizado en la industria de los bolsos, es un clásico de la moda, existen muchas variaciones. Sus características fundamentales están en su solapa que cubre total o parcial la parte delantera, suelen llevar casi siempre un cierre o adorno en la parte frontal externa. Por tal razón se ha tomado como referencia este tipo de silueta.



BOWLING BAG

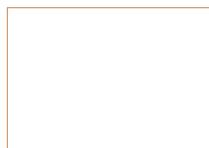
Este tipo de bolsos tienen su origen o están inspirados en los bolsos que llevan los jugadores de bolos, sus características están en que cuentan con dos asas cortas para llevar a mano aunque con la evolución de la moda las asas se han extendido tipo bandolera, sus formas o esquinas son redondeadas, posee costuras laterales y sus acabados en su mayoría son en piel animal, pelo ante o terciopelo.



6.9.2 Proporción y línea

Las proporciones están dadas de acuerdo a la anatomía de la mujer tungurahuese, poseen formas y siluetas de tamaño medio siguiendo los lineamientos de estándar del mercado de bolsos. La función que caracteriza a los productos son firmeza, calidad, funcionalidad y duración.

Proporción



La proporción adecuada en la presente propuesta está regida por el tamaño mediano.

Líneas

recta



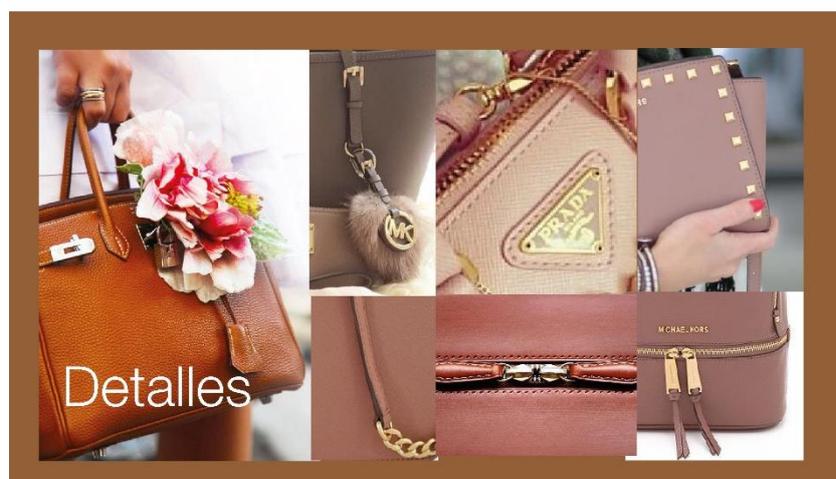
curva



La utilización de líneas en la colección de bolsos está presente de forma recta y curva dando así un contraste de formas y estructuras que hacen del diseño innovador y elegante al mezclar movimiento y rigidez.

6.9.3 Detalles

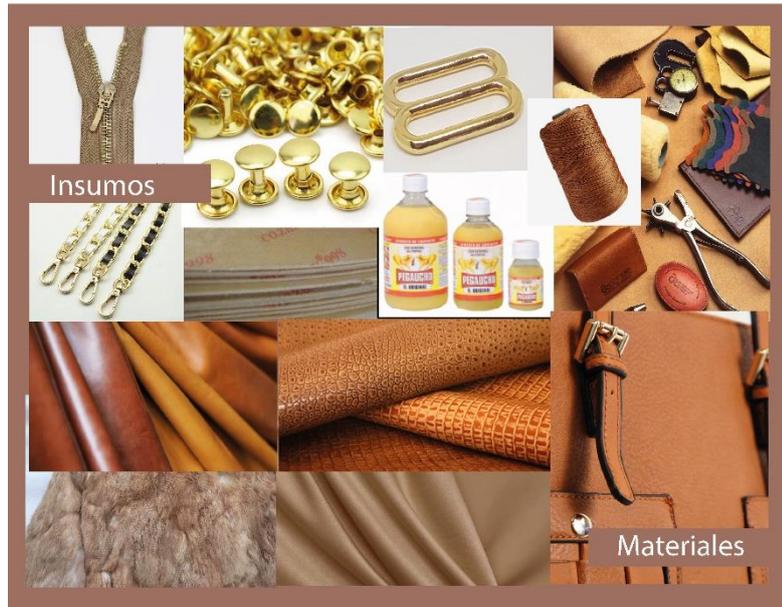
Para lograr tener un efecto elegante dentro de la colección de bolsos se plantea la utilización de detalles metalizados en color dorado como símbolo de poder y feminidad en cada diseño; además la utilización de texturas tramadas y lisas y pequeños detalles en piel de conejo con pelaje con la finalidad de mostrar productos innovadores y de calidad.



6.9.4 Estilo



6.10 Materiales e insumos



6.11 Sketch o bocetos



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

BASES TEXTILES		
Material	Uso	Cuidados
Cuero de Conejo	Totalidad de las piezas del bolso	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Limpiar el cuero con gotas de jabón diluido en el agua ◦ Usar gotas de vinagre para restaurar (PH de la piel) ◦ No guardar los artículos de cuero en bolsas plásticas
Pelaje de Conejo	Decoración en los colgantes Piezas sobre puestas	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Pasar el cepillo con talco ◦ No lavar con agua caliente
Lino	Forro interno del articulo	Usar paño húmedo al limpiar Evitar el contacto con bolígrafos y cosméticos de belleza

INSUMOS O AVÍOS		
Material	Uso	Cuidados
Deslizadores	Decoración en el cierre de acuerdo al estilo	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Limpiar con crema brazo ◦ No utilizar cloro
Broche Imán	Cierre entre bolsillo y solapa	
Cierre	Boca superior del bolso	
Argollas		

	Sujetas en las jaladoras	° Evitar en sumergir por días en agua
Hebillas	Ayuda a regular el cierre en la parte frontal	
Remaches	Decoración en piezas y asas	
Ojalillos	Perforación del textil para detalle del diseño	

6.12 Fichas técnicas

- Ficha Ilustraciones

● FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN		
Fecha: 20 - 11- 2017	Tamaño: Mediano	
Ref: 001 VR	Elaborado por: Verónica Rojano	



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 20 - 11 - 2017

Tamaño: Mediano

Ref: 002 VR

Elaborado por: Verónica Rojano



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 20 - 11 - 2017

Tamaño: Mediano

Ref: 003 VR

Elaborado por: Verónica Rojano



- Ficha técnica de diseño plano

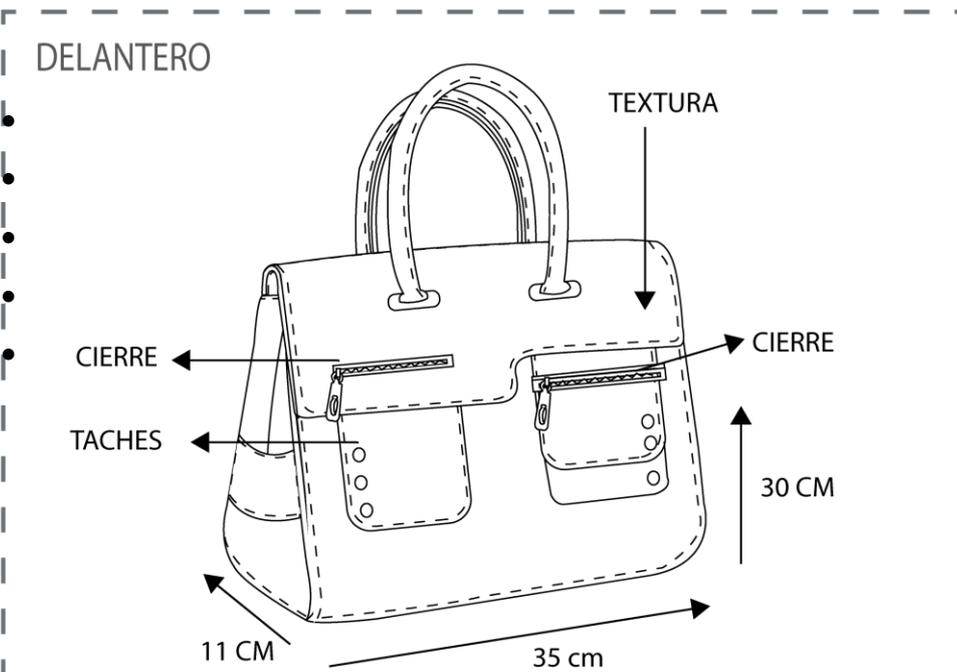
• FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 20 - 11- 2017	Tamaño: Mediano
Ref: 001 VR	Elaborado por: Verónica Rojano

