



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

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de o de Ingeniera en
Proceso y Diseño de Modas.

“Diseño de bolsos en cuero en combinación de materiales alternativos”.

Autora: Solís Caicedo, Lisette Jazmín

Tutor: Mg.Ponce Pérez, Celinda Annabella

Ambato – Ecuador

Diciembre, 2021

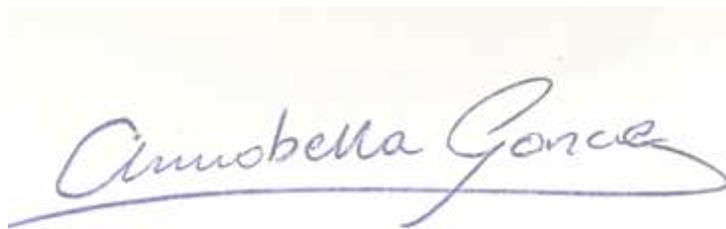
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

“Diseño de bolsos en cuero en combinación de materiales alternativos” de la alumna Lissette Jazmín Solís Caicedo, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Diciembre 2020

EL TUTOR

A handwritten signature in blue ink that reads "Annabella Ponce". The signature is written in a cursive style with a long horizontal flourish at the end.

.....
Mg. Ponce Pérez, Celinda Annabella

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “Diseño de bolsos en cuero en combinación de materiales alternativos”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Diciembre 2020

LA AUTORA



.....
Lissette Jazmín Solís Caicedo

C.I.1804423760

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, Diciembre 2020

LA AUTORA



.....
Lissette Jazmín Solís Caicedo

C.I.1804423760

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema **“Diseño de bolsos en cuero en combinación de materiales alternativos”** de Lissette Jazmín Solís Caicedo, 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, Diciembre 2020

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente proyecto va dedicado a mis padres que fueron el motor fundamental en todo el trayecto de mi carrera, a mis hermanos por siempre brindarme su apoyo incondicional, y sobre todo a nuestro Dios todo poderoso que con su misericordia y amor me acompañado en el desarrollo del proyecto gracias a todos por brindarme su amor y comprensión.

Lisette Jazmín Solís Caicedo

AGRADECIMIENTO

Una gratitud formidable a la Universidad Técnica de Ambato y en especial a la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes la cual formo mis conocimientos y hoy me está permitiendo alcanzar mi sueño profesional.

Estoy sumamente agradecida por la existencia de personas con un alto grado de empatía, y colaboración. Como han sido mis profesores, por impartir los conocimientos necesarios que impulsaron a la búsqueda de nuevos peldaños

Lisette Jazmín Solís Caicedo

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICADO DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE IMÁGENES	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES	3
1.1. Nombre del proyecto	3
1.2. Antecedentes (Estado de arte)	3
1.3. Justificación	7
1.4. Objetivos	8
1.4.1. Objetivo general	8
1.4.2. Objetivos específicos	8

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL	9
2.1. Marco Referencial (conceptual, histórico, lógico u otros de acuerdo al proyecto)	9
2.1.1 Diseño de Bolsos	9
2.1.2 Tipos de bolsos	12
2.1.3. Bolsos y carteras para llevar en la mano	14
2.1.4. Marroquinería	15
2.1.4.1 Curtido	17
2.1.4.2. Tratamiento químico del curtido	18
2.1.4.3 Terminación de la superficie. Acabado	19
2.1.4.4 Tipos de Terminado	20
2.1.4.5. Técnicas decorativas en cuero	21
2.1.4.6. Proceso de producción	23
2.1.5 Materiales Alternativos	27
2.1.5.1 Según la estructura	28
2.1.5.2. Fibra de la cabuya	29
2.1.5.3 Características de la fibra de la cabuya.	30
2.1.5.3 Madera como una fibra natural	30
2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales	35
2.2.1. Visionario	39

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO	41
3.1. Análisis externo	41
3.1.1. Análisis PEST	41
3.1.1.1. Entorno Político	41
3.1.1.2. Entorno Económico	43
3.1.1.3. Entorno social/ cultural	45
3.1.1.4. Entorno tecnológico	46
3.1.1.5. Entorno ambiental	48
3.1.1.6. Entorno legal	49
3.1.2. Tendencias de consumo	50
3.1.3. Segmentación del mercado potencial	51
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia	53
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial	54
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)	55
3.2. Análisis interno	57
3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles	57
3.2.2. Análisis Cadena de valor	58
3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo	58
3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima	60
3.2.2.3. Eslabón de producción	62
3.2.2.4. Eslabón de comercialización	63
CAPÍTULO IV	
MARCO METODOLÓGICO	64
4.1. Estudio de público objetivo	64
4.1.1. Modelo de encuesta	65

4.2.	Selección de la muestra _____	67
4.3.	Técnicas de estudio _____	69
4.3.1.	Cuantitativas _____	69
4.4.	Elaboración e interpretación de los datos _____	70
4.4	Conclusiones _____	84

CAPÍTULO V

TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN _____	85	
5.1.	Cronograma de producción _____	85
5.2.	Control de calidad _____	86
5.3.	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto _____	87
5.4.	Requerimientos de mano de obra _____	88
5.5.	Seguridad industrial y medio ambiente _____	89

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA _____	91	
6.1.	Descripción del producto o servicio _____	91
6.1.1.	Brain storming (lluvia de ideas) _____	91
6.2.	Perfil del cliente. _____	91
6.2.1.	Moodboard del perfil del cliente _____	92
6.3.	Identidad de marca. _____	94
6.4.	Uso de la marca. _____	95
6.5.	Análisis de color de la propuesta _____	97
6.5.1.	Paleta de color de la propuesta _____	101
6.6.	Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso). _____	103
6.6.1.	Macro tendencia _____	103
6.6.2.	Tendencia _____	105
6.8.	Elementos del diseño _____	107
6.8.1.	Siluetas _____	108
6.8.2.	Proporción y línea _____	109
6.8.3.	Función _____	109
6.8.4.	Detalles _____	109

6.8.5. Estilo _____	110
6.9. Materiales e insumos. _____	112
6.10. Sketch o bocetos _____	112
6.11. Fichas técnicas _____	113
6.12 Photobook _____	135
6.13 Costos de producción _____	140
6.13.1 Costos fijos _____	140
6. 13.2 Costos variables _____	141
6.13.3 Costo total _____	149
6.13.4 Costo unitario _____	150
6.13.5 Utilidad _____	151
6.13.6 Costo de venta _____	152
CONCLUSIONES _____	154
RECOMENDACIONES _____	155
Bibliografía _____	157

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No 1. Tipos de bolso _____	12
Tabla No 2. Bolsas de Mano _____	14
Tabla No 3. Proceso producción de cuero _____	16
Tabla No 4. Preparado de la piel. _____	17
Tabla No 5. Tipo de fibras _____	28
Tabla No 6. Tipos de madera _____	30
Tabla No 7. Tipos de Maderas _____	32

Tabla No 8.Variables demográficas _____	51
Tabla No 9.Variables psicográficas _____	51
Tabla No 10.Variables conductuales _____	52
Tabla No 11.Análisis Competitivo. Benchmarking _____	55
Tabla No 12.Cadena de valor _____	59
Tabla No 13.Cadena de valor _____	59
Tabla No 14.Ficha proveedor #1 _____	60
Tabla No 15.Ficha proveedor #2 _____	61
Tabla No 16.Ficha proveedor #3 _____	61
Tabla No 17.Segmento de mercado _____	64
Tabla No 18.Cuadro población. _____	67
Tabla No 19.Descripción de la Fórmula _____	68
Tabla No 20. Considera Ud. que un bolso es un accesorio impredecible en el armario de una mujer? _____	70
Tabla No 21.¿Cuáles son los factores que toma en cuenta para comprar un bolso? _____	71
Tabla No 22.¿En qué colores le gustaría adquirir un nuevo bolso? _____	73
Tabla No 23.¿Qué tamaño de bolso frecuente a usar normalmente? _____	74
Tabla No 24.¿Qué tamaños de asas le gustaría para su bolso? _____	76
Tabla No 25.¿Con que frecuencia usted compra un bolso? _____	77
Tabla No 26.¿Qué material alternativo usted prefiere? _____	78
Tabla No 27.¿Porque medio Ud. adquiere un bolso? _____	79
Tabla No 28.¿Qué atributos a usted le gustaría que tenga el producto? _____	81
Tabla No 29.¿Para qué ocasión de uso usted adquiere el bolso? _____	82
Tabla No 30.Cronograma de producción _____	85
Tabla No 31.Control de Calidad _____	87

Tabla No 32.Cromática de la Marca _____	95
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1.Accesorio indispensable _____	71
Gráfico No 2.Factores de compra _____	72
Gráfico No 3.: Color de preferencia _____	74
Gráfico No 4.Tamaño de preferencia _____	75
Gráfico No 5.Tamaño de asas en un bolso _____	76
Gráfico No 6.Nivel compras _____	77
Gráfico No 7.Material alternativo _____	78
Gráfico No 8.Medios de compra _____	80
Gráfico No 9.Características del producto _____	81
Gráfico No 10.Ocasión de uso _____	83

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No 1. Membrana plástica _____	4
Imagen No 2.Diseño de Juan Capa Cestería _____	5
Imagen No 3.Insumos y Avíos, Marroquinería _____	26
Imagen No 4.Cabuya _____	29
Imagen No 5.Madera _____	35
Imagen No 6.Me Accessories _____	36
Imagen No 7.Me accesories _____	37
Imagen No 8.HERMES _____	37
Imagen No 9.Bolsos _____	38

Imagen No 10.Michael Kors _____	40
Imagen No 11.RICHPEACE _____	47
Imagen No 12.Perfil del cliente _____	93
Imagen No 13.Marca _____	94
Imagen No 14.Cromática de Marca _____	95
Imagen No 15.Retícula de marca _____	96
Imagen No 16.Estilo de fuente _____	97
Imagen No 17.Logotipo fondo blanco con letras negras. _____	97
Imagen No 18.Logotipo fondo negro con letras blancas. _____	98
Imagen No 19.Logotipo fondo gris con letras plomas con mayor opacidad. _____	98
Imagen No 20.Etiquetas _____	98
Imagen No 21.Packagign _____	99
Imagen No 22.Aplicaciones de la marca _____	100
Imagen No 23.Tarjetas de presentación _____	101
Imagen No 24.Paleta de color _____	102
Imagen No 25.Macro tendencia _____	104
Imagen No 26.Tendencia _____	106
Imagen No 27.Flap bag: _____	108
Imagen No 28.Duffel _____	108
Imagen No 29.BOWLING BAG _____	109
Imagen No 30.Detalles _____	110
Imagen No 31.Estilo _____	110
Imagen No 32.Materiales e insumos. _____	112

RESUMEN EJECUTIVO

El bolso es un accesorio usado desde la antigüedad y a pesar de los años del paso del tiempo, tiene 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 se constituye como una parte primordial de toda mujer ya que este proyecta seguridad, resalta singularidad y elegancia total.

La principal razón para desarrollar el siguiente proyecto integrador con el tema diseño de bolsos en cuero en combinación de materiales alternativos, para mujeres de 25 a 45 años en la ciudad de Ambato, se ha debido por las grandes necesidades de la mujer ecuatoriana de bolsos innovadores y de calidad. Además de rescatar detalles meramente artesanales, recalcando la riqueza de un producto hecho a mano.

Asimismo, se realizan investigaciones que ayuden a determinar el producto adecuado de acuerdo con el contexto, mediante técnicas como las encuestas; con el propósito de ofrecer productos innovadores y de calidad que cubran las necesidades de la mujer. Dicha investigación demostró que el 57% de las mujeres Ambateñas confirma que antes de efectivizar una compra en su gran mayoría se fija en el diseño en su calidad y sobretodo la innovación que esté presente. El 77% de las personas encuestadas prefieren bolsos con fibras naturales como la madera, ya que aprecian los beneficios y el hecho de minimizar el uso de materiales desechables y plásticos, decidiendo que esta es la mejor opción para accesorios de moda.

Por lo cual se toma el cuero generado por la industria local y la madera, con el fin de combinarlos y aplicarlos en diseños de bolsos con tendencia actual, usando técnicas artesanales que integren tonos extraídos de las tendencias, encuestas y las preferencias del grupo objetivo, mediante los cuales se pretende innovar.

PALABRAS CLAVE: BOLSOS, MATERIALES ALTERNATIVOS, MODA EN BOLSOS, ACCESORIOS CON MADERA, ACCESORIOS DE MODA.

ABSTRACT

The bag is an accessory used since ancient times and despite the years of time, it has 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 has been drawn, a great companion to today's woman. The bag is constituted as an essential part of every woman since it projects security, highlights uniqueness and total elegance.

The main reason for developing the following integrating project with the theme of leather handbag design in combination of alternative materials, for women between 25 and 45 years old in the city of Ambato, has been due to the great needs of Ecuadorian women for innovative handbags and quality. In addition to rescuing merely handmade details, emphasizing the richness of a handmade product.

Likewise, research is carried out to help determine the appropriate product according to the context, through techniques such as surveys; with the purpose of offering innovative and quality products that meet the needs of women. Said research showed that 57% of Ambateñas women confirm that before making a purchase, the vast majority look at the design in its quality and especially the innovation that is present. 77% of the people surveyed prefer bags with natural fibers such as wood, since they appreciate the benefits and the fact of minimizing the use of disposable materials and plastics, deciding that this is the best option for fashion accessories.

Therefore, the leather generated by the local industry and the wood are taken, in order to combine and apply them in designs of bags with current trends, using artisan techniques that integrate tones extracted from trends, surveys and the preferences of the target group. Through which it is intended to innovate.

KEYWORDS: BAGS, ALTERNATIVE MATERIALS, FASHION IN BAGS, ACCESSORIES WITH WOOD, FASHION ACCESSORIE.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación será una contribución académica y práctico en el área del Diseño de Accesorios en aplicación de materiales alternativos como es la madera, que será empleada en la confección de bolsos de moda, aprovechándola en la industria de la confección de artículos preferenciales del segmento femenino.

El presente proyecto se enfoca 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), 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 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 visionarias.

Capítulo III, 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, Marco Metodológico se enfoca en el estudio del público objetivo, los instrumentos de investigación, el establecimiento de la muestra, las técnicas de estudio, así como la elaboración e interpretación de datos y conclusiones parciales.

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.

Capítulo VI, 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 en cuero en combinación de materiales alternativos

1.2. Antecedentes (Estado de arte)

Se puede observar que en distintas culturas indígenas y artesanos en general han buscado nuevas formas de reutilizar los desperdicios como cuero, telas, madera, plástico y más, dando así un ejemplo de una vida libre de contaminación al medio ambiente. Se espera que en la Provincia de Tungurahua se dé a conocer por nuevas alternativas de moda sostenible en las personas, puesto que permitirá reducir la contaminación ambiental en el entorno y por otra parte, generar nuevas formas de empleo a la ciudadanía, es por esta razón que la Cámara de Industrias de Tungurahua maneja el criterio de una “gestión ambiental rentable”, donde se busca mejorar los procesos, reduciendo al máximo los niveles de consumo de energía, agua y químicos. Optimizando la materia prima, lo que significa una reducción de recursos económicos y menos impacto ambiental. (Manosalvas, 2005)

Uno de los antecedentes encontrados es el diseño a partir de cable usado dándole otra vida útil, Se logra entender que se puede rescatar un material que para otras personas es totalmente una basura y es transformado en un objeto útil para un tipo de usuario, dicho material recuperado le brinda una mayor estética al diseño resaltándolo para la comercialización. En esta investigación se ve la importancia que puede llegar a generar un material a un objeto brindándole una estética diferente al diseño. (Novoa, 2010)



Imagen No 1. Membrana plástica

Fuente: (Novoa, 2010)

Otro proyecto encontrado es la elaboración de objetos por medio de la técnica de la cestería implementada en la calceta de plátano, a través de proceso de creación de cestería por parte de un grupo de artesanos en el Municipio de Guacamayas, Boyacá, Colombia, que por medio de la cestería tradicional se puede llegar a miles de formas y también por medio de esta investigación se puede llegar a entender que si es posible rescatar un proceso artesanal mediante la intervención de nuevas tecnologías o nuevos materiales. (Fontales, 2016)



Imagen No 2. Diseño de Juan Capa Cestería
Fuente: (Fontales, 2016)

El uso de materiales orgánicos en el diseño de modas se ha estado manejando como una de las nuevas tendencias a nivel mundial, es así que nace el proyecto de elaboración de una colección de carteras de mano, en donde los materiales que se utilizaron tales como: fórmicas y enchapes se emplean en el sector mobiliario. Surge la idea de darle otra perspectiva al cambiar su hábito de uso, empleando dichos elementos en diseños

vanguardistas, haciendo de este proyecto una propuesta con moda sustentable y viable al momento de su ejecución. (Yugcha, 2018)

Accesorios hechos de materiales orgánicos con énfasis en la moda eco, mediante el diseño con enfoque a la sostenibilidad, permitiendo rescatar técnicas artesanales en la elaboración de accesorios, con la aplicación de materiales propios de la naturaleza, dentro del cual se considerara a la fibra del vástago de banano como elemento principal para la fabricación y elaboración de productos dentro del campo textil, para que en un futuro, permita crear oportunidades de empleo y minimizar la contaminación ambiental, ayudando a diversos sectores artesanales dentro del Ecuador. Además, permita mejorar la calidad de vida de las personas y dar a conocer productos de calidad e innovadores con propuestas convencionales con un toque artesanal. (Yugcha, 2018)

Al mismo tiempo permite reducir la contaminación ambiental y crear fuentes de trabajo En diversos campos manufactureros La finalidad de este emprendimiento fue reducir la contaminación ambiental y dar a conocer productos innovadores, fortaleciendo las actividades económicas de las y los artesanos que trabajan con materiales naturales y alternativos desechados.

Otro de los antecedentes que se puede destacar es el diseño y elaboración de bolsos realizado con materia prima principalmente en el yute, durante el desarrollo de este proyecto se vieron aspectos tales como la viabilidad económica ya que es una materia prima de bajo costo y de fácil adquisición, los beneficio que este material brinda al proceso de manufactura ya que es resistente, durable y sencilla de confeccionar, así también como las ventajas que el yute ofrece al ser una fibra natural, amigable con el medio ambiente, ya que se extrae del tallo de una planta y durante el proceso al que es sometido para su uso como materia prima en diversos fines o productos, no requiere tratamiento químico alguno, por ello es biodegradable y también es reciclable. El propósito de este proyecto es demostrar que la fibra de yute puede ser implementada en el área de la moda, específicamente en la rama de la

indumentaria, generando un precedente de innovación utilizándola de otra manera muy poco explotada, ya que su mayor uso está en la línea de diseño de interiores. (Valarezo, 2016)

Mientras tanto en Latinoamérica se está utilizando esta técnica para crear indumentaria no textil con materiales no convencionales, de forma vanguardista para armar un concepto de moda, pensando en armar vestimenta funcional; es por eso que “teniendo varios enfoques, se puede trabajar según el estilo de cada diseñador”(Nuñez, 2009, pág. 5)

Desde el estado del arte se encuentra que es importante tener en cuenta las tendencias relacionadas con las técnicas tradicionales.

1.3. Justificación

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 útil ha elaborado. El bolso es una parte primordial de toda mujer debido a su función de portabilidad que permite trasladar diferentes objetos en un solo espacio además, proyecta seguridad, resalta elegancia y cumple un propósito de funcionalidad.

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.

Según el ministerio de industrias el sector relacionado con la manufactura en cuero es significativo en la economía nacional y en lo referente a Tungurahua ya que agrupa al 80% de los productores, en donde se encuentran fabricantes de calzado, confecciones de indumentaria y marroquinería. Este último promueve la economía local generando empleo, preservando oficios filiales y saberes artesanales que están localizados en las partes rurales. Trabajando en forma individual o agrupada en talleres, micro empresas o empresas familiares. (Gobierno provincial deTungurahua, 2017)

La marroquinería promueve identidad artesanal, provista por el uso de materiales alternativos, el uso de técnicas ancestrales que se convierte en parte del patrimonio cultural intangible de la sociedad ecuatoriana. La marroquinería de bolsos en Tungurahua a pesar de ser una parte representativa socio-cultural se halla en un constante quebranto. La falta de recursos económicos, la ausencia de capacitación y de innovación en el producto ha llevado a que se convierta en una pausada y cierta desaparición de artesanos. (Rojano, 2018)

La generación de estrategias de integración del diseño en este contexto es para el fortalecimiento del que hacer del artesano marroquintero es fundamental para la preservación del patrimonio artesanal, rescatando su valor filial y conocimientos tradicionales, además de promover la artesanía a futuras generaciones y valorizar el trabajo artesanal como muestra representativa de la realidad.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

-Diseñar bolsos en cuero en combinación de materiales alternativos para conseguir nuevas texturas.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la tipología de bolsos que existen en el mercado y como satisfacen las necesidades del usuario.
- Determinar los materiales alternativos que aporten a la innovación en el diseño para conseguir nuevas texturas mediante la experimentación.
- -Desarrollar una propuesta de diseño de bolsos mediante la fusión de cuero y materiales alternativos para lograr una nueva estética formal.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Referencial (conceptual, histórico, lógico u otros de acuerdo al proyecto)

2.1.1 Diseño de Bolsos

El Diseño es representado como un concepto amplio, El mismo método de clasificación en varios campos debe gestionarse de manera coherente, lo que conducirá a un propósito específico. “Es la generación y evaluación sistemática e inteligente de especificaciones para artefactos cuya forma y función alcanzan los objetivos establecidos y satisfacen las restricciones especificadas”. (Dym, 2002, p. 9) Por ello, cabe mencionar que cada diseño tiene ciertas características que lo hacen atractivo para quienes buscan ayuda y practicidad en el mismo. “El diseño interpreta y sirve a aquellas necesidades humanas que pueden ser cubiertas dando forma a productos, mensajes o servicios. La función de estos productos es la de ayudar al hombre en el mejor disfrute que él mismo crea” (Ricard, 1982, p. 36)

El diseño es una búsqueda para lograr o cumplir metas planificadas a través de un proceso organizado bajo parámetros establecidos para encontrar la solución ideal a un problema específico, tiene funciones prácticas para los usuarios y es estéticamente atractivo. El diseño se deriva del pensamiento, la ficción y la proyección a través del movimiento, el cálculo y la implementación de materiales adecuados, que se fusionan para transformar lo intangible en tangible.

Desde la prehistoria el hombre ha utilizado los accesorios como un complemento importante dentro de la moda, se podría definir que ha llegado a tener un valor significativo en el vestuario, siendo utilizados dentro del segmento masculino y femenino, llegando a marcar un distintivo en cada persona que lo lleva, despertando en el hombre el sentido

estético y la forma de diferenciarse de los demás. El hombre le ha dado a los complementos un significado de prestigio, poder y estilo; a lo largo del tiempo los complementos han ido evolucionando hasta considerarse algo importante a la hora de vestir, existiendo accesorios para cada consumidor según sea su necesidad, situación y posibilidad económica. (Mente, 2010)

Como afirma Lau:

Los accesorios son prolongaciones del cuerpo, elementos que se quitan y ponen, que se utilizan para proteger, ocultar o hacer ostentación. También son símbolos que identifican y distinguen al usuario; sin embargo, cuando no se están empleando, se convierten en objetos aislados. (Lau, 2012, p. 10)

En la moda, el término accesorio hace referencia a cualquier artículo que complementa a un atuendo. Desde el cambio de milenio, las casas de moda de todo el mundo han centrado su atención en los accesorios. El frenesí de libros de reciente edición y suplementos de revistas dedicados en exclusiva a bolsos, zapatos, sombreros o joyas es prueba del continuo creciente interés por este aspecto de la moda. (Feyerabend, 2009, p. 4)

Se puede deducir que los accesorios o complementos de moda fueron los primeros elementos que adornaron el cuerpo humano, desde la historia han venido siendo un detalle de feminidad, que no solo sirve para marcar un estilo específico, si no también, señala un estatus social, dependiendo de los materiales con los que se encuentre elaborado el producto. La exclusividad de los accesorios que se encuentran en el mercado varían según el precio, diseño y por los materiales como el cristal, la madera o acero, marcando un status en el universo de vestuario.

