UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

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

“Diseño de complementos de vestuario, femenino con la aplicación de técnicas artesanales e insumos de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua”.

Autora: Valencia Cherrez, Deysi Elizabeth

Tutor: Guamán Llamuca, Carlos Alberto

Ambato – Ecuador
Diciembre, 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

"Diseño de complementos de vestuario, femenino con la aplicación de técnicas artesanales e insumos de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua en el año 2017", de la alumna Deysi Elizabeth Valencia Cherrez, estudiante de la carrera de Carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Diciembre 2017

EL TUTOR

Ing. Dis. Carlos Guamán

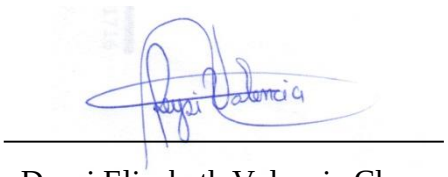
C.C.: 1803393501

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador **"Diseño de complementos de vestuario, femenino con la aplicación de técnicas artesanales e insumos de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua",** como también los contenidos, ideas análisis, conclusiones y propuesta son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Diciembre 2017

LA AUTORA



Deysi Elizabeth Valencia Cherrez

C.C.:1804925699

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 2017

LA AUTORA

Deysi Elizabeth Valencia Cherrez

C.C.:1804925699

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema **"Diseño de complementos de vestuario, femenino con la aplicación de técnicas artesanales e insumos de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua",** de Deysi Elizabeth Valencia Cherrez, estudiante de la carrera de 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 2017

Para constancia firman

_____

x

PRESIDENTE

C.C.:

_____	_____
X	X
PRESIDENTE	PRESIDENTE
C.C.:	**C.C.:**

DEDICATORIA

El presente proyecto integrador se lo dedico a Dios porque él ocupa el primer lugar en mi vida, a mis padres, hermanos y en especial a mi hijo Jacob, los cuales me han brindado su amor y apoyo incondicional en todos los aspectos de mi vida.

Deysi Elizabeth Valencia Cherrez

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a los directivos de la Universidad Técnica de Ambato por darme la oportunidad de continuar con mis estudios universitarios y brindarme una excelente educación, además un reconocimiento especial a mi tutor el Ingeniero Carlos Alberto Guamán LLamuca, quien me transmitió su conocimiento y me dio su valiosa asesoría y orientación en el desarrollo de este proyecto integrador. A mis padres que son mi apoyo en cada aspecto de mi vida, a mi abuelita que siempre está dándome fuerzas para seguir adelante y a mi novio que ha estado a mi lado apoyándome en el desarrollo de este proyecto.

Deysi Elizabeth Valencia Cherrez

ÍNDICE GENERAL

PORTADA ..... **i**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**

AUTORÍA DEL TRABAJO ..... **iii**

DERECHOS DE AUTOR ..... **iv**

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**

DEDICATORIA ..... **vi**

AGRADECIMIENTO ..... **vii**

ÍNDICE GENERAL ..... **viii**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **xiii**

ÍNDICE DE GRÁFICOS ..... **xvi**

ÍNDICE DE IMÁGENES ..... **xix**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **xxi**

ABSTRACT ..... **xxii**

INTRODUCCIÓN ..... **xxiii**

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES **1**

1.1 Nombre del proyecto 1

1.2 Antecedentes (Estado de arte) 1

1.3 Justificación 5

1.4 Objetivos 7

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL.....8

2.1 Moda..... **¡Error! Marcador no definido.**

2.2 Diseño de modas..... **¡Error! Marcador no definido.**

2.3 Complementos de vestuario.....17

2.3.1 El bolso.....20

2.4 Tungurahua.....24

2.5 Pueblos indígenas de Tungurahua. 24

2.6 Los Chibuleo 25

2.7 Marcas referentes y/o aspiracionales.....46

2.8 Visionario 48

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....49

3.1 Análisis externo.....49

3.1.1 Análisis PEST.....49

3.1.2 Entorno político.....49

3.1.3 Tendencias de Consumo.....59

3.1.4 Segmentación del mercado potencial 60

3.1.5 Análisis del mercado y de referencia.....61

3.1.6 Índice de saturación del mercado potencial.....65

3.1.7 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) 66

3.2 Análisis interno.....68

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles.....68

3.2.2 Análisis cadena de valor 69

3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo 69

3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima 69

3.2.2.3 Eslabón de producción 70

3.2.2.4 Eslabón de comercialización 71

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO 72

4.1 Estudio de público objetivo 72

4.1.1. Modelo de encuesta y entrevista 74

4.2 Selección de la muestra 74

4.3 Técnicas de estudio 76

4.3.1 Cualitativas 76

4.3.2 Cuantitativas 76

4.4 Elaboración e interpretación de datos 77

4.5 Conclusiones 91

CAPITULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN 92

5.1 CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN 92

5.2 CONTROL DE CALIDAD 93

5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto 95

5.4 Requerimiento de mano de obra 97

5.5 Seguridad Industrial y Medio Ambiente 98

CAPITULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA 99

6.1 Descripción del producto o servicio 99

6.1.1 Brains Torning.....99

6.2 Perfil del cliente.....100

6.2.1Moodboard del perfil del cliente 101

6.3 Identidad de marca.....102

6.4 Uso de la marca. 102

6.5 Análisis de Color de La Propuesta 109

6.5.1 Paleta de color de la propuesta 110

6.6 Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).....111

6.6.1 Macro tendencia 111

6.6.2 Tendencia.....112

6.7 Concepto de la propuesta.....115

6.8 Elementos Del Diseño 116

6.8.1 Siluetas 116

6.8.2 Proporción y línea.....117

6.8.3 Función uso de la ropa.....118

6.8.4 Detalles bordados 118

6.8.5 estilo 119

6.8.6 Estampados, bordados y acabados, terminados.....119

6.9 Materiales e insumos. 120

6.10 Sketch o bocetos 122

6.11 Photobook.....141

6.12 Costos de producción 146

6.12.1 Costos fijos 146

6.13 Costos Variables 148

6.14 Costo Total, Unitario, Utilidad 154

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 158

7.1 Conclusiones.....158

7.2 Recomendaciones 159

Bibliografía..... 183

Anexos.....188

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla: 1 Accesorios ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 2 El pequeño accesorio..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 3 Pueblos indígenas de Tungurahua.....24

Tabla: 4 Tipo de Fibra 38

Tabla: 5 Referente Las Lolas Handmade ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 6 Referente Johanna Konanz.....47

Tabla: 7 Visionario Alexander McQueen.....48

Tabla: 8 Segmentación mercado potencial..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 9 Mercado Potencial..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 10 Abastecimiento.....70

Tabla: 11 Mercado meta ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 12 Participación de población en la Provincia de Tungurahua**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 13 Segmentación y Variables 74

Tabla: 14 Edad de personas Investigadas 78

Tabla: 15 Los complementos de vestuario 78

Tabla: 16 Usa diariamente accesorios 79

Tabla: 17 Con qué frecuencia utiliza accesorios 80

Tabla: 18 Tipo de accesorio que más acostumbra a usar 81

Tabla: 19 Utilización de los accesorios para complementar su vestuario 82

Tabla: 20 Con qué frecuencia adquiere accesorios 83

Tabla: 21 Características al momento de seleccionar sus accesorios.....84

Tabla: 22 Materiales de su preferencia.....85

Tabla: 23 Perfiles del Consumidor.....86

Tabla: 24 Accesorios que utiliza para cada línea de vestuario.....88

Tabla: 25 Complemento de vestuarios.....89

Tabla: 26 Cronograma de producción.....92

Tabla: 27 Cronograma de la producción de colecciones.....93

Tabla: 28 Equipos.....95

Tabla: 29 Requerimiento de mano de obra.....97

Tabla: 30 Materiales e insumos..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 31 Materiales e insumos usos, y cuidados para la propuesta.....129

Tabla: 32 Servicios Básicos.....146

Tabla: 33 Costo mano de obra directa.....146

Tabla: 34 Depreciaciones..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla: 35 Materiales Indirectos.....147

Tabla: 36 Costos Fijos mensuales.....148

Tabla: 37 Costos variables.....148

Tabla: 38 Materia prima directa cabuya.....149

Tabla: 39 Materia prima directa cuero.....149

Tabla: 40 Materia prima indirecta, jaladera de bambu.....150

Tabla: 41 Materia prima indirecta, broche de imán.....150

Tabla: 42 Materia prima indirecta: cristales y pedrería.....151

Tabla: 43 Mano de obra indirecta, bordado.....151

Tabla: 44 Mano de obra indirecta, gravado en cuero.....152

Tabla: 45 Mano de obra indirecta: etiqueta, marquilla.....152

Tabla: 46 Mano de obra indirecta: Forros 153

Tabla: 47 Costo Bolso REF: BCH002.....154

Tabla: 48 Costo Bolso REF: BCH003.....155

Tabla: 49 Costos Bolso BCH004 156

Tabla: 50 Costos Bolso BCH005 157

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico: 1 Descripción del proceso del cuero 44

Gráfico: 2 Curtido vegetal, Curtido al cromo.....45

Gráfico: 3 Los complementos de vestuario 78

Gráfico: 4 Usa diariamente accesorios 80

Gráfico: 5 Con qué frecuencia utiliza accesorios 81

Gráfico: 6 Tipo de accesorio que más acostumbra a usar 81

Gráfico: 7 Utilización de los accesorios para complementar su vestuario.....82

Gráfico: 8 Con qué frecuencia adquiere accesorios 83

Gráfico: 9 Características al momento de seleccionar sus accesorios.....84

Gráfico: 10 Materiales de su preferencia.....85

Gráfico: 11 Perfiles del Consumidor.....86

Gráfico: 12 Accesorios que utiliza para cada línea de vestuario.....88

Gráfico: 13 Complemento de vestuarios 90

Gráfico: 14 Control de calidad 94

Gráfico: 15 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto 96

Gráfico: 16 Manual de la marca 102

Gráfico: 17 Introducción 103

Gráfico: 18 Logotipo 103

Gráfico: 19 Escala de Grises 104

Gráfico: 20 Positivo y Negativo 104

Gráfico: 21 Tipografía.....105

Gráfico: 22 Transparencias.....105

Gráfico: 23 Gama Cromática.....106

Gráfico: 24 Restricciones 106

Gráfico: 25 Aplicaciones.....107

Gráfico: 26 Tarjetas.....107

Gráfico: 27 Etiquetas.....108

Gráfico: 28 Empaques 108

Gráfico: 29 Sketch o Bocetos..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico: 30 Sketch o Bocetos.....122