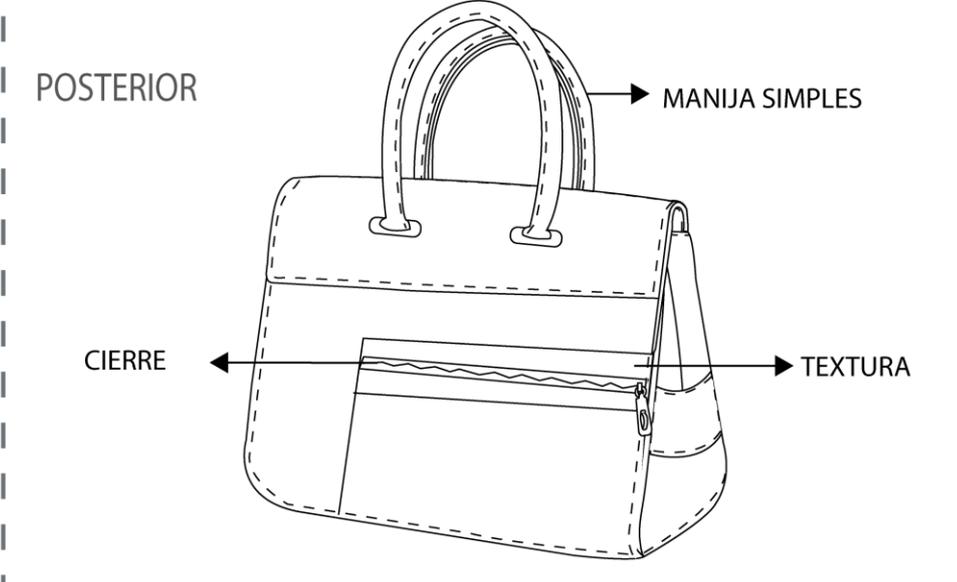


VERÓNICA ROJANO

DELANTERO



POSTERIOR



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 20 - 11 - 2017

Tamaño: Mediano

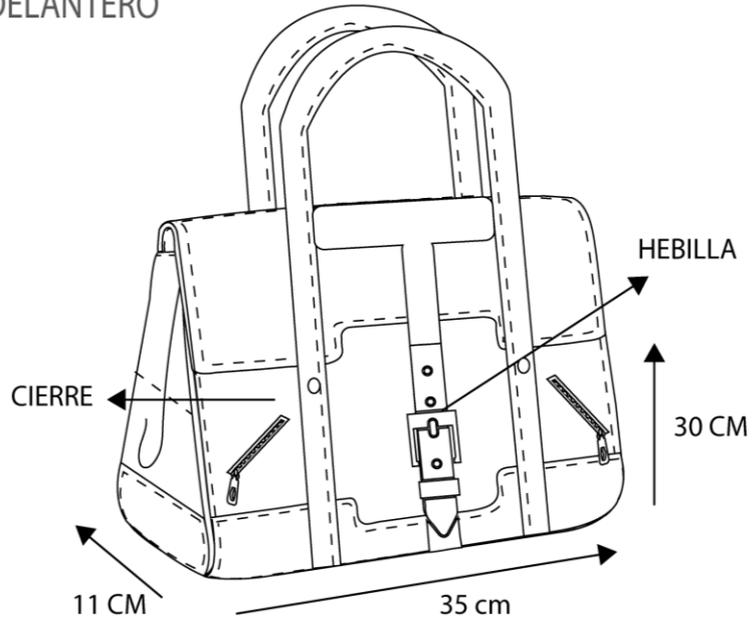
Ref: 002 VR

Elaborado por: Verónica Rojano

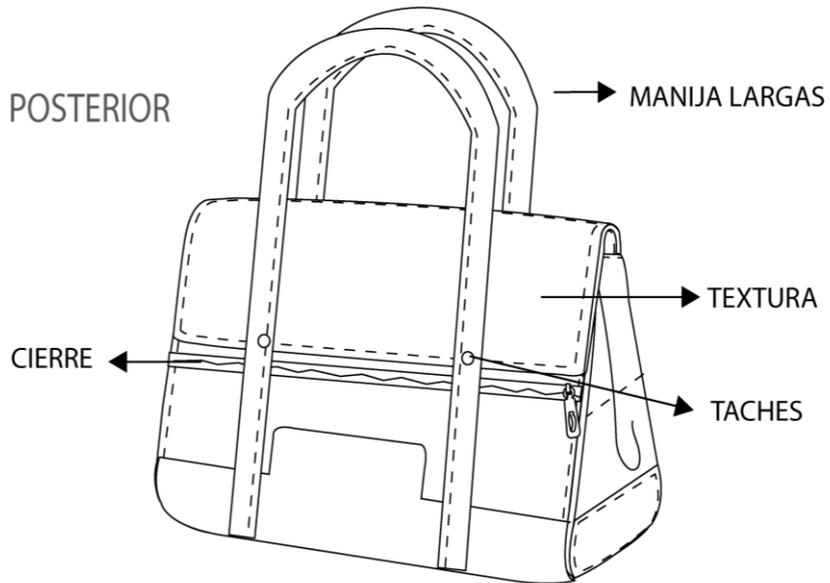


VERÓNICA ROJANO

DELANTERO



POSTERIOR



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 20 - 11 - 2017

Tamaño: Mediano

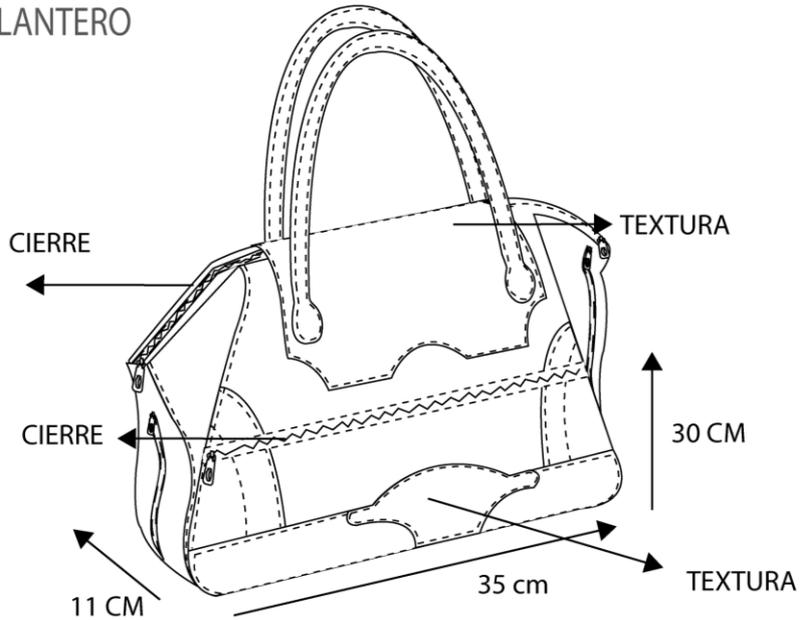
Ref: 003 VR

Elaborado por: Verónica Rojano

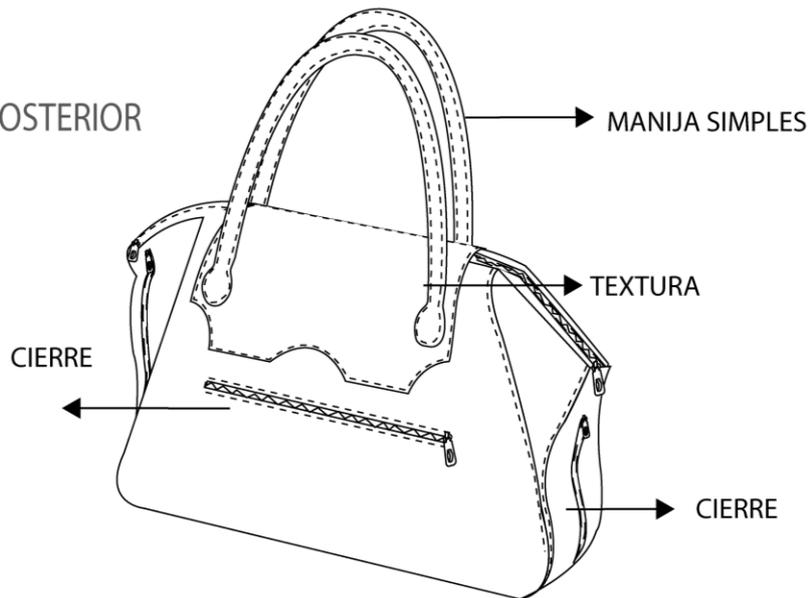


VERÓNICA ROJANO

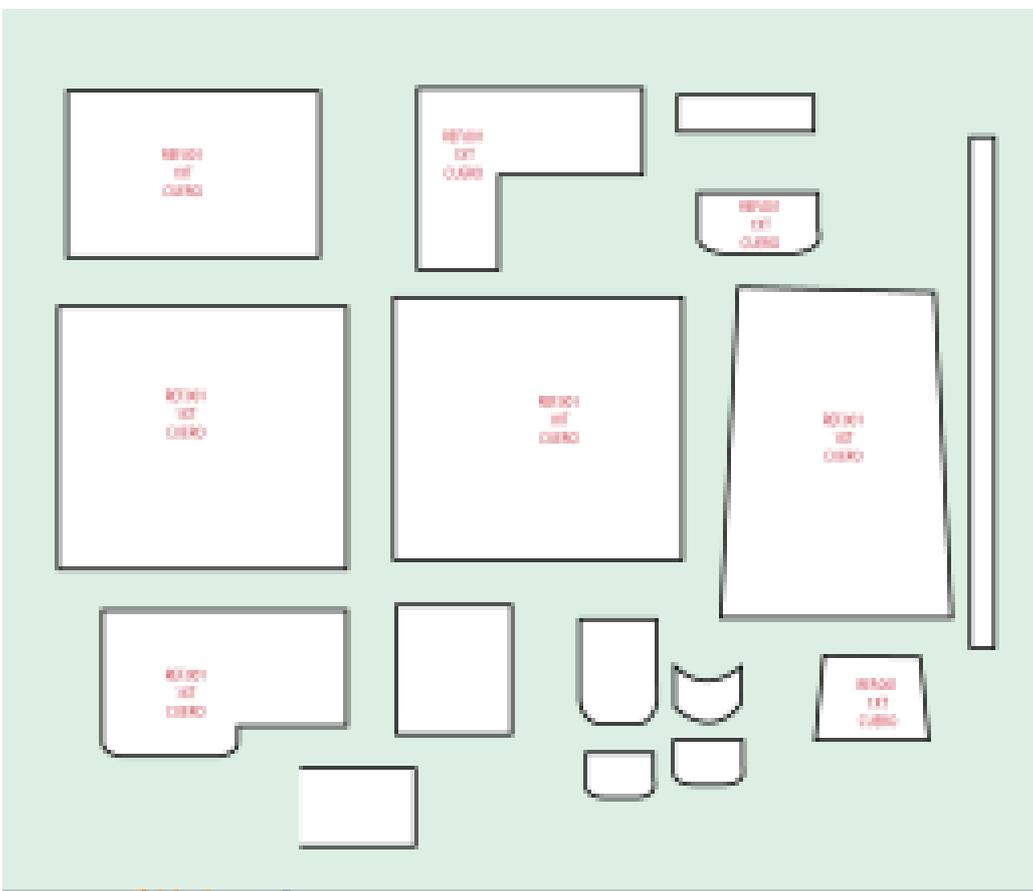
DELANTERO



POSTERIOR



- **Ficha de patronaje**

• FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE		 VERÓNICA ROJANO