John Lau nos dice en su libro que los accesorios también se idearon para mostrar la magnificencia del usuario; así, los sombreros profundamente decorados son un símbolo de estatus, mientras que, a menudo, las joyas se exhiben como muestra de riqueza y poder. (Lau, 2012)

El origen del bolso aún se desconoce exactamente en qué fecha fue creado, ni desde que época existen ya que no se han conservado referencias históricas que lo comprueben. Sin embargo, se puede afirmar que desde la prehistoria se usaba instrumentos o artículos muy parecidos a lo que hoy conocemos como bolsos. Esto se deduce por hallazgos encontrados en pinturas rupestres en las que se aprecia dibujos de figuras femeninas portando objetos similares a bolsos. Se cree que sea posible que el hombre nómada hubiese desarrollado dicho artículo con el fin de llevar alimento ya sea de la caza o de recolección consigo mientras se movilizaba a sus distintos destinos, estos bolsos eran elaborados presuntamente con las pieles de los animales que cazaban en sus viajes. Desde entonces, el bolso se convirtió en un elemento importante para la vida cotidiana. (Fernandez, 2012)

Las representaciones de los bolsos hace 2000 años muestran bolsas simples formadas de cuero crudo, generalmente llevado por los hombres. La primera evidencia de un bolso de mano con cualquier papel como un accesorio de moda se produjo en la época medieval, cuando las mujeres adineradas llevaban una bolsa en sus cinturones para llevar a sus necesidades, con bordados de lujo y joyas, incluso, para reflejar su estado. Fue a finales del siglo XIX que el precursor del bolso moderno se puso de moda. Las faldas anchas y aros del siglo XVIII habían dado paso a línea- delgada, incluso de talle alto, vestidos diminutos. Ninguna dama de moda quería arruinar el contorno de su figura bien formada suspendiendo los bolsillos llenos de objetos voluminosos debajo de sus enaguas. Así que el primer bolso de esta manera nació. El bolso era un pequeño bolso decorativo, con una función similar a los bolsos de tarde de hoy. (Mcehe, 2015)

El término 'bolso' fue primero en utilizar a principios del siglo XX y fue utilizado para los bolsos de cuero y luego llevados por los hombres. Era la década de 1920 que vieron la primera aparición de la bolsa de mano moderna realizado por las mujeres. Este fue otro período con una moda para los vestidos ligeros, que no se adaptan a los bolsillos. Fue también un período de creciente independencia de las mujeres, cuando las mujeres pudieron salir por su cuenta y viajar sin un hombre o un sirviente a llevar las cosas para ellos. El bolso era a la vez un accesorio de moda elegido para que coincidiera con un traje y un símbolo práctico de su

nueva independencia, las mujeres podían ir por el mundo llevando todo lo que necesitaban ellos mismos, independiente y sin miedo. Hoy, a principios del siglo XXI, hay un bolso para cada necesidad; los 10 bolsos pueden ser nuestras oficinas portátiles, completas con el ordenador portátil, teléfono y papeles; que pueden llevar a los secretos de belleza que nos transforman de la jet-set profesional para seductora glamoroso; ellos son los guardianes de confianza de nuestras identidades. (Mcehe, 2015)

Actualmente el deseo de ostentación sigue siendo el motor del éxito de los accesorios, por lo mismo el diseño debe mantener un equilibrio entre la funcionalidad y la estética. Progresivamente ha pasado el tiempo, el accesorio se ha convertido en un artículo esencial y en el último grito en moda que reclama la atención tanto del usuario como del observador. (Lau, 2012)

2.1.2 Tipos de bolsos

Según su tamaño y funcionalidad:

Bolsos al hombro

Los bolsos al hombro son aquellos que presentan una o dos cintas que permiten que los llevemos colgados al hombro. Son sumamente cómodos ya que permiten llevar las manos completamente libres y se trata, además, de la categoría más popular de bolsos. Dentro de la categoría de los bolsos al hombro podemos encontrar diferentes diseños basados en la forma del bolso:

Tabla No 1. Tipos de bolso

A) Balde:	El bolso balde ha sido bautizado de ese modo por recordar a la forma de un balde. Lleva una única cinta para colgar al hombro y se cierra mediante una correa que atraviesa aros de metal y se ciñe a la parte superior de la estructura como si se tratara de un bolso marinero.
-----------	---

B) Shopper:	El bolso shopper recuerda una bolsa de compras. La estructura es relajada y en casi todos los casos rectangular. Este tipo de bolso presenta dos asas largas para colgar del hombro. La estructura permite su fabricación tanto en el cuero más rígido como en el género más suave y se adapta perfectamente, dependiendo del material, a casi cualquier estilo de vestuario.
C) Hobo:	Sin dudas se trata de uno de los estilos más buscados y amados por las mujeres gracias a la elasticidad de su estilo y el cómodo tamaño que permite cargar con casi todo lo necesario para el día. La estructura de este tipo de bolso no es sólida, lo que permite cargar con más cosas y le da una apariencia más relajada. Aunque la mayoría de las mujeres opta por llevar el bolso colgado del hombro, la gran mayoría de los modelos presenta dos asas cortas para dar la opción de llevar el bolso en la mano.
D) Tote:	El bolso estilo tote es muy parecido al shopper. Es grande, generalmente con forma de trapecio invertido y con dos cómodas asas para llevar tanto al hombro como en el antebrazo.
E) Crossbody:	También conocido como bolso messenger o bandolera, se trata de uno de los bolsos más cómodos y preferidos tanto por hombres como por mujeres. Es un bolso de tamaño pequeño o mediano con un asa larga que se cruza sobre un hombro y a través del pecho, apoyándose sobre la cadera del lado contrario
F) Mochila:	Quien piense que las mochilas están reservadas únicamente para los estudiantes, está equivocado. Las mochilas han visto su renacimiento en las colecciones de los más renombrados diseñadores de moda desde hace algunas temporadas, especialmente cuando se trata de moda en bolsos para hombres. Las versiones más elegantes están confeccionadas en cuero y tienen detalles de cierres y herrajes en metal opaco.

Fuente: (Saca, 2019)

2.1.3. Bolsos y carteras para llevar en la mano

La característica principal de este tipo de bolsos es que no poseen asas o presentan unas muy cortas que impiden que se cuelguen al hombro. Es el estilo más usado para la noche o para eventos más elegantes ya que, ciertamente no es lo más cómodo para el día a día.

Tabla No 2. Bolsas de Mano

A) Clutch:	Sin dudas uno de los preferidos por las chicas. El clutch es un tipo de bolso pequeño –con excepción de los oversized- generalmente sin asas, aunque en algunos casos pueden presentar una pequeña cadena para colgar o una asa en forma de aro para colocar en la muñeca. El clutch permite llevar contigo lo primordial, lo más necesario tanto en la mano como debajo del brazo.
B) Minaudiére:	Se usan exclusivamente para galas y salidas nocturnas elegantes. Su estructura es rígida y si bien los diseñadores juegan mucho con las formas de estos pequeños bolsos, la mayoría tiene forma rectangular o redonda y muchas veces está cubierta o presenta detalles de brillantes. Se trata de verdaderas joyas

Fuente: (Saca, 2019)

2.1.4. Marroquinería

La marroquinería es el arte milenario del procesamiento del cuero, con diferentes formas y usos, y los transforman en bolsos, carteras, mochilas, cinturones, etc. Todos estos se basan en las tendencias de moda actuales de cada época. En algunos lugares, los productos de cuero parten del proceso de obtención y curtido de pieles de animales. (Ferpiel, 2005)

Debido a las características y atributos del cuero, él se considera un material lujoso, es decir, elegante, de alta calidad y caro. Sin embargo, en cuanto al cuidado de la naturaleza, especialmente a los animales, la industria diseña sintéticos como sustitutos de la piel natural. Una vez procesada, se puede decorar su superficie según su estado y forma para transformarla en un textil utilizable. (Saca, 2019)

El cuero es uno de los materiales preferidos de tanto mujeres y hombres para sus bolsos o carteras. Es que se trata de un material duradero y de una calidad poco comparable con cualquier otro. Por otro lado, puede teñirse de diversos colores y transformarse en algo muy versátil. El cuero, incluso, no es como otras pieles, ya que muchos de ellos se obtienen del mismo animal que se utiliza para el consumo, por lo que en realidad se está aprovechando el animal al máximo. (Barretto, 2006)

Pedro Reissig afirma que el cuero cumple un rol funcional. Es un material que tiene “alta resistencia a la abrasión, punción y tracción, su capacidad de amoldarse al cuerpo, su impermeabilidad sin perder respetabilidad, su capacidad térmica, (abrigo) y su relativo bajo peso” (Reissig, 2006)

Como es natural toda la producción de artículos en cuero conlleva una cadena de trabajo que va desde la crianza del propio animal hasta la venta en un establecimiento. Para resaltar todo este proceso podemos mencionar tres etapas fundamentales:

Tabla No 3. Proceso producción de cuero

<p>La materia prima</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los ganaderos deben cuidar las reses y mantenerlas en óptimo estado hasta que llegue el momento adecuado
<p>La curtación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Una vez se poseen las pieles, éstas deben pasar por un proceso de curtación tanto físico como químico, para que adquiriera la textura y el acabado que cada fabricante imprime a sus productos
<p>La elaboración</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya con el material en plenas condiciones y en manos del fabricante final, cada artesano da forma a su 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

Fuente: (Rojano, 2018)

Actualmente se procesan alrededor de 350 mil cueros y pieles al año , la mayor parte de la demanda se orienta al mercado interno del calzado marroquinería y confecciones, y gran parte de la producción de cuero de pieles se exportan (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones ,2013) , los destinos a donde son exportados las pieles y el cuero son: Italia, Venezuela, Perú y Colombia ,por otra parte los productos terminados como el

calzado también son exportados a varios destinos como Colombia, Perú, Guatemala y otros destinos. (Salinas, 2014, p. 23)

2.1.4.1 Curtido

El curtido es el proceso de convertir la piel percedera de un animal en cuero. Taninos antisépticos, de uso tradicional, es un químico ácido que previene la descomposición y la pérdida de color. Actualmente existen muchas curtidurías, algunas de las cuales son muy contaminantes y otros ambientalmente sostenibles. Sin duda, el curtido es una de las industrias más antigua del mundo y su práctica proviene de la prehistoria de nuestros antepasados comenzando a utilizar el pelaje de grandes mamíferos para protegerse del mal tiempo, no obstante comenzaron a tratarlo para prevenir su descomposición y deterioro. (Barbados, 2003, p. 117)

Las etapas del curtido son:

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

Preparado de la piel.

Tabla No 4. Preparado 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	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.

Fuente: (Rojano, 2018)

2.1.4.2. Tratamiento químico del 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 maneja con la finalidad de curtir pieles donde se quiere mantener 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 28 de 10 días para pieles pequeñas y hasta 40 días en pieles de mayor tamaño. (Capiroja, 1998, pp. 105,115)

- **Curtido al Cromo**

Su uso va más allá 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. La función del curtido consiste en transformar el colágeno de la piel en cuero por la reacción química de los curtientes sintéticos. (Capiroja, 1998, pp. 105,115)

- **Curtido Vegetal**

Promueve el uso 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. Actualmente este procedimiento es llevado a cabo de forma artesanal. Las materias primas utilizadas para el curtido vegetal son los taninos naturales, mismos que se encuentran disponibles de forma líquida o en polvo, que se obtienen de diversas partes de plantas como maderas, cortezas, frutas, vainas y hojas (Capiroja, 1998).

2.1.4.3 Terminación de la superficie. Acabado

- **Teñido de los cueros**

Colorantes naturales o tintes naturales están derivados de plantas, invertebrados o minerales. En su mayoría 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, pp. 105,115)

Colorantes acrílicos o 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, pp. 105,115)

- **Engrasado**

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

- **Acabado**

La etapa final del proceso de fabricación del cuero es la fase de acabado y es en aquí donde se debe obtener las características deseadas en la piel. Todas las operaciones de acabado constituyen 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, pp. 105,115).

2.1.4.4 Tipos de Terminado

El acabado se puede clasificar en distintos tipos según:

- **Según la técnica:** abrillantables y con planchas, a soplete, a cortina
- **Según los productos:** caseínicos, plásticos o con polímeros, nitrocelulósicos, charol, poliuretanos

- **Según su efecto y poder cubriente:** anilina, semi-anilina, pigmentado, fantasía, dobles tonos, platinados, etc. (Capiroja, 1998, pp. 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.

2.1.4.5. Técnicas decorativas en cuero

Una de las técnicas decorativas en este material es el estampado, para que se transfiera con éxito es necesario incluir barniz en el paso anterior, lo que ayuda a que la tinta no se almacene de forma irregular y el papel de impresión se impregne en la plancha. (Chavez S. , 2011) Además de ser un método que no existe limite, debido a su avance tecnológico, también permite la impregnación precisa de gráficos en él.

Otra técnica es la del grabado que es similar al del timbrado consisten en crear impresiones en el relieve del cuero, mediante la presión y el calor. En el segundo caso, se necesitará una película de estaño para imprimir colores. Estas técnicas se pueden realizar manualmente o con máquinas especializadas. En primer lugar, se requiere que el material sea húmedo, martillo de fibra, molde de grabado o sello y una pieza de mármol, que sea adecuada para su procesamiento. (Garrón, 2013)

De manera similar la técnica del pintado es decir como su nombre lo indica se adapta a pintar la superficie del material teniendo en cuenta que “...los tintes a base de ácidos, requieren el uso de anilina para matizar el tono, en otras palabras, para aclarar u oscurecer” (Arona, 2017, p. 56). Pero de otra manera se utiliza el óleo y después el barniz útil en fijar el color. También se puede usar la pistola de tinte, productos de lustre en conjunto con cera favorable en darle el toque de brillo, anilinas, rotuladores de cuero que son usados en

pequeñas partes o detalles, o simplemente colores específicos aptos a adherirse en este textil los cuales son más fáciles de manejar y se aplica con pincel (Durán, 2013).

El labrado es el mismo que el anterior, pero más complicado. Dentro de esta gama, se requieren cuchillas, herramientas de punzado, herramientas de biselado, desbarbado y martillos de fibra relevantes. Remojar el cuero en agua fría durante unos minutos, luego secarlo, luego transferir el patrón con la ayuda de Buril, luego aplicar presión sobre la cuchilla, de ahora en adelante revisar el molde o sello de la línea anterior para la parte de diseño que lo necesita, y finalmente usar los biseles y martillos aplanan o hunden los bordes para que aparezcan relieves y sombras, según la fuerza que reciba (Garrón, 2013).

El corte por láser es una de las técnicas que ayudan a los diseñadores a cortar formas o gráficos con precisión. Maneja un software que guía el rayo a lo largo del margen mientras delimita el contorno. Con este método, se puede ampliar la diversidad en el diseño, porque se pueden lograr incluso las situaciones más complejas (Lau, 2012).

El repujado, esta es otra técnica que se puede utilizar en la decoración de superficies de cuero, se requiere esponja, rebabas, plastilina, losas de mármol y goma blanca. Primero humedezca el material con el primer objeto, luego transfiera el diseño. A continuación, coloque la plastilina sobre la piel húmeda y utilice colofonia para delinear el dibujo, desmóntelo y vuelva a comprobar la ilustración si es necesario. Finalmente, sécalo colocando una capa de cola en el orificio de la parte posterior para endurecer el modelo sin dañarlo. (Garrón, 2013).

La combinación de técnicas y materiales en la producción de algún tipo de accesorio, como por ejemplo el bolso que es un elemento imprescindible para muchas mujeres, ha pasado de ser un elemento para guardar llaves o monedero a convertirse en un sinónimo de glamour y elegancia; este popular complemento no solo es práctico y funcional, sino además se ha impuesto en las últimas décadas y ha sufrido grandes transformaciones ya sea en sus

materiales o en su forma, mismo que posee un proceso de producción muy específico .
(Escribano, 2006)

2.1.4.6. Proceso de producción

Patronaje

Según el Instituto de Fomento, Empleo y Formación señala:

El patronaje es el sistema de organización de la construcción de un modelo o prenda, consistente en desglosar por piezas separadas las diferentes áreas del modelo, de forma y manera que cada pieza se adapte a ese área y que la unión de todas las piezas en un orden predeterminado produzca como resultado un modelo que se corresponda con el diseño. (IFEFF, 2018, p. 15)

De forma tradicional, se realiza con cinta métrica, regla y regla cuadrada, la pieza de trabajo debe tener costuras y se puede realizar sobre papel o cartón. Además, es posible mencionar el uso de programas de computadora de diferentes diseños, y simplificar el proceso haciendo patrones

Corte

El Instituto de Fomento, Empleo y Formación, dice que algunos programas que se pueden usar para la confección y corte de patrones de bolsas, como el programa Sipeco 22 emitido por ATOM, que es un programa específico del sistema CAD, y Naxos otro programa similar al programa anterior y emitido por TESEO, y también se puede utilizar El diseño de esta área en otros programas no está claro, como Adobe Illustrator, Auto CAD, Corel Draw, entre otros. (IFEFF, 2018, p. 20)

En la forma habitual, se colocan los patrones sobre la tela y se procede a tizar o cortar el tejido directamente con la ayuda del estilete y el patrón, también suelen utilizar una

cortadora. Cabe recalcar, que hoy en día es muy popular el uso de programas informáticos que de alguna manera facilitan y aceleran el proceso del corte.

Armado

El proceso de fabricación de bolsos comienza desde el plan de secuencia de operación de montaje, ya sea para realizar uno o varios accesorios, a máquina o manual de línea de montaje para producción en masa.

El aspecto más destacado de este trabajo es el montaje de marcos y otros adornos en zonas difíciles. Además, se requieren boquillas ensambladas, especialmente boquillas con lados rígidos. En este punto, para materiales como bolsas o lonas con efecto de relleno, se recomienda pegar almohadillas para mantener la forma de la bolsa. (Lau, 2012, p. 101)

Confección del bolso

Para realizar los preparativos adecuados, es importante inspeccionar la máquina

Hoy en día, las máquinas de coser no solo deben proporcionar una unión duradera, sino que además la moda influye cada vez más en el carácter decorativo de la costura. Una buena unión debe tener también un buen diseño de costura. Para producir económicamente se utilizan modernas máquinas de coser que trabajan con altas velocidades. (Vallejo, 2013, p. 77)

La confección se refiere a la transformación de textiles en productos. Esto se realiza mediante el uso de diferentes máquinas con funciones Ayude al artículo a lograr el propósito deseado. Para la producción de bolsas, todos los pasos deben ser Serio y cauteloso, independientemente del proceso o formato Manual o informatizado, pero esto será responsabilidad y compromiso Cada etapa afectará directamente al producto final.

Materiales

Existen muchos tipos de materiales utilizados en productos de cuero, es decir que se podría llegar a utilizarse una amplia gama de materiales para su confección, y tener en cuenta

que estos se utilizarán principalmente con rellenos internos, ¿qué es esto? estructura y forma bolsos y carteras. (Vallejo, 2013)

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.

El propósito final de cada bolso y su uso dependen del tipo de material utilizado. Los bolsos de cuero informales pueden ser elegantes, innovadores y fáciles de combinar, las bolsas de lona o de cáñamo pueden ser más informales. Es por esta y otras razones que el material con el que se elabore un bolso dependerá mucho su auge al momento de comercializarlo.

Insumos

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 mordería, 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, colores, etc. Los avíos se diferencian fundamentalmente por:



Imagen No 3. Insumos y Avíos, Marroquinería

Fuente: (ColombiaBolsos, 2015)

a) Avíos funcionales: cumplen una función concreta; sujetar, amarrar o trabar alguna parte importante de los bolsos.

b) 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.

El uso de los insumos y avíos tiene como finalidad la estética y la 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.

2.1.5 Materiales Alternativos

En la actualidad, con la ayuda de los avances tecnológicos, se han realizado nuevas propuestas en la industria del diseño, en las que se pueden probar diferentes alternativas a los agentes de acabado textil mediante tecnologías que ayudan a brindar más opciones y así satisfacer las necesidades de los usuarios. En relación con el tema (Arona, 2017) “...es relevante indagar en el campo de la experimentación textil ya que, en la actualidad, los materiales son el futuro. Ya no se habla de un diseño innovador sin tener en cuenta el textil, sus funciones, características y particularidades” (pág. 43-44).

Se manifiesta que los insumos y enseres son la parte fundamental en la programación del diseño de un bolso, y depende del contexto para ser utilizado ya que este puede proporcionar soporte. Podemos encontrar una gran cantidad de avíos, los cuales modifican a su vez en diseños, materiales, formas, funciones, colores, etc. Los avíos se distinguen por: Avíos funcionales: cumplen una función concreta; sujetar, amarrar o cerrar 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. (Rojano, 2018)

En el mercado textil actual existen innumerables tipos de materiales con diferentes detalles y texturas. Estos materiales se dividen en tejidos básicos utilizados para el exterior, rellenos utilizados como materiales de refuerzo interno y tejidos de hierro forjado utilizados para componentes internos. (Vallejo, 2013, p. 23)

Para la producción de bolsos se emplean diferentes materiales con el fin de obtener el producto deseado, la utilización de materiales naturales: el yute, la cabuya, lana, algodón, la madera entre otras. Hoy en día es muy común ver otros componentes como lo son los reutilizables que son obtenidos a partir de desechos industriales, o los reciclados que son elementos a los cuales se les puede dar una segunda vida, en este caso encontramos a las botellas, fundas, afiches, entre otros. Además, el plástico actualmente es una alternativa, por su durabilidad y fácil lavado. (Masabalin, 2019, p. 24)

2.1.5.1 Según la estructura

Fibras naturales

En el siguiente cuadro se presenta el perfil de las principales fibras vegetales, muchas de ellas han sido fundamentales para la sociedad, con estas se puede crear una gran variedad de productos que poco a poco han ido evolucionando. Casi todas las fibras naturales se usan para la fabricación de vestuario, accesorios, contenedores y para decorar ambientes. (Chavez B. , 2017)

Tabla No 5. Tipo de fibras

TIPO FIBRA	DE MATERIA PRIMA	CLASIFICACIÓN	MANUFACTURA DEL FILAMENTO
FIBRA NATURAL	Presente en la naturaleza	Vegetal, animal y mineral.	Realizada por la naturaleza.
FIBRA ARTIFICIAL	Celulosa o proteína natural.	Como los rayones	Realizada por el hombre
FIBRA SINTÉTICA	Compuestos de síntesis.	Poliamidas, acrílicas	Realizada por el hombre

2.1.5.2. Fibra de la cabuya

Es una fibra natural de origen vegetal extraída de las hojas de las plantas, también llamada cabuya, agave, pita, fique, mezcal. Es muy popular en América tropical, especialmente en los Andes. Venezuela, Colombia y Ecuador. Esta planta produce una fibra natural dura, áspera y resistente, y es utilizado para diferentes productos, entre estas la artesanal y su cultivo está localizado en las provincias de Azuay, Chimborazo, Guayas, Manabí, Imbabura, Pichincha, Carchi, Cañar, Loja y Tungurahua. (Yepez & Esparta, 2019)

Las hojas son verdes, carnosas, dentadas y espinosas, alcanzando De 3 a 4 años, las plantas pueden crecer hasta 1,50 metros y 25 cm de ancho. Se recolecta dos veces al año, pero depende de la variedad. Existen diferentes trabajos que confirman que la planta está desde el período prehispánico fue muy importante para los colonos españoles. Además, la fibra de cabuya se utiliza principalmente en la elaboración de sacos mismos que se usan como empaque para productos agrícolas a lo largo de la costa de Ecuador Exportaciones, como café y cacao. (SARANCE, 1992)



Imagen No 4. Cabuya

Fuente: (Masabalin, 2019)

La fibra de cabuya es famosa por su presencia en Ecuador y sus países vecinos, por sus características, se ha utilizado principalmente para la fabricación de bolsas o envases por su resistencia y rigidez, pero planificado para producir diferentes complementos de moda y textiles fabricados con esta llamativa fibra.

2.1.5.3 Características de la fibra de la cabuya.

El penco es muy conocido por ser una planta que proporciona una fibra dura y áspera, debido a las características químicas que este tiene.

La fibra de cabuya es considerada como una fibra dura, debido a que sus hojas tienen en su estructura nervadura de fibras principales o fibrillas que se fusionan entre sí por la goma propia de la planta y esta a su vez proporciona la rigidez y aspereza de la misma, a esta goma se la conoce como el cemento vegetal, las fibrillas tienen una longitud de 2 a 6 mm por lo que son muy cortas y la unión de estas forman largos filamentos los mismos que son conocidos con el nombre de fibras o hebras de cabuya (Betancourt, 2017, pp. 336-349)

2.1.5.3 Madera como una fibra natural

Según la estructura

Maderas duras

Las maderas duras son consideradas aquellas que su crecimiento es lento y son utilizadas para muebles de calidad y objetos de firmeza.