Gráfico: 31 10 diseños seleccionados.....123

Gráfico: 32 Ficha Dibujo Plano BCH001 124

Gráfico: 33 Ficha Dibujo Plano BCH002 124

Gráfico: 34 Ficha Dibujo Plano BCH003 125

Gráfico: 35 Ficha Dibujo Plano BCH004 125

Gráfico: 36 Ficha Dibujo Plano BCH005 126

Gráfico: 37 Ficha Dibujo Plano BCH006 126

Gráfico: 38 Ficha Dibujo Plano BCH007 127

Gráfico: 39 Ficha Dibujo Plano BCH008 127

Gráfico: 40 Ficha Dibujo Plano BCH009 128

Gráfico: 41 Ficha Dibujo Plano BCH010 128

Gráfico: 42 Ficha de Ilustración BCH001.....130

Gráfico: 43 Ficha de Ilustración BCH002.....130

Gráfico: 44 Ficha de Ilustración BCH003.....131

Gráfico: 45 Ficha de Ilustración BCH004.....131

Gráfico: 46 Ficha de Ilustración BCH005 132

Gráfico: 47 Ficha de Ilustración BCH006 132

Gráfico: 48 Ficha de Ilustración BCH007 133

Gráfico: 49 Ficha de Ilustración BCH008 133

Gráfico: 50 Ficha de Ilustración BCH009 134

Gráfico: 51 Ficha de Ilustración BCH0010 134

Gráfico: 52 Ficha de Dibujo Plano BCH002 135

Gráfico: 53 Ficha de Moldería y Despiece BCH002 135

Gráfico: 54 Ficha de Ruta Operacional BCH002 136

Gráfico: 55 Ficha de Dibujo Plano BCH003 136

Gráfico: 56 Ficha de Moldería y Despiece BCH003 137

Gráfico: 57 Ficha de Ruta Operacional BCH003 137

Gráfico: 58 Ficha de Dibujo Plano BCH004 138

Gráfico: 59 Ficha de Ruta Operacional BCH004 138

Gráfico: 60 Ficha de Moldería y Despiece BCH004 139

Gráfico: 61 Ficha de Dibujo Plano BCH005 139

Gráfico: 62 Ficha de Moldería y Despiece BCH005 140

Gráfico: 63 Ficha de Ruta Operacional BCH005 140

Gráfico: 64 Photobook 141

Gráfico: 65 Photobook BCH002 142

Gráfico: 66 Photobook BCH003 143

Gráfico: 67 Photobook BCH004 145

Gráfico: 68 Photobook BCH005 144

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen: 1 Punto.....12

Imagen: 2 Línea.....13

Imagen: 3 Superposición.....13

Imagen: 4 Degradación.....14

Imagen: 5 Repetición.....14

Imagen: 6 Sustracción.....15

Imagen: 7 Étnico.....15

Imagen: 8 Perfil étnico.....16

Imagen: 9 Étnico, multiculturalidad.....16

Imagen: 10 El bolso.....20

Imagen: 11 Bolso con boquilla o bastidor.....22

Imagen: 13 La cartera.....23

Imagen: 14 Leo de Líu.....26

Imagen: 15 La indumentaria del hombre.....28

Imagen: 16 La indumentaria de la mujer.....29

Imagen: 17 Bordados de blusa femenina.....33

Imagen: 18 Diseño de bordados.....34

Imagen: 19 Iconografía de bordado.....35

Imagen: 20 Iconografía de bordado.....35

Imagen: 21 Iconografía de bordado.....36

Imagen: 22 Iconografía de bordado.....36

Imagen: 23 Logos de las artesanías 63

Imagen: 24 Ethic Collecction 63

Imagen: 25 Plaza de Ponchos Otavalo 63

Imagen: 26 Mila Bisutería 64

Imagen: 27 Moodboard del perfil del cliente 101

Imagen: 28 Análisis de color de la propuesta.....109

Imagen: 29 Colores según el análisis de las pasarelas 110

Imagen: 30 Colores Pueblo indígena Chibuleo 110

Imagen: 31 Formas geométricas.....116

Imagen: 32 Proporción 117

Imagen: 33 Línea.....117

Imagen: 34 Detalles bordados 118

Imagen: 35 Estampados, bordados y acabados, terminados.....119

Imagen: 36 Estampados, bordados y acabados, terminados.....120

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar y crear accesorios de moda femenina, donde la multiplicidad de ofertas laborales y productos se registra el vacío de propuestas para mujeres de 30 a 34 años de acuerdo al estudio de mercado que asignó a este estrato de población debido a su poder adquisitivo y estrato social, de la ciudad de Ambato, para de esta manera ofrecer a los clientes productos innovadores y de calidad. La vestimenta tradicional indígena se ha perdido a través de los años, pues es un aspecto importante dentro de la cultura, y hoy por hoy en el Ecuador, se ha establecido impulsar la pluriculturalidad, y en este caso impulsar la industria de la moda con este tipo de indumentaria, las necesidad de lucir un accesorio de moda con el concepto de fusión cultural, este tema ha sido tomado como preferencia por varios diseñadores de modas de países como Guatemala, Argentina, España entre otros, en el Ecuador este tipo de indumentaria no ha sido explorado con profundidad. El propósito de este proyecto es rescatar tanto la riqueza tangible, como intangible de uno de nuestros pueblos indígenas, en este caso Los Chibuleos, se seleccionó a este pueblo por la variedad de sus elementos, así como su vestimenta sus costumbres, sus fiestas y tradiciones. Nos enfocamos en la vestimenta femenina, de la cual podemos destacar los bordados de sus blusas, las cuales se realizan de manera manual por las mujeres de este pueblo las cuales conservan esta costumbre, en sus bordados podemos observar la riqueza natural de su pueblo, lo cual representan con sus formas y colores. Los accesorios son muy versátiles, estos ya que estos abarcan un mercado más grande y no necesitan de tallas, se los puede utilizar en cualquier hora del día y son aptos para todo tipo de evento social, de igual modo los pueden utilizar todas las mujeres sin importar su contextura y características físicas.

Los textiles utilizados en el diseño de los accesorios propuestos fueron dentro de las fibras naturales-animal como la lana de cordero o borrego, yute y dentro de las fibras naturales-vegetales la cabuya, y el cuero, las cuales al fusionarlos reflejan fusión de materiales que al contrastarlos originan un artículo único fuera de lo común, y de moda que brinda elegancia y distinción. La metodología utilizada para el proyecto se dio por medio de fuentes bibliográficas, mediante técnicas de estudio cuantitativas como la encuesta donde se preguntó diversos aspectos entre ellos: tipos de accesorios más utilizados, frecuencia de consumo, materiales naturales, artificiales y sintético, diseño, precios, colores, funcionalidad, perfil del consumidor; para de esta manera llegar a crear prendas de vestir innovadoras y prácticas.

PALABRAS CLAVE: **COMPLEMENTOS DE VESTUARIO / INDUMENTARIA AUTOCTONA / PUEBLOS INDÍGENAS DE TUNGURAHUA.**

ABSTRACT

This project aims to design and create women's fashion accessories, where multiple job offers and products you register vacuum of proposals for women 30 to 34 years, According to the market study that assigned to this stratum of population due to their purchasing power and social stratum, the city of Ambato, to offer customers innovative and quality products. Indian traditional dress has been lost over the years, as it is an important aspect within the culture, and today in Ecuador, has been established to promote multiculturalism, and in this case to promote the industry of fashion with this type of clothing, the need to wear an accessory of fashion with the concept of cultural fusion, this subject has been taken as a preference by several fashion designers, from countries such as Guatemala, Argentina, Spain among others, in the Ecuador this type of clothing has not been explored in depth.

The purpose of this project is to rescue both tangible wealth, as intangible one of our indigenous peoples, in this case the Castillos, it was selected to this village for the variety of its elements, as well as their dress habits, festivals and traditions, We focus on the feminine garment, from which we can highlight the embroidery of your blouses, which are carried out manually by the women of this village which preserved this custom, in their embroidery, we can observe the natural wealth of his people, which represent with their shapes and colors. The accessories are very versatile, these since they cover a larger market and don't need size, you can use them at any time of the day and they are suitable for any type of social event, similarly all women can use them regardless of their texture and physical properties.

The textiles used in the design of the proposed accessories were inside the naturals-animal fibers such as wool from sheep or lamb, jute and sisal, and leather, naturales-vegetales fibers, which to merge them reflect fusion of materials that contrasting them originate a single article out of the ordinary, and fashion which provides elegance and distinction. The methodology used for the project was given by bibliographic sources, using quantitative study techniques as the survey which questioned various aspects including: types of most commonly used accessories, frequency of consumption, natural, artificial and synthetic materials, design, price, color, functionality, profile of the consumer; in order thus to create innovative apparel and practices.

Keywords: ACCESSORIES OF COSTUME, INDIGENOUS PEOPLES OF TUNGURAHUA, BAG.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está dirigido para mujeres de estilo de moda étnica, enfocado en bolsos. En el mercado podemos encontrar un sin número de accesorios, para todo gusto, la mayoría de estos accesorios se manejan con tendencias extranjeras, debido a que en su mayor parte son adquiridos en otros países, por su calidad y precio los cuales resultan accesibles para el consumidor. Esto perjudica de manera directa los diseñadores y emprendedores nacionales por la baja demanda debido al valor del producto. Por otro lado, cuando observamos en el mercado productos que toman como referencia pueblos originarios, se puede ver que más allá de ser un producto de moda, encontramos estilizaciones en su mayoría de la vestimenta, por esta razón estos productos no logran extenderse en un mercado más amplio con mayor variedad mujeres consumidoras. Por ese motivo nace la idea de la creación de una línea de accesorios de moda, para mujeres de 30 a 34 años de la ciudad de Ambato debido al valor agregado que estos representan como productos creativos e innovadores, los cuales se van a desarrollar con conceptos técnicos, mano de obra calificada y un estudio amplio sobre los colores y materiales que se van aplicar los cuales se pueden destacar de manera propicia como artículos de moda, tales como los complementos de vestuario para mujeres de 30 a 34 años en adelante.

Este proyecto será fundamentación de los procesos y técnicas adquiridos a lo largo de la carrera de diseño de modas, los mismos que se están aplicando en cada uno de los pasos desarrollados especialmente en la selección de materiales e insumos adecuados, previamente utilizados para cada uno de bolsos diseñados.

De esta manera se pretende incentivar el desarrollo de la industria Ecuatoriana y consecuentemente, ayudará a la generación de fuentes de empleo y al crecimiento productivo de la misma.

La importancia de este proyecto está en fomentar la Cultura del Pueblo Chibuleo, trabajar con responsabilidad social, aplicando el objetivo 5 del plan nacional del buen vivir, y sobre todo elaborando productos de moda apropiadas para satisfacer las necesidades del grupo objetivo seleccionado. Buscando así obtener un producto completo, que pueda introducirse en el mercado de manera fácil y pueda tener una buena aceptación.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Nombre del proyecto

Diseño de complementos de vestuario, femenino con la aplicación de técnicas artesanales e insumos de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua.

1.2 Antecedentes (Estado de arte)

Se han realizado proyectos de moda inspirados en pueblos indígenas y pueblos originarios obteniendo buenos resultados como producto de estos.

En el trabajo de investigación realizado por Duque Y, (2013) con el tema: "Propuesta de diseño de prendas de espectáculo para la cantante Mariela Condo utilizando como inspiración la cultura indígena Puruha". Se identificó que el objetivo principal era de dar a conocer la riqueza de la vestimenta folclórica de la comunidad indígena Puruha, la cual se tomó como inspiración para elaborar prendas de espectáculo. Se establecieron las siguientes conclusiones:

A través de este proyecto se propone trajes de espectáculo para la reconocida cantautora Mariela Condo perteneciente a la comunidad de Cacha, conservando formas básicas y simbólicas de su comunidad, las cuales han sido la fuente de inspiración para la creación de colecciones, esto contribuye a mantener la cultura e identidad, y se convierte en referente actual para los jóvenes Puruhaes y posteriormente para los mestizos en general.

Los diseños propuestos en las colecciones son una re-interpretación de los diseños tradicionales, buscando brindar comodidad y seguridad a la cantante y sus acompañantes en el escenario tanto músicos como bailarines. (pág. 312)

La vestimenta tradicional indígena se ha perdido a través de los años debido a varias causas, como discriminación por parte de los mestizos a esta vestimenta y la falsa concepción de relacionar los indígenas con pobreza, falta de educación, y hasta poco aseo.

Según Aconcha D, (2011) en su trabajo de investigación titulado "De los pueblos originarios a la moda porteña", en su trabajo se propuso, establecer una relación entre la alta costura porteña y los productos de los pueblos originarios de Argentina. El análisis investigativo realizado resalta, que la mezcla de técnicas y gráficos de las comunidades originarias, con las técnicas y producciones textiles de la moda porteña contemporánea, brindan valores agregados en productos de moda; ayudando de esta manera a difundir la cultura de los pueblos originarios argentinos.

A través de la investigación se pudo establecer que la relación entre la indumentaria artesana aborigen se empieza a dar a mediados de los años 70, la conjunción era establecida por artistas que buscaban a través de la innovación generar nuevas ideas por medio de propuestas que involucran la artesanía textil de las comunidades colla del noreste argentino, definiendo este hecho en primea instancia la comunidad aborigen con la cual a lo largo del camino histórico se empezarían a desarrollar la mayoría de vínculos. (pág. 229)

El desarrollo de estos proyectos demuestra que se puede tomar como punto de referencia los pueblos originarios o indígenas de una región, obteniendo resultados favorecedores. Ya que debido a la riqueza que estos pueblos poseen nos brindan una extensa variedad de elementos, los cuales con una aplicación correcta pueden brindar un valor agregado en productos de moda.

Según Aldana E, (2012) en su trabajo de investigación con el tema: "Accesorios artesanales, una propuesta desde el diseño sustentable" .se estableció las siguientes conclusiones:

Se realizó el agrupamiento de acuerdo a las edades de las personas objeto de estudio, debido que se identificó que por cada intervalo se determinan diferencias de respuesta y gustos, por lo tanto para poder llevar una mejor distinción y estadística de los resultados, se propuso el método mencionado.

Si bien en algunos aspectos ambos grupos se asemejan en sus comportamientos y estilos, se percibió que las mujeres más jóvenes optan por el cambio de la innovación a la hora de vestir un accesorio ya que se arriesgan a la utilización de diferentes materiales y realizado de manera artesanal. En cambio, el otro grupo, si bien se animan a la originalidad, está más pendientes por ejemplo de buscar calidad y buen precio en los productos, y los adquieren en forma más esporádica que las demás. (pág. 109)

La moda es un fenómeno extenso que evoluciona de manera progresiva, dependiendo de la época del año, esto permite que en cada etapa del año se impongan nuevos estilos, jugando de esta manera un papel importante de la indumentaria en la vida del hombre.

De acuerdo a Lozano J, (2012) en su trabajo de investigación "La moda, el atractivo formal del límite" estableció las siguientes conclusiones:

Se analizaron y desarrollaron temas específicos, como la identidad cultural por un lado, que es necesaria para entender la historia y los valores que posee cada cultura, y el funcionamiento del ciclo de vida de la moda, por el otro lado, ya que es fundamental entender cómo funciona, para la inserción de un nuevo producto o una nueva tendencia, como sería en este caso, el huipil con el textil tradicional de Guatemala en la moda urbana de Buenos Aires. Si bien son temas completamente diferentes, fue necesario abordarlos juntos, para luego llegar al concepto de fusión cultural en la moda actual.

La razón para la creación del trabajo de grado tiene que ver con su interés por los diseños y textiles artesanales que estudió mientras cursaba la materia de accesorios, debido que a que tienen un impacto visual que genera la estética de esta cultura. (pág. 84)

De acuerdo a lo mencionado en el párrafo anterior, cada uno de los pueblos o grupos de los diferentes países tienen sus propias costumbres o tradiciones que le dan la identidad cultural, además comprende aspectos como los valores, actividades diarias que los identifican.

En el trabajo investigativo desarrollado por Mohadeb W et al, (2006) con el tema "Oportunidades en accesorios de moda femenina" se establecieron las siguientes conclusiones

La situación actual del mercado de accesorios de moda femenina, donde ante la multiplicidad de ofertas de locales y productos se registra el vacío de propuestas diferenciadoras de marcas y locales que apuesten a innovar en el mercado de accesorios con complementos y servicios diferenciales.

En el desarrollo de las distintas circunstancias que favorecen al desarrollo de este sector de la industria de la indumentaria donde lo diseñadores e inversionistas coinciden en la idea de generar varias propuestas, se menciona la oportunidad de que podrían tener para la identificación de las necesidades de un nuevo segmento de clientes que buscan alternativas. De esta manera y ante el vacío detectado se planteó el análisis de los elementos necesarios para crear un mercado de accesorios de moda femenina, con una propuesta que implique exclusividad y estilo asociado a las tendencias del entorno y que resulte exitosa como negocio en los centros de distribución. (pág. 83)

Según Quiroz L, (2012) en su trabajo de investigación "Memoria descriptiva de la técnica de bordado textil tradicional de San Pablo", presenta las siguientes conclusiones:

Se muestra los elementos del diseño textil ancestral, conformados por el telar de cintura y posteriormente la incorporación y adopción del bordado en el proceso de elaboración de los textiles de los pueblos originarios.

Se ha observado y aprendido el proceso de elaboración de las piezas textiles en el telar de cintura, los cuales se han dado a conocer, mostrando los pasos de la técnica de bordado en la manta con el apoyo de imágenes.

La información obtenida mediante le trabajo de investigación ayuda a situarnos en el contexto social y económico, ofreciendo una puerta para conocer la historia y los orígenes de las primeras piezas textiles en Mesoamérica y en los pueblos originarios. Como un reflejo de ellos las mujeres siguen elaborando y vistiendo su indumentaria tradicional.

De acuerdo a lo expuesto por el autor, es importante mencionar que la mediante el estudio, fue posible la identificación de la identidad y la creatividad de las bordadoras; para obtener los productos finales, cada proceso ha ido mejorando con el paso de los años.