Fecha: 20 - 11 - 2017	Tamaño: Mediano	
Ref: 001 VR	Elaborado por: Verónica Rojano	
	DESCRIPCION: Bolso tipo BOWLING BAG Cuentan con dos asas cortas Esquinas son redondeadas, posee costuras laterales Cuerpo externo en cuero animal de conejo Cuerpo interno forro en lino.	
		
Observaciones. tomar en cuenta piquetes y taladros para mejorara empâtes de piezas		

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Fecha: 20 - 11- 2017

Tamaño: Mediano

Ref: 002 VR

Elaborado por: Verónica Rojano



DESCRIPCION:

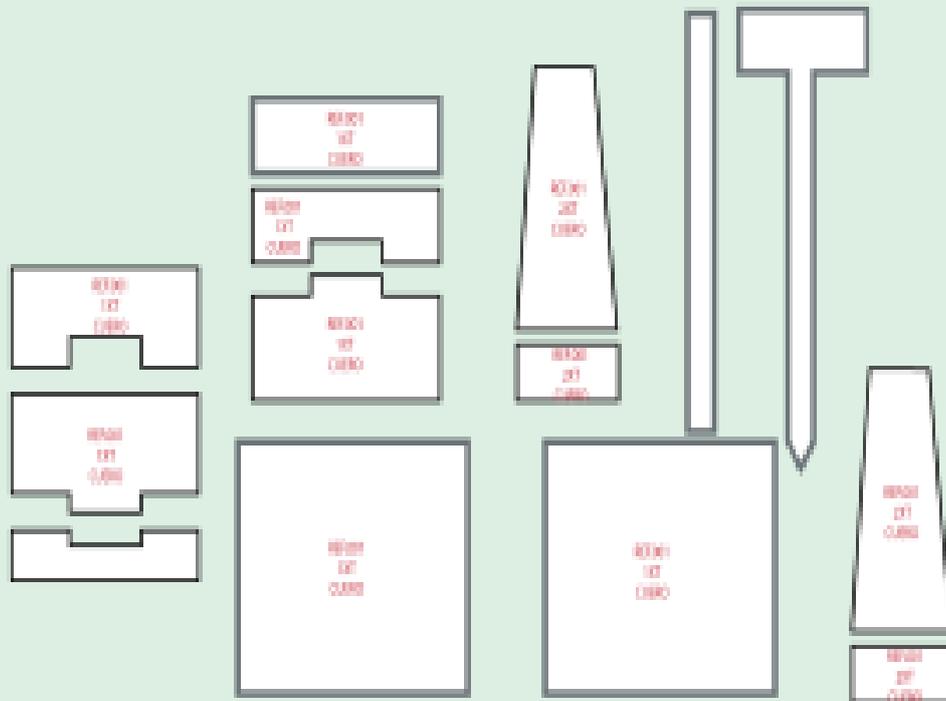
Bolso tipo BOWLING BAG

Cuentan con dos asas largas, tapa

Esquinas redondeadas, posee costuras laterales

Cuerpo externo en cuero animal de conejo

Cuerpo interno forro - lino.