Tabla No 6. Tipos de madera

MADERA	COLOR	CARACTERÍSTICAS	USO
Roble	Marrón claro	Difícil de trabajar, resistente y duradero.	Muebles, pisos de parquet.
Nogal	Pardo grisáceo	Madera dura, poco porosa, secado lento.	Muebles decorativos, ebanistería.
Cerezo	Bronceado anaranjado	Delicada, propensa a sufrir alteraciones en la veta.	muebles
Caoba americana	Rosa claro y con el tiempo se oscurece.	Casi sin poros, vetas largas, fácil de cortar, pulir y barnizar.	Muebles de lujo, embarcaciones
Quebracho	Blanco ligeramente rosado	Posee elasticidad y tenacidad	Durmientes de ferrocarril, guarda ganados, estructuras de puentes
Olivo	Amarillo con vedes y vetas	Sus fibras tienen dibujos vistosos en especial los que se aproximan a la raíz.	Trabajos artísticos, decoración
Fresno	Blanco ligeramente rosado.	Posee elasticidad y tenacidad.	Muebles con curvas, ebanistería, mangos para herramientas

Lapa gocho negro	Amarillo con tonos verdes y vetas.	Madera muy dura y resistente.	Refuerzo de cama.
Castaño	Amarillento	Madera fuerte y elástica.	Puertas de cocina
Mora	Cambia de color del amarillo al castaño claro.	Madera oxidante.	Cubiertas
Curupay	Café oscuro rojizo	Se oxida	Puertas ventanas

Fuente: (Tello, 2014)

Maderas blandas

Son las más livianas y de rápido crecimiento se utilizan para la fabricación de mobiliario, instrumentos musicales y piezas de artesanías.

Tabla No 7. Tipos de Maderas

MADERA	COLOR	CARACTERÍSTICAS	USO
Abedul	Amarillento o blanco rojizo	Elástica, no duradera.	Pipas, cajas.
Aliso	Amarillo	Madera rustica.	Muebles rústicos, hormas para calzado
Cedro americano	Marrón rosado pálido.	Fácil de manipular, difícil de encolar.	Muebles

Tilo	Blanco	Resistente a insectos, fácil de trabajar.	Guitarras
Laurel	Blanco verdoso	Posee vetas	Mueblería, camas, mesas, armarios

Fuente: (Tello, 2014)

Madera prefabricada

En el Ecuador en la provincia de Cotopaxi se encuentra ubicada la única fábrica de aglomerados en la región interandina quien lleva por nombre Aglomerados Cotopaxi es el productor de madera de tableros de tres tipos:

- Tableros de fibra (MDF)
- Tableros de aglomerado (partículas)
- Madera aserrada de pino

Tableros de fibra MDF

MDF significa tablero de fibra de densidad, la madera utilizada para producto es preferentemente pino. Este tipo de tablero está hecho de fibra de madera, pero no se reduce a pequeñas partículas en caso de aglomeración. En la obtención de fibras necesitan astillas más uniformes, estos deben estar libres de corteza debida que pasa por un tratamiento suavizante para romper la unión de lignina que es una sustancia que las fija en la madera natural. Como siguiente paso la madera procede a ser cortada. El producto obtenido es similar al algodón o la lana, la fibra con este material se mezcla con resina de urea formaldehído y cera de parafina. Al usar presión y calor, la resina se activa, para que las fibras se peguen y formen la tabla.

Tableros de aglomerado

Son tablas hechas de varias capas de astillas de madera, las gruesas están en el centro, las finas en la superficie. Se combinaron con resina misma que se realiza en condiciones controladas de presión, tiempo y temperatura. Estos son hechos principalmente de madera de pino, como resultado tenemos una superficie uniforme y suave. Tienen propiedades de aislamiento térmico y acústico. (Tello, 2014)

Madera aserrada de pino

Están fabricados en madera de pino con textura uniforme y de excelente calidad, estas características son excelentes para los diferentes procesos industriales. La madera destinada va al aserradero y es cortada del tamaño adecuado. Se aproveche al máximo la materia prima. Al aserrar madera dedicada a la fabricación de palets, vallas, paneles de muebles y otras piezas. Al aserrar madera según las especificaciones, debe ser procesada anticorrosión para evitar daños posteriores en la madera a causa de parásitos y hongos especiales. La preservación consiste en someter a la madera con 27 químicos e insecticidas, para poder continuar con la parte del secado existen de dos tipos: Secado al ambiente en un patio de oreo y secado mecanizado en cuartos computarizados que controlan la temperatura. A continuación se muestra una imagen en la cual se puede observar los tipos de madera prefabricados más comerciales en el mercado. (Tello, 2014)

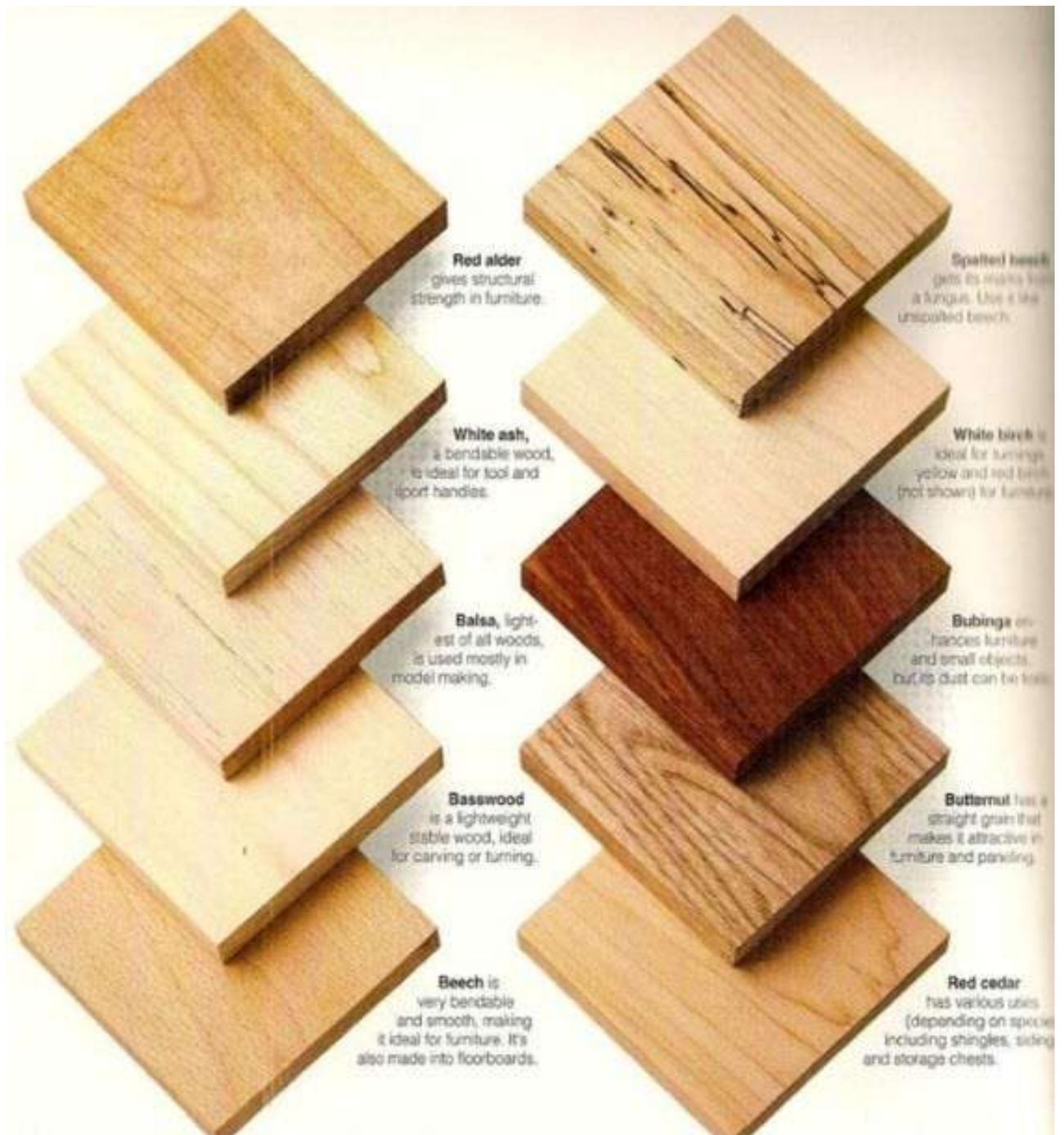


Imagen No 5. Madera

Fuente: (IFEFE, 2018)

2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales



Imagen No 6. Me Accessories

Fuente: (Me accessories, 2018)

La marca de accesorios Me fue creada en octubre del 2010, ubicada en la ciudad de Quito Ecuador, en la avenida Amazonas y Naciones Unidas. La propietaria y directora creativa es Gabriela López, quien trabajó para la marca Pinto. Misma que tuvo sus estudios de diseño y marketing en Shanghái y Florencia. La emprendedora mantiene una preferencia por el estilo casual, pero siempre tiene un ambiente elegante. Los artículos que presta se enfocan en el detalle y la calidad, mostrando en sus diseños un lado conservador. Se mantiene mostrando constantemente nuevas propuestas, descuentos y promociona a sus seguidores. (Me accessories, 2018)

La diseñadora Gabriela López fue finalista de los premios Handbag Designer Awards, a sus 31 años está ansiosa por ingresar al mercado de la moda estadounidense. Compite con 1.500 profesionales de diferentes países. Su bolso de competición está confeccionado en tejido de piel. Gabriela Trabajar con artesanos en 28 talleres en Quito, incluyendo quienes tejen sus creaciones en cuero, y quienes hacen manualidades en Tagua.

Los productos que elabora cubren el mercado femenino y están orientados a estudiantes, ejecutivas, amas de casa, emprendedoras, etc. Cuenta con una variedad de artículos en los que incluyen carteras, mochilas, bisutería, gafas, y bufandas. Estos

productos están hechos de cuero sintético importado de alta calidad y están hechos de forro, tapas de botellas, herrajes y broches resistentes al estiramiento.



Imagen No 7. Me accesories

Fuente: (Me accessories, 2018)

Actualmente la venta está centrada a nivel nacional y cuenta con cinco tiendas en la ciudad de Quito, además, distribuye sus carteras en Cuenca, Lago Agrio, Santo Domingo y Quevedo. Se da a conocer principalmente por medio de las redes sociales en las que se destaca el Facebook e Instagram en el cual posee un gran número de seguidores.



Imagen No 8. HERMES

Fuente : (Hermes s.f)

Esta es una marca de moda francesa que empezó a especializarse desde 1900 en accesorios de cuero listos para usar, como bolsos, relojes de lujo, perfumes y pañuelos, conservando la calidad manual de los productos; con la finalidad de obtener excelentes diseños y una excelente capacidad de producción.

El responsable de la marca Hermes es Axel Dumas, a ropa de mujer está encargada Nadege Vanhee-Cybulski de Francia. Solía Trabaja en The Row Company, ella es una mujer conservadora, minimalista, practica; en sus diseños, se puede distinguir entre innovación, lujo, refinamiento, elegancia y distinción.

Sus productos se comercializan en su propia empresa, y a través de su sitio web. Está dirigido para hombres y mujeres atrevidos, que sobresalgan en actividades sociales, en su amor al deporte, caracterizado por el lujo y la elegancia, de clase social Medio-alto y alto. Además, la marca también ofrece diferentes tipos de productos para encontrar satisfacer al cliente mediante la combinación del buen gusto y materiales costosos, sobre todo la correcta preparación para ellos.



Imagen No 9. Bolsos

Fuente: (Hermes s.f)

2.2.1. Visionario

Michael Kors

Es un diseñador de moda estadounidense. En 1981, fundó su propia marca de ropa del mismo nombre y logró venderla en la tienda Big Apple de Nueva York. En 1997, la empresa francesa Celine lo contrató y Michael Kors continuó trabajando en el diseño de su propia empresa. Su trabajo ha ganado numerosos premios. Por ejemplo, en 1983, recibe el premio Du Pont's first American Original Award y en 1997, es galardonado con el CFDA- el 'Oscar' de la moda- como "Diseñador del Año". En 2001, volvía a recoger este galardón, aunque en esta ocasión como 'Diseñador de Complementos del Año'. Entre sus clientas figuran conocidas personalidades y rostros del mundo del espectáculo como Aerin Lauder, Sigourney Weaver, Julianne Moore o Gwyneth Paltrow, Daniela Kuntz, Ivelina Stefanova. (Michael Kors, 2018)

Descripción de los productos.

La empresa tiene una trayectoria de más de 25 años y cuenta con una amplia variedad de productos a la venta, desde bolsos hasta relojes, pasando por zapatos, complementos, ropa y perfumes. Michael Kors gana dinero de tres formas diferentes. El principal son las ventas en tiendas, que representan alrededor del 50% de sus ingresos, el otro es una venta mayorista; tercero, a través de licencias. La expansión de la marca es cada vez más alta. Podemos encontrar tiendas en las principales ciudades de América, Europa y Asia. En los años pasados. Según un estudio de Deloitte, Michael Kors ha crecido rápidamente y actualmente ocupa el puesto 16 en el sector del lujo.

Michael Kors ofrece una mezcla fresca de tendencias, colores, tejidos, estampados y siluetas que nunca pasan de moda, con estilo deportivo y actitud urbana, evocando un estilo de vida jet set. Se trata de lujo accesible con un toque de glamour moderno, inesperado y cómodo. Además, entre los materiales que usa para los accesorios femeninos está el cuero blanco y con detalles que resaltan la sofisticación femenina y entre los colores que predominan están el color azul cobalto, plata. La marca está enfocada en brindar productos de excelente calidad. (Michael Kors, 2018)



Imagen No 10. Michael Kors

Fuente: (Michael Kors, 2018)

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

3.1.1. Análisis PEST

Con respecto al Diseño de bolsos elaborados en cuero y combinados con materiales alternativos, es fundamental realizar el análisis PEST, para determinar con claridad el ambiente en que se está desarrollando el presente proyecto.

3.1.1.1. Entorno Político

El entorno político analiza los factores que engloban las leyes del estado que conciernen al sector productivo ecuatoriano, de acuerdo con el proyecto a elaborar, en el sector confección y sector artesanal. Revisando algunas políticas de ayuda de parte del Estado se encuentran: PRO ECUADOR, el cual trabaja conjuntamente con el Ministerio de Comercio Exterior con el objetivo de difundir los productos tradicionales como los no tradicionales. De esta manera facilitan la inclusión a nivel internacional siendo de gran utilidad, dado que en un futuro la microempresa, en la medida que incremente las unidades de producción y las ventas; se expandirá a nivel nacional y se incluirá la posibilidad de incursionar a nivel internacional, con la finalidad de exportar y dar a conocer novedosos diseños con respecto a bolsos. (ProEcuador, 2012)

Actualmente, un factor determinante que puede causar afección negativa a la matriz productiva ecuatoriana es la masiva importación de productos sin aranceles, lo que generaría una competencia desequilibrada, ya que los artículos del exterior que ingresan sin un costo añadido se venden a precios más bajos que las producidas en el país. Por ello se mencionó mediante Decreto Ejecutivo No. 592, anunciado en el Suplemento del Registro Oficial N° 191 de 15 de octubre de 2007, se publicó sobre el Arancel Nacional de Importaciones:

Que el Arancel Nacional de Importaciones constituye un instrumento de política económica, que debe promover el desarrollo de las actividades productivas en el país, de conformidad con la política gubernamental de incremento de la competitividad de los sectores productivos en el país. (Arancel Nacional de Importaciones, 2013, p. 1)

En el Ecuador se ha desarrollado medidas arancelarias para crear ingresos adicionales al país, especialmente con el objetivo de proteger el trabajo de muchas personas como lo son productores nacionales. Esta normativa aporta valor añadido a las mercancías que ingresen a Ecuador desde otros países; las tarifas dependen del producto y la cantidad ingresada. Los fabricantes locales se han beneficiado en cierta medida, porque los bienes producidos en el país se pueden vender a un costo menor de los que los que han ingresado, y de cierta manera evitar la competencia excesiva.

Sin embargo, es inevitable la acogida que tienen los productos extranjeros, debido al reconocimiento de las marcas, la promoción y la publicidad que las empresas generan.

Hay que tener en cuenta que el valor adicional no afecta únicamente al producto elaborado que ingresa, sino también a la gran cantidad de materia prima que se requiere en el Ecuador para comenzar con el proceso de elaboración, por lo cual se conoce que los aranceles pueden beneficiar a unos y perjudicar a otros sectores. En el caso del diseño de bolsos, la materia prima se consigue en el país, pero los implementos, la maquinaria y los insumos para la confección son importados por lo cual supone un problema al momento de la adquisición y un incremento en el costo final.

De la misma manera, el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), promueve la marca PRIMERO ECUADOR, el beneficio se creó con el objetivo de ayudar e impulsar el trabajo del productor ecuatoriano, fomentar un producto hecho con materiales locales, que cuiden al medio ambiente y sean de calidad.

El principal objetivo de la marca PRIMERO ECUADOR es identificar a la producción nacional de calidad, fomentar el desarrollo del valor agregado, generar

fuentes de empleo formal, mejorar la balanza comercial a través de la sustitución de importaciones y contribuir a la creación de una cultura de valoración de la industria nacional. (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2013)

El programa primero Ecuador representa una gran ayuda de promoción y reconocimiento de los productos fabricados en el país, crear valor a cada pieza, incrementar la fiabilidad y procurar un mayor ingreso económico a las familias. Además, se promueve la elaboración de artículos de calidad que sean apreciados nacional e internacionalmente. (ProEcuador, 2012)

Es fundamental conocer las diversas ayudas provenientes del gobierno, mediante leyes y reglamentos para lograr emplearlas con eficacia, puesto que el presente proyecto está enfocado en el emprendimiento con miras a la aplicación en una futura empresa, y buscar la expansión por medio de las exportaciones.

3.1.1.2. Entorno Económico

Dentro del entorno económico se hace referencia a la economía del estado ecuatoriano, en el cual muestra que la tasa de desempleo se ha incrementado durante el año 2019 -2020, las circunstancias laborales decaen por el aumento de subempleo. Sin embargo tanto la tasa de paro como la inflación continúan degradándose; en consecuencia el Producto interior bruto (PIB) decreció en un 12,9 %. En efecto resulta útil conocer la información de datos económicos para la microempresa, porque el propósito consiste en que el consumidor posea poder adquisitivo para que la compra no tenga inconvenientes; puesto que en caso contrario la producción de bolsos debe cambiar el material o insumos para que el usuario tenga la posibilidad de adquirirlo. Y se lo consigue gracias a que la tasa de paro se reduzca, pues indica que cada día más personas consiguen trabajo (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2020) .

La Corporación Financiera Nacional (CFN) a través del Fondo Nacional de Garantía (FNG) impulsa a los emprendedores, con el objetivo de ayudar a los sectores productivos y estratégicos del Ecuador por medio de servicios que pueden ser o no financieros. En caso

de serlo el CFN brinda el acceso al crédito a empresarios que así lo ameriten, y les otorga las garantías pertinentes para solventar sus proyectos e inversiones. Además de conseguir un crédito, mantiene un compromiso con las microempresas para apoyarlas con programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales.

En la parte textil se busca potenciar las exportaciones, a través de un catálogo con el objetivo prioritario que se implanta la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) y la cual por medio de PRO ECUADOR desarrolla procesos especializados en manufacturas textiles visto que el visionario para el año 2022 es que los artículos confeccionados representen el 80% del volumen de ventas internacionales dentro del sector, en comparación al 25% en el que actualmente alcanza. En conclusión en vez de disminuir se trata de aumentar la producción, dicho de otra manera no existe un impedimento en la creación de la microempresa en la parte económica (ProEcuador, 2012).

“El consumo nacional de los hogares ecuatorianos para la compra de productos textiles (hilados y tejidos) y sus confecciones (hogar, vestimenta, calzado y productos elaborados con cuero) es de 2.400 millones de dólares” (Vistazo, 2016) Esto lleva a que exista un tejido empresarial manufacturero en el área de confecciones y textiles que se caracteriza porque emplea un gran porcentaje en mano de obra, tal es así que 166.000 personas se encuentran empleadas dentro de estas estructuras productivas y 31.186 personas que estarían vinculadas al sector textil y confección, pero bajo la categoría de subempleados. Además, para el año 2015 las exportaciones bajo en un porcentaje de 27,16% en comparación con octubre de 2014. Todo esto da como resultado un aporte al PIB (Producto Interno Bruto) de un 0,84% a septiembre del 2015. (ProEcuador, 2012)

Podemos mencionar que el mercado de calzado en Ecuador es bastante restringido en comparación con otros países, por tener un consumo de calzado per cápita bajo, de aproximadamente 2,3 pares por año cada persona, frente a Colombia, Chile con 3,5 pares, Brasil 3,3 pares, Paraguay con 3,4 pares. Los países como EEUU con 7,9 pares, Francia 6,7 pares e Italia 6,6 pares son líderes en el mundo. La amplia cadena de valor a escala internacional se observa que es en el Ecuador poco diversificada a nivel de procesos y de

productos. La dependencia de insumos importados del sector, encarece la producción, y disminuye sus posibilidades de competitividad. (ProEcuador, 2012)

3.1.1.3. Entorno social/ cultural

Probablemente nadie en el mundo estaba preparado para enfrentar una pandemia en pleno siglo XXI, El coronavirus se une así a las cinco pandemias más letales de la historia de la humanidad: la viruela, el sarampión, la conocida como gripe española de 1918, la peste negra y el VIH. “No estamos preparados y no había planes de contingencia para actuar”. (Dorta, 2020). Aparece una nueva enfermedad llamada Covid-19 y, con ella, la palabra coronavirus. Así se bautizó al virus que ha puesto del revés nuestro mundo y que, desde entonces, no ha dejado de sumar caos y sufrimiento.

El coronavirus es un enemigo absolutamente desconocido que ha logrado confinar a más de 3.000 millones de personas en todo el mundo, algo nunca visto en la historia de la humanidad. Poco a poco se volverá a la normalidad y se irán levantando las restricciones. Y se irá saliendo del confinamiento que ha cambiado nuestras vidas, nuestras costumbres y rutinas. Aunque ya hay luz al final del túnel, los expertos dicen que es mejor pensar solo en el día a día. (Dorta, 2020)

A nivel social, la pandemia ha aumentado el uso de la tecnológica y de las relaciones digitales, por ejemplo, con el teletrabajo y las reuniones por video llamada. Además, la cultura abierta al público, como los grandes festivales de música o, simplemente, las proyecciones en el cine, todas están sufriendo un duro revés, pero al mismo tiempo este confinamiento ha dado apertura a la creación de infinidad de emprendimientos nacionales de todo tipo. Mismos que han sido difundidos mediante redes sociales, los cuales han tenido una gran acogida por el público.

A pesar de estar viviendo una pandemia la industria sigue cambiando, según el último desarrollo y progreso tecnológico, sin embargo, tiene un impacto en la globalización

lastimosamente negativo, en países pequeños con mayor porcentaje en Latinoamérica; porque la gente intenta imitar a los grandes artistas o algunas de sus celebridades. Como consecuencia se genera una pérdida de identidad nacional. En este sentido, el Ecuador intenta protegerlo, implementado en la vida cotidiana de los ciudadanos, especialmente los pertenecientes a las diferentes culturas, no dejar sus costumbres, vestimenta, lengua materna, música y tradición, porque forman parte del entorno cultural. (Saca, 2019)

Es por ello,, que el actual proyecto aporta a fomentar la identidad nacional, mediante las técnicas de experimentación textil como el estampado, repujado, entre otras; que serán impregnadas en los bolsos de cuero. De esta manera, no será un simple accesorio comunicando diseño, sino más bien un transportador de identidad. Fortaleciendo y aportando al país, en una forma de comunicación para cumplir con el presente objetivo.

3.1.1.4. Entorno tecnológico

El avance tecnológico influye en gran manera pues si la materia prima es de calidad, el producto por ende también lo será. El conocimiento de la tecnología vigente en el país es de suma importancia ya que en su totalidad las empresas del sector industrial poseen tecnología. Su ayuda es invaluable, logra mejorar la 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. (Rojano, 2018). 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.

Como beneficio para la microempresa es que el gobierno brinde su apoyo a proyectos tecnológicos pues a medida que estos avancen, la materia prima e insumos con los que se trabaja se desarrollaran del mismo modo. Por otra parte, actualiza las formas, texturas, que

se pueden encontrar en el mercado para brindar un producto con mayor resistencia, durabilidad y calidad. Con la finalidad de innovar tanto en los procesos como en los materiales.

Maquinaria automática de costura para cuero

La máquina automática RICHPEACE es una máquina ideal para coser materiales más gruesos como el cuero, ya que tiene una función de automatización, lo que la convierte en una tecnología ideal en la cadena de producción de artículos de cuero, tapicería y ropa pesada. Su uso es beneficioso para ahorrar tiempo, precisión y facilidad para arreglar varias costuras. Se espera que el uso de esta herramienta maximice la calidad de la producción en marroquinería. (Rojano, 2018)



Imagen No 11. RICHPEACE

Fuente: (Rojano, 2018)

3.1.1. 5. Entorno ambiental

El impacto ambiental positivo o negativo generados en la producción industrial o artesanal de pieles de animales en la provincia de Tungurahua se encuentran regidos por organismos gubernamentales, a leyes y regulaciones o normas del medio ambiente, las cuales otorgan o emiten permisos ambientales para este tipo de trabajo. El método de gestión y el método de tratamiento de desechos líquidos es el mismo para la curtiduría artesanal. (Rojano, 2018).