1.3 Justificación

La provincia de Tungurahua se ha constituido en el Ecuador como una de las provincias referentes en los aspectos administrativos, económicos, financieros y comerciales del país, las características principales son: las costumbres, tradiciones y la riqueza de sus pueblos indígenas. Con el paso de los años, las nuevas generaciones desconocen el origen de las raíces ancestrales, para lo que se podría utilizar la moda como herramienta y dar a conocer nuestra riqueza cultural.

El siguiente proyecto se encamina en rescatar tanto la riqueza tangible, como intangible de uno de nuestros pueblos indígenas, en este caso Los Chibuleos, se ha escogido este pueblo por la variedad de sus elementos, así como su vestimenta sus costumbres, sus fiestas y tradiciones. Enfocada principalmente en la vestimenta femenina, de la cual podemos destacar los bordados de sus blusas, estos se realizan de manera manual, en sus bordados podemos observar la riqueza natural de su pueblo, lo cual representan con sus formas y colores.

Los complementos de vestuario o accesorios al igual que la vestimenta fueron creados para satisfacer distintas necesidades, como el bolso esta herramienta nos ayuda a trasladar cosas de un lugar a otro. Los accesorios son muy versátiles, estos ya que estos abarcan un mercado más grande y no necesitan de tallas, se los puede utilizar en cualquier hora del día y son aptos para todo tipo de evento social, de igual modo los pueden utilizar todas las mujeres sin importar su contextura y características físicas.

En el mercado podemos encontrar un sin número de accesorios, para todo gusto, la mayoría de estos accesorios se manejan con tendencias extranjeras, debido a que en su mayor parte son adquiridos en otros países, por su calidad y precio los cuales resultan accesibles para el consumidor. Esto perjudica de manera directa los diseñadores y emprendedores nacionales por la baja demanda debido al valor del producto. La innovación de este proyecto radica en tomar como referencia los materiales e insumos así como las técnicas ancestrales de uno los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua y combinarlos con otros materiales y técnicas para desarrollar un producto de moda.

Para la realización de este proyecto se ha seleccionado un perfil de consumidor debido al valor agregado que estos representan como productos creativos e innovadores, los cuales se van a desarrollar con conceptos técnicos, mano de obra calificada y un estudio amplio sobre los colores y materiales que se van aplicar los cuales se pueden destacar de manera propicia como artículos de moda, tales como los complementos de vestuario para mujeres de 30 a 34 años en adelante.

El desarrollo de este proyecto es factible porque está basado en el Plan Nacional del Buen Vivir, el mismo que entro de sus 12 objetivos nacionales, dentro del objetivo 5 hace referencia a la Construcción de espacios de encuentro común y el fortalecimiento de la identidad nacional, mediante el impulso de pluriculturalidad e interculturalidad., pues al crear una colección de bolsos en base a materiales y mano de obra autóctona, se contribuirá a la construcción de una identidad nacional, pues se pretende rescatar las tradiciones y los aspectos representativos de los pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador, específicamente los elementos simbólicos como: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible. (Senplades, 2009). Dentro de la Provincia de Tungurahua se destacan los pueblos de los Tomabelas, Chibuleos, Quisapincha y Salasacas, los cuales se procederá a investigarlos para seleccionar al referente que marcará la tendencia en el producto a desarrollar, finalmente este proyecto demuestra su factibilidad porque es inclusivo pues integra a la mujer indígena como parte del proceso de manufactura de la colección, y sus bordados manuales y las fibras vegetales y naturales originarias de sus ancestros.

La importancia de este proyecto está en fomentar nuestra cultura destacando uno de los pueblos indígenas como es el Pueblo Chibuleo, trabajar con responsabilidad social, aplicando el objetivo 5 del plan nacional del buen vivir, y sobre todo elaborando productos de moda apropiadas para satisfacer las necesidades del grupo objetivo seleccionado. Buscando así obtener un producto completo, que pueda introducirse en el mercado de manera fácil y pueda tener una buena aceptación.

1.4 Objetivos

Objetivos generales

- Diseño de complementos de vestuario femenino, con la aplicación de técnicas artesanales e insumos de los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua.

Objetivos específicos

- Investigar y recopilar datos, conceptos técnicos, características relevantes del pueblo indígena de CHIBULEO, en la provincia de Tungurahua.

- Definir cuáles son los materiales, insumos y técnicas idóneos para la aplicación en complementos de vestuario.

- Identificar los complementos de vestuario, femenino idóneos y más utilizados por el grupo objetivo.

- Diseñar una colección de complementos de vestuario femenino.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Diseño de modas

La moda se define como una costumbre o un estilo populares en un momento dado; los diseñadores de moda expresan el zeitgeist o espíritu de la moda de la época en sus trabajos. La moda cambia constantemente y se espera que el diseñador recree el ciclo cada temporada. (Ambrose H, 2010)

Moda en sentido general, es un con concepto aplicable a distintos fenómenos de la actividad humana que realizan cambios constantes en cuanto a criterios.

El término “moda” procede de modus que en latín significa “elección” y se refiere a las costumbres, el modo de proceder y la forma de vestir y peinarse de cada etapa de la humanidad. En el caso del vestuario, moda significa la forma particular de vestirse en cada temporada. La moda mantiene a la mujer versátil, sorprendente y encantadora. Ella nunca se cansa de descubrir los nuevos matices de su prodigiosa naturaleza, por lo cual siempre actualiza su imagen. (Jenkyn S, 2013)

El ciclo de la moda es corto y cambia prácticamente dos veces al año. La persistencia de las mismas características específicas durante varias temporadas responde al nombre de tendencia. La tendencia que evoluciona durante una década aproximadamente, o más y llega a desarrollarse por completo se llama estilo. (Jenkyn S, 2013)

Creación de la moda

La moda es una manifestación cíclica y, como tal, pasa por ciertas etapas.

Primero surge un concepto sobre la moda de la siguiente temporada entre los estilistas. Las ideas se plasman en las colecciones de prendas de vestir, modeladas en las prestigiosas pasarelas internacionales. De inmediato, los artistas, personajes de farándula y

otras figuras públicas empiezan a usarlas. Las revistas de alta costura y la prensa sensacionalista divulgan estas imágenes. La nueva moda esta lanzada. (Lando L, 2009)

Luego viene la madurez de esta moda recién inaugurada.

Las empresas confeccionan la versión simplificada de pret-a-porter de la nueva línea. Las personas pendientes de la última moda se visten con estas prendas. La prensa semanal promueve la nueva producción. La demanda crece.

En principio, la masa popular sigue la moda, pero luego empieza a perder interés. Las ventas bajan. Las tiendas recurren a las rebajas para evitar la acumulación de mercadería. El ciclo está terminado.

Entonces viene la oferta de una nueva moda más actualizada y original. Un nuevo ciclo empieza. La creación de la moda en nuestra época cuenta con la intuición de los grandes modistos, pero, al mismo tiempo, reposa sobre los estudios de la materia, se toman en consideración los factores sociales, económicos y hasta políticos. Los diseñadores procuran refrescar sistemáticamente la gama de los colores para no repetir los mismos matices, al igual que las líneas y los detalles de las prendas. Los creadores de moda viven investigando sobre nuevos materiales y técnicas de confección. Sin embargo, únicamente las ideas más impactantes logran convertirse de hecho en la moda; otras no pasan de ser extravagancias pasajeras.

Los expertos en el género opinan que, en realidad, es la clase media la que aprueba la nueva moda, por su importante papel de todos los aspectos de la vida social. Los confeccionistas de la ropa para esta clase y la popular, necesitan estar informados con anticipación sobre el rumbo de la moda.

Proceso de Diseño

Dentro del proceso de diseño se pueden identificar las siguientes fases.

Definición. Establecer cuál es el problema.

Esta es la primera fase de cualquier proceso de diseño y casi siempre implica generar o recibir un encargo de diseño.

El encargo o briefing

> Un encargo de diseño o briefing contiene los requerimientos de un cliente para un trabajo. Estos pueden ser verbales o escritos, sencillos o complejos. Un encargo o briefing posee un objeto específico que debe ser cumplido por el diseño, pero también puede ser formulado de modo que tenga diferentes interpretaciones. (Ambrose H, 2010, pág. 199)

De acuerdo lo mencionado en el párrafo anterior, se determina que lo más importante en esta etapa, es la identificación de las necesidades del consumidor, para cubrir dichos requerimientos se debe elaborar un encargo, el cual contendrá la información necesaria para satisfacer la demanda.

Investigación. Recopilar información previa.

> Una vez definido el problema o el pedido de diseño, el diseñador empieza a buscar información que pueda introducir en el proceso creativo de la fase de ideación. Esta investigación puede ser cuantitativa, con una gran cantidad de datos estadísticos sobre el tamaño y la composición del público objetivo, como cualitativa, con información acerca de lo que el público objetivo compra o consume y cuál es su estilo de vida. Puede ser conveniente construir el modelo mental de un consumidor característico para permitir al equipo de diseño hacerse una idea de que le podría atraer. Este modelo puede incluir factores como la educación, la carrera profesional, los destinos de sus vacaciones, los gustos musicales, sus aspiraciones y muchas otras cosas. (Ambrose H, 2010, pág. 199)

Luego de haber identificado el tema, es necesaria la recopilación de la información que esté relacionada con el objeto estudiado, para lo cual sería necesario identificar el público objetivo y las características más representativas.

Ideación. Crear posibles soluciones

> Durante la fase de la ideación, el equipo de diseño recurre a los datos recopilados y a las restricciones impuestos durante la fase de definición. Esta información se utiliza para crear ideas con las que encarar el briefing de diseño. (Ambrose H, 2010, pág. 199)

Para la generación de ideas, dependiendo de las necesidades que vayan a ser cubiertas, los diseñadores utilizan técnicas como la lluvia de ideas, o a su vez la adaptación de modelos ya existentes, todo dependerá de la creatividad de las personas responsables y del nivel de autenticidad que debe tener el producto.

Prototipo. Proponer soluciones

La fase de ideación genera una serie de posibles soluciones para el briefing de diseño. Antes de seleccionar una, puede que sea necesario poner en práctica las soluciones más prometedoras. Esto permitirá evaluar determinados aspectos y proporcionará una mejor base para comparar en la fase de selección. En estos casos, se puede crear un prototipo. Un prototipo proporciona al equipo de diseño y al cliente la posibilidad de visualizar y manipular un concepto de diseño, tener una idea de su apariencia física y sus cualidades táctiles. Puesto que un prototipo tiene como objeto poner a prueba determinados aspectos de una solución de diseño, debe crearse de modo que estos aspectos estén presentes y puedan ser evaluados eficazmente.

Selección. Hacer elecciones

De acuerdo a Ambrose H y Gavin P, (2010) menciona lo siguiente acerca de hacer las elecciones:

> La fase de selección es el punto en el que se escoge una de las soluciones de diseño para desarrollarla. El criterio fundamental de la selección es la idoneidad para el propósito: ¿el diseño cumple las necesidades y las metas del briefing, y se comunicara con eficacia con el público objetivo para conseguir esos fines? El diseño ganador suele ser el que más acerca al briefing de diseño, o a una parte significativa de este. (pág. 199)

Según menciona Ambrose & Harris, (2010) acerca de la implementación: Esta lleva a cabo la solución para el briefing de diseño, el diseñador entrega material gráfico del diseño y las especificaciones de formato a aquellos que producirán el producto Estos pueden ser el impresor, el creador de una página web o un fabricante. Este momento proporciona una

buena oportunidad para confirmar las especificaciones de producción, como la cantidad que se debe imprimir y lo que esperas recibir.

El equipo de diseño suele ocupar de la gestión del proyecto durante esta fase, con el fin de asegurarse de que los resultados finales cumplen las expectativas de diseño y que el proyecto se ciñe al presupuesto y los plazos. (2010)

Aprendizaje.

Se la conoce también como la fase de la retroalimentación, es la fase final del proceso sirve para aprender de lo que ha sucedido durante el propio proceso de diseño, el cliente y la agencia de diseño tratan de identificar que funciono bien y donde se puede mejorar. (Ambrose H, 2010)

Elementos del diseño

Punto

Son elementos básicos del diseño, su característica principal es que carecen de ángulos y dirección y tienen gran poder de atracción cuando se encuentra solo. (Samara T, 2008)

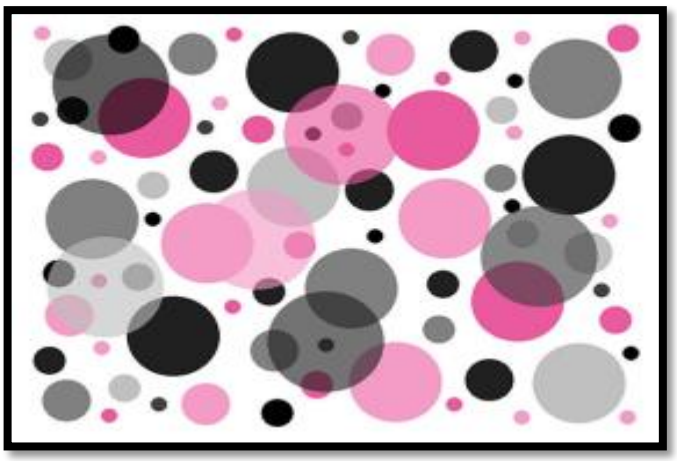


Imagen: 1 Punto
Fuente: (Samara T, 2008)

Línea

Está compuesta por una serie de puntos, es altamente expresiva y dinámica. Las líneas implican movimiento y emociones lo que permite obtener una composición y alcanzar una apariencia profesional.