Observaciones. tomar en cuenta piquetes y taladros para mejorar empâtes de piezas

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Fecha: 20 - 11 - 2017

Tamaño: Mediano

Ref: 003 VR

Elaborado por: Verónica Rojano



VERÓNICA ROJANO



DESCRIPCION:

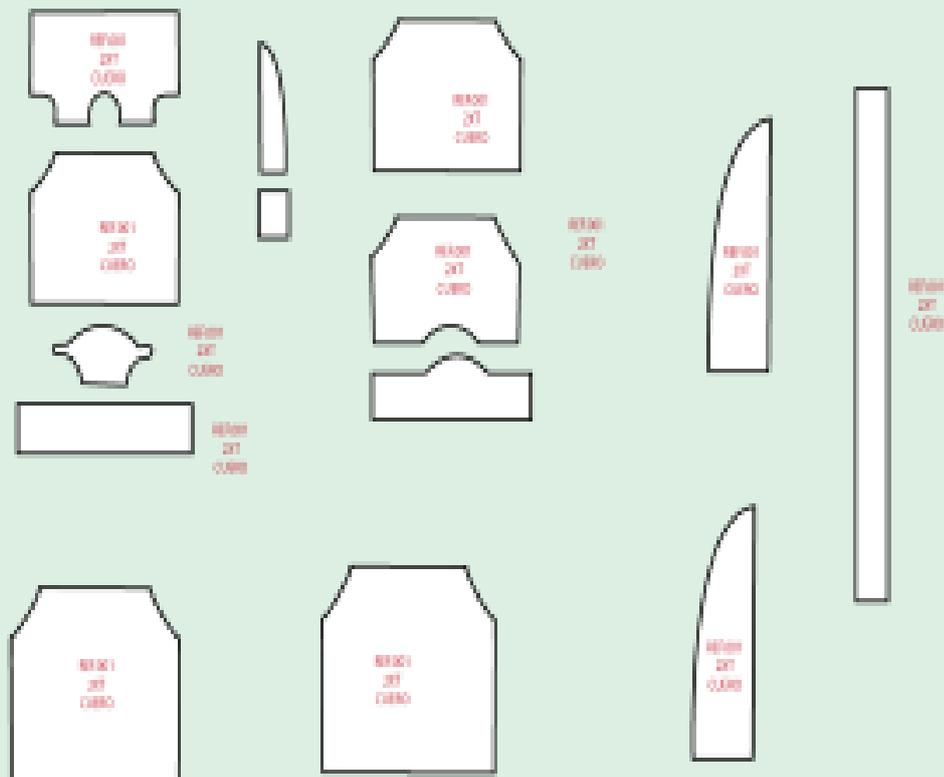
Bolso tipo FLAP BAG

Sus características fundamentales están en su solapa que cubre parcial la parte delantera,

Lleeva un cierre o adorno en la parte frontal externa.

Cuerpo externo en cuero animal de conejo

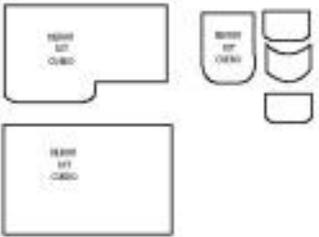
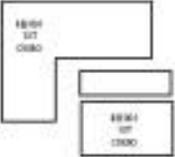
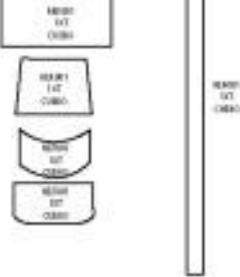
Cuerpo interno forro - lino.



Observaciones. tomar en cuenta piquetes y taladros para mejorara empâtes de piezas

- Ficha de despiece

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE			 VERÓNICA ROJANO
Fecha: 20 - 11 - 2017	Tamaño: Mediano	Ref: 001 VR	

	DESCRIPCION: Bolso tipo BOWLING BAG Cuentan con dos asas cortas Esquinas son redondeadas, posee costuras laterales Cuerpo externo en cuero animal de conejo Cuerpo interno forro en lino.		
	DELANTERO CUERPO 	POSTERIOR 	COSTADO 
DELANTERO FORRO 	POSTERIOR 	COSTADO 	

Observaciones. tomar en cuenta piquetes y taladros para mejorar a empâtes de piezas

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

Fecha: 20 - 11 - 2017

Tamaño: Mediano

Ref: 002 VR

Elaborado por: Verónica Rojano



DESCRIPCION:

Bolso tipo BOWLING BAG

Cuentan con dos asas largas, tapa

Esquinas redondeadas, posee costuras laterales

Cuerpo externo en cuero animal de conejo

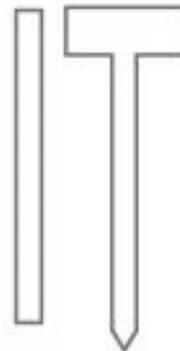
Cuerpo interno forro - lino.

DELANTERO

POSTERIOR

COSTADO

CUERPO



DELANTERO

POSTERIOR

COSTADO

FORRO



Observaciones. tomar en cuenta piquetes y taladros para mejorara empâtes de piezas

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE

Fecha: 20 - 11 - 2017

Tamaño: Mediano

Ref: 003 VR

Elaborado por: Verónica Rojano



DESCRIPCION:

Bolso tipo FLAP BAG

Sus características fundamentales están en su solapa que cubre parcial la parte delantera,

Lleeva un cierre o adorno en la parte frontal externa.

Cuerpo externo en cuero animal de conejo

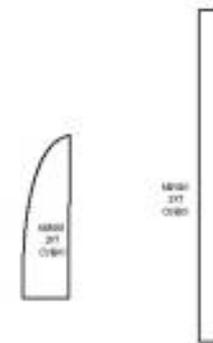
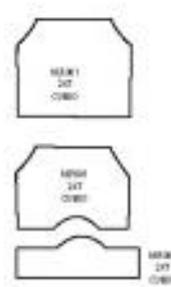
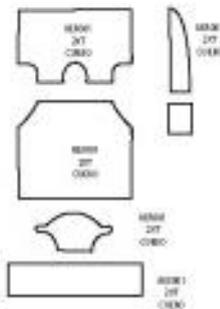
Cuerpo interno forro - lino.