La implementación del Enfoque Estratégico en la Gestión de Productos Químicos a Nivel Internacional (SAICM, debido a sus siglas en inglés), denomina al curtido de cuero con sales de cromo, entre las 10 actividades que producen mayor daño ambiental, a pesar de ello indica en el capítulo 11 que una de las alternativas es aplicarlo con agentes vegetales en el cual se utiliza extractos de la naturaleza, obteniendo resultados que el porcentaje de afectación ecológico es de -13.4% registrado como un impacto poco significativo, en comparación al de cromo cuyo resultado es de - 36.3 %, medianamente relevante (Ministerio del Medio Ambiente, 2015).

Dado que el cuero es uno de los materiales necesarios para la producción, en el presente entorno se analiza como es la producción del cuero y los daños que puede ocasionar su producción. Pero a raíz del problema, también se plantea la solución, por lo tanto, el efecto que produce el cuero en el medio ambiente si se aplica con agentes vegetales, su índice de efecto dañino será poco significativo. Y además, como se menciona en 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 el ecosistema para futuras generaciones del país. (Ministerio del Medio Ambiente, 2015)

3.1.1. 6. Entorno legal

Se toma en consideración los derechos legales en el cual consta el derecho a la propiedad intelectual ya que en el proyecto se requiere diseños exclusivos de bolsos para mujeres.

Según la ley de propiedad intelectual. (SICE. (s.f.)). La comisión de legislación y codificación del Ecuador; destaca: “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”.

El instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual menciona: “La Propiedad Intelectual otorga al autor, creador e inventor el derecho de ser reconocido como titular de su creación o invento y, por consiguiente, ser beneficiario del mismo” (IEPI. (s.f.), 2018)

La Asamblea Nacional Constituyente de la República del Ecuador, Sección cuarta-Cultura y ciencia en los artículos 22 y 25 respectivamente; mencionan todas las actividades culturales y la importancia de los conocimientos ancestrales, por ser la identidad del Ecuador el que se expresa a través del impulso y desarrollo de este sector.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, p. 27)

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, p. 27)

Es de suma importancia conocer que para los productos ya elaborados, la aplicación de, la aplicación de las normas de etiquetado, tanto en los productos nacionales como en los importados, permitirá ofrecer una muestra de calidad. Por lo cual, debe llevar número de talla

de acuerdo con el INEN, donde aplique el porcentaje de fibras o materiales utilizados, 65 razón social del fabricante o importador, país de origen, instrucción de manejo y conservación y norma de referencia: NTE INEN 1 875. (SENAE, 2015)

Es necesario cumplir con los requisitos pertinentes de registro legal del diseño, para que el mismo sea reconocido y vinculado con la persona o personas quienes desarrollaron el artículo. Al momento de lograr un accesorio u artículo innovador, con características diferenciadoras el propietario está en la obligación y derecho de registrarlo para conseguir los derechos sobre el mismo.

Debido a que se generó a través de la inversión de diferentes recursos, entre ellos las principales son la imaginación y el conocimiento. Con ello, tiene en sus manos la oportunidad de defender su trabajo y demandar por plagio si ese fuere el caso. Por otro lado, la propiedad intelectual es una ayuda extra para el empresario, ya que genera mayor acogida del producto, confianza y posibilidad de venta y el posicionamiento de la empresa. (Masabalin, 2019)

3.1.2. Tendencias de consumo

Las tendencias de consumo determinan el rumbo del mercado. Por ello, conocer las preferencias y hábitos de los nuevos consumidores resulta esencial para avanzar en la concepción de nuevos productos y servicios. Actualmente, se centran en una población del 50% que son menores a 30 años que pertenecen a la generación de los millennials, son de alta influencia y están más cerca de madurar como inversionistas en negocios sustentables, pagan por bienes y servicios que aseguren ser amigables con el medio ambiente y la sociedad ellos prefieren alimentos que cumplan con ciertos estándares medioambientales. En cuanto a su vestuario, eligen por consumir marcas preferenciales que otorguen mejores condiciones de trabajo en sus fábricas.

La tecnología también es primordial para su consumo, donde las ventas online son las más relevantes con el 10% en su totalidad. Es una generación que cuenta con menos ingresos que sus padres a esa edad y con tiempos de estudio más largos, por los que muchos viven hasta mayores con ellos. Esto les abre oportunidades para la industria de diversión y estilo

de vida de una generación que quiere ser cautivada en segundos, siempre en la búsqueda de contenido rápido, conciso y multisensorial para una satisfacción instantánea. (Masabalin, 2019)

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Tabla No 8. Variables demográficas

<p>Variables demográficas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Edad :25 a 45años• Sexo: Femenino <p>Variables socio-económicas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ingreso: Trabajo propio• Ocupación: Laboral• Educación: Profesionales• Nivel socio económico: Medio alto, Alto
--

Tabla No 9. Variables psicográficas

Variables psicográficas:

- Personalidad: Sensible al desarrollo del entorno, observa y se deja influenciar por nuevos referentes, conceptos y propuestas.
- Estilos de vida: Adicto a los medios productos de la contaminación cultural, comunicación y tecnología en medio de la tradición social.
- Gustos: Medios de comunicación, crecer económicamente
- Inquietudes: Economía Salud.

Tabla No 10. Variables conductuales**Variables conductuales:**

- Lealtad de marca.
- Tipo de usuario son fieles a las marcas buscando en ellas estatus no le importa el precio más que la calidad del producto.
- Nivel de uso: Flexible versátil a la hora de mezclar prendas y accesorios.
- Descripción del mercado objetivo

El mercado objetivo es un consumidor de moda entre los 25 a 45 años de edad que se encuentran realizando estudios universitarios o que los hayan culminado, que ocupan puestos medios altos con un consumo medio-alto puesto a que sus compras se mueven por las variables de valores de calidad y tendencia. Llevan un estilo de vida viajero que gustan de redes sociales, páginas web y sobretodo consumidor de productos innovadores ya que son sensibles a estos, también son críticos de la marca.

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 Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2013)

Como se menciona anteriormente hace referencia directamente a las fuentes de empleo que puede llegar a generar la empresa de ser creada, además esto demuestra que las garantías y las medidas de impulso al sector productivo que el estado ha creado han ayudado de alguna manera a la prolongación de las empresas de confección y sin duda también favorecerán al presente proyecto.

Según Censo Nacional Económico (Inec, 2016), la manufactura en el Ecuador cuenta con 11.006 establecimientos, entre las cuales consta la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel con el 74,2%; artículos confeccionados de materiales textiles, exceptuado las prendas de vestir: 8,2%; elaboración de calzado: 8,2%. Otra de las actividades de manufactura tenemos la producción de maletas, bolsos de mano y similares; artículos de

talabartería; confección de otros productos textiles y acabado; fabricación de artículos de punto y ganchillo; tejido de productos textiles; tapices y alfombras; artículos de piel y otros con el 9,5%.

Sin lugar a duda se demuestra, que el sector manufacturero ocupa un gran espacio en el Ecuador, debido a que más personas deciden emprender siendo Tungurahua el tercero a nivel nacional en contar con el mayor número de establecimientos en el sector textil, con el 8.1%, cabe mencionar que el personal ocupado de las actividades que se relacionan con la industria textil asciende a 115.937 personas (Inec, 2016). Mostrando así que existe la factibilidad de la creación de una empresa ya que si la cantidad de locales incrementa y se mantienen es por las garantías y las características del entorno que da un muy alentador pronóstico para los futuros emprendimientos.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial

El Instituto Nacional de Estadística y Censos presenta los siguientes datos: En el Ecuador tiene 8'087.914 mujeres, lo que representa el 50,5% de la población del país, según las proyecciones poblacionales. De ellas 1'069.988 son jefas de hogar. En el marco de la celebración del Día Internacional de la Mujer, el Instituto Nacional de Estadística y Censos presenta varios datos al respecto. (Inec, 2016)

Actualmente las mujeres desempeñan funciones y profesiones que tenían mayor participación masculina, en el 2001 existían 64 mujeres con títulos universitarios de físicos y en el 2010, esa cifra llegó a 1.125 mujeres. Así también las mujeres prefieren las profesiones científicas e intelectuales, pues el 53,3% de estos profesionales son mujeres.

Dentro del mercado laboral, la población femenina se incrementó dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) en un 80% entre 2001 y 2010. Mientras del total de establecimientos registrados en el Censo Económico, el 48% tiene a una mujer como dueña o gerente. (Inec, 2016)

En los próximos seis años la población femenina se incrementará en un 9,36% mientras la de los hombres lo hará en 9,14%. De acuerdo a las proyecciones poblacionales, para el año 2020 la esperanza de vida será de 79 años, cinco años más que la de los hombres. (Inec, 2016) Al conocer la creciente población femenina se observa un panorama más prometedor para las empresas manufactureras de bolsos y el hecho de conocer la independencia actual de las mujeres muestra que existirá un mayor impacto en la decisión de compra. El mercado al cual el proyecto va dirigido son mujeres profesionales, independientes y trabajadoras.

Al investigar el mercado se ha detectado factores por los cuales se inclinan al momento de la compra y la potencia de las empresas en el mercado: el diseño esto debido al estilo del adquiriente, la calidad, lugar de procedencia, el precio también es uno de los atractivos para el cliente. En el mercado actual son muy pocas las empresas que explotan los materiales naturales para la elaboración de sus productos, por lo tanto, se conoce que el mercado presente al que el producto se dirige no está saturado.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Es necesario entender los puntos importantes que fortalecen una empresa para proyectarse con eficacia hacia su público objetivo. Por lo mismo se requiere conocer y analizar las estrategias competitivas presentadas por Michael Porter en el cual destaca como aspectos valiosos la diferenciación, la segmentación y los precios. Para una empresa que está en sus inicios es conveniente brindar excelentes servicios, principalmente a un público objetivo o grupo de personas con necesidades similares. Igualmente, fijarse en los precios adecuados, pero que de ninguna manera afecte la calidad y el buen servicio. (Porter, 2008)

En la ciudad de Ambato las principales competencias en la elaboración de bolsos son las siguientes:

Tabla No 11. Análisis Competitivo. Benchmarking

ANÁLISIS COMPETITIVO - BENCHMARKING

INDICADORES	PAYLESS	ETAFASHION	MISSCA	CONCLUSIÓN
DISEÑO	Influenciado por imitaciones de marcas internacionales.	Estéticos, tienen concepto, se rigen bajo tendencias de moda, cubren necesidades.	Básicos, carecen de concepto y tendencias. Comunes en el mercado.	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	Industria de Accesorios y calzado en cuero, como: guantes, carteras, cinturones, billeteras, bolsos, maletas, botas, tacones.	Variedad de accesorios: Estilos de indumentaria: Materiales sintéticos y artificiales	Industria de Productos sofisticados en indumentaria y accesorios	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 y niños de todas las edades de nivel económico medio alto - alto	Hombres y mujeres y niños 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	Desde los 20\$ hasta \$75	Desde \$10 hasta \$ 80	Desde \$30 hasta \$75	Existe un valor promedio de entre \$20 a \$100 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, TV, redes sociales y Ventas en local propio	Regalos y descuentos por temporadas o fechas especiales	La mayoría publicita en medios de comunicación o regala productos o descuentos por compra.
SERVICIO POST – VENTA	Base de datos clientes Para publicidad de nuevos productos	Base de datos clientes Para publicidad de nuevos productos	No poseen servicio post venta	No poseen un servicio después de la venta, por lo que las hace vulnerables ante la competencia

Fuente: Mall de los Andes (2019)

Además, se puede establecer que la mayoría no tienen valores diferenciadores en lo que respecta a diseño de producto, ya que la mayoría es realizada en base a sintéticos y con formas muy convencionales, esto hace que su producto sea muy común y no posea ningún valor agregado. (Ekos, 2016, p. 1)

3.2. Análisis interno

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles

Recursos económicos

Los recursos económicos serán financiados en parte con capital propio y otro mediante entidades financieras que apoyen a pequeños proyectos que se dan comienzo en los mercados. De igual manera se tomará en cuenta la tasa de interés de cada uno así se podrá

elegir el más indicado para convenir hasta que el producto se establezca. En el recurso humano se contará con los artesanos de la comunidad de Quisapincha, con personas con conocimientos en cuero y elaborar de bolsos con la tendencia e inspiración al que el producto se sujeta.

Recursos tecnológicos

Dentro de los recursos disponibles con respecto a la maquinaria: se cuenta con herramientas básicas de confección y aquellas que requieran de tecnología más avanzada se recurrirá a lugares donde se pueda adquirir el tipo de beneficio que se necesite. Con relación a la experiencia; se basa en la formación académica.

3.2.2. Análisis Cadena de valor

3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo

El eslabón de investigación es la parte inicial del proceso de diseño, con la recopilación de datos importantes, luego se procede al desarrollo, es decir, al desglose de la información para la posterior implementación en la colección. Este punto es crucial en la elaboración del proyecto. Se basa en la indagación y adquisición de fuentes informativas como lo son o libros referentes al tema y al tipo de material que se va a utilizar, sitios de web confiables: bibliotecas virtuales, la observación de igual manera para identificar la posible competencia dentro del mercado y como factor significativo se analizan las distintas técnicas de recopilación de información acerca de las preferencias y necesidades del público objetivo.

La recopilación de información:

Tabla No 12. Cadena de valor



En esta primera etapa se define el tipo de producto, teniendo muy en cuenta los gustos y preferencias del consumidor, como lo es su estilo de vida, el nivel de aprecio de los productos artesanales, los acontecimientos globales, su modo de compra, entre otros.

El desarrollo del producto:

Tabla No 13. Cadena de valor



Otro aspecto prioritario es todo lo relacionado con las tendencias referente a color y forma, conforme a la temporada, debido a que esta información se actualiza constantemente. Conforme a la información obtenida se procede a la elaboración de mood boards, por medio del cual se facilita la obtención de bocetos con diseños atractivos e innovadores.

El desarrollo de la colección debe realizarse cautelosamente, de tal manera que refleje en los materiales, forma, color y detalles, la correcta implementación de los datos analizados

y definidos anteriormente. Toda esta información se trasladara a los bocetos, mismos que serán seleccionados luego de un profundo análisis y tener un panorama claro del producto a realizar.

Todo el estudio y el análisis de los resultados obtenidos permiten detectar con anticipación posibles falencias del producto y la empresa, y así poder minimizar el impacto negativo, aplicando estrategias eficaces frente a la competencia. Buscando llegar al público objetivo con una propuesta poco conocida en el mercado a la vez que se le da un toque innovador que aportan a un diseño exclusivo concerniente al mismo.

3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

El Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima empieza con una logística de recopilación de datos de proveedores de todos los materiales existentes para la elaboración de bolsos en marroquinería. Pielés genuinas; 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 No 14. 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 No 15. Ficha 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 No 16. Ficha proveedor #3

Curtiduría San Vicente	
Dirección	Ambato – Tres Juanes
Teléfono	032405156-032825389
Cueros y pieles (vacuno, caprino, chivo, borrego, conejo) para la confección de vestimenta zapatos accesorios y marroquinería.	

3.2.2.3. Eslabón de producción

El eslabón de producción es la etapa de la transformación de la materia prima en producto listo para la venta. Se clasifica los procesos dentro de la confección más significativos:

- a) **Patronaje** de acuerdo al diseño material se procede a elaborar la mordería 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.

Los patrones y diseño se lo elaborará personalmente no obstante en lo que respecta a la elaboración se lo realizará con la ayuda de una maquila, dado que el equipo correcto para este tipo de material no se dispone por el momento, sin embargo se precisa controlar en todo el proceso de la confección con la intención de que se mantenga la calidad en todos sus ámbitos así en un tiempo posterior adquirir la maquinaria pertinente útil en el modelo del producto.

En cuanto a las distintas técnicas de experimentación se lo ejecutará con profesionales en el arte. Por lo que respecta y como uno de los métodos es el corte a láser se contratará los servicios del Estudio de Diseño Molle que se encuentra en Ambato entre las calles Atahualpa 6-21 y Paltas; el cual realiza corte y grabado láser en distintos materiales, pero lo primordial es en el cuero, textil indispensable para el presente proyecto.

3.2.2.4. 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. Actualmente una de las tácticas para dar a conocer un producto son las redes sociales, pues es uno de los métodos eficaces en llegar a más cantidad de personas y sobre todo a la mayor parte del público objetivo. Además que por este medio se pueden subir fotos de los accesorios y en sí de los bolsos, aceptando críticas constructivas en cuanto al diseño y de esta manera se logra tener una comunicación entre cliente y diseñador, con lo cual se puede cumplir con las expectativas del consumidor.

Con mira al futuro se planea adquirir un local para establecer una boutique en lugares comerciales dentro de Ambato, con el objetivo de que los clientes tengan un lugar a donde se puedan acercar a observar los modelos físicamente y así obtener la confianza del mismo, con la presentación real del producto que se ofrece por medio de las redes. Pues cabe destacar que debido a algunos fraudes utilizando este recurso de compra en línea, es necesario verificar que el almacén realmente exista.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

La población son todos los individuos que formaran parte del estudio; en este caso son mujeres de 25 a 45 años de edad de la ciudad de Ambato, para lograr establecer una conclusión a los objetivos. Se ha escogido a este grupo objetivo puesto que en ese rango de edad son mujeres que consumen bolsos en su vida diaria, para generar un estudio de campo y poder establecer parámetros de diseño y comercialización. Además de la aceptación del producto. Sin embargo, la propuesta puede tener mayor alcance a un mercado más amplio, ya que tiene una visión de internacionalización.

Tabla No 17. Segmento de mercado

Mujeres		
Nacionalidad: Ecuatoriana		
• Región: Sierra		
• Provincia: Tungurahua		
• Ciudad: Ambato		
Variables demográfica	Variable socioeconómica	Variable Psicográficas
Edad: 25-45 años 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	De acuerdo a los ingresos: mujeres con sueldos superiores a \$500. Ocupación: Profesionales, empresarias y o dueñas de negocios propios, ocupaciones personales, redes sociales etc. Con una	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.

<p>más poder adquisitivo para un mejor futuro, invierten su dinero en viajes, educación y vestuario.</p>	<p>educación de segundo y tercer nivel.</p>	<p>Una mujer cosmopolita. Con un estilo de vida; Social, evolutivo y cambiante, capaz de aceptar o rechazar culturas, ideas, comunicación, y tecnología; cuenta mucho sus ideales. Perfil de consumidor; Mujer contemporánea que acepta los surgimientos sociales y económicos de las últimas décadas, es una mujer evolutiva a su esplendor.</p>
--	---	---

.1.1. Modelo de encuesta



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

ENCUESTA

Objetivo: Recopilar información de gustos y preferencias de mujeres con respecto a los bolsos

Por favor antes de contestar lea detenidamente cada pregunta con el propósito que su respuesta sea acorde a su criterio.

1. ¿Considera Ud. que un bolso es un accesorio impredecible en el armario de una mujer?
 - a. Si ()
 - b. No ()

2. ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta para comprar un bolso?
 - a. Calidad ()
 - b. Diseño ()
 - c. Precio ()
 - d. Funcionalidad ()

3. ¿En qué colores le gustaría adquirir un nuevo bolso?
 - a. Claros ()
 - b. Oscuros ()
 - c. Neutros ()

4. ¿Qué tamaño de bolso frecuente a usar normalmente?
 - a. Pequeño ()
 - b. Mediano ()
 - c. Grande ()

5. ¿Qué tamaños de asas le gustaría para su bolso?
 - a. Cortos ()
 - b. Medianos ()
 - c. Largos ()

6. ¿Con que frecuencia usted compra un bolso?
- a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
7. ¿Qué material alternativo usted prefiere?
- a. Madera () b. Yute ()
- c. Acrílico () d. Plástico ()
8. ¿Porque medio Ud. adquiere un bolso?
- a. Internet () b. Centros Comerciales () c. Catálogos ()
9. ¿Qué atributos a usted le gustaría que tenga el producto?
- a. Amplitud () b. semi ligero () c. Funcional ()
10. ¿Para qué ocasión de uso usted adquiere el bolso?
- a. Gala () b. Casual () c. Ejecutivo ()

4.2. Selección de la muestra

La elección de la muestra es el porcentaje de la población que pueda proporcionar a la investigación la información necesaria de las mujeres del rango de edad desde los 25 a 30 años de edad. A través del censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se han obtenido las cifras de la población total. (Inec, 2016)

Tabla No 18. Cuadro población.

CUADRO POBLACIÓN
Población Tungurahua: 504.583
Población Ambato: 329, 856
Mujeres (Ambato): 170.026
Hombres (Ambato) : 159.830
Población femenina 25 a 45 años: 14.282

Fuente: base del censo 2010 (Inec, 2016)

Para determinar el tamaño de la muestra en base al libro Tutoría de la Investigación Científica. Herrera, L, Medina, A y Naranjo, G, (2004). Se aplica la siguiente formula con los datos estadísticos arriba mencionados:

Tabla No 19. Descripción de la Fórmula

DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA
n: Tamaño de la muestra.
Z: Nivel de Confiabilidad 95%(0.95/2= 0,4750)
P: Probabilidad de concurrencia 0.5
Q: Probabilidad de no concurrencia 1-0.5= 0.5
N: Población (14.282)
e : Error de muestreo 0.05(5%)

Fuente: Base del censo 2010 (Inec, 2016)

Aplicación de formula

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(14282)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (14282)(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3.841)(0.5)(0.5)(14282)}{(3.841)(0.5)(0.5) + (14282)(0.0025)}$$

$$n = \frac{(1.9205)(7141)}{(0.960) + (35.705)}$$

$$n = 374$$

4.3. Técnicas de estudio

4.3.1. Cuantitativas

Dentro de esta técnica se lleva a cabo una excelente percepción de datos, la cual se realiza mediante la encuesta. Este enfoque es debido a que en el mercado existen bolsos con determinadas características específicas en cuanto a los materiales que son seleccionados para su elaboración, por lo cual se pretende promover la adquisición de bolsos combinados con fibras naturales obtenidos de la localidad. Por ello se realizará encuestas a mujeres de 25 a 45 años con el fin de elaborar las estadísticas correspondientes y determinar la importancia de la confección de accesorios en combinación de materiales alternativos.

4.4. Elaboración e interpretación de los datos

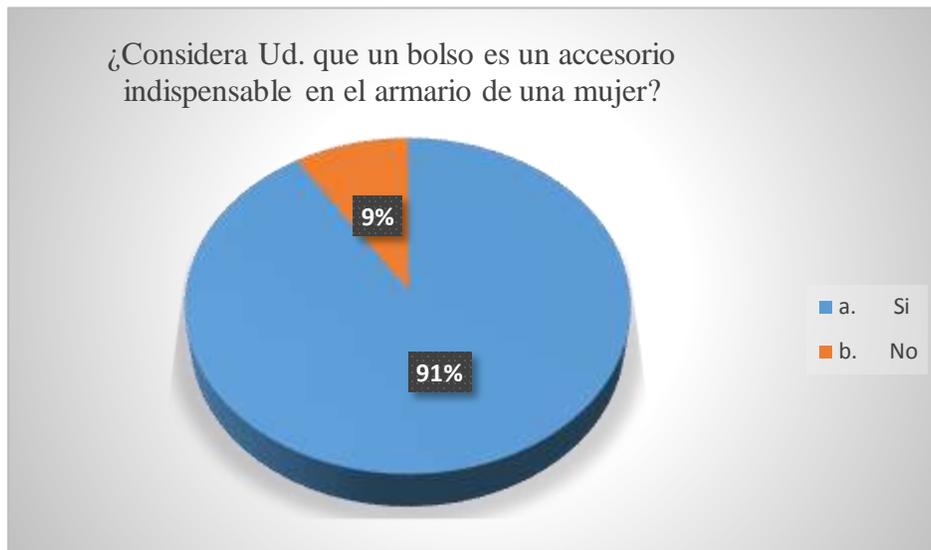
Encuesta

Pregunta 1

Tabla No 20. ¿Considera Ud. que un bolso es un accesorio impredecible en el armario de una mujer?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
A. SI	340	90
B. NO	34	10
TOTAL	374	100%

Gráfico No 1. Accesorio indispensable



Elaborado por: Lisette Solís (2020)

Análisis: De las mujeres encuestadas el 90% consideran que un bolso es un accesorio indispensable para la mujer actual mientras que el 10% no consideran que sea un accesorio indispensable para la mujer actual.