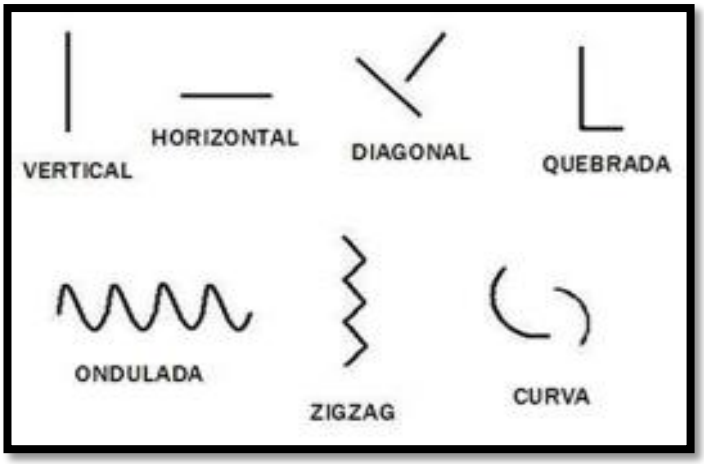


Imagen: 2 Línea
Fuente: (Samara T, 2008)

Superposición

Consiste en el hecho de que una figura u objeto oculte parcialmente a otro, la figura que se ve completa se encuentra en el primer término a nivel espacial, mientras que la figura que no se visualiza en su totalidad se encuentra en segundo término o nivel espacial. (Samara T, 2008)

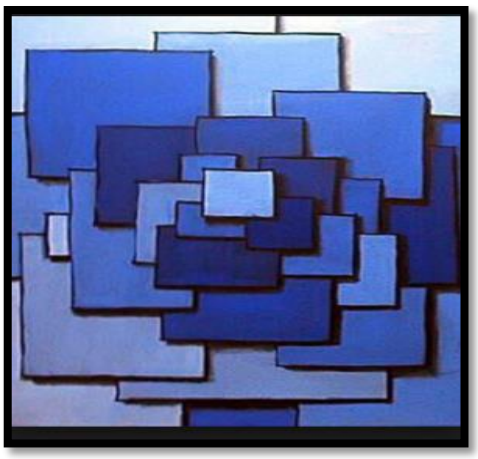


Imagen: 3 Superposición
Fuente: (Samara T, 2008)

Degradación

Comprende la reducción progresiva de las figuras de un cuadro en concordancia con las leyes de la perspectiva, con el objeto de dar la impresión de alejamiento. (Samara T, 2008)

Imagen: 4 Degradación
Fuente: (Samara T, 2008)

Repetición

Se produce cuando en un cuadro se utiliza la misma forma más de una vez. Es el método más simple en el campo del diseño. Sirven para dar una sensación de armonía, las obras resultantes de este elemento parecen simples y audaces.

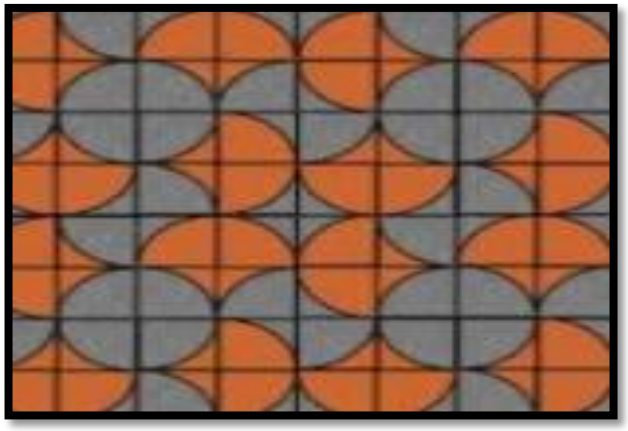


Imagen: 5 Repetición
Fuente: (Samara T, 2008)

Sustracción

Se produce la sustracción cuando una forma invisible se cruza sobre otra visible. De esta manera la parte de la forma visible que queda cubierta por la invisible y se convierte así mismo en invisible. (Samara T, 2008)

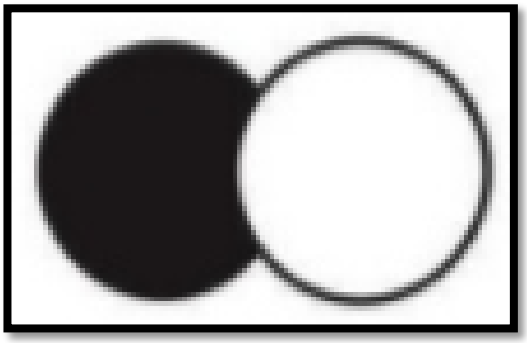


Imagen: 6 Sustracción
Fuente: (Samara T, 2008)

Perfiles del consumidor

Étnico

Imagen: 7 Étnico
Fuente: (Perfiles de usuario y universo del vestuario , 2013)

Es el resultado de la cultura de fin de milenio y con un espíritu joven y aventurero, pone su atención en el movimiento y búsqueda, puede ser físico o virtual. Se motiva a explorar otras culturas para llegar a ser un habitante planetario. Mezcla los aspectos de otras tribus, sociedades o etnias para tener un eficiente desenvolvimiento urbano. (Rincon A, 2014)

Imagen: 8 Perfil étnico
Fuente: (Perfiles de usuario y universo del vestuario , 2013)

El perfil étnico explora la multiculturalidad a través de la investigación, vivencia y sensibilidad con diferentes culturas. Es el resultado de la fascinación, nostalgia y romanticismo por el pasado y su historia. (Perfiles del consumidor, 2014)

Imagen: 9 Étnico, multiculturalidad
Fuente: (Perfiles del consumidor, 2014)

El color en el diseño.

Nociones básicas del color

Los estudios realizados por expertos en el tema de, tejidos y prendas indica que lo primero en lo que se fija el consumidor es el color, seguido por el diseño y aspecto de la prenda y luego valora el precio.

De acuerdo a Clausen E, (2011)

> Elegir colores, o una gama, para toda la colección es una de las primeras decisiones que hay que tomar cuando se diseña. La elección de del color dictara la disposición o tono estacional de una colección y ayudara a diferenciarla de su predecesora.
>
> La gente responde intuitiva, emocional e incluso psíquicamente al color. Se ha demostrado que los azules y verdes- los colores cielo y hierba- hacen bajar la presión arterial, mientras que los rojos y otros colores intensos pueden acelerar los latidos del corazón. El blanco puede provocar frio; el amarillo es un color luminoso y amistoso: el gris puede ser serio o depresivo. El pequeño vestido negro denota sofisticación y elegancia, mientras que el vestido de noche rojo simboliza diversión y es sexy. (pág. 1)

Para la elección de los colores para el diseño de los diferentes artículos o accesorios de mujer, es necesario tener un conocimiento previo sobre el grado de influencia que puede tener en los sentidos o estado de ánimo de las personas, en función de lo que transmita la prenda se realizará la adquisición por parte de los compradores.

2.3 Complementos de vestuario

Complementos de vestuario se considera a los distintos accesorios tales como, bolsos, zapatos, bufandas, joyería, bisutería y hasta el peinado y maquillaje dependiendo las ocasiones.

> Los accesorios son prolongaciones del cuerpo, elementos de quita y pon que se utiliza para proteger, ocultar o hacer ostentación. Los accesorios son símbolos que identifican y distinguen a sus usuarios. Sim embargo, cuando no se están empleando, se convierten en objetos aislados que solo con una presencia poderosa consiguen seducir.
>
> Un accesorio, aunque se lleva sobre el cuerpo o en la mano, es un objeto completamente independiente del usuario. Esta poderosa prolongación de la silueta humana se presenta bajo mil formas diversas. Entre las cuales destacan cuatro categorías, los bolsos el calzado, la joyería y la sombrerería. (Lau J, 2013, pág. 191)

Los accesorios se inventaron para preservar la vida o hacerla más fácil; así, la invención del bolso permitió transportar comida de un lugar a otro, mientras que el calzado se creó para envolver y proteger los pies en la actividad laboral. Sin embargo, los accesorios se inventaron para mostrar la magnificencia del usuario; así los sombreros profusamente decorados son un símbolo de estatus, mientras que, a menudo, las joyas se exhiben como muestra de riqueza.

Tabla 1:
Accesorios

ACCESORIOS	DIVISIÓN
BOLSO El bolso, que a lo largo de la historia ha sido un accesorio predominante masculino, ha trascendido sus modestos orígenes y, en la actualidad, su evolución lo sitúa como un accesorio esencial e indispensable ´para la mujer.	El bolso con boquilla o bastidor El bolso con fuelle La cartera
CALZADO Como ya sucedía en el pasado, en nuestros días el calzado revela sutilmente secretos sobre la identidad del usuario. Sin embargo, el calzado básico (desde los zapatos de uso cotidiano hasta las botas, que protegen al usuario de los elementos.	El zapato de vestir masculino y femenino Bota Zapato deportivo
SOMBRERERÍA Todos los tocados derivan de dos modelos básicos, el sombrero y la gorra, con y sin ala, respectivamente; ambos constituyen un buen recurso a la hora de cumplir la función práctica de proteger la cabeza; así, incluso los tocados más elaborados deben tener una forma que se amolde a aquella correctamente.	**Tipos de sombrero** Canotier (o sombrero de remedo), cofia, bombín, cloche (o sombrero campana), culí, sombrero de vaquero, Fedora, Panamá. Pamela, sombrero de copa, *trilby*. **Tipos de gorra.** Gorra de baloncesto, casquete, boina, gorra de carnicero, fez, gorra militar o de campaña, gorra plana o de golf, visera de gajos, gorra visera, gorro marinero, casquete de punto.
JOYERIA Todos los tocados derivan de dos modelos básicos, el sombrero y la gorra, con y sin ala, respectivamente; ambos constituyen un buen recurso a la hora de cumplir la función práctica de proteger la cabeza.	**El collar** El anillo El broche La pulsera

Fuente: Diseño de accesorios

Tabla 2:
El pequeño accesorio

EL PEQUEÑO ACCESORIO	
GAFAS Consideraras durante largo tiempo como un símbolo tanto de autoridad como de superioridad intelectual, las gafas (también conocidas como lentes) fueron creadas para corregir la visión.	**Tipos de gafas:** Las gafas graduadas, las gafas de sol.
LA CORBATA Una corbata consiste, sencillamente, en una pieza de tejido enrollada alrededor del cuello que se anuda o se remete en otra prenda.	**La pajarita:** Consiste, sencillamente, en una corbata anudada en forma de lazo, y se considera el epitome de la indumentaria formal masculina**.**
PAÑUELOS Y BUFANDAS Los pañuelos se remontan a unos humildes orígenes. Los antiguos romanos solían utilizar el *sudarium*, que literalmente significa "paño para el sudor", hecho de lino, cuya función era mantenerles limpios durante las estaciones calurosas, absorbiendo el sudor.	
EL RELOJ DE PULSERA Durante siglos, la medida del tiempo constituyo una obsesión muy común; sin embargo, en sus labores, el reloj de pulsera fue un artículo accesible tan solo para algunos privilegiados, debido al alto costo de su compleja maquinaria.	
EL CINTURON Aunque durante largo tiempo el cinturón estuvo asociado con tareas específicas, se han descubierto exquisitos ejemplos de cinturones de la edad del Bronce que muestran que estos accesorios nunca fueron concebidos como piezas meramente funcionales.	**Tipos de cinturones** Tricha o tahalí, *brez,* albano, obi japonés, banda, cinturón de aros metálicos, cinturón militar.
EL GUANTE Los guantes se utilizan como accesorios de moda y también como artículos funcionales que proporcionan calidez al usuario. Históricamente, los guantes han constituido un importante accesorio de la clase alta y las cortes reales, así como de la multitud de sectores industriales cuyos trabajadores necesitan protegerse las manos de los daños potenciales ocasionados por la maquinaria o el desempeño de su labor.	

Fuente: Diseño de accesorios

Dentro de la variedad de accesorios encontramos al bolso y sus derivados, este accesorio será el seleccionado para aplicación de diseño debido a que por su funcionalidad es el elemento imprescindible en la vestimenta femenina, sea cual sea la ocasión, de igual modo sin importar el perfil de la mujer, sin duda alguna el bolso es uno de los complementos más importantes, y por no decirlo el más necesario a la hora de salir.

2.3.1 El bolso

El bolso, que a lo largo de la historia ha sido un accesorio predominante masculino, ha trascendido sus modestos orígenes y, en la actualidad, su evolución lo sitúa como un accesorio esencial e indispensable para la mujer. Los bolsos, en particular los de mano han pasado a ser un poderoso símbolo tanto como de riqueza como de poder.

Imagen: 10 El bolso
Fuente: (Lau J, John, 2013)

La mayoría de los bolsos están formados, básicamente, por piezas de cuero o tela cosidas entre sí, con fornituras o elementos añadidos que los convierten en un accesorio funcional. No obstante, el diseño de bolsos se ha complicado cada vez más, ya que, en un mercado altamente competitivo los diseñadores se esfuerzas por marcar las diferencias entre su trabajo y el de los demás y, hoy en día, emplean muchos más componentes y logotipos que en el pasado.

Evolución histórica del bolso

Los bolsos están diseñados para transportar objetos; antes del siglo XX, se empleaban para transportar artículos esenciales o para hacer alarde de riqueza.

Cuando las mujeres hacían vida social e iban de visita, llevaban sus labores de costura en una bolsa, junto con otros pequeños artículos como su tarjeta de visita o un frasquito de perfume.

> Estas pequeñas bolsas bordadas estaban realizadas con esmero, ya que las creaciones de bellas manualidades constituían una parcela importante de la vida doméstica de femenina. Sin embargo, con el paso del tiempo, las labores de costura cayeron en desuso y fueron reemplazadas por otro tipo de artículos.
>
> Las labores del siglo XX fueron testigo de una transformación radical de las modas. Al imponerse una indumentaria de silueta más esbelta surgió el dilema de cómo trasportar los objetos que, con anterioridad cabían holgadamente en mangas y bolsillos.
>
> Durante las guerras mundiales, el bolso se impuso como principal accesorio del vestuario femenino, al asumir la mujer los roles antiguamente reservados a la mano de obra masculina, ya que los hombres se hallaban en el frente.
>
> En la actualidad, los bolsos han incrementado aún más su tamaño, ya que la mujer moderna se ve en la tesitura de tener que llevar consigo a diario todo un abanico de artículos portátiles, como ordenadores, teléfonos móviles, cosméticos, agendas y otros artículos personales. Esta multitud de objetos indispensables que las mujeres deben llevar consigo ha fomentado la aparición de un subgénero de bolsos para transportar artículos específicos o que pueden subdividirse con el propósito concreto de transportar estos objetos. Debido al declive del uso cotidiano del bolso masculino, el estilo de bolsos destinado para hombres experimentó escasos avances durante el pasado siglo; sin embargo, las andróginas bolsas deportivas, mochilas y bolsas de cartero siguen siendo de un uso habitual. (Lau J, 2013, pág. 191)

Los bolsos desde la antigüedad han tenido un rol trascendental, debido a que han sido de utilidad para las personas que lo han sabido utilizar, desde su origen hasta la actualidad este accesorio ha ido desarrollando, y adaptándose a las nuevas exigencias de los usuarios, antes las mujeres no únicamente llevaban consigo un número limitado de artículos a diferencia de lo que ocurre hoy en día. Tres modelos clave de los que derivan la mayoría de los estilos de bolsos.