DELANTERO

POSTERIOR

COSTADO

CUERPO



DELANTERO

POSTERIOR

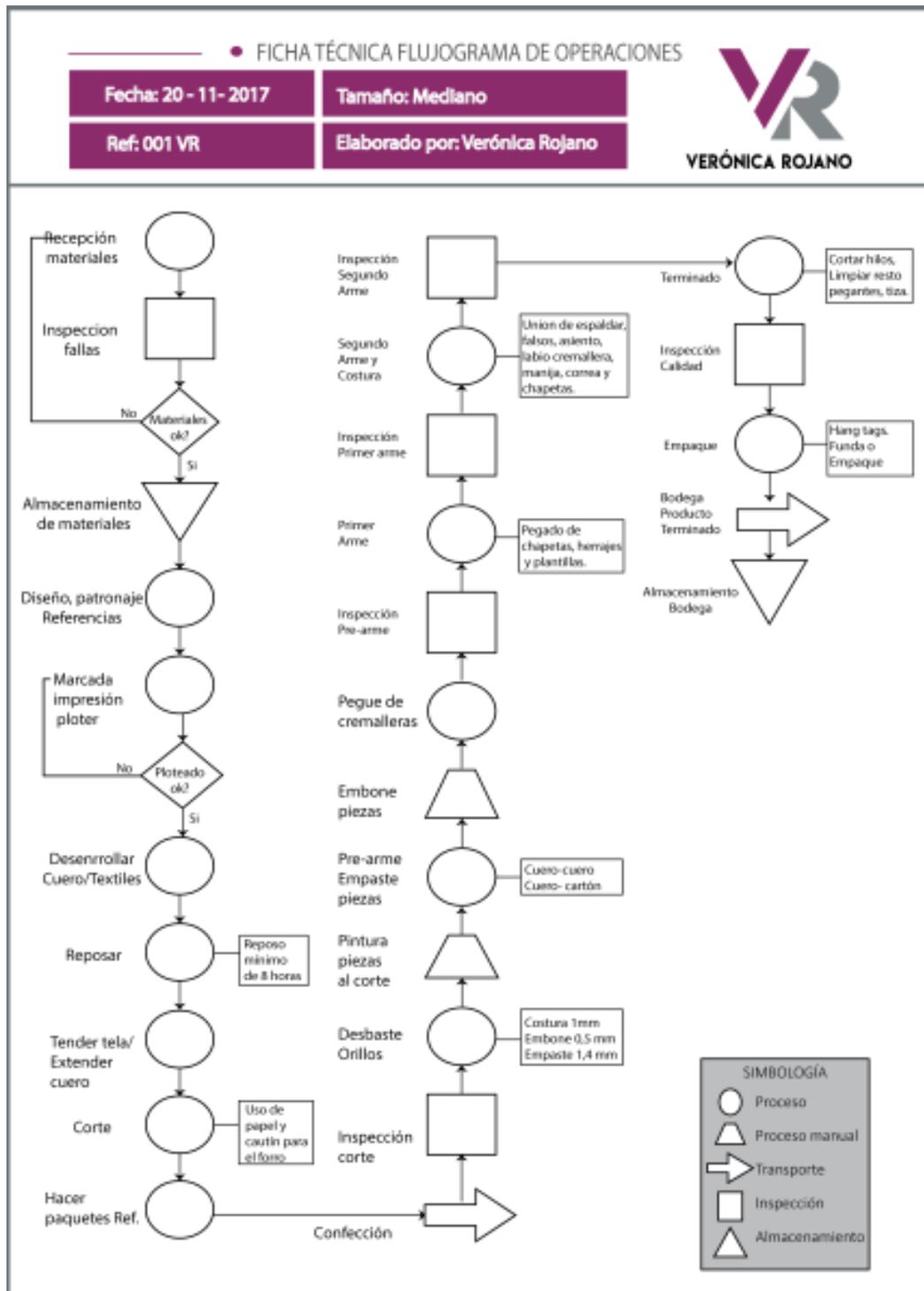
COSTADO

FORRO



Observaciones. tomar en cuenta piquetes y taladros para mejorara empâtes de piezas