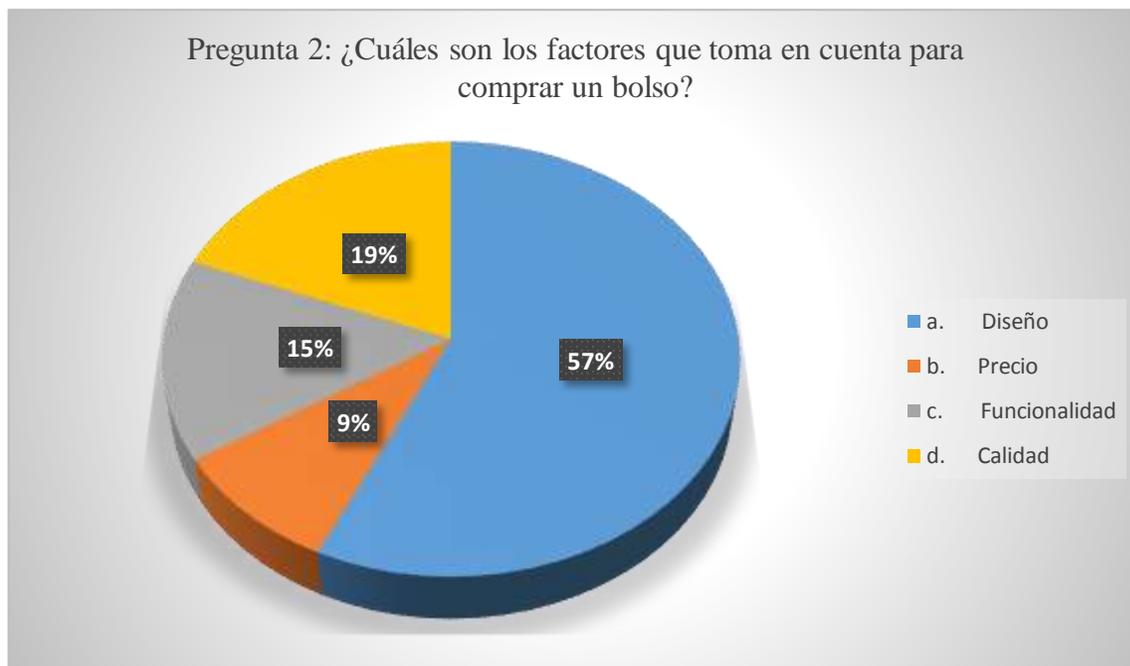
Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede observar que el mayor porcentaje de mujeres consideran que un bolso es un accesorio indispensable para la mujer actual, esto quiere decir que la mujer actual al momento de realizar diferentes actividades siempre lleva consigo un bolso y el menor porcentaje consideran que un bolso no es indispensable.

Pregunta 2:

Tabla No 21. ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta para comprar un bolso?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
• DISEÑO	213	57
• PRECIO	34	9
• FUNCIONALIDAD	56	15
• CALIDAD	71	19
TOTAL	374	100%

Gráfico No 2. Factores de compra



Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Análisis: El 57% de las mujeres encuestadas concordaron en que al momento de la compra se fijan en el diseño, el 19% mencionaron que se fijan en la calidad, el 15% en la funcionalidad y el 9% restante en el precio.

Interpretación: Debido a los resultados obtenidos se puede confirmar que antes de efectivizar una compra gran parte de las mujeres se fijan en el diseño, otro grupo pone énfasis en la calidad y la funcionalidad, ya que van de la mano con el diseño; también el precio es tomado en cuenta, aunque no lo vieron como relevante. El análisis demuestra que la marca debe enfocarse principalmente en el diseño y en mostrar innovación constante en el producto, factor que va de la mano con los demás puntos que no tuvieron mayor relevancia.

Pregunta 3:

Tabla No 22. ¿En qué colores le gustaría adquirir un nuevo bolso?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
• CLARO	62	17
• OBSCUROS	222	59
• NEUTROS	90	24
TOTAL	374	100%

Gráfico No 3. : Color de preferencia



Análisis: En un porcentaje del 59 % las mujeres prefieren colores oscuros en sus bolsos, un 24 % colores neutros y el 17 % opta por colores claros.

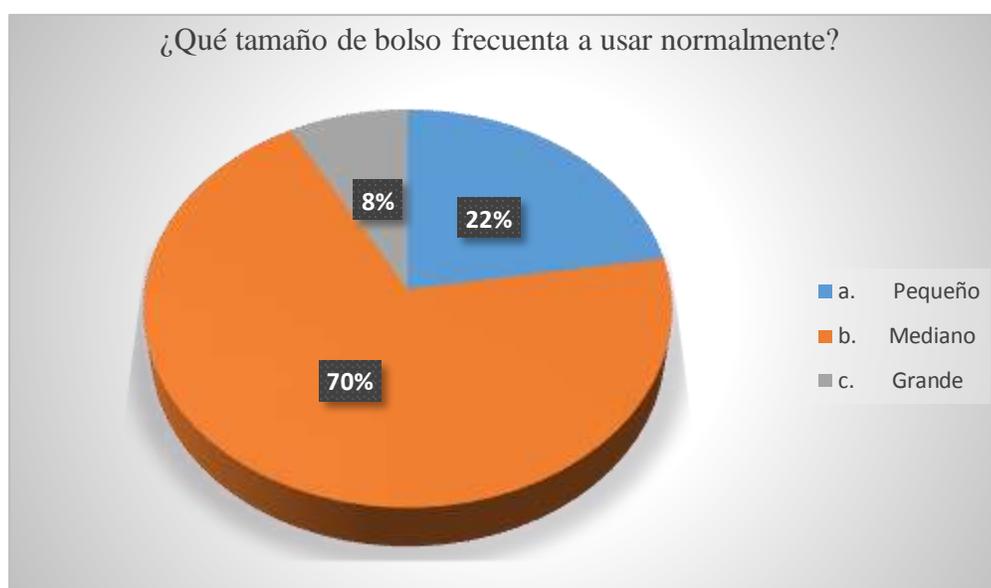
Interpretación: A las mujeres en su mayor parte les agradan los colores oscuros en su bolso por la elegancia que pueden captar por medio de estos, sin dejar a un lado los colores neutros, como una opción combinable con los colores del atuendo a usar.

Pregunta 4:

Tabla No 23. ¿Qué tamaño de bolso frecuenta a usar normalmente?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
PEQUEÑO	84	22
MEDIANO	260	70
GRANDE	30	8
TOTAL	374	100%

Gráfico No 4. Tamaño de preferencia



Elaborado por: Lisette Solís (2020)

Análisis: En su mayor parte con el 70 % las mujeres frecuentan a utilizar un bolso mediano, el 22 % prefiere un bolso pequeño y el 8 % eligen bolsos grandes.

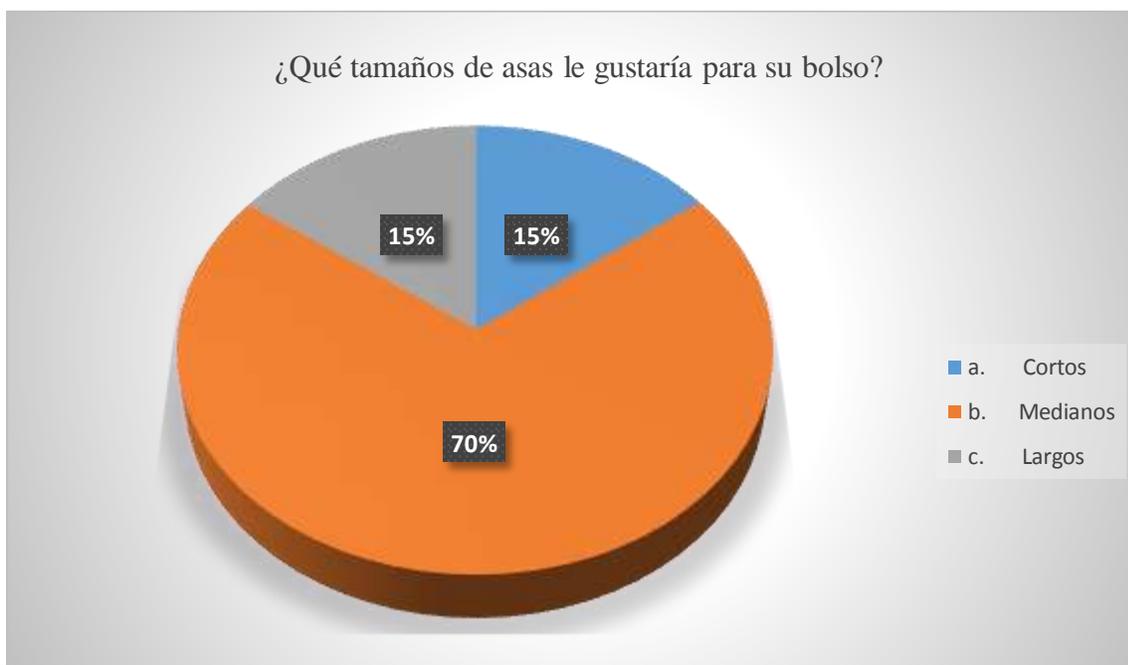
Interpretación: Según las respuestas a visualizar se puede determinar la acogida que presenta el bolso mediano por la comodidad de su traslado como por la funcionalidad que le brinda, sin embargo algunas seleccionan el bolso pequeño según el número de artículos a llevar y otras se inclinan por un bolso de tamaño grande debido a su trabajo y el sinnúmero de cosas pequeñas que tienen que transportar.

Pregunta 5:

Tabla No 24. ¿Qué tamaños de asas le gustaría para su bolso?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
CORTOS	55	15
MEDIANOS	263	69
LARGOS	56	16
TOTAL	374	100%

Gráfico No 5. Tamaño de asas en un bolso



Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Análisis: Existe en un 70 % la preferencia por asas en tamaño mediano, el 15 % por largos mientras que el restante del 15 % prefieren asas cortas.

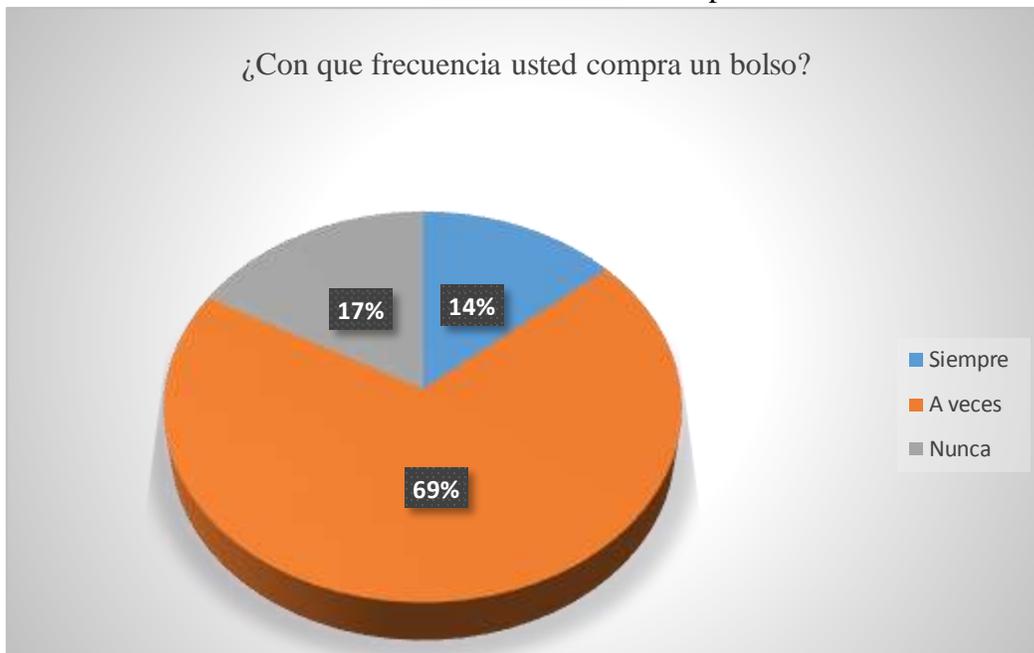
Interpretación: De acuerdo a los resultados y debido a un análisis anterior se definen las asas medianas como una prioridad al momento de elegir un bolso, pues de las mismas depende la comodidad de la usuaria.

Pregunta 6.

Tabla No 25. ¿Con que frecuencia usted compra un bolso?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
SIEMPRE	51	14
A VECES	260	72
NUNCA	63	14
TOTAL	374	100%

Gráfico No 6. Nivel compras



Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Análisis: El 69 % de las mujeres adquieren un bolso a veces, el 17 % casi nunca, seguido del 14% que lo compra constantemente.

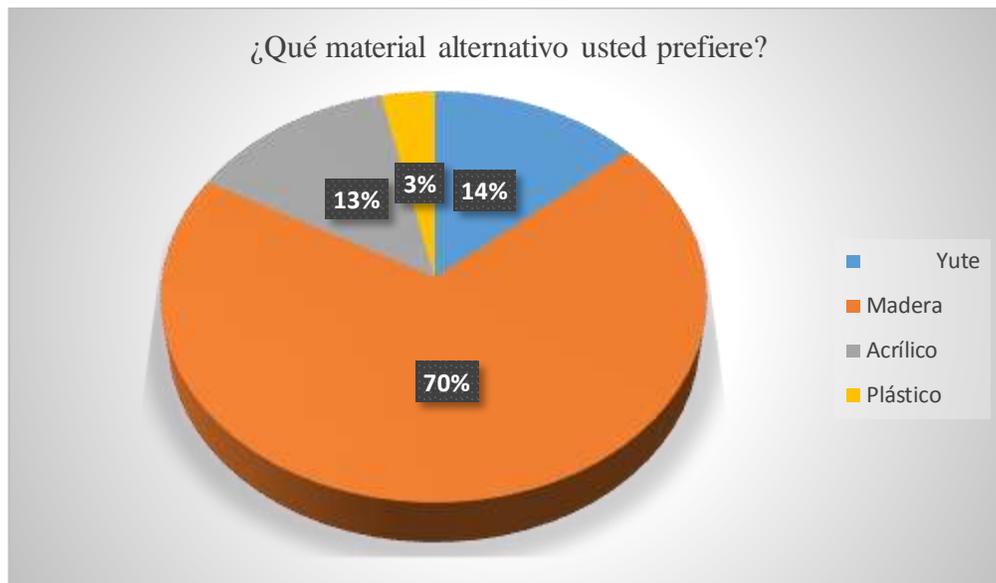
Interpretación: Por lo general las mujeres de Ambato en un porcentaje medio suele comprar bolsos al año por el poco uso que le dan, sin embargo al comparar los porcentajes comprende más del 50% entonces como promedio y compra de bolsos se da frecuentemente.

Pregunta 7.

Tabla No 26. ¿Qué material alternativo usted prefiere?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
YUTE	51	14
MADERA	260	70
ACRÍLICO	50	13
PLÁSTICO	13	3
TOTAL	374	100%

Gráfico No 7. Material alternativo



Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Análisis: El 70% de las personas encuestadas mencionaron que prefieren un bolso elaborado con madera, el 14% con yute y el 13% usarían bolsos con materiales como el acrílico, y por ultimo muy pocas personas les interesa el plástico con un 3%.

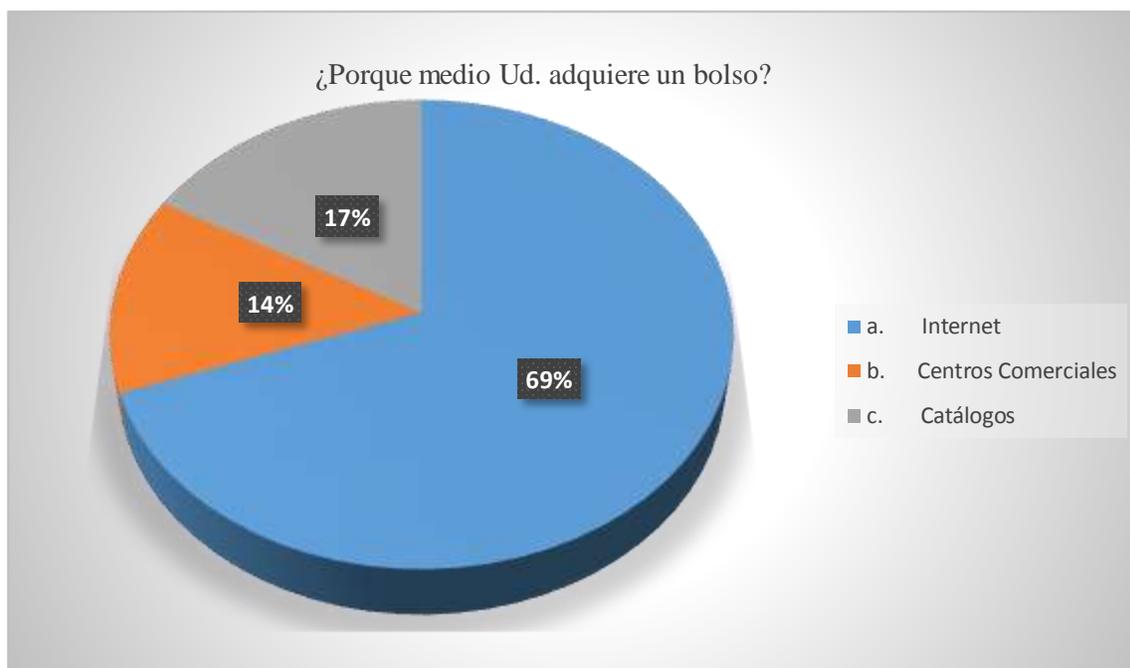
Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos, la mayoría de las personas encuestadas prefieren bolsos con fibras naturales como la madera, ya que aprecian los beneficios y el hecho de minimizar el uso de materiales desechables y plásticos; esta información induce a una futura implementación de materia prima natural en las prendas y accesorios.

Pregunta 8:

Tabla No 27. ¿Porque medio Ud. adquiere un bolso?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
A. INTERNET	260	69
B. CENTROS COMERCIALES	51	14
C. CATÁLOGOS	63	17
TOTAL	374	100%

Gráfico No 8. Medios de compra



Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Análisis: El 69% de las mujeres adquieren bolsos por medio del internet, el 14 % lo hace por medio de catálogos y el 17% igual por medio de centros comerciales.

Interpretación: Como una mejor manera de visualizar y conectar con el bolso las mujeres tienden a comprar online por la facilidad que la tecnología nos ofrece, pero también existen mujeres que prefieren comprar en centros comerciales para evitar algún tipo de fraude, sin embargo los catálogos físicos causan desconfianza debido a que con frecuencia el pedido se tarda o le llega con alguna anomalía.

Pregunta 9.

Tabla No 28. ¿Qué atributos a usted le gustaría que tenga el producto?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
Funcional	51	14
Amplitud	260	72
Semi ligero	63	14
TOTAL	374	100%

Gráfico No 9. Características del producto



Análisis: El 17% de las mujeres encuestadas al momento de adquirir un bolso prefieren que uno de los atributos sea que el producto sea semi ligero mientras que el 69% que sea amplio y el 14 % que posea funcionalidad.

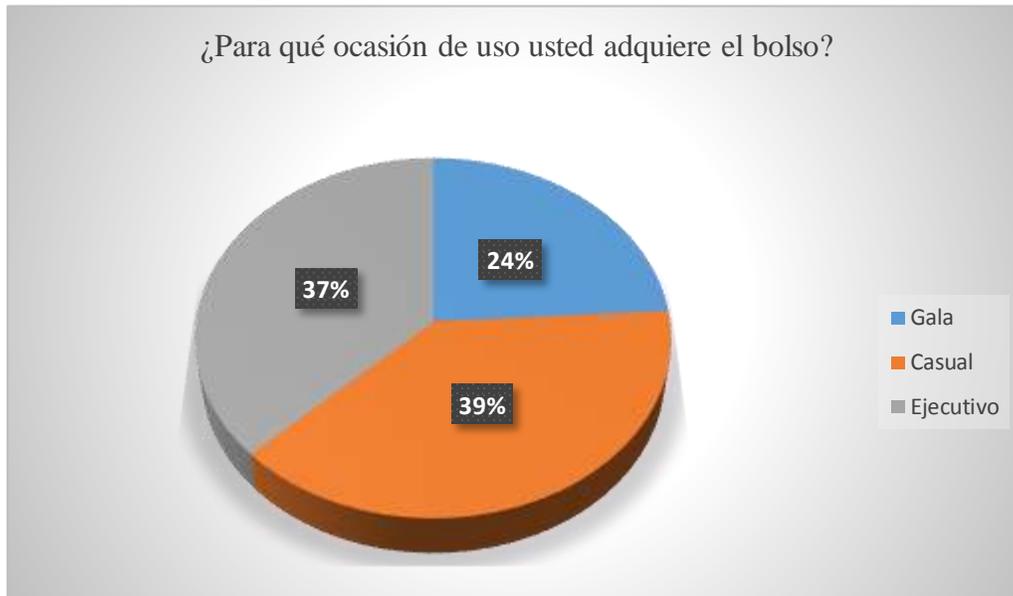
Interpretación: Se puede definir en los resultados que el mayor porcentaje de mujeres quieren que el producto tenga varios atributos, pero el más importante es que sea funcional ya que muchas veces solo existen bolsillos o cierres decorativos, pero no cumplen la función de utilidad y el menor porcentaje les gustaría que el producto sea amplio

Pregunta 10.

Tabla No 29. ¿Para qué ocasión de uso usted adquiere el bolso?

ALTERNATIVA	VALOR	PORCENTAJE
Gala	82	24
Casual	132	39
Ejecutivo	127	37
TOTAL	374	100%

Gráfico No 10. Ocasión de uso



Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Análisis: El 39% de las encuestadas indicaron que usan su bolso de manera informal, el 37% para el área laboral y el 24% para asistir a una fiesta.

Interpretación: En vista a los resultados de las encuestas casi el cincuenta por ciento usan su bolso para salir con sus amigos a diferentes actividades que lleva a cabo cada día; mientras que otro grupo de mujeres mencionaron que lo llevan en eventos laborales y así mismo, otro grupo menor enfatizó que lo utilizan en las fiestas. Por lo cual, el proyecto debe incluir detalles que evoquen lo informal, que los usuarios puedan lucirlo en acontecimientos formales, semi-formales e informales, sin perder el lado innovador y la elegancia.

4.4 Conclusiones

Como conclusión del análisis e interpretación de datos, las mujeres económicamente activas de 25 a 45 años de edad de la ciudad de Ambato. Mediante un número considerable de encuestas se logra determinar que un bolso es un accesorio impredecible e infaltable en el armario de una mujer, puesto que forma parte de su look diario. Al momento de adquirirlo el precio no es un factor determinante pues lo más requerido es la calidad del producto seguido por la elegancia, innovación y moda que posea. De igual manera se opta por una dimensión mediana con el tamaño de las asas medianas relativamente.

Por otra parte esta investigación correspondiente al target, ha permitido definir factores importantes para la ejecución de la propuesta:

- Que sea innovador en la industria textil de los accesorios
- Que al utilizar materiales textiles sean 100% cuero
- Que tenga elegancia
- La aceptación una marca que se enfoca en accesorios que se enfoca en la combinación de materiales.
- Que prefieren usar accesorios estilo casual
- Que tenga variedad de diseños combinando la madera y cuero
- Que sea fácil en adquirir los productos por internet.

CAPÍTULO V

TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1. Cronograma de producción

Es fundamental contar con un adecuado proceso en la elaboración de los productos para lo cual es necesario tener un cronograma de producción o una programación, que consta en ordenar de forma detallada como se van a efectuar las operaciones necesarias con el fin de cumplir con los objetivos establecidos; esto se realiza al analizar y priorizar todo lo que conlleva la manufactura de un producto; se empieza con la infraestructura, mano de obra, materiales e insumos, maquinaria, tiempo requerido y demás factores. Es necesario obtener los artículos en el lapso señalado, así llegar a las metas propuestas en ventas, ser competitivos y posicionarse en el mercado como una marca reconocida. (Navia, 2014)

Tabla No 30. Cronograma de producción

Actividad	Mes															
	Diciembre															
	Semana 1				Semana 2				Semana 3				Semana 4			
Desarrollo de bocetos de la colección	■	■														
Selección de prototipo	■	■														
Elaboración de patrones			■	■												
Adquisición de materiales					■	■										

Tabla No 31. 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		
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.

Fuente: (Rojano, 2018)

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Para efectuar la elaboración de bolsos se requiere un espacio apropiado el cual se pueda desarrollar el producto y en cuanto a la maquinaria que se debe utilizar dado el caso que es de cuero se necesita el equipo indicado para este tipo de material:

- **Máquina recta con un solo pespunte.-** Como en su nombre se menciona, ocupa una sola aguja.
- **Máquina recta con pespunte de dos agujas.-** Para obtener dos costuras paralelas.
- **Máquina zig-zag.-** Para aplicar costuras decorativas
- **Máquina Overlock.-** Utilizada para filetear los bordes del forro interno.
- **Máquina Cañon.-** Es una máquina de triple arrastre, ideal para materiales pesados entre ellos el cuero.
- **Máquina ametralladora.-** Generalmente para costuras laterales, asegurando la resistencia al momento de transportar objetos pesados.
- **Máquina Envivadora.-** Utiliza una sola aguja, es de triple arrastre, y se usa para envivar cueros, principalmente bolsos o carteras. (Vallejo, 2013)

5.4. Requerimientos de mano de obra

Para el desarrollo del producto se contará con la ayuda de la mano de obra especializada en todo el proceso de producción que conlleva su realización, es decir personas que poseen experiencia en el trabajo de confección de bolsos en cuero principalmente, para lo cual es indispensable dirigirse a la parroquia de Quisapincha de la ciudad de Ambato. Con esto se garantiza la calidad en el accesorio en cuanto a la fabricación y con respecto a las técnicas experimentales se apoyará en expertos dependiendo del tipo de método que se vaya aplicar, como es en el caso del corte láser y la combinación de artesanos especialistas en madera.