El bolso con boquilla o bastidor

Los bolsos toman su nombre de profesiones específicas a las que acompañan o asisten, como el maletín de doctor o bolso con bastidor.

De acuerdo a Lau J, (2013) para salvaguardar su contenido, este bolso utiliza un bastidor o boquilla que le permite soportar el peso de los objetos que transportar. El diseño,

el estilo y la forma de estos bolsos suelen ser complejos, ya que el diseñador debe trabajar partiendo de las restricciones impuestas por las fornituras y la estructura dada. El bolso con bastidor requiere que esta fornitura sea tan fuerte como para sostener el contenido del mismo y posea un cierre que ajuste con precisión. Al conservar una forma definida, este tipo de bolso es resistente a las tareas pesadas, aunque resulta menos versátil que otros tipos de diseño debido a su estructura un tanto rígida. (pág. 191)

Imagen: 11 Bolso con boquilla o bastidor
Fuente: (Lau, 2013)

Esta clase de producto, tiene como característica dominante, la resistencia de los materiales que forman la parte superior del bolso, de esta manera el transporte de los accesorios es seguro y brinda confianza a quién lo utilice.

El bolso con fuelle

Según menciona Lau J, (2013)

> A partir de la década de 1840, las facilidades crecientes para viajar alteraron radicalmente el diseño de bolsos y estos aumentaron su tamaño para permitir al viajero llevar consigo alrededor del mundo un número creciente de objetos. Eran unos bolsos más maleables, diseñados para facilitar su manipulación con un alojamiento interior versátil. Desde entonces, el bolso con fuelle se ha convertido en un modelo muy popular, por su flexibilidad y su morfología expandible hace que se adapte de manera óptima al estilo de vida de una mujer moderna. La forma de este bolso está definida por el corte de las piezas, del escudete y de la base. (pág. 191)

De acuerdo a lo mencionado por el autor, este tipo de bolso surge por la necesidad de los viajeros que querían transportar una variedad de artículos de uso personal, el producto ofrece características flexibles, y es adaptable a cualquier tipo de entorno.

Imagen: 12 El bolso con fuelle
Fuente: (Lau J, 2013)

La cartera

Considerando como uno de los primeros modelos de bolso, un bolso básico, evolucionó a partir de la limosnera, que era una sencilla bolsa utilizada a modo de bolsillo durante los siglos XVIII y XIX. Se realizaba en seda y, a menudo, con malla, abalorios y brocados; presentan un cordón alrededor del cuello que, al ser tensado, cerraba la limosnera y protegía su contenido. En las versiones más básicas de cartera, las piezas laterales se cosen entre sí por el revés y de esta forma quedan ocultas del derecho. Al tratarse del tipo de bolso más versátil, puede llevarse con una correa, corta o larga, o bien con un asa. (Lau J, 2013, pág. 191)

Imagen: 13 La cartera
Fuente: (Lau J, 2013)

El modelo de la cartera, está basado en las limosneras que se utilizaban en el pasado, la idea principal de este artículo es salvaguardar los accesorios que contenga mediante un seguro que tiene en la parte superior.

2.4 Tungurahua

La provincia de Tungurahua por su diversidad cultural, étnica y su ubicación geográfica estratégica, la hace interesante investigarla, obtener saberes ancestrales de sus pueblos indígenas que se plasmaran en la colección a desarrollar en los próximos capítulos.

2.5 Pueblos indígenas de Tungurahua.

Tabla 3:
Pueblos indígenas de Tungurahua

PUEBLO	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	VESTIMENTA
Pueblo Tomabela	Ubicado al sur-este de la ciudad de Ambato.	Son una cultura que ha adoptado costumbres milenarias, que mantienen una relación entre el hombre la mujer y la naturaleza como algo sumamente sagrado. Los idiomas que hablan son el kichwa y el castellano como segunda lengua. Su principal ocupación es la ganadería y la agricultura.	Diseñan artesanías como sombreros de paja toquilla, ponchos y bayetas de lana, que son también una parte importante de su economía.
Pueblo Chibuleo	Ubicado en el cantón Ambato, parroquia Juan Benigno Vela Km 12 vía Ambato - Guaranda.	Su economía está basada en la agricultura, seguido por la ganadería vacuna y caballar, además de la elaboración de artesanías para la comercialización nacional e internacional. Entre sus fiestas más significativas encontramos el Inti Raymi o Fiesta del Sol	Los varones por los ponchos de color rojo y sombreros, camisa y pantalón de color blanco y en las mujeres por los anacos de color negro, sombrero blanco, camisa bordado con flores de todos los colores.
Pueblo Quisapincha	Ubicados en la parroquia de Quisapincha en la ciudad de Ambato.	Está comunidad cuenta con alrededor de 13.000 habitantes, en su gran mayoría dedicados a la confección de prendas y artículos de cuero. Los idiomas que manejan son el kichwa y el castellano.	Los hombres usan poncho rojo con franjas negras y las mujeres blusas bordadas.
Pueblo Salasaka	Ubicados en cantón San Pedro de Pelileo	Es el grupo étnico de la provincia más representativo, ya que ocupa una amplia cantidad de tierras ubicadas al cantón Pelileo. La agricultura, ganadería y artesanías son su principal fuente de sustento, siendo los tapices una de sus mayores obras artesanales ya que están elaborados a base de tejidos manuales en telares de tecnología muy antigua.	Se distinguen tres tipos de indumentaria: de diario, de ceremonias rituales y la vestimenta festiva.

De todos los pueblos indígenas de la provincia de Tungurahua se ha seleccionado al pueblo indígena Chibuleo, debido a su identidad y riqueza cultural, la cual podemos observar principalmente en su indumentaria, la indumentaria del pueblo Chibuleo ha ido cambiando a lo largo de su historia, sin embargo, no ha perdido su identidad cultural ya que de una u otra manera en esta se encuentran presente, sus valores, habilidades y destrezas las cuales podemos apreciar en sus bordados, así como su estatus social el cual se representa en la disposición de los elementos, como; en la cantidad de ponchos o collares que utilizan. También se puede resaltar que la indumentaria del pueblo Chibuleo varia, para sus festividades o eventos sociales como para el matrimonio.

2.6 Los Chibuleo

Chibuleo es un pueblo indígena que se encuentra ubicado en la sierra central del Ecuador. Su idioma oficial es el Kichwa, mantienen su vestimenta, fiestas y tradiciones, así como el uso de instrumentos musicales propios como el pingullo, rondador, huanca, bocina. Los conocimientos se transmiten en forma oral y práctica (Nazario J, 2008).

Algunas hipótesis sobre el término Chibuleo

La palabra Chibuleo proviene de dos raíces lingüísticas: Chibu y Leo

Chibu:

> Chibu un pequeño arbusto vegetal llamado Chibu Yura en cuyos bordes de las hojas tienen espinas, el tronco y el tallo son de color amarillo, ocupaban para poner el maitu que es un instrumento que se utiliza para hilar la lana; las ramas en cambio, sirven para hacer quinchas que es una cubierta ceremonial en donde reposan los novios y familiares en la celebración del matrimonio.
>
> Chivo un animal de especie caprina pue poblaba dentro del monte Chibu Yura, los cuales se alimentaban de sus vegetaciones antes de ser ocupadas por los primeros habitantes.

Leo:

> Proviene de Panzaleos o Panzaleos, habitantes de las parcialidades de Cotopaxi y Tungurahua, de las que quedaron algunos leos en la provincia de Tungurahua como: Pelileo, Tisaleo, Mulanleo, Punguleo y Putugleo; o
>
> Dicen que alguna vez pasaba un león por dentro del monte Chibu, atraído por cerros y relámpagos que cruzaban de un cerro a otro, cuando se producían las fases de la luna. Estos hechos motivaron para que ratifiquen definitivamente su nombre. (Nazario J, 2008, pág. 140)

En conclusión; su nombre se deriva de: Leo de Líu, el nombre de esta comunidad está estrechamente relacionada con creencias que mantienen desde los primeros habitantes que formaron parte de este grupo indígena.

Imagen: 14 Leo de Líu
Fuente: (Nazario J, 2008)

Características de la identidad cultural

La identidad cultural del pueblo Chibuleo se manifiesta o se identifica en la indumentaria, idioma y las formas de vida.

Según Nazario J, (2008)

> Ancestralmente los indígenas de Chibuleo elaboraban sus trajes típicos en la misma comunidad, demostrando su creatividad y habilidad en la confección y grabación de las figuras simbólicas combinada con diferentes colores naturales, originariamente su lengua materna es kichwa, la familia es una estructura social muy definida basados en la relación de parentesco y una tradición cultural compartida, la comunidad tiene principios de solidaridad, equidad, reciprocidad y transparencia en los aspectos de disciplina, respeto y liderazgo.

> Otro de los principios filosóficos es la cosmovisión, basada en la relación armónica entre el universo, la tierra y el hombre (Pachamama, allpamama, runa), y la división binaria de oposiciones (tierra-cielo, alto-bajo, frio-caliente, hombre-mujer, etc.). (pág. 140)

Elementos de la identidad cultural

La indumentaria del hombre

Uno de los aspectos culturales muy fundamentales, es el de mantener su indumentaria, obviamente sujetos a un proceso de cambio forzado por las influencias externas, pero la resistencia cultural es eminentemente estructurada dentro de la filosofía indígena.

De acuerdo a Nazario J, (2008), la indumentaria ancestral y contemporánea está conformada de la siguiente manera:

> Pantalón blanco de tela chillo sujetado con una cinta ancha y larga de color negro o blanco ceñidor, el pantalón tenía una basta de 40cm de ancho a cada lado con bordado de hilo blanco en el filo y se denominaba espiga o vainilla.
>
> Camisa blanca del mismo material (chillo con un símbolo a la altura del pecho (planta natural a colores), sobre este traje se utilizaba la cushma de color blanco, con el pasar de los tiempos este traje se modernizo al confeccionar las mangas o maki cara hecho de cuero de borrego para cubrir el brazo, el antebrazo y la mano.
>
> Poncho llamado jerga de color blanco de trenza con rayas negras y vestía otro poncho de color musgo o puzo (gris) tejido por los mismos habitantes, el hilo paradero era negro y el mini (hilo horizontal) era blanco esos ponchos después de haber tejido se cose y se batana (proceso manual de acabado) ¿Cómo se batana? Se hierve el agua en una paila entonces se friega bastante el poncho hasta tres horas continuamente poniendo agua hirviente y queda como planchado, están piezas tenían a cada lado de los hombros los shuyus (líneas negras y blancas).
>
> El sombrero de copa redondo, falda alentando de pura lana de borrego, a los lados adornado con cinta blanca, con botones a los costados y en la corona; era para el vestido diario. (pág. 140)

En las fiestas y matrimonios los habitantes se vestían de la misma forma, pero con la diferencia, de usar dos ponchos, uno era azul mezclado con blanco hecho de hilo, llamado poncho pastuzu de color morado, pero debajo del poncho azul y envuelto en el cuello un rebozo de color azul de lana de castilla.

En la modernidad el uso del poncho rojo se combina: camisa blanca, pantalón blanco, zapatos cafés o concho y vino, sombrero blanco (cosmológicamente es la corona que atrae la energía positiva, el blanco de la pureza, el rojo de la rebeldía contra la injusticia) se conjugan como elementos de identidad de nuestro pueblo.

Imagen: 15 La indumentaria del hombre
Fuente: (Nazario J, 2008)

La indumentaria de la mujer.

Básicamente consiste en un anaco de color negro-café, de lana de borrego negro llamado jergueta (representación de la madre tierra) sujetada con el chumpi o faja de algodón ceñida a la cintura de color blanco combinada con varios colores y figuras (cada uno de esos elementos tenía un significado). Los anacos tienen tablones en todo el contorno de la cintura, como signo de riqueza; la bayeta (tupullina), a la espalda siempre lleva una shigra de cabuya hechas por las mismas mujeres chibuleñas.

> En su estética llevan los cabellos con pastillas caídas en las mejillas llamado marga accha usan orejeras de corales más o menos de dos cuartas, en la punta colocada la jiga confeccionada de la moneda antigua (medios o calé) parecidos a un pico, el pelo amarrado con cinta pequeña de color azul y blanca, gargantilla de corales de seis a diez sogas, el tupulli y a los dos hombros con un tupu pequeño, reboso color azul marino de lana de borrego, cobijada de dos a tres, siempre cogidos con tupus, el anaco de color café de lana de borrego negro llamado jergueta.

> Con el transcurso del tiempo se va dando un proceso de cambio, tanto en los varones como también en las mujeres. En el caso de las mujeres, la camisa con los bordados en los hombros y cuello con hilos de colores, su relación cosmológica es con la madre naturaleza, que la misma es conservada sagradamente hasta la actualidad. Además sus tradiciones eran muy relevantes en las fiestas, se vestían con dos o tres anacos, de color azul marino de lana de borrego, batanados, camisa de chillo riobambeño con mangas cortas y filos bordados, bayetas de castilla de color azul marino sobre una lista de rayas rosadas o verdes, tejidos en la comunidad, prendidas con dos tupus de plata, en los dedos anulares con anillos de plata, esto significa la abundancia, rebozo(prenda de vestir que cubre la parte superior del cuerpo) con tupo, washkas(collares) de color rojo, el número de vueltas dependía de la capacidad económica de la familia, es decir, cuantas más vueltas tenia, era signo de riqueza material: orejeras (aretes) de coral (mullu espóndilus, de uso ceremonial), en la punta de una jiga; el largo representa la posición económica de la mujer. (Nazario J, 2008, pág. 31)

La vestimenta de las mujeres de la comuna de Chibuleo está representada por los aretes y collares de colores llamativos que usa cada una, la blusa que utiizan es con bordados en el cuello, con hilos de colores, de igual manera los anacos que utilizan son elaborados con lana de borrego.