- **Ficha de ruta operacional**



• FICHA TÉCNICA FLUJOGRAMA DE OPERACIONES

Fecha: 20 - 11 - 2017

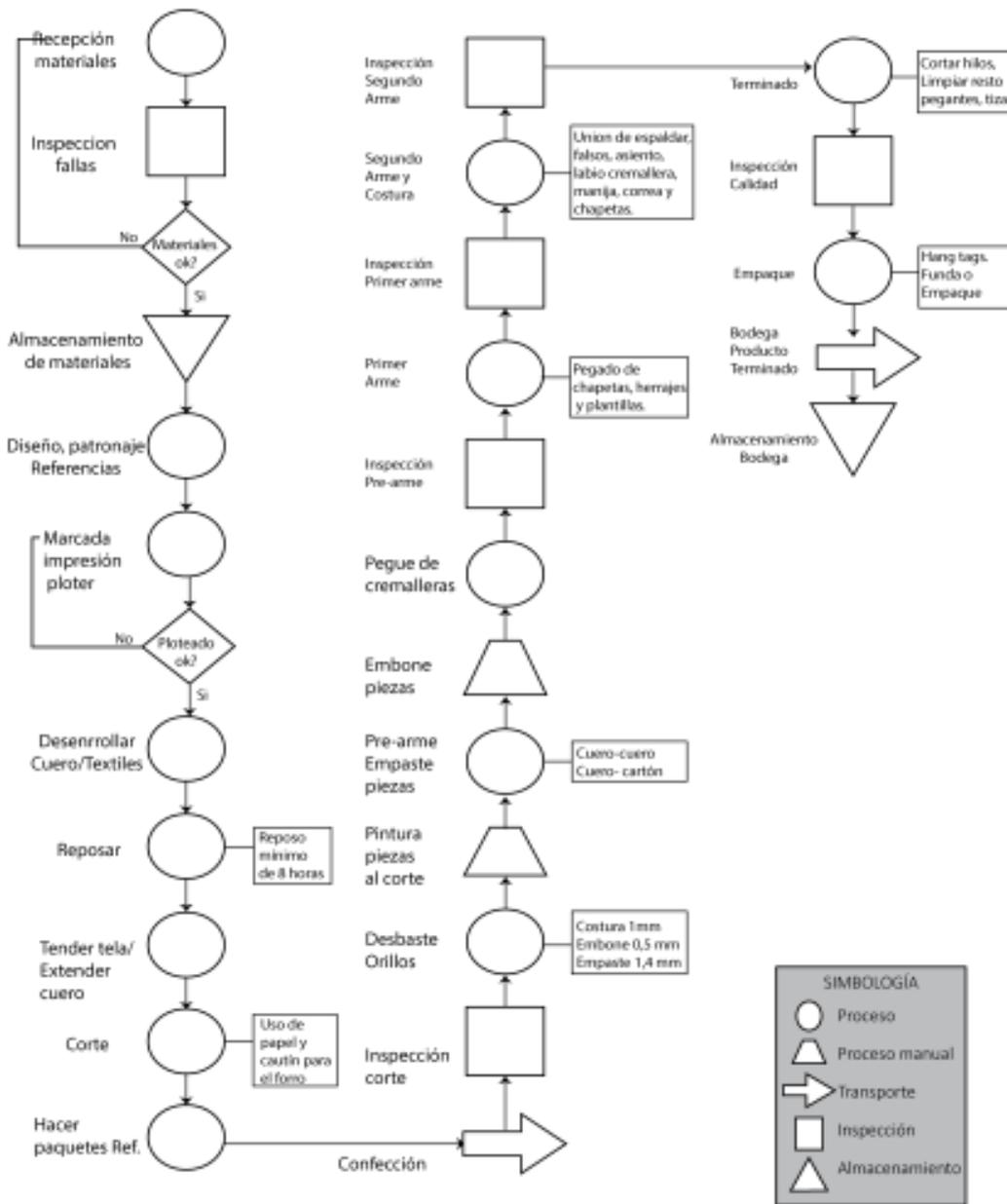
Tamaño: Mediano

Ref: 002VR

Elaborado por: Verónica Rojano



VERÓNICA ROJANO



FICHA TÉCNICA FLUJOGRAMA DE OPERACIONES

Fecha: 20 - 11 - 2017

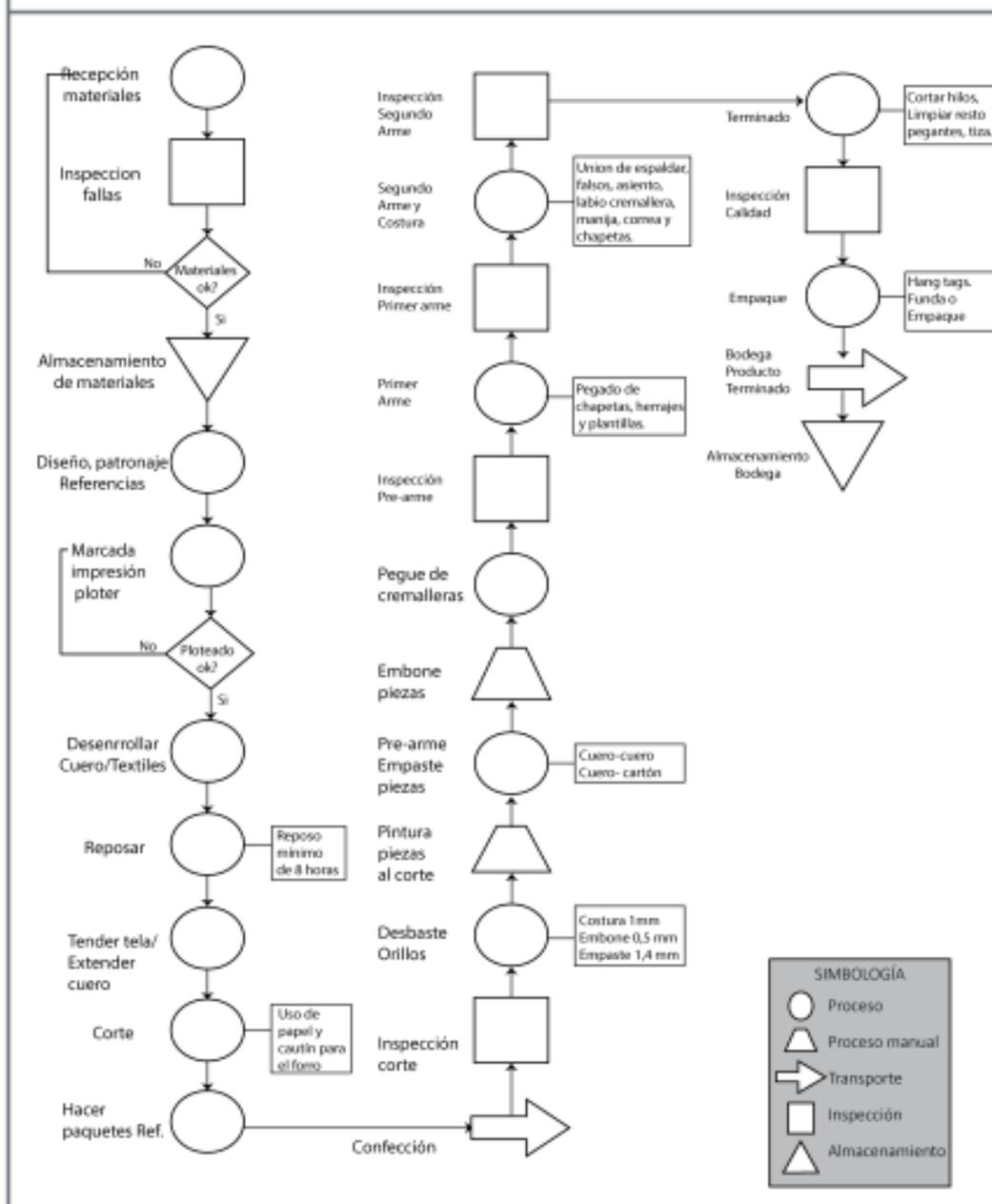
Tamaño: Mediano

Ref: 002VR

Elaborado por: Verónica Rojano



VERÓNICA ROJANO



6.13 FOTO BOOK



6.14 COSTOS DE PRODUCCIÓN

6.14.1 COSTOS FIJOS

Pertencen a los gastos que se mantienen fijos durante la producción de bolsos; esto se mantendrá ante cualquier incremento o disminución de la producción mensual de la colección.

Gastos generales

Se encuentran detallados mensualmente pues a este corresponde la producción de bolsos, los gastos están divididos en servicios básicos, y arriendo.

Gastos Generales		
Descripción	Frecuencia de Pago	Costo mensual
Luz	Mensual	\$ 50
Agua	Mensual	\$7.50
Teléfono	Mensual	\$ 29
Internet	Mensual	\$ 25.50
TOTAL GASTOS GENERALES		\$ 112.00

Los gastos administrativos se vinculan de los pagos de nómina de personal que interviene en el desarrollo de la colección.

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Cargo	Frecuencia de pago	Costo Mensual
Diseñador de modas	Mensual	\$ 700.00
Contador externo	Mensual	\$200.00
Vendedor	Mensual	\$400.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.300

TOTAL DE COSTOS FIJOS MENSUALES	
Total Gastos Generales	\$112
Total de Gastos Administrativos	\$ 1.300
TOTAL	\$ 1,412

El costo total dividido para las referencias producidas

DESCRIPCION COSTOS FIJOS X BOLSO		
Total de costos fijos mensuales	Cantidad Total de bolsos mensuales Producidas	Costo fijo x bolso
\$ 1.412.00	150	\$9.41

6.14.2 COSTOS VARIABLES

Estos están previstos de la siguiente manera y de forma variante de acuerdo al incremento o disminución de la producción de bolsos.

Materiales e insumos

Los materiales e insumos que intervienen en la creación de la colección están clasificados de forma directa o indirecta. Los costos de materiales están establecidos en la producción de tres referencias mensuales.

MATERIALES E INSUMOS GENERAL				
Mensual				
3 Referencias				
150 unidades				
Materiales	Consumo	Unidad	Costo unidad	Costo total
Cuero Conejo	1000	Pies	1,80	1.800.00
Forro Estampado	100	Metro	1,70	170.00
Total de Materiales				1,970.00
INSUMOS Y AVÍOS				
Insumos	Consumo/150 bolsos	Unidad de medida	Costo unidad	Costo total
Hebillas	50	Unidad	\$ 0,25	12.50
Remaches	400	Cientos	\$ 0,03	12.00
Broche de Imán	300	Unidad	\$ 0.22	66.00
Ojalillos	250	Unidad	\$ 0.02	5.00
Cierre	114	Metros	\$0.45	51.30
Deslizadores	650	Unidad	\$0.25	162.50
Total de Insumos y Avíos				309.30
EMPAQUE MENSUAL/150 unidades				
Material Empaque	Consumo total	Unidad	Costo unidad	Costo total
Marquilla	150	Ciento	0,10	15.00
Marca de metálica	150	Docena	2.80	420.00
Etiqueta externa	150	Unidad	0,09	13.50
Marca en laser	150	Unidad	1.00	150.00
Shopping Bag	150	Unidad	1.50	225.00
Packagign	150	Docena	0,75	112.50
Total Material de Empaque				936.00
TOTAL COSTOS VARIABLES				\$3,215.30

X 4 SEMANAS	
--------------------	--

MANO DE OBRA /150 REFERENCIAS		
MAQUILA		TOTAL MENSUAL
por cada referencia /	13.00/ unidad	\$1.950.00
TOTAL		1.950.00

6.14.2.1 Costos por referencias

Los costos pro referencia esta clasificados de acuerdo a cada diseño de forma específica con la finalidad de conseguir de manera exacta el costos por referencia.