5.5. Seguridad industrial y medio ambiente

Toda empresa debe procurar resguardar la seguridad tanto de los empleados, como de los empleadores, para lo cual se deben establecer normas que convienen ser cumplidos por cada miembro del establecimiento. Cabe mencionar algunas entre las principales: prevenir accidentes con la maquinaria, por lo cual se tiene que instruir al trabajador o a quien vaya imponer el uso de la misma, acerca del funcionamiento y dispositivos preventivos inmersos en la máquina; por otro lado al momento de su mantenimiento y el correcto trabajo se debe revisar los cables e interruptores para arreglar alguna anomalía. (Saca, 2019)

En cuanto a la manipulación de agentes químicos como los pegamentos, pinturas, disolventes, entre otros. Se debe proporcionar envases que sean los apropiados al igual que el lugar de almacenamiento, en donde es significativo anunciar la presencia de estos productos para evitar chispas por algún motivo. En las medidas de prevención con el trabajador colocar un recordatorio del lavado de manos después de usar cualquiera de los mismos. (Saca, 2019)

Es de mucha importancia la señalización de áreas peligrosas, señales de advertencia, prohibición, obligación, socorro. Como también equipos de cuidado individual en donde están las gafas, mascarillas, protección auditiva, guantes, dedos, vestuario. Así mismo considerar el ambiente de trabajo que debe contar con:

- Condiciones óptimas en el espacio de trabajo como también los lugares por donde frecuenta el trabajador, como las gradas o los pasillos.
- Contar con la seguridad necesaria para incendios.
- Organización, aseo y mantenimiento de las instalaciones
- Iluminación adecuada.
- Excelentes servicios higiénicos y de igual manera un lugar para tomar un ligero descanso.
- Botiquín accesible de primeros auxilios

Cabe mencionar que de igual manera para conservar un ambiente adecuado la microempresa debe exigir a los trabajadores:

- Cumplir con las medidas de prevención
- El empleo y uso correcto de los elementos de seguridad y vestuario de protección.
- Utilizar adecuadamente las máquinas, herramientas y el material suministrado.
- Comunicar alguna situación de riesgo.

De la misma forma la microempresa tiene la obligación con el empleado de:

- Suministrar equipos de protección personal.
- Información eficaz y una demostración práctica de la máquina a utilizar.
- Medidas de seguridad en caso de emergencia.

Protección de acuerdo a la necesidad del trabajador es decir vigilar su salud como una medida de prevención. Como es el caso de las mujeres embarazadas que no se les permite estar en contacto con agentes nocivos que perjudican la salud del bebé.

En este año 2020 nos enfrentamos a una pandemia denominada COVID-19 la misma que conlleva normas estrictas de bioseguridad, las cuales procuran preservar la salud de todas las personas a nivel mundial. Todas estas normas se mencionaran a continuación.

Estrategias y recomendaciones actualizadas para empleadores en su respuesta al COVID-19, incluidos quienes prevén reanudar sus operaciones comerciales con normalidad o en fases:

- Realizar chequeos de salud diarios
- Llevar adelante una evaluación de riesgos en el lugar de trabajo
- Fomentar que los empleados usen cubre bocas en el lugar de trabajo, si corresponde.
- Implementar políticas y prácticas de distanciamiento social en el lugar de trabajo
- Mejorar el sistema de ventilación del edificio

(CDC, 2020)

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

6.1.1. Brain storming (lluvia de ideas)

El presente proyecto busca innovar a través del uso de materiales alternativos el mercado de bolsos en la provincia de Tungurahua, mediante la combinación de cuero y otros materiales como la madera en el sector textil. Esta colección de bolsos ayudará a generar un autenticidad en los accesorios de 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 se ve reflejada en la combinación nuevas texturas, con el fin de reducir el convencionalismo del uso de piel. El glamour en el uso y manejo de marca y tonalidades propuestas, contribuyen a lograr ese efecto innovador en los bolsos.

6.2. Perfil del cliente.

Consumidor Neo-tradicional

La característica de este perfil se debe a que es un cliente tradicional pero actual y tiene un sentido de independencia económica porque pertenece al estándar de clasificación propuesto por INEXMODA. En función de la edad, 25 y 45 años, este grupo cuenta con titulación universitaria y un entorno laboral, lo que lo sitúa en un nivel socioeconómico medio. Dado que el producto es un accesorio femenino, centrado en la observación de mujeres influenciadas por nuevas referencias, conceptos y propuestas, su influencia es:

tradición, memoria, familia, sociedad, los fieles seguidores de la marca buscan cultura, historia, decoración clásica y apariencia. Su estatus no manifiesta una preocupación por el precio ya que prefiere dejarse llevar por la calidad del producto. De acuerdo a las encuestas realizadas, este perfil encaja en el consumidor ya que ha evolucionado de lo tradicional, conserva un equilibrio entre lo clásico y sofisticado, proyectando una imagen innovadora aplicando nuevas reglas del estilo, mediante un amplio contenido de lujo reflejando elegancia y distinción.

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente

Mujer activa, trabajadora, libre de ideas y cuidadosa de su presente, que gusta estar activa físicamente, con una vida social, madre, amiga, compañera etc.



Imagen No 12. Perfil del cliente

Fuente: (Durán, 2013)

6.3. Identidad de marca.



Imagen No 13. Marca

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Lissette Solís (2020)

JAZZ es una marca de bolsos con estilo, este logotipo deberá ser utilizado de la misma forma para todos los accesorios de moda. Dentro de la psicología del color, el negro tiene significados positivos como elegancia, sobriedad, sofisticación que van en armonía con el tipo de producto a desarrollar, el color blanco transmite tranquilidad, feminidad y delicadeza, está desarrollada por medio de la inicial del nombre del autor como marca de diseñador, este logotipo cuenta con variaciones de color de acuerdo a la ocasión.

6.4. Uso de la marca.

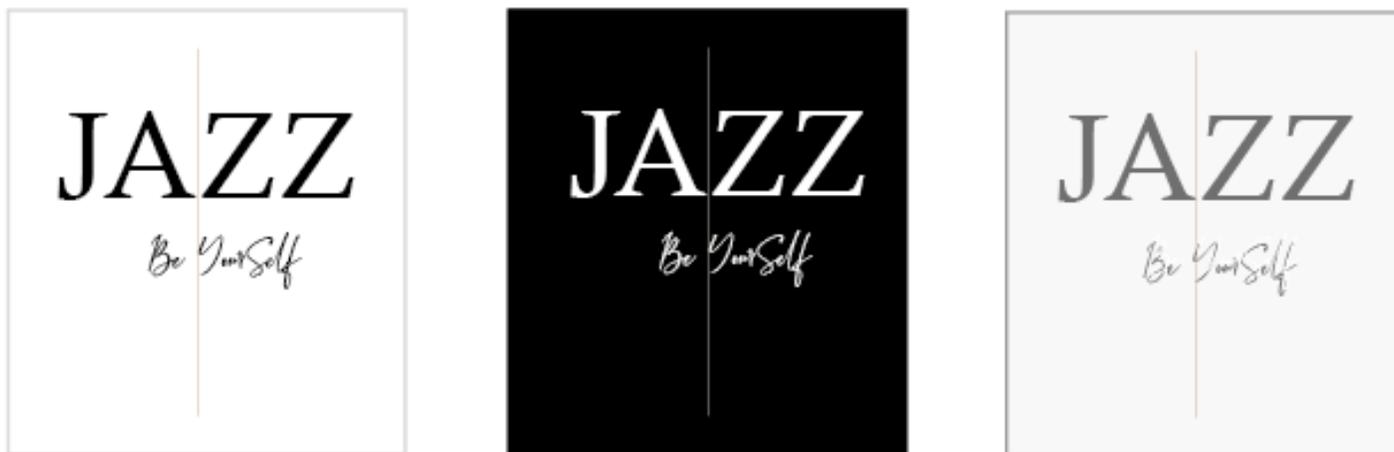


Imagen No 14. Cromática de Marca

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Lisette Solís (2020)

	C:90% M:60% Y:0% K:0%		C:0% M:0% Y:0% K:0%		C:56% M:45% Y:43% K:0%
	C:0% M:0% Y:0% K:0%		C:90% M:60% Y:0% K:0%		C:0% M:0% Y:0% K:0%

Tabla No 32. Cromática de la Marca

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Lisette Solís (2020)

Retícula

Las formas y figuras del logotipo de JAZZ deberán ser utilizadas de la misma forma para todos los accesorios y aplicaciones de moda, esta grafimetría se ocupará en reproducciones que necesiten colores planos y vectores.



Imagen No 15. Retícula de marca

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Tipografía

Bernaillo

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 nopqrstuvwxyz.
 0123456789 \$% ^& * () #@ , . ?

Calisto MT

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 nopqrstuvwxyz.
 0123456789 \$% ^& * () #@ , . ?

Imagen No 16. Estilo de fuente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Lisette Solís (2020)

6.5. Análisis de color de la propuesta



Imagen No 17. Logotipo fondo blanco con letras negras.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Lisette Solís (2020)



Imagen No 18. Logotipo fondo negro con letras blancas.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Lissette Solís (2020)



Imagen No 19. Logotipo fondo gris con letras plomas con mayor opacidad.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Etiquetas

Imagen No 20. Etiquetas



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Packagign

Imagen No 21. Packagign



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Aplicaciones de la marca

Imagen No 22. Aplicaciones de la marca

Camisetas corporativas



Gorras



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Lissette Solís (2020)

Tarjetas de presentación

Imagen No 23. Tarjetas de presentación



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Lissette Solís (2020)

6.5.1. Paleta de color de la propuesta

Para definir la paleta de color se tomó en cuenta la tendencia, así como los resultados de las encuestas previamente realizadas. Por lo tanto, en concordancia con lo expuesto se plantea: tonos neutros y naturales que poseen una cualidad atemporal que puede trascender las tendencias y las temporadas.

En conjunto, la gama cromática presentada contempla colores cuya “atemporalidad y versatilidad traslada una sensación de funcionalidad”, explican desde el Instituto Pantone. “Estos colores estimulan la creatividad y el pragmatismo, y reflejan el cambio de mentalidad del consumidor actual, que prioriza el valor y la longevidad por encima de las opciones de color que hoy están aquí y que mañana desaparecen”. (Leatrice, 2020)



Imagen No 24. Paleta de color z

Fuente: (Armattura Magazine, 2020)

6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).

6.6.1. Macro tendencia

Tanto como las macro tendencias, están vinculadas a lo nuevo que llega al mercado siempre cargado de grande expectativas, tras de estas inclinaciones está la gran información acogida de los medios tecnológicos, sociales, culturales, económicos, que dan pautas y muestran un camino hacia futuras tendencias, por lo cual las empresas lo implementan como un medio de ofrecer algo actualizado, que cubra los intereses y gustos de determinadas personas en determinado espacio de tiempo.

El equipo de Inexmoda revelo las macro-tendencias otoño invierno 2020-2021, comprendidas en general como tendencias globales que afectan a futuro diferentes aspectos de interés general, y son tomadas como referencia por las compañías para elaborar planes estratégicos teniendo en cuenta el entorno socio-económico. En este caso nos compete Distópico, macro-tendencia que surge donde converge la tecnología con la naturaleza. (Armattura Magazine, 2020)



DISTÓPICO

TECNOLOGÍA & NATURALEZA

Regeneradores y constructores
de fronteras.

-
NO. 1

Supervivencia. Hiper-realidad.

Imagen No 25. Macro tendencia

Fuente : (Armattura Magazine, 2020)

En informes anteriores la macro-tendencia manifestaba que se debía actuar por la naturaleza o no se iba a tener planeta en un futuro. Esta es la evolución de dicha macro-tendencia. Estamos en un planeta lleno de caos donde la inconformidad es lo que prima. El mundo llegó al punto de no retorno donde acabar con los recursos ya no es una opción. ¿Cómo sobrevivir? (Armattura Magazine, 2020)

Se permanece en la búsqueda del renacer como regeneradores de fronteras y reconstructores de paradigmas para crear un nuevo orden mundial. La dicotomía entre el

estado natural humano (el que conocemos) y la necesidad de crear estrategias para sobrevivir (como será) hace pensar que se debe encontrar maneras distintas para crear comunidades autosuficientes. (Armattura Magazine, 2020)

6.6.2. Tendencia

Las tendencias contribuyen a las empresas a interactuar con el mundo y se lo puede observar claramente en la industria, debido a que los consumidores en lo cotidiano están atentos a la evolución dentro de la moda, de igual manera ayuda a los productores a obtener más ventas, a posicionarse en el mercado, debido a que deben ir a la par con la innovación, para estar prestos a cubrir las necesidades de los consumidores en el momento adecuado.

WGSN es líder mundial en el pronóstico de tendencias, proporciona valiosa información sobre las tendencias. Y para el año 2021, El minimalismo evoluciona de una manera más rústica con unos diseños de mujer que aprecian la longevidad, y la artesanía.

El carácter artesanal regresa a la artesanía lenta y al arte de la creación para atraer a los minimalistas exigentes que valoran la longevidad en un mundo cada vez más acelerado.

Puntos de acción:

.

- **Haga menos, pero mejor:** esta es la única manera de pasar de una cultura de desperdicio a una de valor.
- **Adopte el arte de fabricar ropa:** Se pueden incorporar servicios de sastrería tradicional y de arreglos para ofrecer un valor nuevo a su oferta. Por otra parte, los detalles manuales y los adornos artesanales pueden añadir un aire personal en una industria que opta por el gusto masivo. (Buzasi, 2020)

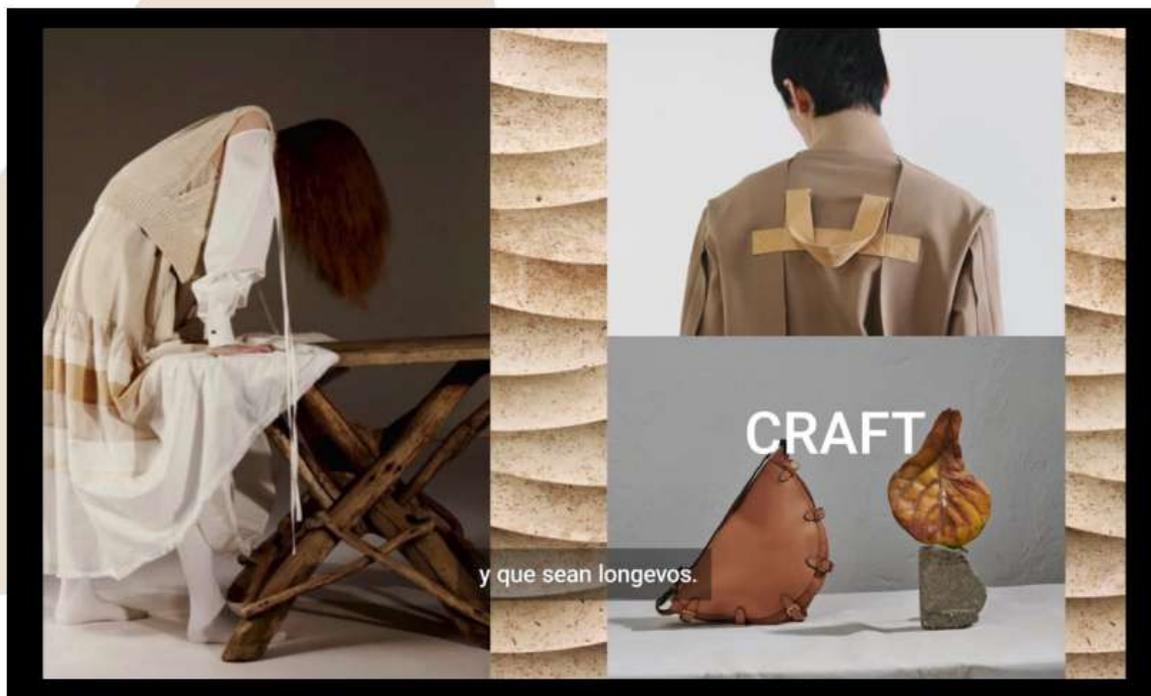


Imagen No 26. Tendencia

Fuente: (Buzasi, 2020)

El movimiento de la artesanía ha hecho crecer el deseo de todo lo relacionado con esta tendencia. Sus aplicaciones manuales para crear una propuesta rica en nostalgia, que cuenta con un atractivo único y explota la demanda de individualidad a través de piezas que relatan una historia. (Buzasi, 2020)

La individualidad es clave en esta propuesta. Use adornos y detalles únicos trabajados a mano para conceder un look diferente en todo tipo de prendas y accesorios. Como la diseñadora emergente Lucille Thievre, quien emplea la combinación de materiales usando botones de vidrio soplado para otorgar un acabado artesanal a las piezas. (Buzasi, 2020)

La colaboración con artistas y artesanos afines, para impulsar la novedad en torno a las piezas de edición limitada.

Colores con un enfoque suave y natural, rica en tonos cálidos y pasteles luminosos como el lila, rosa, vainilla y coral. Acentos en metal cepillado como el oro rosa, dorado y cobre. Bases neutras como el hueso y gris.

Se maneja textiles ricos en texturas como pelo falso, terciopelos texturizados y tactos de durazno. Tejidos que permiten la creación de estructuras con volúmenes impactantes pero ligeros. Plisados, olanes y volantes creando esculturas ligeras y suaves, jugando con los conceptos de solidez y fluidez.

6.7. 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. Con base en la investigación previa que se ha realizado, se ha visto que se han involucrado elementos de la naturaleza, lo que está relacionado con la *pacha mama*, los colores y materiales; se centra básicamente en la combinación de dichos materiales como lo son la madera y el cuero logrando así accesorios únicos.

La propuesta toma elementos particulares del medio natural una simbiosis entre la naturaleza y el hombre, con una conexión con la riqueza cultural. Las formas, los colores, los detalles que hacen a un accesorio a una pieza única y con identidad. Da lugar a una colección de bolsos con un valor artesanal; abre al consumidor a nuevos panoramas de valoración y concientización.

6.8. Elementos del diseño

6.8.1. Siluetas

Flap bag: Esta emblemática bolsa que está hoy en todos los aparadores, es un ícono consagrado por la casa Chanel desde los inicios de su fundadora Gabrielle Chanel y se caracteriza por su forma estilo caja flap o aplanada; suele llevar correas largas estilo bolsa bandolera, sin embargo, es más elegante que ésta debido a que sus asas comúnmente son de combinación de cadena de eslabones con tiras de piel.



Imagen No 27. Flap bag:

Fuente : (Granja, 2017)

Duffel: Su construcción se debe a que es útil para viajes o para realizar deportes extremos ya que su amplitud le permite comodidad y su ligereza para realizar cualquier movimiento con facilidad.



Imagen No 28. Duffel

Fuente : (Granja, 2017)

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.



Imagen No 29. BOWLING BAG

Fuente : (Granja, 2017)

6.8.2. Proporción y línea

El producto final está basado según el resultado de las encuestas que se realizó al grupo objetivo, en este caso se realizó bolsos estéticos con equilibrio en sus cortes dando la sensación de orden esto proporciona armonía, comodidad y ligereza al momento de usarlos.

6.8.3. Función

Cada accesorio cumple con determinada función. Los bolsos cuentan con bolsillos y cierres que ayudan a mantener la seguridad de los objetos portados en su interior. Además, hoy en día se ha convertido una forma de comunicar, ya sea, el estatus de las personas, el destino, el deporte que practican, entre otras. Tomando en cuenta el estilo del usuario, los colores y tendencias de actualidad.

6.8.4. Detalles

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



Imagen No 30. Detalles

Fuente : (Buzasi, 2020)

6.8.5. Estilo

Se aplicó el estilo casual en la propuesta por ser muy versátil y lo pueden usar para cualquier ocasión este es adaptable al día a día de las mujeres de hoy que tienen días largos y llenos de diferentes actividades o una vida social agitada, este estilo les permitirá lucir únicas en las diferentes ocasiones del día, sin necesidad de grandes.

Imagen No 31. Estilo



Fuente: (Armattura Magazine, 2020)

6.9. Materiales e insumos.

Imagen No 32. Materiales e insumos.



Fuentes: (ColombiaBolsos, 2015)

6.10. Sketch o bocetos



Collage: Sketch o bocetos Elaborado por: Lisette Solís (2021)

ILUSTRACIONES

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

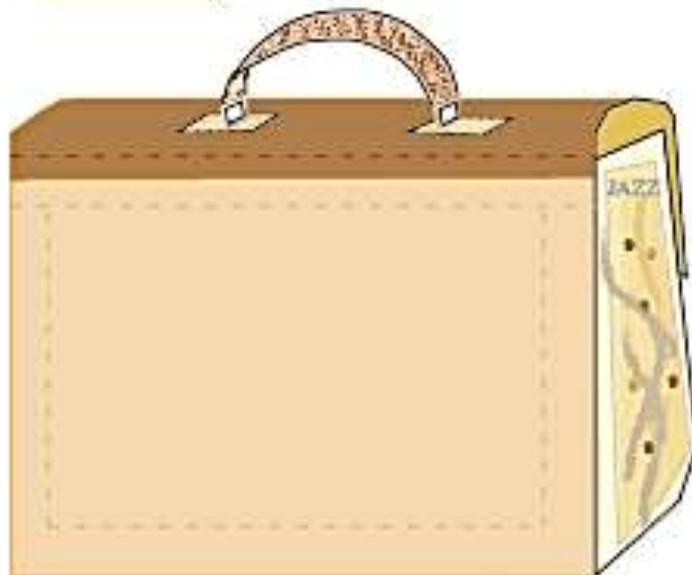
Ref:001

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ
by Solis



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:002

Elaborado por: Lissette Solís

JAZZ

2024



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:003

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ
Jazz



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:004

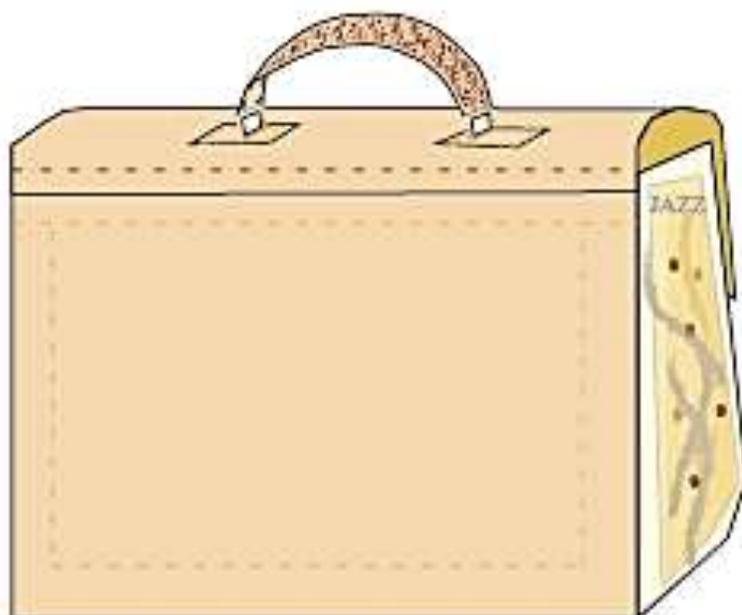
Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

0-9-04



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:003

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

8-9-04



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:006

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

2024



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:007

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ
& Co



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:008

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

2021



FRENTE



POSTERIOR

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

Tabla No 33. Usos y cuidados para la propuesta

MATERIALES		
NOMBRE	USOS	CUIDADOS
Cuero natural	Base del bolso	Pasar un paño húmedo sin frotar. No exponer al sol y a la humedad por tiempo prolongado.
Madera de pino	Detalles en piezas	Evitar la humedad. Limpiar con un paño húmedo.
Cabuya	Pequeños detalles	Evitar la humedad. Sensible al contacto con el agua. Limpiar suavemente.
Polyester	Forro interno	Reflejar con un paño de agua tibia.
INSUMOS Y AVÍOS		
Material	Uso	Cuidados
Broche Imán	En tapa para cierre	Evitar perfumes y cloro.
Remaches Metálicos	En agarraderas	Evitar la humedad.
Argollas	En agarraderas	Limpiar con paño seco.