Imagen: 16 La indumentaria de la mujer.
Fuente: (Nazario J, 2008)

Trajes matrimoniales

Trajes matrimoniales de los Llactayucs

> El vestido del novio y del padrino antiguamente fue de un pantalón negro abierto la bata por dentro, un pantalón blanco sobresalido para, alpargatas de cabuya, poncho de castilla de color rosado, por dentro puesto una cushma de color negro y blanco, puesto sombrero de paja toquilla. La vestimenta de la novia y de la madrina era anaco de follera de colores, envuelto la macana de color tomate y blanco, sobre

> puesto de un “reboso” de castilla de color rosado, cargado el rosario, zarcillos de plata, sombrero de chocolate envuelto con cintas de colores, y descalzos. (Nazario J, 2008, pág. 50)

Cada una de las culturas mantiene sus propias tradiciones, en el caso de los Chibuleos no existe excepción alguna, desde sus inicios hasta la actualidad, mantienen sus vestimentas especiales para cada uno de los personajes, para la novia, el novio y los padrinos.

Trajes matrimoniales de los Tomabelas

Según Nazario J, (2008)

> El novio y el padrino usaban pantalón blanco de camisa blanca, alpargatas de cabuya, poncho de color pastuzo de color azul y morado, por dentro cushma de color negro con filos blancos, cargado el rosario, con pañuelo rosado en el cuello, sombrero blanco de lana de borrego.
>
> La novia y la madrina utilizaban anaco prensado de color azul, faja de color rosado con lindas figuras (animales y flores), cobijado con “reboso” de castilla de color rosado igual por dentro envuelto de una macana de color amarillo con rayas blancas y negras, camisa blanca bordado con lindos colores con sombrero blanco de lana, orejeras de corales. (pág. 50)

Los trajes matrimoniales utilizados en la cultura de esta comunidad tienen sus rasgos distintivos, tanto para el hombre como para la mujer, se implementó en el pasado y se ha mantenido hasta la actualidad.

Trajes matrimoniales contemporáneos

En la actualidad utilizan la ropa diaria (parada) aún mantienen el uso del rosario.

> Con el transcurso del tiempo se va dando un proceso de cambio, tanto en los varones como las mujeres. El uso del sombrero blanco es igual, la diferencia viene en el uso de la camisa con los bordados en los hombres y cuello con hilos a colores, bayeta o rebozo de color azul o negro prendida con un “tupo”, anaco de lanilla del mismo color sujetadas con una faja a colores, washkas de corales (collares) de color rojo en el cuello, orejeras (aretes) de coral, en la punta con una “jiga”; el uso de estas joyas depende de la posición económica, calzado de cuero. (Nazario J, 2008, pág. 51)

En caso de los varones se identifica con el poncho rojo con dos franjas a colores a cada lado camisa y pantalón blanco, calzado de cuero combinado con el traje.

El idioma

La lengua materna de esta comunidad es el kichwa, conservada y practicada en todo el territorio Chibuleo, así como también en las otras etnias de las regiones interandinas y amazónicas. Como segunda lengua de comunicación con los otros grupos sociales blanco-mestiza es el castellano.

Mitos religiosos.

Nuestros antepasados, además de la religión católica creían en la naturaleza, en el tiempo, en el espacio, en un Dios invisible, pero visible en la naturaleza, en el padre sol, en la madre luna que señala la noche y el tiempo de siembra.

Según Nazario J, (2008)

> Creían en la mama Tungurahua y el taita Chimborazo para que la nieve ampare el calor del rayo solar y brinde la frescura tanto para la humanidad, los animales, las plantas; por tales beneficios que recibían festejaban la fiesta del Inti Raymi, en símbolo de agradecimiento a la madre naturaleza, rasgos culturales que vienen conservándose hasta la actualidad por todos los pueblos indígenas de nuestro país. Esta solemnidad en la antigüedad en una población llamada Jambatiu o Jambatu, hoy Ambato, punto de Inga Urco, sitio sagrado de los ayllus. (pág. 34)

La Comunidad es creyente y agradecida con la naturaleza, porque le provee de recursos para su alimentación y supervivencia, por tal motivo celebran en una determinada fecha del año todo lo recibido, una tradición que desde sus antepasados las conservan hasta la actualidad.

Shigras

> El proceso para la elaboración de las shigras involucra derivados naturales. La materia prima se obtiene de las hojas maduras de la cabuya (penco o agave). Estas son divididas en hebras largas y remojadas durante 15 días, para eliminar los residuos de pulpa. Una vez que se ha hilado, se da color con tintes de origen vegetal o con anilina. En este punto, el material está listo para tejerse con aguja. Se empieza con una base de forma ovalada y se continúa hacia arriba. Con diferentes colores crean figuras geométricas, o alternan colores contrastantes para crear figuras en zigzag. La mayoría de artesanos que se dedica a esta labor son mujeres, que tejen diseños abstractos basados en la naturaleza que las rodea.

> La shigra fue un objeto muy usado por las mujeres indígenas de la Sierra; como bolso personal, para llevar el 'cucayo', recoger capulí y conservar las semillas de maíz, fréjol y otros. (Alvarado A, 2016, pág. 1)

Las shigras son bolsas elaboradas con cabuya y lana de borrego, derrochan color y creatividad de los artistas, generalmente son elaboras en las comunas de Cotopaxi, Tungurahua, y Chimborazo, antiguamente el número de unidades producidas era elevado en relación al número de shigras producidas hoy en día.

Sus bordados

Una de las prendas fundamentales de la indumentaria del pueblo indígena Chibuleo es la blusa, utilizada por las mujeres. Esta blusa resalta principalmente por sus bordados.

> Los bordados son elaborados por las mismas mujeres de este pueblo, esta es una costumbre de varias épocas, el costo de una pechera bordada puede ir desde los $35 en adelante dependiendo el bordado.
>
> La técnica consiste en ornamentar una tela con otras hebras textiles de varios colores y cuya anchura puede oscilar entre los 10 y 15 cm., empleando puntadas como la de cordón, punto de bordado paleutrina o mallorquín.
>
> Las formas que aplican son motivos representativos de su entorno las cuales dibujan sobre una superficie textil, tales como flores y zarcillos del zambo, hojas verdes propias de sus paisajes, animales de granja (gallos, pollos y pájaros) u otros elementos más simples como estrellas y corazones; estos a manera de repetición y reflexión, hasta cubrir el área; posteriormente, con la ayuda de agujas e hilos de colores, se ejecutan puntadas minuciosas para dar forma y color al esbozo.
>
> La blusa constituye para la mujer un referente de su identidad que permite reconocerla y definirla como parte del grupo; las combinaciones de representaciones y colores ejecutadas en sus bordados, muestran ciertos códigos visuales repetitivos, que emiten significados de pertenencia, manteniendo valores funcionales, simbólicos y emotivos, que son reconocidos socialmente en diferentes contextos. (Nazario J, 2008, pág. 140)

Los códigos empleados por las mujeres chibuleñas en sus bordados, son una manifestación de las experiencias en su diario vivir, identificando una iconografía que resalta por sus características fitomorfas y zoomorfas; mismas que son trabajadas en la mayoría de los casos con simetrías unidireccionales y bidireccionales, sin importar la forma del cuello. La ejecución de la técnica necesita de destreza y creatividad por parte de la artesana, quien define la composición formal y cromática a aplicar.

Según, Tirado D et al, (2016), el Ecuador es considerado como una de los países más diversos del mundo, tiene una variedad de plantas y animales. Por la naturaleza de su formación tiene arraigado una variedad de culturas. Es así como se toma por referencia al pueblo Chibuleo, este estuvo poblado por dos grupos, los Hambatus y los Mochas. Actualmente la población se encuentra ubicada al suroeste del cantón Ambato, de la provincia de Tungurahua, parroquia Juan Benigno Vela, a 16 km vía a Guaranda.

Los rasgos de identidad de este pueblo están marcados por la indumentaria, idioma y formas de vida. Sus principios filosóficos se fundamentan en relación armónica del cosmos; universo, tierra y hombre. Los trajes han sido elaborados desde la antigüedad, siendo una muestra de la creatividad y habilidad de confección y grabación de figuras simbólicas con diferentes colores naturales.

La indumentaria femenina consiste en un anaco, de lana de borrego de color negro, sujetada a la cintura por le chumpi o faja de color blanco combinado con figuras de varios colore; la blusa con bordados en el cuello con hilos de varios colores. Sobre sus hombros, la bayeta, el tupulli y el reboso de color azul marino, siempre prendidos con tupus de plata.

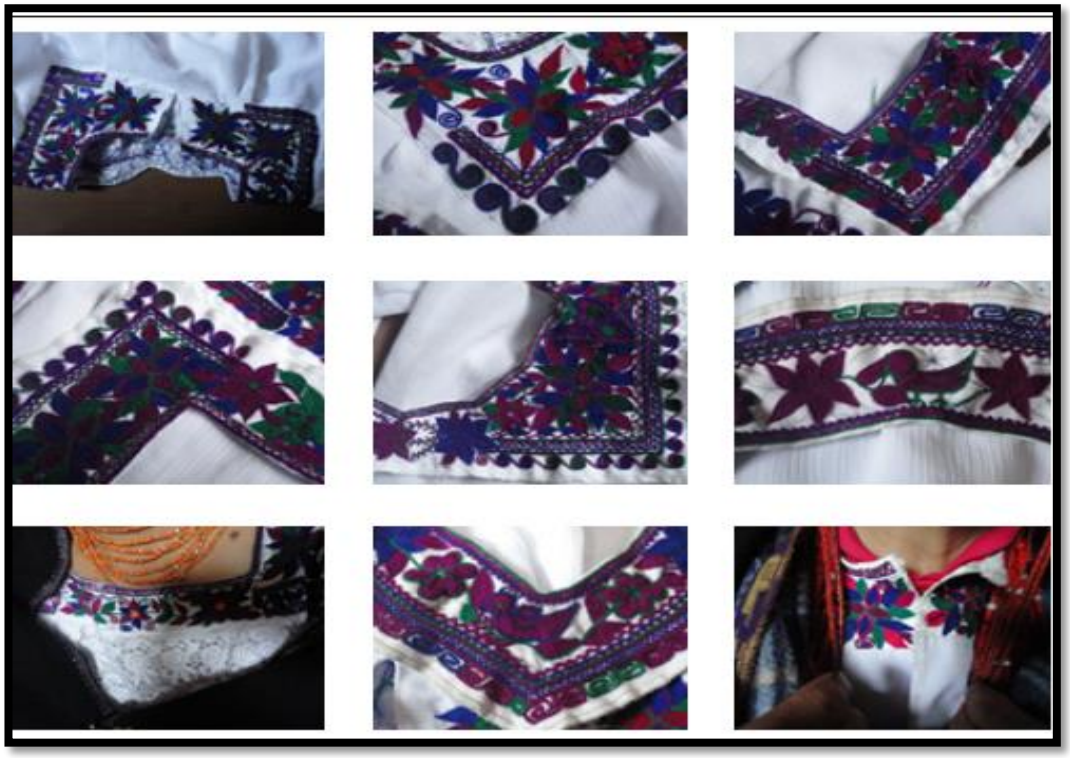


Imagen: 17 Bordados de blusa femenina
Fuente: (Tirado D et al, 2016)

Estas prendas han sido utilizadas en diferentes ocasiones, como vestimenta de diario, para trabajar, o para grandes eventos, constituyendo una expresión de la identidad sociocultural y que también aporta a la economía familiar, a través de la venta de las prendas.

El proceso de bordado inicia con la adquisición de la tela, hilos, y otros materiales en las ciudades cercanas de Ambato o Riobamba, luego dibujan figuras representativas como flores, y zarcillos de zambo, hojas verdes propias de su paisaje, animales de granja u otros elementos simples como estrellas o corazones.

Para la mujer la blusa representa el referente de su identidad que la define como parte del grupo. Los símbolos expresados en su vestimenta son la manifestación de las experiencias en su habitad y diario vivir.

Imagen: 18 Diseño de bordados
Fuente: (Tirado D et al, 2016)

Hoy en día esta actividad está en riesgo de desaparecer, debido al uso de equipos industriales que producen lo mismo a un bajo costo y en un menor tiempo de producción.

Algunos de los elementos fundamentales del fortalecimiento de la memoria histórica y cultural es la riqueza simbólica de los compendios culturales, espirituales y artísticos que aún conservan.