BOLSO REF: 001 VR				
DESCRIPCIÓN: Bolso con bolsillo en los costado y frente				
Materiales	Consumo x cada bolso	Unidad	V. Unitario	Total
Cuero de conejo	6	Pies	\$1.80	\$ 10.80
Forro estampado	1	Metro	\$1.70	\$ 1.70
TOTAL				\$ 12.50
INSUMOS Y AVIOS				
Cierre	1,28	Metro	\$0.45	\$ 0.57
Deslizantes	6	Unidad	\$0.25	\$ 1.50
Broche imán	2	Unidad	\$0.22	\$ 0.44
Etiqueta laser	1	Unidad	\$1.00	\$ 1.00
Etiqueta externa	1	Unidad	\$0.09	\$ 0,09
Marca metálica	1	Unidad	\$ 2.80	\$ 2.80
Shopingbag	1	Unidad	\$ 1.50	\$ 3.00
Empaque	1	Unidad	\$ 0.75	\$ 1.50
Marquilla	1	Unidad	\$0.10	\$ 0.10
TOTAL				\$ 11.00
MANO DE OBRA				
DESCRIPCIÓN	PROPUESTA		TOTAL	
Artesano - maquila	\$ 13		\$ 13	
TOTAL COSTOS VARIABLES			\$ 36.50	
COSTOS FIJOS/150			9.41	
TOTAL			\$ 45.91	
Utilidad 50%			\$22.95	

PRECIO VENTA PUBLICO	\$68.86
12%	\$8.263
PRECIO VENTA PUBLICO +IMPUESTOS	\$77.12

BOLSO REF: 002 VR				
DESCRIPCIÓN: Bolso con solapa Asimétrico y remaches en los bolsillos				
Materiales	Consumo x cada bolso	Unidad	V. Unitario	Total
Cuero de conejo	7	Pies	\$1.80	\$ 12.60
Forro estampado	1	Metro	\$1.70	\$ 1.70
TOTAL				\$ 14.3
INSUMOS Y AVIOS				
Cierre	0.50	Metro	\$0.45	\$ 0.23
Deslizantes	4	Unidad	\$0.25	\$ 1.00
Broche imán	2	Unidad	\$0.22	\$ 0.44
Remache	6	Unidad	\$0.03	\$ 0.18
Etiqueta laser	1	Unidad	\$1.00	\$ 1.00
Etiqueta externa	1	Unidad	\$0.09	\$ 0,09
Marca metálica	1	Unidad	\$ 2.80	\$ 2.80
Shoppingbag	1	Unidad	\$ 1.50	\$ 1.50
Empaque	1	Unidad	\$ 0.75	\$ 0.75
Marquilla	1	Unidad	\$0.10	\$ 0.10
TOTAL				\$ 8.09
MANO DE OBRA				
DESCRIPCIÓN	PROPUESTA		TOTAL	
Artesano - maquila	\$ 13		\$ 13	
TOTAL COSTOS VARIABLE			\$35.39	
COSTOS FIJOS/150			9.41	
TOTAL			\$44.80	
Utilidad 50%			\$22.40	
PRECIO VENTA AL PUBLICO			\$67.20	
12%			\$8.064	
PRECIO VENTA PUBLICO + IMPUESTO			\$75.26	

BOLSO REF: 003 VR				
DESCRIPCIÓN: Bolso con solapa y hebilla en el frente				
Materiales	Consumo x cada bolso	Unidad	V. Unitario	Total
Cuero de conejo	7	Pies	\$1.80	\$ 12.60
Forro estampado	1	Metro	\$1.70	\$ 1.70
Catón	1	Plancha	\$0.60	\$ 0.60
TOTAL				\$ 14.3
INSUMOS Y AVIOS				
Cierre	50	Metro	\$0.45	\$ 0.23
Deslizantes	3	Unidad	\$0.25	\$ 0.75
Broche imán	2	Unidad	\$0.22	\$ 0.44
Remache	2	Unidad	\$0.03	\$ 0.06
Hebilla	1	Unidad	\$0.25	\$0.25
Ojalillos	5	Unidad	\$0.02	\$0.10
Etiqueta laser	1	Unidad	\$1.00	\$ 1.00
Etiqueta externa	1	Unidad	\$0.09	\$ 0,09
Marca metálica	1	Unidad	\$ 2.80	\$ 2.80
Shoppingbag	1	Unidad	\$ 1.50	\$ 1.50
Empaque	1	Unidad	\$ 0.75	\$ 0.75
Marquilla	1	Unidad	\$0.10	\$ 0.10
TOTAL				\$ 8.13
MANO DE OBRA				
DESCRIPCIÓN	PROPUESTA		TOTAL	
Artesano	\$ 13		\$ 13	
COSTOS TOTAL VARIABLE				\$35.43
COSTOS FIJOS/150				\$9.41
TOTAL				\$44.84
Utilidad 50%				\$22.42
PRECIO VENTA AL PUBLICO				\$67.26
12%				\$8.071
PRECIO VENTA PUBLICO +IMPUESTO				\$75.33

6.14.3 COSTO TOTAL

Es la suma de los costos fijos con los variables.

Fórmula:

- **COSTO TOTAL = COSTO VARIABLES + COSTOS FIJOS**

COSTO TOTAL MENSUAL			
Costo variables	\$3,542.82		
Costo fijos	\$1,412	Costos fijos/150 Unidades Producidas	\$9,41
TOTAL	\$4,954.82		

6.14.4 COSTO UNITARIO

Fórmula:

- **COSTO TOTAL UNITARIO = COSTO TOTAL MENSUAL / PARA NUMERO DE BOLSOS A CONFECCIONAR MENSUALMENTE**

COSTO TOTAL	
Costo Total Mensual	Bolsos a confeccionar
\$4,954.82	150
TOTAL	\$33.03

6.14.5 UTILIDAD

Fórmula:

UTILIDAD UNITARIA = COSTO TOTAL MULTIPLICADO 50%

Utilidad x Bolso		
Referencias	Costo Total Unitario	Costo Total multiplicado 50%
0001VR	\$45.91	\$22.95
002VR	\$44.80	\$22.40
003VR	\$44.84	\$22.42

6.14.6 COSTO DE VENTA

- Es la suma del costo unitario + utilidad.