6.11. Fichas técnicas de producción

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:004

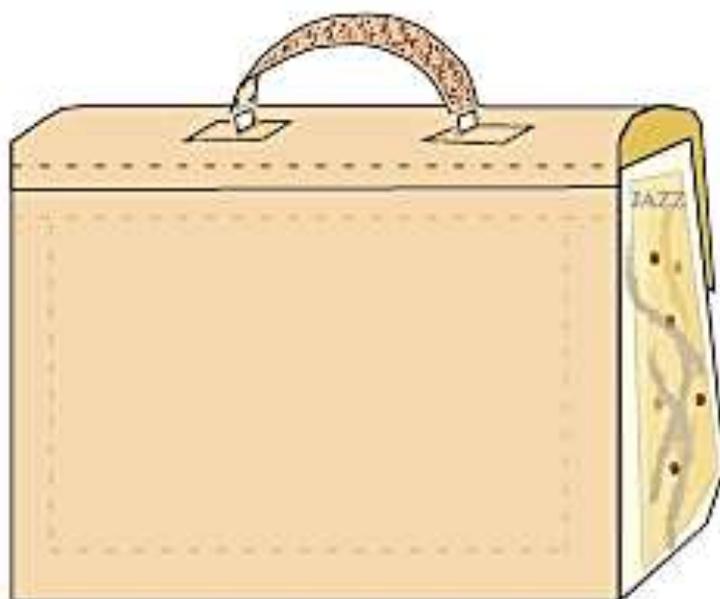
Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

2024



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

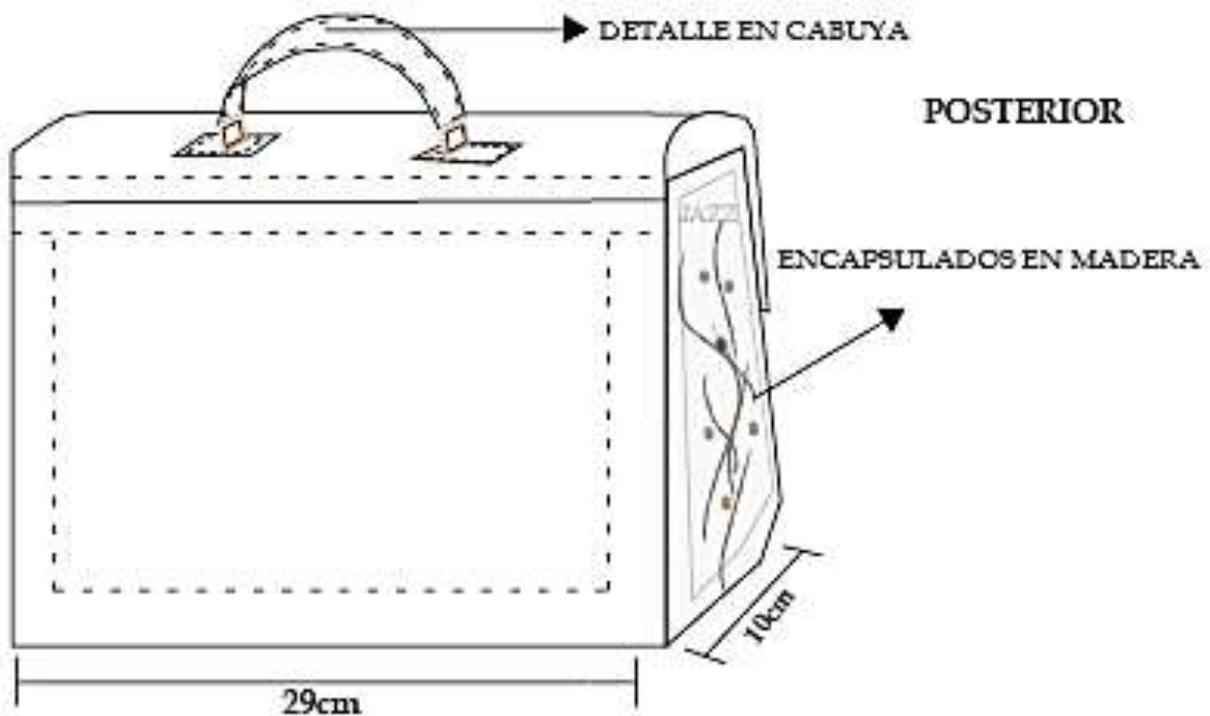
Ref:001

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

0-9-54

FRENTE



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:001

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

By Yourself



Nro.	Pieza	Xt
1	Asa	2xt
2	Tapa	1xt
3	Frente sup.	1xt
4	Frente inf.	1xt
5	Espalda	1xt
6	Fuelle	2xt
7	Cinta frontal	1xt
8	Bolsillo	1xt
9	Forro	1xt
10	Base	1xt
11	Base asa	2xt
Total de piezas 11		

FICHA TÉCNICA DE CONFECCIÓN

Fecha: 06-01-2021

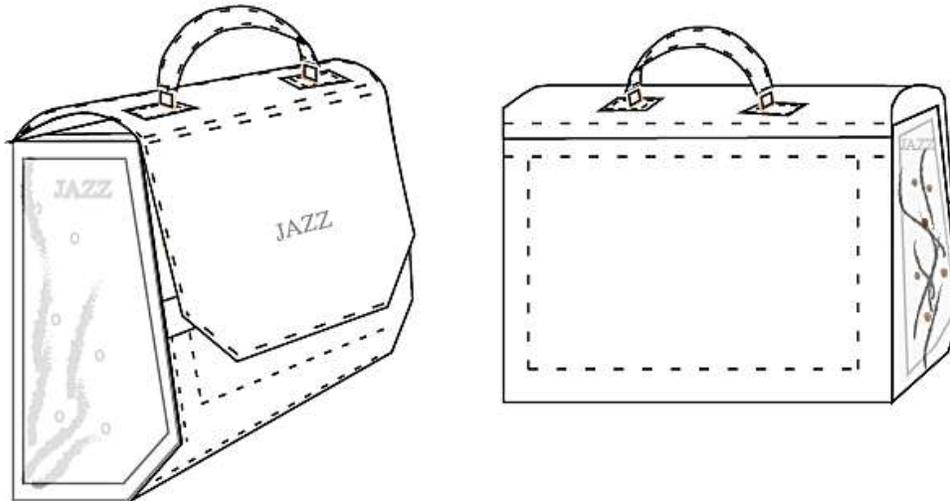
Tamaño: Mediano

Ref:001

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

Be Yourself



DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	BOLSO
Material principal	Cuero , Madera y yute
No. De producto a fabricar	1
Tiempo total de fabricación	80mn

Nro.	Operación	Máquina	Tiempo Mínimo
1.	Revisar piezas	Manual	00: 02
2.	Unir piezas frontales y respunpear	Recta	00:03
3.	Preparar vista frontal	Manual	00:03
4.	Preparar corte con cartón	Recta	00:03
5.	Sobreponer parches en la tapa	Recta	00.08
6.	Pegar broche imán en la tapa	Manual	00.08
7.	Unir asa de mano	Recta	00:08
8.	Unir y pes punpear forro y tapas	Recta	00.05
9.	Pegar madera en fuelles	Manual	00.05
10.	Preparar base	Manual	00.05
11.	Armar bolsillos	Recta	00.05
12.	Unir base posterior con frente y tapa	Recta	00.03
13.	Pegar fuelles con la base	Manual	00.08
14.	Pegar etiquetas	Manual	00.03
15.	Remachar	Manual	00.03
16.	Pegar detalle cabuya en asa de mano	Manual	00.03
17.	Pulir todos los hilos	Manual	00.05
Total			83 min

Observaciones: Confeccionada con piezas laterales en madera mismas que fueron
Pegadas en los fuelles lo cual brinda una mejor estructura y firmeza al bolso.

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:007

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ
8-2-24



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 06-01-2021

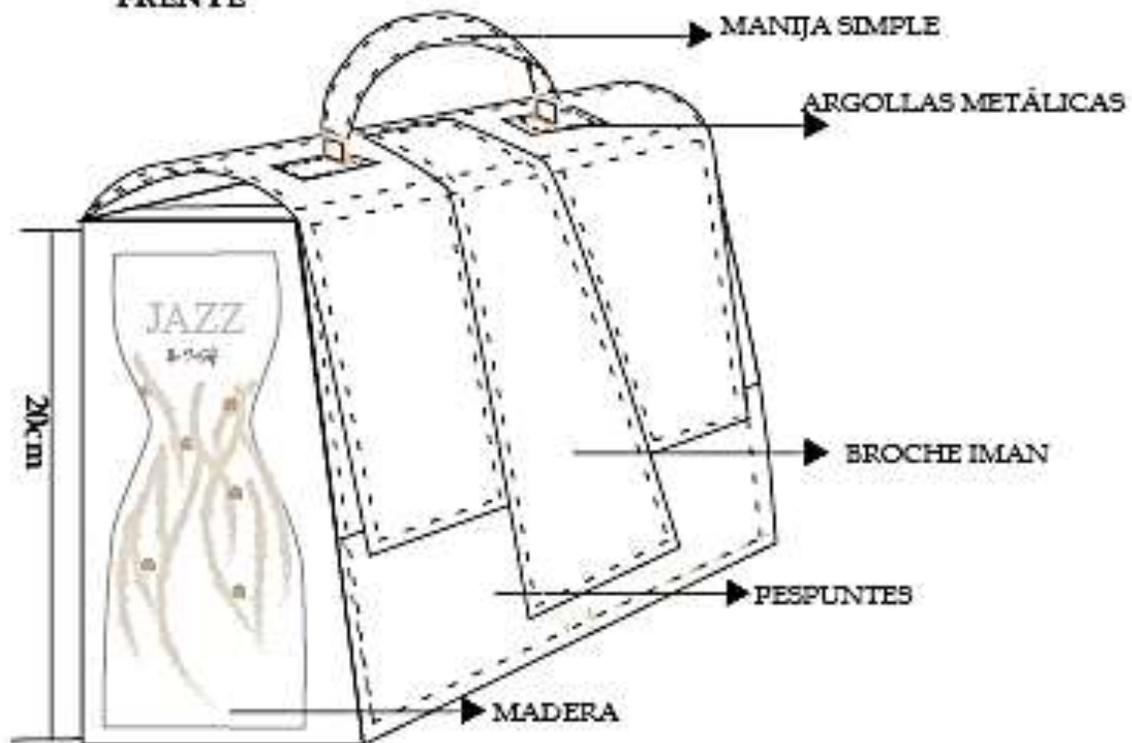
Tamaño: Mediano

Ref:002

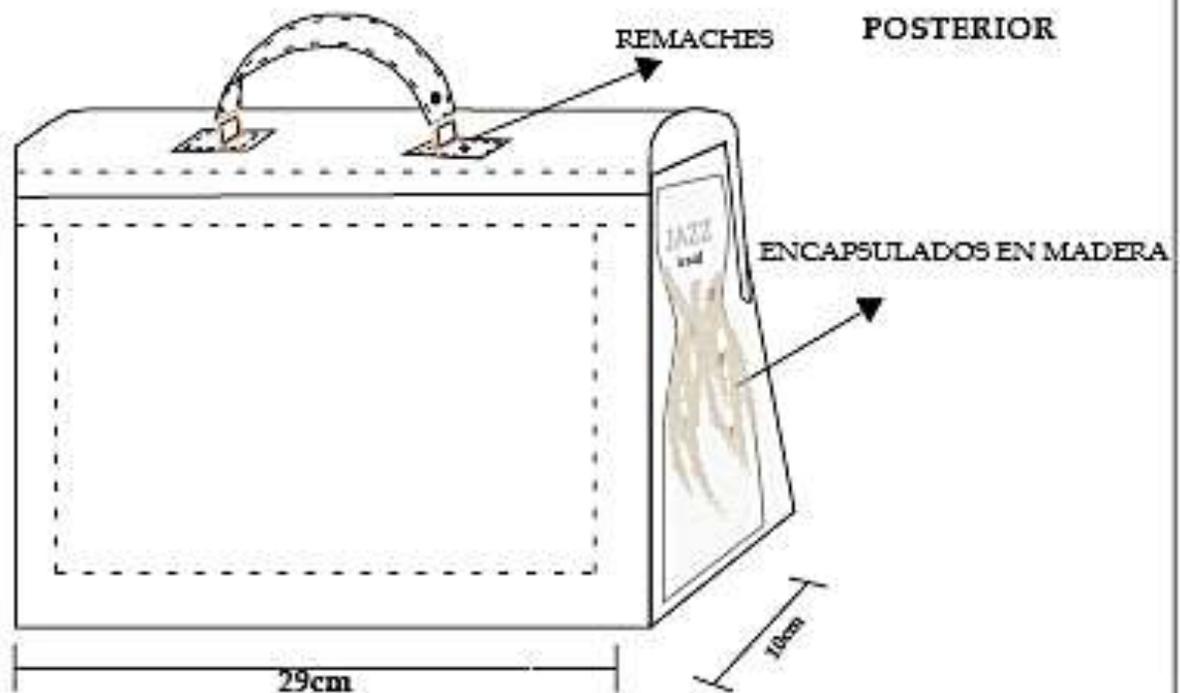
Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ
8-2024

FRENTE



POSTERIOR



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

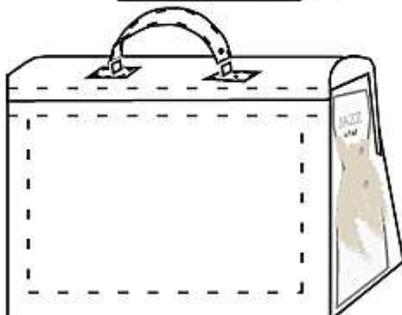
Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:002

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ
B-Y-S&C



Nro.	Pieza	Xt
1	Asa	2xt
2	Tapa	1xt
3	Frente sup.	1xt
4	Frente inf.	1xt
5	Espalda	1xt
6	Fuelle	2xt
7	Cinta frontal	1xt
8	Bolsillo	1xt
9	Forro	1xt
10	Base	1xt
11	Base asa	2xt
Total de piezas 11		

FICHA TÉCNICA DE CONFECCIÓN

Fecha: 06-01-2021

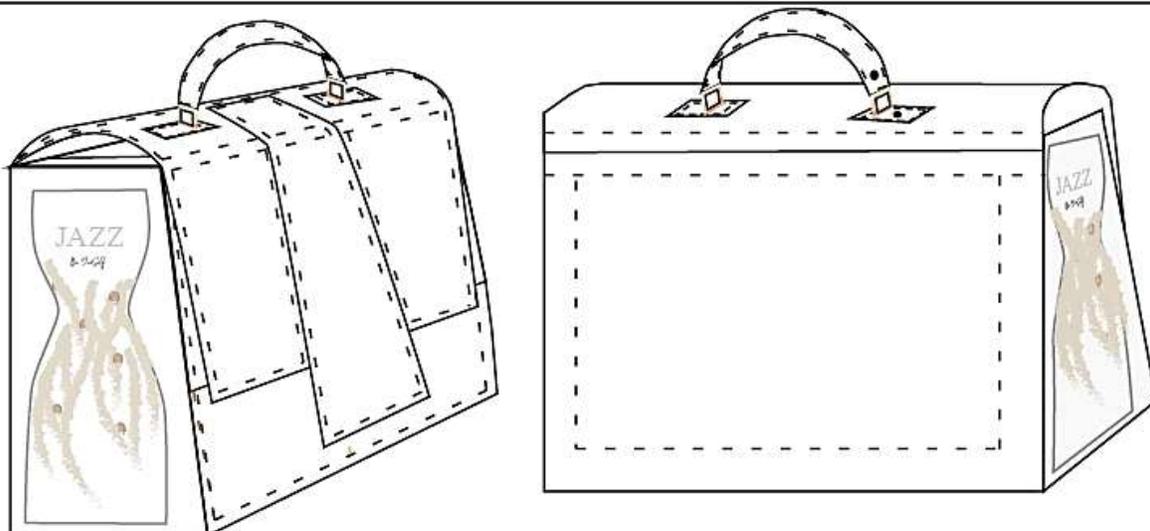
Tamaño: Mediano

Ref:002

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

Be Yourself



DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	BOLSO
Material principal	Cuero Madera
No. De producto a fabricar	1
Tiempo total de fabricación	80mn

Nro.	Operación	Máquina	Tiempo Mínimo
1.	Revisar piezas	Manual	00: 02
2.	Unir piezas frontales y pespuntear	Recta	00:03
3.	Preparar vista frontal	Manual	00:03
4.	Preparar corte con cartón	Recta	00:03
5.	Sobreponer parches en la tapa	Recta	00.08
6.	Pegar broche imán en la tapa	Manual	00.08
7.	Unir asa de mano	Recta	00:08
8.	Unir y pes puntear forro y tapas	Recta	00.05
9.	Pegar madera en fuelles	Manual	00.05
10.	Preparar base	Manual	00.05
11.	Armar bolsillos	Recta	00.05
12.	Unir base posterior con frente y tapa	Recta	00.03
13.	Pegar fuelles con la base	Manual	00.08
14.	Pegar etiquetas	Manual	00.03
15.	Remachar	Manual	00.03
16.	Pulir todos los hilos	Manual	00.05
Total			80 min

Observaciones: Confeccionada con piezas laterales en madera mismas que fueron

Pegadas en los fuelles lo cual brinda una mejor estructura y firmeza al bolso.

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Fecha: 06-01-2021

Tamaño: Mediano

Ref:003

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

8-2021



FRENTE



POSTERIOR

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Fecha: 06-01-2021

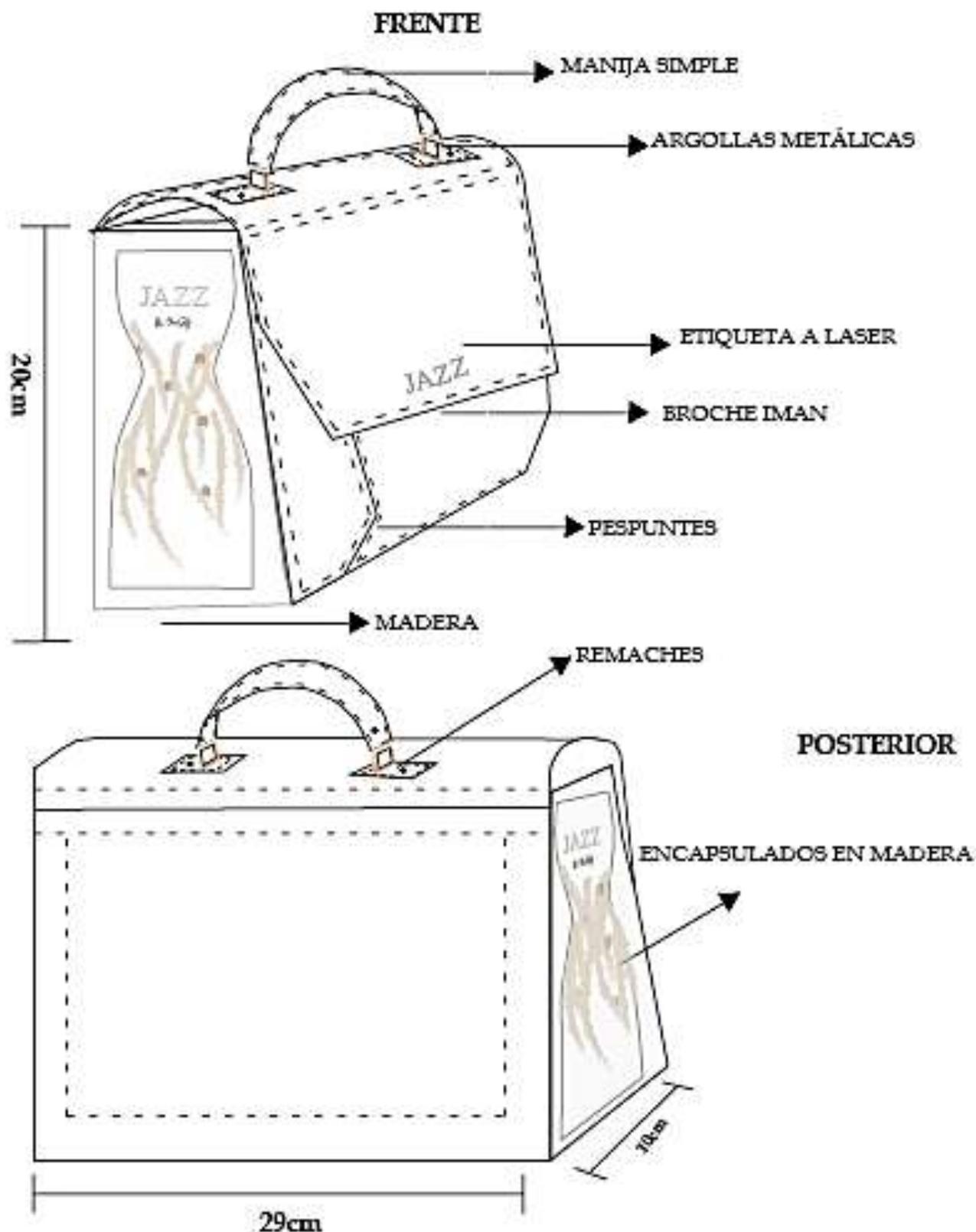
Tamaño: Mediano

Ref:003

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

0-9-24



FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Fecha: 06-01-2021

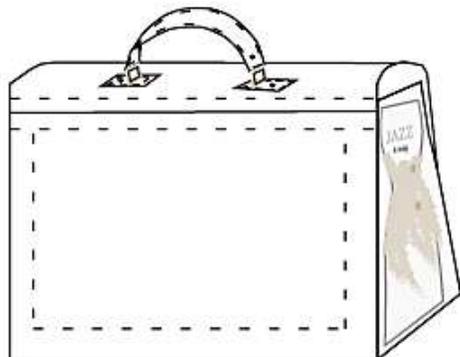
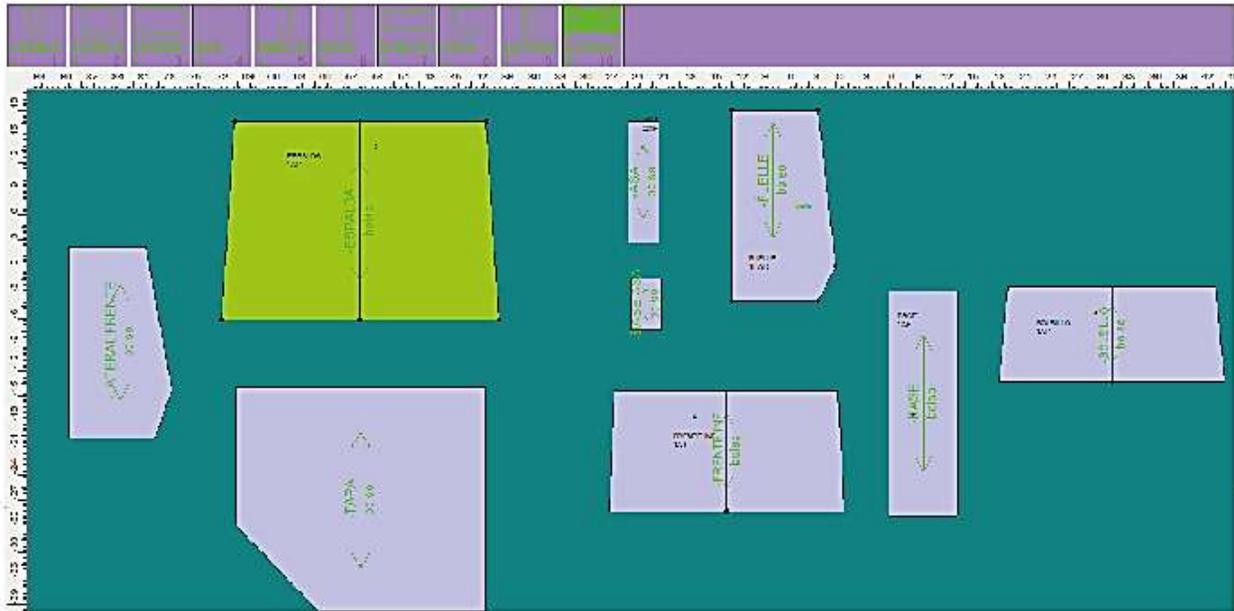
Tamaño: Mediano

Ref:003

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

By Lissette



Nro.	Pieza	Xt
1	Asa	2xt
2	Tapa	1xt
3	Frente sup.	1xt
4	Frente lateral.	1xt
5	Espalda	1xt
6	Fuelle	2xt
7	Bolsillo	1xt
8	Forro	1xt
9	Base	1xt
10	Base Asa	2xt
Total de piezas 10		

FICHA TÉCNICA DE CONFECCIÓN

Fecha: 06-01-2021

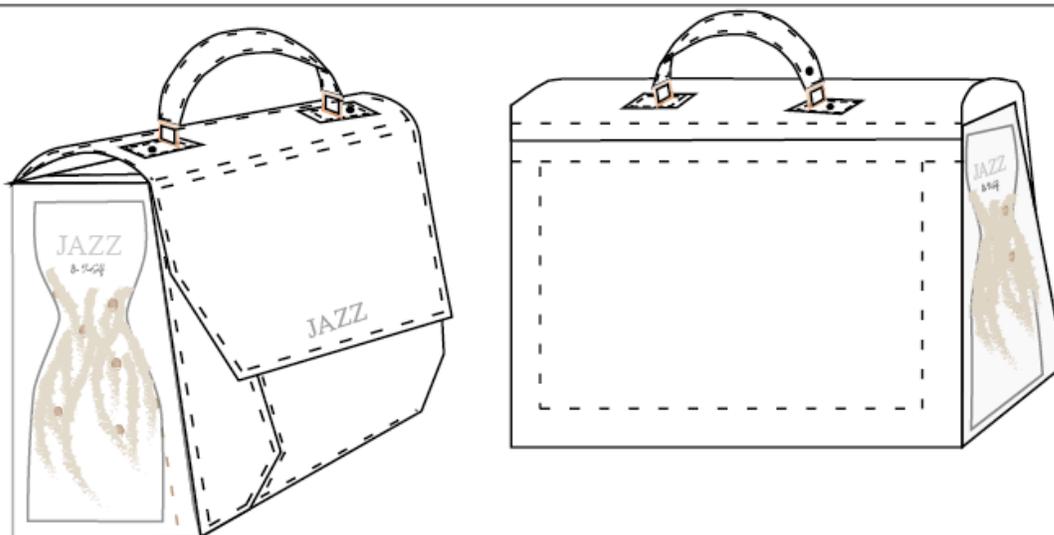
Tamaño: Mediano

Ref:003

Elaborado por: Lissette Solis

JAZZ

Be Yourself



DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	BOLSO
Material principal	Cuero Madera
No. De producto a fabricar	1
Tiempo total de fabricación	80mn

Nro.	Operación	Máquina	Tiempo Mínimo
1.	Revisar piezas	Manual	00: 02
2.	Unir piezas frontales y pespuntear	Recta	00:03
3.	Preparar vista frontal	Manual	00:03
4.	Preparar corte con cartón	Recta	00:03
5.	Sobreponer parches en la tapa	Recta	00.08
6.	Pegar broche imán en la tapa	Manual	00.08
7.	Unir asa de mano	Recta	00:08
8.	Unir y pes puntear forro y tapas	Recta	00.05
9.	Pegar madera en fuelles	Manual	00.05
10.	Preparar base	Manual	00.05
11.	Armr bolsillos	Recta	00.05
12.	Unir base posterior con frente y tapa	Recta	00.03
13.	Pegar fuelles con la base	Manual	00.08
14.	Pegar etiquetas	Manual	00.03
15.	Remachar	Manual	00.03
16.	Pulir todos los hilos	Manual	00.05
Total			80 min

Observaciones: Confeccionada con piezas laterales en madera mismas que fueron

Pegadas en los fuelles lo cual brinda una mejor estructura y firmeza al bolso.