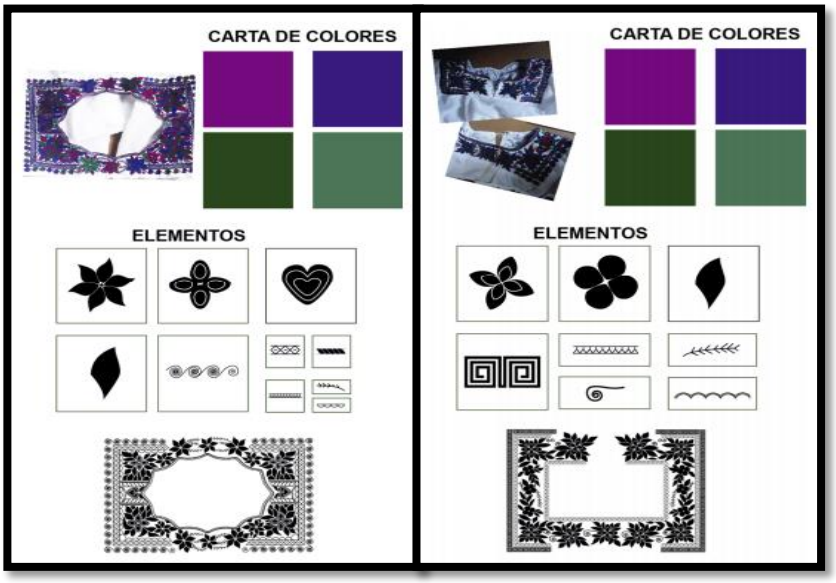


Imagen: 19 Iconografía de bordado
Fuente: (Tirado D et al, 2016)

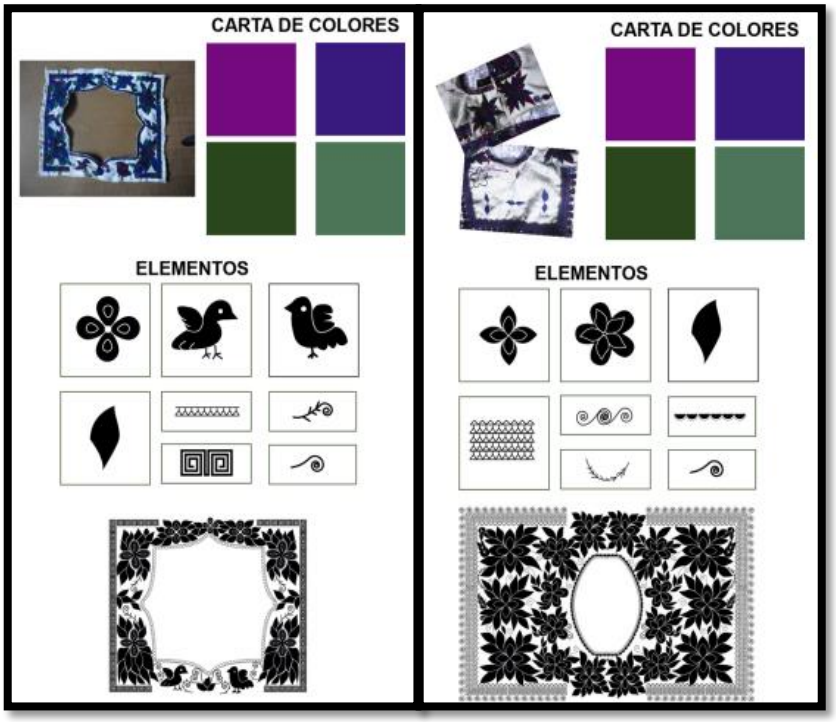


Imagen: 20 Iconografía de bordado
Fuente: (Tirado D et al, 2016)

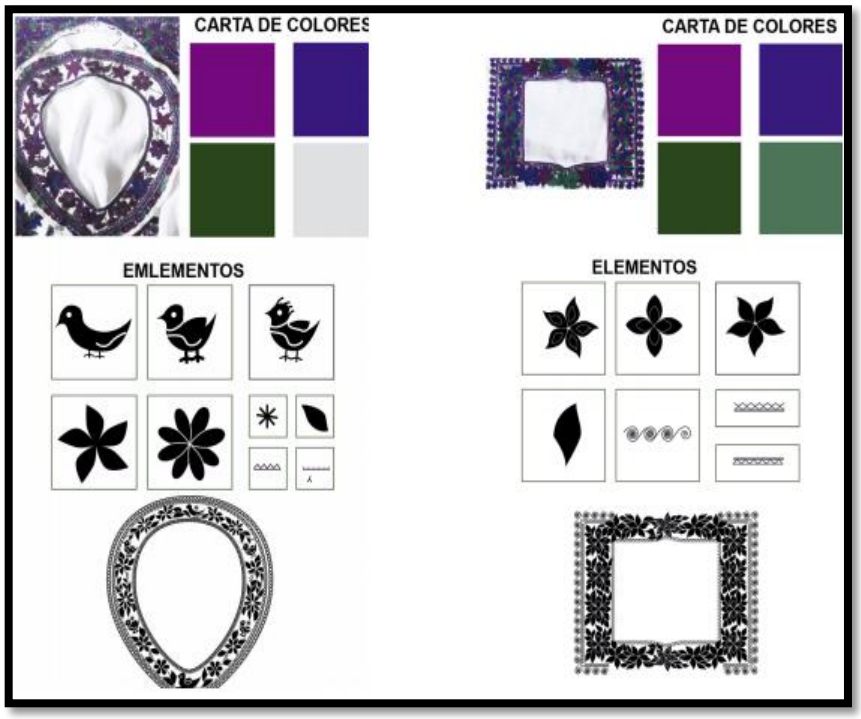


Imagen: 21 Iconografía de bordado
Fuente: (Tirado D et al, 2016)

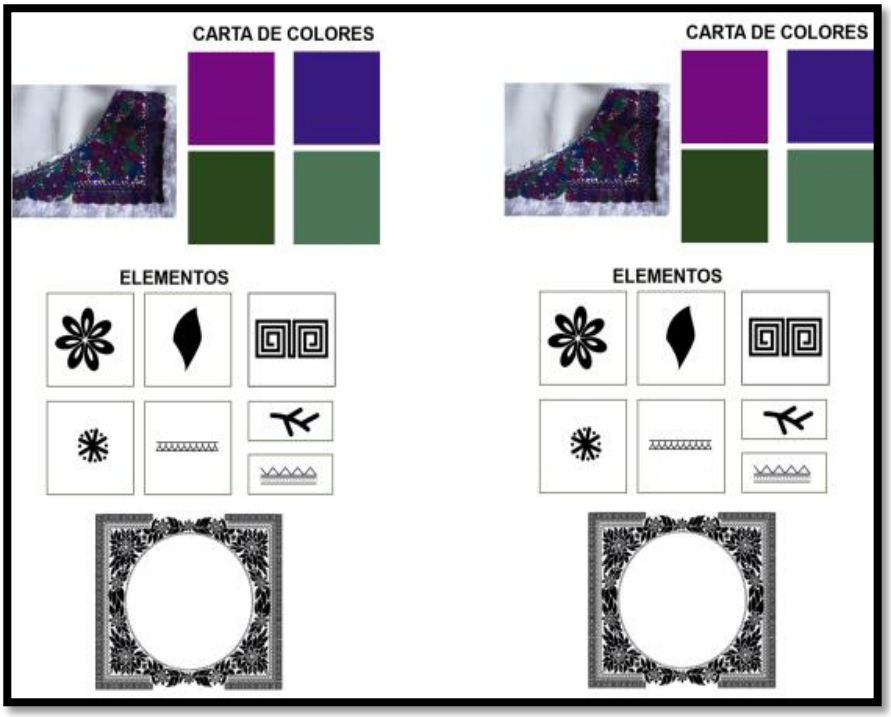


Imagen: 22 Iconografía de bordado
Fuente: (Tirado D et al, 2016)

La industria textil ha ido reemplazando a los artesanos, modificando la economía, relaciones sociales, la política y la cultura de las comunidades. El proceso de industrialización y diseño conlleva un alto grado de creatividad de modo controlado y dirigido, el mismo que debe ser enfocado hacia la producción de forma práctica y viable.

Fibra

De acuerdo a Jenkyn S, (2013).

> La fibra o hilo es la materia prima con la que está hecho el tejido. Hay tres categorías principales de fibras: animal (pelo), vegetal (fibra celulosa) y mineral (sintética). Hoy en día, hay muchas mezclas sofisticadas y versiones de fibras de fabricación. La longitud de fibra, el modo de hilarla y su diámetro determinan las características de la tela. Las mezclas con poliéster se secan con más rapidez y se pueden planchar muy bien.
>
> Las características de una fibra, su peso, su calidez, su aspecto y su forma de comportarse, determinan las cualidades y objetivos para los cuales se elaboran y emplean los tejidos. (pág. 272)

Se puede observar que la fibra es uno de los componentes esenciales en los tejidos, estos provienen de diferentes fuentes como de los animales, de las plantas y otros elaborados mediante un proceso establecido.

Tipos de fibra.

Tabla 4:

Tipo de Fibra

FIBRA	LINO
Acetato. **Sintético elaborado con pulpa de celulosa y ácido acético y extruido como fibra de rayón de acetato. Se comercializo como seda artificial por primera vez en 1921. (pág. 140)**	**Lino.** Fibra duradera, fresca y absorbente que se produce de los tallos de la planta de lino. (pág. 140)
Acrílica. **Una versión sintética de la lana elaborada de gas y aire desarrollada por DuPont en la década de 1940. Fibra ligera, barata y de fácil cuidado. (pág. 140)**	**Lurex.** Fibra metálica, brillante, lisa en el corte transversal, para telas de noche. (pág. 140)
Algodón**. Fibra de la cabeza de la planta de algodón. Cultivo barato con amplia distribución y muchas variedades. Versátil, suave, fácil de teñir y cuidar. (pág. 140)**	**Marga.** Un doble hilo elaborado de dos hebras enrolladas de distintos colores. (pág. 140)
Alpaca**. Pelo suave y fino de las cabras. (pág. 140)**	**Melange.** Fibra impresa o pintada con spray en distintos colores y transformada en tela. (pág. 140)
Angora. Pelo fino y ligero peinado del conejo de angora. (pág. 140)	**Merina.** La oveja merina (originaria de España) produce la lana de la mejor calidad. (pág. 141)
Cachemira. **Pelo de la capa más suave y fina de cabra asiática joven. Para telas lujosas. (pág. 140)**	**Microfibra.** Fibra de nailon girada a un denier muy fino y texturizado con un tratamiento suave. (pág. 141)
Camélido**. El camello se despoja del pelo, esta fibra es lujosa y duradera, pesada y calidad. (pág. 140)**	**Mineral.** Fibras de asbesto, carbón, cristal y metal que se pueden fabricar y se utilizan en tejidos para el hogar y arquitectura. (pág. 141)
Cáñamo. **Fibra del cáñamo. Fuerte y flexible para bolsas y esteras. (pág. 140)**	**Mohair.** Pelo resistente largo y brillante de la cabra de angora. Tejidos de punto y trajes lujosas. (pág. 141)
Celulósica. **Fibra u hoja a partir de una fibra vegetal o extrusión de pulpa de madera. (pág. 140)**	**Nailon.** La primera fibra completamente sintética. Inventada en 1934 y desarrollada y comercializada por DuPont como Nylon, Bri-Nylon y Celon. Fuerte y versátil. (pág. 141)
Crepe**. Las fibras se pueden retorcer en "S" o "Z". el giro en "Z" da un salto vivo. (pág. 140)**	**Poliamida.** El nailon es solo una forma de poliamida; un tipo de fibra suave, fuerte y elástico. Se utilizan muchas versiones de lencería y medias. (pág. 141)
Cuentas. **El hilo se mide por cuentas: estambres, de lana y sistemas métricos. (pág. 140)**	**Poliéster.** Fibra sintética petroquímica barata y de fácil cuidado; fue desarrollada por ICI y DuPont en 1941 y vendida como Terylene, Dracon y Crimplene, reciclable de cartones de plástico como borreguillo sintético. Se suele combinar con otras fibras. (pág. 141)
Elastómero. **Hilo que suele derivarse del poliuretano; gran elasticidad y capacidad de recuperación. (pág. 140)**	**PVC** Cloruro de polivinilo, un plástico que se suele utilizar como revestimiento impermeable. (pág. 141)
Fieltro. **Hilo denso o fibra que se enmaraña y apelmaza durante el proceso o el uso. (pág. 140)**	**Seda.** Hilo fino, fuerte y brillante, retorcido como un filamento continúo por la larva del gusano de seda. Se utiliza para los tejidos más lujosos y caros. (pág. 141)
Flame. **Largas hebras de fibra elaborada añadidas al hilo para darle un efecto espectacular. (pág. 140)**	**Spandex** Hilo sintético polímero parecido a la goma; cualidades elásticas. (pág. 141)
Gauge. **Término usado para describir el espacio de las agujas en la tricotadora y la hebra resultante, por ejemplo, 10 egg indica diez agujas por pulgada. (pág. 140)**	**Tencel** Una fibra artificial verde más fuerte que el algodón, con una caída parecida a la seda. (pág. 141)
Geelong. **Pedazos de pelo superfinos de corderos merinos de menos de ocho meses. (pág. 40)**	**Vicuña** Pelo fino y resistente de la llama vicuña, protegida en Sudamérica. (pág. 141)
Jersey. **Material tejido a máquina. Liso, tubular, sencillo o doble. (pág. 140)**	**Viscosa** Fibra multiusos semisintética brillante creada a partir de la pulpa de madera y soda. (pág. 141)
Lana de cordero. **Hilo y tejidos con un contenido 100% virgen de cordero, al menos un tercio de la cual procede del vellón de corderos que aún no han sido destetados. (pág. 140)**	**Woollen** Hilos gruesos suaves y amplios hechos con fibras cortas de lana hilada no paralelas. (pág. 141)
Lana fría. **Hilo en estambres para paños para trajes de caballero. Lavado en seco, ligero para el verano. (pág. 140)**	**Worsted** Hebras suaves y residentes hiladas a partir de fibras de lana peinada paralelas más largas. (pág. 141)
Lana Shetland. **En su origen fue una lana resistente y barata de las islas Shetland; ahora se utiliza como genérico para describir muchas telas tejidas y de punto. (pág. 140)**	**Yarn folds** La utilización de varias hebras denota el tamaño, peso y calidad del hilo, y se utiliza para distinguirlas y comercializadas. (pág. 141)
Licra. **La primera fibra sintética elástica desarrollada y registrada por DuPont. (pág. 140)**	**Yute** Fibra como una hebra que se encuentra en las plantas de aloe. (pág. 141)

Fuente: Diseño de modas

LANA

La lana es una fibra natural que se obtiene de las ovejas y de otros animales mediante el proceso que se llama esquila, se utiliza en la industria textil para confeccionar productos tales como sacos, cobijas, ruanas, tapetes, guantes, calcetines, suéteres, mochilas, entre muchos otros. (Sánchez M, 2012)

Esquila

La obtención de lana o vellón se hace por medio de la esquila, que consiste en retirar o rasurar la lana del animal. (Sánchez M, 2012)

Formas de esquilar

Con tijeras es la forma de hacerlo manualmente utilizando las tijeras adecuadas para ello. Con máquina, se utiliza una máquina de dos hojas, funciona utilizando la fuerza motriz eléctrica. La lana debe ser extraída en una sola pieza, el esquilador debe cortar cerca de la piel para no tener que hacer un segundo corte ya que ello hace muy cortas las fibras, lo que implica que se haga más difícil su manejo al procesarla.

Clasificación de la lana

La clasificación de la lana se hace teniendo en cuenta una serie de características, que dependen tanto de las razas como de las condiciones en que se crie el animal.