COSTO DE VENTA POR BOLSO SIN IMPUESTOS		
Referencias	Fórmula	Valor
0001VR	\$45.91 + \$22.95	\$68.86
002VR	\$44.80 + \$22.40	\$67.20
003VR	\$44.84 + \$22.42	\$67.26

Punto de Equilibrio en Producción de Bolsos

Fórmula:

- TOTAL DE COSTO FIJO / PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO – COSTOS VARIABLES

TOTAL DE COSTOS FIJOS MENSUALES	
Total Gastos Generales	\$112
Total de Gastos Administrativos	\$ 1.300
TOTAL	\$ 1,412

Punto Equilibrio X cada Referencias			
Referencias	Precio Venta al Público + Impuestos	Costo Variables	Punto Equilibrio
001VR.	\$77.12	\$36.50	12
002VR.	\$75.26	\$35.39	12
003VR.	\$75.33	\$35.43	12
TOTAL	\$227.71	\$107.32	
TOTAL			36 Bolsos
PUNTO DE EQUILIBRIO X MES			

- **Ganancias en la Producción de Bolsos al Mes**

GANANCIA 150 BOLSOS X MES			
Referencias	Ganancia x Unitario	Numero de bolsos	Utilidad Total
0001VR	\$22.95	50	\$1,147.50
002VR	\$22.40	50	\$1,120
003VR	\$22.42	50	\$1,121
TOTAL DE GANANCIA x 150 MENSUAL			\$ 3,385

Aspiración a Ganar y Número de Bolsos a Producir

- Se realizara una regla de tres **ASPIRACIÓN A GANAR X 3 MODELOS DE BOLSOS / TOTAL DE LA GANANCIA.**

ASPIRACIÓN A GANAR X MES		
Aspiración Ganar	Ganancia 3 referencias	Numero de bolsos x Mes
\$3500	\$67.77	154 Unidades
\$5000	\$67.77	221Unidades
\$6000	\$67.77	265Unidades

Conclusiones

- La instauración de una colección de bolsos en piel de conejo para mujeres de 25 a 35 años de la ciudad de Ambato. e influyó positivamente en la mentalidad y la valoración de un accesorio de moda como eje central en estilo personal al momento de vestir.
- La innovación de buscar nuevos materiales como la piel de conejo para proponer accesorios de moda dan un giro innovador al presente trabajo ya que con esto se lograr potenciar el cambio de la matriz productiva, emprendimiento personal y ayuda a la industria del ámbito.
- La creación de un paper establece un compendio esencial de lo realizado en tan trabajoso proyecto presentado aquí, muestra de forma sintetizada las fases investigativa, referencial, metodológica, desarrollo del producto y su producción.

Recomendaciones

- Es importante puntualizar y ahondar en el tema de marroquinería en el Ecuador pues es tanta la falencia y escases de material didáctico, y académico de forma tecnicada que han trabado en parte el desarrollo del presente trabajo.
- La importancia de una identidad de marca, es necesaria, pues de aquí parte el desarrollo y gestión de la empresa en el mercado y su posicionamiento en la mente de los consumidores de forma directa o indirecta.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional del Ecuador. «Codificación Laboral.» Código de trabajo. Quito: Asamblea Nacional, 06 de Abril de 2015-17.
- . «Registro Oficial.» Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito: Gobierno del Ecuador, 22 de 12 de 2010.
- Bags. Manijas. 22 de 08 de 2000. 10 de 07 de 2017 <<http://www.gigisglamshop.com/la-importancia-de-las-bolsas-para-la-mujer-actual/>>.
- Barbado, Jose Luis. Cría de conejos. Buenos Aires, República Argentina: Editorial Albatros, 2003.
- Calte, Nayeli. Manual de Curtido artesanal de pieles de conejos. Enero de 2012.
- Capioja, Bernardo. Curtido de pieles animales. Asunción- Bolivia: Renacer, 1998.
- Casco, Jorge. Cunicultura. Lima-Peru: Fuente Eterna, 1999.
- Casillas, Jose. «Cunicultura.» Las mejores Razas de conejos. Lima-Peru: Nuevos Horizontes, 10 de 11 de 2011.
- ColombiaBolsos. «Herrajes.» Herrajes. Bogotá: Marineli, 25 de 2 de 2015.
- Durán, María & Galindo Lizett. Informe del taller de tintes naturales. Bogotá: Fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal en la ciudad de Bogotá, 2014.
- El Telégrafo. «Plan de gobierno.» Política 17 de Abril de 2017: 4,5.
- ELITRON. «CAD 2D DISEÑO.» Software marroquinería. Italia: sans, 8 de 01 de 2017.
- EMPRENDE. «FILOSOFÍA JAPONESA.» 9'S. Medellín: Seli, 15 de 10 de 2012.
- fashionwoman. «Tipos de bolsos.» La mujer y el bolso. Bogotá: Alvarez, 29 de 05 de 2014.
- Ferpiel. Ferpiel. 27 de 09 de 2005. 29 de 07 de 2017 <<http://www.ferpiel.com/noticias/item/que-es-la-marroquineria>>.
- FLACSO - MIPRO. «Centro de Investigaciones Económicas de la micro,pequeña y mediana empresa.» Boletín mensual de análisis sectorial PYMES. Quito: Ministerio de industrias y productividad, 02 de 02 de 2011.
- holafashion.es. «Diccionario 'fashion'.» 25 de abril de 2014. Tipos de bolsos. <<http://fashion.hola.com/tendencias/2014120261735/tipos-bolsos-nombres/>>.
- IDE Escuela de Dirección de Empresas. «Consumo.» Emprendedores (2014): 19.
- IEPI - INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL. IEPI. 18 de 10 de 2016. 30 de 07 de 2017 <<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/>>.
- INEC. «Censo poblacional.» Mujeres. Ecuador: Gobierno nacional, 15 de 03 de 2010.

—. CENSO POBLACIONAL. 19 de 01 de 2010. 24 de 07 de 2017
 <<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Demografia/documentofinal1.pdf>>.

INEC-2010. «Censo poblacional.» Capítulo Tungurahua. Quito: Gobierno del Ecuador, 02 de 02 de 2010.

Kaufmann, Jean Claude. Cuerpo de mujeres, miradas de hombres. Paris-francia: Novo, 2011.

—. «La cartera.» Doctissimo (2015): 5.

Lau, John. Manualidades de diseño de Moda, Diseño de Accesorios. México : Editorial Gustavo Gili, SL, 2013.

Laurie, Alison. El lenguaje de la moda. Barcelona - España: Project Runway, 1981.

Lideres. «Macro entorno.» Lideres (2015): 14,18.

López, Ana Maria. «Crianza de Conejos.» Comercio (1996): 15.

López, María Tello & Alexandra. Creación de una marca y línea casual de bolsos para jóvenes, Aplicando elementos del Diseño presentes en la fauna Ecuatoriana. Riobamba: Escuela superior Politécnica de Chimborazo, 2010.

Mancheno, Pablo. «Evaluación de pieles de Conejo Rex y Neozelandés en peletería.» Escuela superior Politecnica de Chimborazo. Rinbamba, 05 de Abril de 2010.

Ministerio de Cordinación y Producción Empleo y Competitividad. Agenda Tungurahua. Ambato, 25 de 09 de 2015.

Ministerio del Medio Ambiente. «Acuerdo Ministerial 061.» Desechos líquidos. Quito-Ecuador, 06 de Abril de 2015.

«Piel sobre piel.» Objeto de la piel sobre piel. 03 de Junio de 2013.

PRO ECUADOR. tendencias de consumo. Gubernamental. Quito, 2015.

QIWA. «Colección 13/14.» Piel de conejo. Cuenca: Qiwa, 21 de 04 de 2014.

Reto, César Giovanni López. Estudio Técnico y Económico para la instalación de una empresa dedicada a la Fabricación de carteras y bolsos a base de corteza de coco. Guayaquil: Universidad de Guayaquil, 2014.

Richpeace. «Maquinaria tecnológica.» Automatizadas. Tokio-China: Miral, 29 de 11 de 2015.

Rojas , Edgar. Cunicultura, Curtido de pieles de conejo. Latinoamericano: Publicaciones SENA Regional Valle, 2013.

Sánchez, Cristian. Conejos. Lima Perú: Colección Granja y Negocios, 2002.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. «Revolución productiva a través del conocimiento y talento humano.» Transformación de la Matriz Productiva (2012): 19.