6.12 Photobook



JAZZ
Be Yourself



JAZZ
Be Yourself





JAZZ
Be Your Self



JAZZ
Be Your Self





6.13 Costos de producción

6.13.1 Costos fijos

La elaboración de los accesorios será por medio de maquila, ya que representa un ahorro sustancial. Debido al elevado valor de las máquinas para producción de bolsos. La adquisición de la maquinaria se ha previsto para el futuro, luego de que la empresa esté en funcionamiento y existan los suficientes recursos para implementarlos.

Tabla No 34. Costos Fijos

COSTOS FIJOS		
SERVICIOS BÁSICOS		
Descripción	Frecuencia de pago	Cantidad
Agua	Mensual	\$8
Luz	Mensual	\$14
Teléfono –internet	Mensual	\$40
Total		\$62

Tabla No 35. Costos Fijos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$50

Tabla No 36. Materiales Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Materiales de oficina	\$50
Total	\$50

Tabla No 37. Cuadro Resumen De Los Costos Fijos Mensuales

CUADRO RESUMEN DE LOS COSTOS FIJOS MENSUALES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Servicios básicos	\$62
Gastos administrativos	\$50
Materiales indirectos	\$50
TOTAL	\$162

Tabla No 38. El costo total dividido para las referencias producidas

DESCRIPCIÓN COSTOS FIJOS X BOLSO		
Total costos fijos mensuales	Cantidad Total de bolsos mensuales producidas	Costo fijo x bolso
\$162	150	\$1.08

5. 13.2 Costos variables

Son aquellos que cambian según el nivel de producción, ante mayor producción mayor gasto

Tabla No 39. Materia Prima Directa: Madera

MATERIA PRIMA DIRECTA: MADERA			
Descripción	Costo	Numero De Bolsos	Costo Por Bolso
Fibra de madera de pino	\$25	3	\$8.33
(1)SUBTOTAL TOTAL			\$25

Tabla No 40. Materia Prima Directa: Cuero

MATERIA PRIMA DIRECTA: CUERO			
Descripción	Costo por pies	Cantidad de pies por bolso	Costo Por Bolso
Cuero tonos marrones	\$1.70	Bolso mediano: 5pies	\$8.50
(2)TOTAL			\$25.50

MATERIA PRIMA INDIRECTA: INSUMOS Y AVÍOS				
Insumos	Consumo /3 bolsos	Unidad de medida	Costo unidad	Costo total
Remaches	16	Ciento	\$0.03	\$0.48
Broches	4	Unidad	\$0.10	\$0.40
Broche Imán	8	Unidad	\$0.10	\$0.80
Cadenas	1	Metros	\$0.70	\$0.70
Mullos	4	Ciento	\$ 0.25	\$1.00

Cristales	2	Docena	\$0.15	\$3.60
Flores secas	1	Unidad	\$0.25	\$0.25
Yute	2	Metros	0.70	\$1.4.
(3)Total Insumos y Avíos				\$8.63
EMPAQUES Y ETIQUETAS				
Descripción	Unidad	Consumo	Costo unidad	Costo total
Etiqueta externa	Docena	8	\$0.30	\$2.40
Marca en laser	Docena	4	\$0.40	\$1.60
Shopping bag	Docena	4	\$0.40	\$1.60
(4)Total material de empaque				\$5.60
MANO DE OBRA /4 REFERENCIAS				
			ARTESANO	TOTAL
POR CADA REF.	\$30.00 / unidad			\$90.00
(5)TOTAL				\$90.00
(1)+(2)+(3)+(4)+(5)TOTAL COSTOS VARIABLES				\$154.73

Tabla No 41. Costos por bolso Ref. B001

			
Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB001 Tamaño: Mediano			
MATERIA PRIMA			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Cuero llano	\$1.70	5 pies	\$8.50
(1) Subtotal			\$8.50
INSUMOS Y AVÍOS			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Remaches	\$0.03	4	\$0.12
Broches	\$0.10	1	\$0.10
Broche Imán	\$0.10	2	\$0.20
Cadenas	\$0.70	1mt	\$0.70
Mullos	\$0.25	1 paquete	\$ 0.25
Etiquetas	\$0.30	1	\$0.30
Empaque	\$0.40	1	\$0.40
(2)subtotal			\$2.07
MANO DE OBRA			

Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Artesano - maquila	\$ 30	1	\$ 30
(3)Subtotal			\$ 30
Artesano - madera	\$ 6.25	Un par 20cm *8cm	\$ 6.25
(4)Subtotal			\$ 6.25
(1)+(2)+(3)+(4) TOTAL COSTOS VARIABLES			\$ 46.82
(5) TOTAL COSTOS FIJOS /150			\$ 1.08
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL			\$ 48.62
Utilidad del 30%			\$ 14.59
Utilidad del 50%			\$ 24.31
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)			\$ 63.21
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)			\$ 72.93
IVA 12%			\$5.83
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)+ IVA 12%			\$ 69.04
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)+IVA 12 %			\$ 78.76

Tabla No 42. Costos por bolso Ref. B002

Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera			
Ref. JB002			
Tamaño: Mediano			
MATERIA PRIMA			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Cuero llano	\$1.70	5 pies	\$8.50
(1) Subtotal			\$8.50
INSUMOS Y AVÍOS			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Remaches	\$0.03	4	\$0.12
Broches	\$0.10	1	\$0.10
Broche Imán	\$0.10	2	\$0.20
Mullos	\$0.25	1 paquete	\$ 0.25
Cristales	\$ 0.15	Docena	\$1.80
Etiquetas	\$0.30	1	\$0.30
Empaque	\$0.40	1	\$0.40
(2)subtotal			\$3.17

MANO DE OBRA			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Artésano - maquila	\$ 30	1	\$ 30
(3)Subtotal			\$ 30
Artésano - madera	\$ 6.25	Un par 20cm *8cm	\$ 6.25
(4)Subtotal			\$ 6.25
(1)+(2)+(3)+(4) TOTAL COSTOS VARIABLES			\$ 47.92
(5) TOTAL COSTOS FIJOS /150			\$ 1.08
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL			\$ 49.00
Utilidad del 30%			\$ 14.70
Utilidad del 50%			\$ 24.50
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)			\$ 63.70
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)			\$ 73.50
IVA 12%			\$5.88
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)+ IVA 12%			\$ 69.58
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)+IVA 12 %			\$ 79.38

Tabla No 43. Costos por bolso Ref. B003

			
Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB003 Tamaño: Mediano			
MATERIA PRIMA			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Cuero llano	\$1.70	5 pies	\$8.50
(1) Subtotal			\$8.50
INSUMOS Y AVÍOS			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Remaches	\$0.03	4	\$0.12
Broches	\$0.10	1	\$0.10
Broche Imán	\$0.10	2	\$0.20
Flores secas	\$ 0.05	5	\$0.25
Yute	\$0.70	1	\$0.70
Etiquetas	\$0.30	1	\$0.30
Empaque	\$0.40	1	\$0.40
(2)subtotal			\$2.07
MANO DE OBRA			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total

Artesano - maquila	\$ 30	1	\$ 30
(3)Subtotal			\$ 30
Artesano - madera	\$ 6.25	Un par 20cm *8cm	\$ 6.25
(4)Subtotal			\$ 6.25
(1)+(2)+(3)+(4) TOTAL COSTOS VARIABLES			\$ 46.82
(5) TOTAL COSTOS FIJOS /150			\$ 1.08
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL			\$ 47.90
Utilidad del 30%			\$ 14.37
Utilidad del 50%			\$ 23.95
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)			\$ 62.27
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)			\$ 71.85
IVA 12%			\$5.74
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)+ IVA 12%			\$ 68.01
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)+IVA 12 %			\$ 77.59

6.13.3 Costo total

Es la suma de los costos fijos con los variables.

Fórmula:

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

COSTOS FIJOS: \$162

COSTO VARIABLES: \$154.73 /3 bolsos = \$ 51.58

TOTAL = \$316.73

6.13.4 Costo unitario

	
Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB001 Tamaño: Mediano	
(1)+(2)+(3)+(4) TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 46.82
(5) TOTAL COSTOS FIJOS /150	\$ 1.08
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 48.62
	
Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB002 Tamaño: Mediano	
(1)+(2)+(3)+(4) TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 47.92
(5) TOTAL COSTOS FIJOS /150	\$ 1.08
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 49.00
	
Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB003 Tamaño: Mediano	

(1)+(2)+(3)+(4) TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 46.82
(5) TOTAL COSTOS FIJOS /150	\$ 1.08
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 47.90

6.13.5 Utilidad

Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB001 Tamaño: Mediano	
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 48.62
Utilidad del 30%	\$ 14.59
Utilidad del 50%	\$ 24.31
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)	\$ 63.21
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)	\$ 72.93
Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB002 Tamaño: Mediano	
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 49.00
Utilidad del 30%	\$ 14.70
Utilidad del 50%	\$ 24.50
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)	\$ 63.70

TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)	\$ 73.50
Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB003 Tamaño: Mediano	
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 47.90
Utilidad del 30%	\$ 14.37
Utilidad del 50%	\$ 23.95
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)	\$ 62.27
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)	\$ 71.85

6.13.6 Costo de venta

Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera Ref. JB001 Tamaño: Mediano	
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 48.62
IVA 12%	\$ 5.83
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)+ IVA 12%	\$ 69.04
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)+IVA 12 %	\$ 78.76

<p>Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera</p> <p>Ref. JB002</p> <p>Tamaño: Mediano</p>	
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 49.00
IVA 12%	\$5.88
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)+ IVA 12%	\$ 69.58
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)+IVA 12 %	\$ 79.38
<p>Descripción del producto: Bolsos con cuero y madera</p> <p>Ref. JB003</p> <p>Tamaño: Mediano</p>	
(1)+(2)+(3)+(4)+(5) TOTAL	\$ 47.90
IVA 12%	\$5.74
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 30%)+ IVA 12%	\$ 68.01
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad del 50%)+IVA 12 %	\$ 77.59

GANANCIAS ASPIRACIONALES

Referencia	Ganancias por unidad	Cantidad	Total utilidad
Ref:001	\$24.25	100	\$ 2.425.00
Ref:002	\$24.25	150	\$ 3.637.50
Ref:003	\$24.25	200	\$ 4.850.00
TOTAL			\$ 10.912.5

CONCLUSIONES

- Existen diferentes formas de aprovechar los recursos naturales, mejorarlas para el ámbito textil y elaborar prendas o accesorios que destaquen la innovación; ya que puede ser el motor de la creación de nuevas empresas
- La innovación se enfoca en la combinación de materiales alternativos en la industria de la moda, como lo es la madera y el cuero lo cual permite proponer accesorios con un giro innovador, con impacto visual, con una mezcla de texturas, colores y formas, mismos que contribuyen con el resultado final del presente trabajo ya que con esto se logra potenciar el cambio de la matriz productiva, un emprendimiento personal y ayuda a la industria del ámbito.
- Por medio de la investigación realizada, así como de los resultados de las encuestas realizadas a las mujeres de 25 a 45 años, se determinó las características de los bolsos. de donde se obtuvo que el 90% de las mujeres consideran que el bolso es un accesorio indispensable el 77% al momento de adquirir un bolso lo hacen por la

calidad con la que está hecho, el 80% lo adquieren únicamente por necesidad, el 85% desean verse elegantes al momento de usarlos, el 45 % identifican como innovador a un bolso realizado mediante la combinación de materiales alternativos , el 80% prefiere que uno de los atributos principales del bolso es 138 que sea amplio y con un 90% de preferencia en tamaño mediano.

RECOMENDACIONES

- Es necesario centrarse en el control de calidad de los productos, en su forma de elaboración, en los acabados, ya que repercute considerablemente en el resultado final de los mismos; también es primordial para la empresa llegar a resultados excelentes y buscar la fidelidad y confianza de los clientes.
- Los detalles y acabados de cada uno de los accesorios muestran el cuidado, responsabilidad y el valor de la pieza, debido a lo cual es fundamental prestar mucha atención en el proceso de elaboración desde el principio hasta el final.
- Es preciso entender que actualmente las personas buscan la innovación en el uso de materiales; por ello, se debe inclinarse hacia el uso de productos nuevos disponibles en nuestro entorno.
- En la manipulación directa de la resina para encapsular la madera es recomendable el uso de protector para la zona nasal, con el fin de evitar la inhalación de los desechos tóxicos
- Existen diferentes tipos de cueros, por ello es necesario tener en claro el tipo de producto, y adquirir el más adecuado.

- Cortar piezas en gran cantidad sin haber hecho las muestras con anterioridad puede llegar a ser un inconveniente, porque regularmente aparecen detalles que es preferible modificarlas; estos desajustes se hacen visibles cuando los prototipos están disponibles físicamente, por ello es mejor elaborar una muestra y realizar cambios con anticipación.
- Así también, debido a que los tiempos cambian es preciso la actualización constante de información en cuanto a los gustos y preferencias, macro y micro tendencias, saturación del producto, nuevos nichos de mercado, las diversas formas de innovación, entre otros aspectos. Serán factores que guiarán a la empresa en línea paralela con la acogida de su producción.
- El internet es una herramienta muy eficaz usada como ayuda para posicionar la marca, dar a conocer los productos, las ofertas y promociones; por estas razones se cree indispensable la actualización constante en las páginas web y la interacción inmediata con los clientes o posibles clientes por medio de las redes sociales.
- Finalmente, se recomienda buscar diferentes alternativas en la elaboración de accesorios, las mismas que denoten innovación y calidad; con el objetivo de crear nuevas micro-empresas e incrementar las fuentes de trabajo

Bibliografía

- Armattura Magazine. (26 de febrero de 2020). *armattura.com*. Obtenido de <https://armattura.com/2020/02/27/macrotendencias-otono-invierno-2020-2021-distopico/>
- Gobierno provincial deTungurahua. (17 de 6 de 2017). *www.tungurahua.gob.ec*. Obtenido de <https://www.tungurahua.gob.ec/>
- ALLPA . (3 de diciembre de 2018). Obtenido de la voz de la tierra: <https://www.allpa.org/cabuya/>
- Arancel Nacional de Importaciones. (1 de enero de 2013). *COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de Arancel Nacional de importaciones RESOLUCION N 59: https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL_FINAL_1_
- Arona, B. (2017). *La indumentaria mi segunda piel*. Universidad de Palermo, Argentina.
- Asamblea Nacional Constituyente. (27 de mayo de 2018). *CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR*. Obtenido de *www.asambleanacional.gov.ec*: <https://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2020). *bce.fin.ec*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Barbados, J. L. (2003). Buenos Aires, Argentina: ALBATROS.
- Barretto, S. (2006). *Tecnología del Cuero*.
- Betancourt, D. (2017). *Mejoramiento del proceso de suavizado de la fibra*. Obtenido de INNOVA Research Journal,: <http://www.journaluidegye.com/magazine/index.php/innova/article/view/388>
- Bourlot, G. (2011). *La ecología en tu guardarropa*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=343 &id_articulo=7632
- Buzasi, C. (2020). <https://lp.wgsn.com/>. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/tesis/WGSN%202021%20tendencias.pdf>
- Capioja, B. (1998). *Curtido de pieles animales*. Asunsion - Bolivia: Renacer.
- CDC. (4 de diciembre de 2020). *Centro para el Control y la Prevencion de Enfermedades*. Obtenido de <https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/community/guidance-business-response.html>
- Chavez, B. (2017). Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/76371.pdf>

- Chavez, S. (2011). El cuero como soporte alternativo para realizar planchas de. *revista de investigaciones en música y artes plásticas*, 48-68.
- ColombiaBolsos. (25 de 2 de 2015). Herrajes. Bogota : Marineli.
- Dorta, P. (15 de abril de 2020). *El virus que (nos) ha cambiado el mundo*. Obtenido de <https://www.ull.es/portal/noticias/2020/el-virus-que-nos-ha-cambiado-el-mundo/>
- Durán, D. (2013). *Personalizaciones en prendas de vestir*. Andalucía: IC.
- Dym. (2002). El proceso de diseño en ingeniería. En C. L. Dym, P. Little, & R. N. Salas, *El proceso de diseño en ingeniería* (pág. 9). Mexico: Limusa Wiley,.
- Ekos. (8 de abril de 2016). *ekosnegocios.com*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/m/verArticulo.aspx?idart=7451&c=1>
- Escribano, C. C. (2006). *Historia de los curtidos de las pieles*. Editorial Club Universitario.
- Fernandez, D. (10 de 06 de 2012). *vestuarioescenico.wordpress.com*. Obtenido de <https://vestuarioescenico.wordpress.com/2012/10/06/origendel-bolso-femenino>
- Ferpiel. (27 de septiembre de 2005). Obtenido de <http://www.ferpiel.com/noticias/item/que-es-la-marroquineria>
- Feyerabend, F. (2009). *Accesorios de Moda - Plantillas*. barcelona : Gustavo Gili, Sl.
- Fontales, C. C. (2016). *houzz*. Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5162/2/DDMDI53.pdf>
- Garrón, E. C. (2013). *Reparación de artículos de marroquinería*. Andalucía: IC.
- Granja, s. (sep de 2017). *repositorio.uta*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/26327>
- Hermes s.f. (s.f.). *HERMES* . Obtenido de <https://www.hermes.com/us/en/>
- IEPI. (s.f.). (9 de enero de 2018). *propiedadintelectual*. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec>: https://www.ifef.es/juntos/resources/administracion/medidas/manuales_curso
- IFEF. (03 de enero de 2018). *Manual de Artesanía*. Obtenido de https://www.ifef.es/juntos/resources/administracion/medidas/manuales_curso
- Inec. (2016). *Economía y Producción*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/economia-y-produccion/>
- Lau, J. (2012). *Diseño de Accesorios*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Leatrice, E. (2020). *Pantone*. Obtenido de PANTONE COLOR OF THE YEAR 2021: <https://www.pantone.com/eu/es/color-of-the-year-2021>
- Manosalvas, F. (12 de agosto de 2005). La contaminación riega a tungurahua. *Diari la Hora*.
- Masabalin, m. (2019). Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Masabalin%20Mercedes%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Masabalin%20Mercedes%20(1).pdf)

- Mcehe, L. (9 de 5 de 2015). *Bolsas simplemente sensacionales* . Obtenido de <http://www.enriqueareyan.com/?hermes-birkin-35cm-6089-caballos-ligeros-caf-plata-p37274.htm>
- Me accessories. (28 de Enero de 2018). *Me accessories-carteras*. Obtenido de <https://www.me-accessories.com/comprar>: <https://www.meaccessories.com/comprar>
- Mente, n. (18 de 8 de 2010). *Importancia de los accesorios*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26745/1/Proyecto%20Cevallos%20Pico.pdf>
- Michael Kors. (enero de 2018). *Bolso satchel*. Obtenido de . www.michaelkors.es : https://www.michaelkors.es/bolso-satchel-bristol-de-piel/_R-30H7GZKS5L?color=1663
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (27 de mayo de 2013). *Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/INFORME-RENDICI%C3%93N-DE-CUENTAS-2013.pdf>
- Ministerio del Medio Ambiente. (6 de abril de 2015). *Desechos Liquidos*. Obtenido de Acuerdo Ministerial 061.
- Navia. (2014). Industria de la moda. *Producción y materiales*. Ecoe Ediciones. Obtenido de Producción y materiales.
- Novoa, L. (2010). *ribuc.ucp.edu*. Obtenido de <http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/741/completo.pdf?sequence=1>
- Pineda, J. (2012). *Nuevas fibras textiles*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=563&titulo_proyecto=Nuevas%20fibras%20textiles www.ujaen.es. (n.d.). Retrieved from http://www.ujaen.es/investigaticas_tfg/pdf/cualitativa/formulacion_problema.pdf
- Porter, M. (2008). *estrategia competitiva*. Mexico: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- ProEcuador. (2012). *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Obtenido de Analisis Sector Textil: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTURES.pdf
- Reissig, P. (2006). *Innovación en Cuero*.
- Ricard, A. (1982). *Diseño, por que?* Barcelona: Gustavo Gili .
- Rojano, M. (julio de 2018). *repositorio.uta*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28362>

- Saca, V. (febrero de 2019). *repositorio uta*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29362/1/Saca%20Ver%C3%B3nica.pdf>
- Salinas, V. (2014). *El Cuero, producción Industrial y artesanal en el Ecuador Análisis. AZUAY*.
- SARANCE, R. (1992). EL TRABAJO CON FIBRA DE CABUYA EN LA. *REVISTA DEL INSTITUTO OTAVALENO*, 16.
- SENAE. (6 de ABRIL de 2015). *Aduana del Ecuador* . Obtenido de . <https://www.aduana.gob.ec>.: . <https://www.aduana.gob.ec>.
- SICE. (s.f.). (s.f.). *e Sistema de Información sobre Comercio Exterior*. Obtenido de http://www.since.oas.org/int_pront/nat_leg/Ecuador/L320a.asp
- SUAREZ, S. (2010). *Produccion textil sustentable y diseño rebovable*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=6934&id_libro=314
- Tecnologia-Materiales. (3 de febrero de 2011). *tecnologiamateriales.wikispaces.com*. Obtenido de tipos de fibras: https://tecnologiamateriales.wikispaces.com/page/links/Fibras+textiles?orderBy=latest_date&o
- Tello, A. (2014). *repositorio.uta.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8643/1/%E2%80%9CUTILIZACI%C3%93N%20DE%20LOS%20DESECHOS%20DE%20LA%20MADERA%20EN%20EL%20DISE%C3%91O%20DE%20ACCESORIOS%20DEL%20VESTUARIO%20FEMENINO.%E2%80%9D.pdf>
- Valarezo, M. (2016). <http://repositorio.tecsu.edu.ec/>. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dise%C3%B1odeModa_231120162111%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dise%C3%B1odeModa_231120162111%20(1).pdf)
- Vallejo, L. (18 de marzo de 2013). *Manual Basico para marroquineria* . Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/14795_50022.pd
- Vistazo. (2016). Consumo nacional de cuero. *Vistazp*.
- Yepez, L., & Esparta, M. (noviembre de 2019). *pucesi.edu.ec*. Obtenido de fibras de cabuya.
- Yugcha, G. (mayo de 2018). *repositorio uta*. Obtenido de repositorio uta: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28014/1/Yugcha%20Gloria.pdf>