Las características más importantes son:

Finura. **"**La finura de lana, es realmente ideal para la elaboración de todo tipo de prendas, presenta características que lo diferencian de otros materiales." (pág. 38)

Longitud. **"**Por el tamaño de la lana, actúa como aislante del frio y calor." (pág. 38)

Regularidad en el grado de ensortijado y finura. "Por su capacidad aislante protege contra los cambios bruscos de temperatura." (pág. 39)

Uniformidad, resistencia y alargamiento. “La lana es extremadamente durable, resistente a la fricción y mantiene una buena apariencia durante mucho tiempo.” (pág. 39)

Elasticidad. “La lana es naturalmente elástica. Puede ser retorcida y estirada y regresar a su forma normal más que cualquier otra fibra, en ambientes húmedos hasta un 70% y en ambientes secos hasta un 30%. “ (pág. 40)

Flexibilidad. “Puede fabricarse con distintos tipos de lana tanto telas como géneros de punto, alfombras o fieltros, lo que hace que sea una materia prima muy versátil.” (pág. 40)

Color. “La lana como materia prima textil debe ser blanca. La presencia de libros coloreados se considera un defecto serio, que se castiga en el precio, por lo tanto es apta para ser teñida con facilidad, por una amplia gama de colores.” (pág. 40)

Brillo. Rendimiento Las prendas elaboradas con lana otorgan prestancia y distinción a quien las usa. (De Gea S, 2007, pág. 40)

Propiedades de la lana

Propiedades físicas de la lana

Resistencia: es la propiedad que le permite a la lana estirarse en gran proporción, antes de romperse. Esto es muy importante, desde el punto de vista textil, dados que procesos de industrialización tales como cardado, peinado e hilado, someten a considerables tensiones a las fibras de lana, que deben poseer extensibilidad suficiente para conservarse íntegras a través de los mencionados procesos.

Elasticidad: esta propiedad se refiere al hecho que la lana regresa a su largo natural, luego de estirarse, dentro de ciertos límites, ya que llega un momento en que, al romperse los enlaces químicos, la lana que no vuelve a su largo original. La elasticidad de la lana es debida a la estructura helicoidal de sus moléculas. Gracias a esta propiedad de recobramiento de la extensión, la lana tiene la habilidad de retener la forma de las vestimentas, y mantener la elasticidad de las alfombras.

Higroscopicidad: todas las fibras naturales absorben la humedad de la atmósfera y, entre ellas, la lana es la que lo realiza en mayor proporción; la lana es higroscópica, es decir que absorbe vapor de agua en una atmósfera húmeda y lo pierde en una seca. La fibra de lana es capaz de absorber hasta un 50% de su peso en escurrimiento.

Flexibilidad: es la propiedad de las fibras de lana, por lo cual se pueden doblar con facilidad, sin quebrarse o romperse. Esta propiedad es de gran importancia para la industria, tanto en el hilado como en el tejido para lograr tejidos resistentes. (Hurtado M, 2014, pág. 1)

De acuerdo a lo mencionado a la autora en el párrafo anterior, las propiedades de la lana son básicamente, la resistencia, la elasticidad, la higroscopicidad y la flexibilidad, condiciones que garantizan la calidad de los productos que son elaborados utilizando este material.

Propiedades químicas de la lana

Efecto de los álcalis: la proteína de la lana, que recibe el nombre de queratina, es particularmente susceptible al daño de álcalis. Por ejemplo, soluciones de hidróxido de sodio al 5%, a temperatura ambiente, disuelven la fibra de lana.

Efecto de los ácidos: la lana es resistente a la acción de los ácidos suaves o diluidos, pero en cambio los ácidos minerales concentrados, como, por ejemplo, el sulfúrico y el nítrico provocan desdoblamiento y descomposición de la fibra. Sin embargo, soluciones diluidas de ácido sulfúrico son usados durante el proceso industrial de la lana, para carbonizar la materia vegetal adherida a las fibras.

Efecto de los solventes orgánicos: la mayoría de los solventes orgánicos usados comúnmente para limpiar y quitar manchas de los tejidos de lana, son seguros, en el sentido que no dañan las fibras de lana. (Palermo , 2000, pág. 1)

La lana presenta un conjunto de propiedades que la hacen resistente a algunos fenómenos que ocurren en el entorno, los productos químicos utilizados para la limpieza no dañan las prendas, por esta razón se puede diseñar y utilizar los materiales en diferentes líneas de vestimenta o accesorios.

Propiedades biológicas de lana

Microorganismos: La lana presenta cierta resistencia a las bacterias y los hongos; sin embargo, estos microorganismos pueden atacar las manchas que aparecen en la lana. Si la lana es almacenada en una atmósfera húmeda, aparecen hongos, que incluso pueden llegar a destruir la fibra. Por otra parte, las bacterias que producen podredumbres pueden destruir la fibra, si la lana permanece mucho tiempo en humedad y polvo.

Insectos: desde el momento que la lana es una proteína, y que por lo tanto puede ser considerada un producto alimenticio modificado, presenta una fuente de alimento para distintos tipos de insectos. Las larvas de la polilla de la ropa y del escarabajo de las alfombras son los predadores más comunes de la lana.

Las lanas más valiosas son las que proceden de ovejas de tres a seis años. Una oveja produce al año de uno a 3 kilos de lana fina o de dos a seis kilos de lana gruesa, según se trate de una raza u otra. Las partes aisladas del vellón muestran grandes diferencias en cuanto a finura y estado de limpieza, según la parte del cuerpo de que procedan. La clasificación del vellón tiene su importancia, si se aspira a lograr cierta uniformidad en el hilado. (Palermo , 2000, pág. 1)

La lana es un material natural que no se daña por las baterías u hongos que en ella residan por corto tiempo, esta situación puede cambiar cuando las condiciones cambien en un periodo prolongado y en ambientes húmedos, de mayor proliferación de microorganismos, la lana más valiosa es la que proviene de las ovejas de 3 a 6 años.

Proceso de elaboración de textiles hechos con lana

Lavado de la lana

Se lava la lana con agua caliente, extrayendo todos los restos orgánicos que se van adhiriendo a ella a lo largo de la vida de la oveja, después se golpea la lana para aflojar las impurezas y luego se enjuaga con agua fría.

Secado de la lana

Se pone a secar la lana ya sea en una superficie plana, colgándola al aire libre o usando máquina secadora centrífuga.

Cardado

Después de lavar la lana comienza el cardado que es el proceso por medio del cual se ordenan las fibras de la lana paralelamente, este proceso permite que las fibras se unan entre sí y mantengan la forma pese al uso y al lavado, se hace mediante máquina cardadora o manualmente peinando repetidamente la lana con cardas o cepillo especial.

Hilado de la lana

Se realiza ya sea con un huso, instrumento tradicional, o una rueca, máquina artesanal, y consiste en torcer las fibras de lana escarmenada hasta obtener un hilo del grosor deseado.

Madeja

Se recoge la lana hilada en vueltas iguales con un aspa para crear una madeja, la que se lava nuevamente con jabón para eliminar todo tipo de residuos que aún estén en ella. Después de este lavado, se utiliza en su color natural o se tiñe con el color deseado.

Teñido de la lana

Se selecciona el producto del que se desea obtener el color para teñir la lana, el cual se hierve en agua y se agrega la lana mojada enmadejada, después de un

período de cocción, se agrega una sustancia que fije el color como sal, vinagre, piedra lumbre o sulfato de cobre.

Tejido de la lana

Una vez se ha realizado todo el proceso de lavado, cardado, hilado y teñido de la lana esta es apta para elaborar los diversos productos que encontramos en el mercado. (Asociación de criadores de ovino Ansotano, 2017)

En el pueblo de Chibuleo se lo realiza de manera manual para evitar o disminuir el sufrimiento del animal, y de igual manera se genera más empleo a los miembros del pueblo, ayudando también a conservar una costumbre ancestral. Para la obtención de la lana como insumo que este apto para entrar en el proceso de fabricación de los diferentes accesorios o artículos de vestimenta, es necesario realizar un adecuado proceso de adaptación de la lana, para que esté en condiciones de uso.

Fibras vegetales.

Las fibras vegetales propiamente dichas se componen de células largas y delgadas de esclerénquima. Estas células tienen la característica de desarrollar una segunda pared vegetal, dentro de la primera, cuando la célula ha completado su crecimiento, con lo que finalmente se conforman paredes celulares mucho más gruesas que en otro tipo de células. Su función es la de dar soporte, dureza y rigidez a los tejidos vegetales. (Macía, 2006, pág. 15)

De acuerdo a lo mencionado por el autor, las fibras que se utilizan de las plantas, están en diferentes partes de los vegetales como las hojas, en los tallos y en las ramas, para que estas fibras estén en condiciones favorables de para su uso, en importante que se sometan a un tratamiento específico, mediante la utilización de elementos químicos.

Cabuya

Agave americana: maguey, sábila. Con la fibra que se extrae de las hojas se elaboran sogas y costales resistentes. La fibra que se extrae de las hojas se emplea para hacer shigras o bolsos, cuerdas para distinto tipo de amarres, especialmente para atar materiales vegetales en la construcción de techos de viviendas, sogas para amarrar vacas, para fabricar costales, lonas, alpargatas. felpudos y alfombras.(Macía, 2006, pág. 15)

De acuerdo a lo mencionado por el autor, la sábila proporciona fibras a través de sus hojas para la elaboración de sogas y costales, dependiendo de la calidad de las hojas de las

cabuyas, servirán de base para la elaboración de shigras o bolsos o en su defecto pueden ser utilizados como cuerdas, por la gran resistencia que poseen.

Cuero: Curtido y acabado de pieles

El curtido es el proceso mediante el cual se convierten los pellejos de animales en cuero, el término cuero designa la cubierta corporal de los grandes animales, mientras que la piel se aplica a la cubierta corporal de los animales pequeños. Los cueros y pieles son parte de subproductos de mataderos, y también pueden proceder de animales fallecidos de muerte natural, cazados o atrapados en cepos.

El proceso de curtido consiste en reforzar la estructura proteica del cuero creando un enlace entre las cadenas de péptidos, el cuero consta de tres capas: epidermis, dermis y capa subcutánea, la dermis comprende aproximadamente un 30% a 35% de proteína, que en su mayor parte es colágeno, siendo el resto agua y grasa,, la dermis las demás capas con medios químicos y mecánicos, en el proceso de curtido se emplean ácidos, álcalis, sales, enzimas, y agentes curtientes para disolver las grasas y las proteínas no fibrosas y para enlazar químicamente las fibras de colágenos entre sí. (pág. 88)

Descripción del proceso del cuero

En referencia a Mc Cann (2001). La producción se puede dividir en tres fases: la primera preparación del cuero para el curtido, que incluye proceso como la eliminación del pelo y la carne adherida, proceso de curtido y proceso de acabado. (pág. 83)

Gráfico: 1 Descripción del proceso del cuero

Gráfico: 2 Curtido vegetal, Curtido al cromo
Fuente: (Mc Cann, 2001, pág. 83)

2.7 Marcas referentes y/o aspiraciones

Tabla 4 :
Referente Las Lolas Handmade

Las Lolas Handmade	
Historia:	Las Lolas Handmade, es un emprendimiento de Mariela Hoyos y Doménica Delfini, el cual inspirada en la forma de trabajo y la importancia del tejido en la vida de las mujeres de Wayú en Colombia, comenzaron a promocionar los productos en Instagram un 13 de noviembre aprovechando las vísperas navideñas.
Estilo:	"Hippie" y "chic"
Valor Agregado:	Trabaja directamente con 15 familias Wayú. Cada bolso está hecho por una mano diferente; mano que se limita a las mujeres de la tribu, pues en el arte wayú, solo ellas tejen. Debido a ello, cada bolso tiene un toque personal.
Mano de Obra:	Las Lolas Handmade se caracteriza por utilizar mano de obra de mujeres indígenas la cuales desarrollan las mochilas y bolsos con paciencia y creatividad.
Comercialización	
Producto:	Mochilas, bolsos, sombreros se trata de productos únicos, puesto que los diseños no se repiten, la producción no es en serie
Precio:	Los precios oscilan entre los 45 y 85 euros en el mercado europeo y entre USD 45 y 95 en Ecuador y América Latina.
Plaza:	Mercado Nacional e internacional
Promoción:	Manejan un modelo de negocios, (B2C) Business to costumers, Promoción en redes sociales. Y un sitio web que habilitó la opción de compra en línea. Esto da como resultado la internacionalización de la marca.

Fuente: (Líderes, 2015, pág. 1)

Tabla 5 :
Referente Johanna Konanz

Johanna Konanz	
Historia:	Johanna Konanz estudio en diseño de zapatos y carteras en la Universidad Polimoda, en Italia. El primer acercamiento con el mercado extranjero fue en el 2012 con el Trunk Show de Henri Bendel, una incubadora de diseñadores de moda en Nueva York. De los 200 aspirantes, se escogen a los más destacados: allí estuvo seleccionada Konanz.
Estilo:	Elegante
Valor Agregado:	La fabricación a mano de bolsos para el mercado de lujo.
Comercialización	
Producto:	Los bolsos de lujo.
Precio:	Los precios oscilan entre USD 40 y 290, según el modelo y el diseño. Su modelo más popular es el bolso Richone.
Plaza:	Mercado Nacional e internacional. Sus ventas en EE.UU. se realizan a través de su página web y los envíos se hacen por DHL. Así también cuenta con una tienda en San Francisco y sus bolsos se exhiben en boutiques en Coral Gables y en 'showrooms' en Nueva York.
Promoción:	Johanna Promociona sus productos principalmente en las redes sociales. En Instagram cuenta con alrededor de 4.500 seguidores y su página e Facebook alcanza los 3.000 likes.

Fuente: (Líderes, 2015, pág. 1)

2.8 Visionario

Tabla 6:
Visionario Alexander McQueen

Alexander McQueen	
Historia:	Lee Alexander McQueen, nació El 17 marzo de 1969 en Londres, siendo el pequeño de seis hermanos. Alexander nació en el seno de una familia de clase trabajadora, su padre, Ron, era un taxista y su madre, Joyce, profesora de ciencias. Alexander siempre se vio atraído por la moda, por ello decidió dejar el colegio cuando tenía 16 años para entrar como aprendiz en la sastrería Anderson & Sheppard, más tarde trabajó en Gieves & Hawkes y para la compañía de vestuario teatral Angels & Bermans. También fue ayudante de los diseñadores Koji Tatsuno y de Romeo Gigli en Milán.
Características en sus pasarelas:	McQueen fue también célebre por la originalidad de sus desfiles en los que aunaba nuevas tecnologías e innovaciones para sorprender a la audiencia. Presentaba contrastes entre fragilidad y fuerza; tradición y modernidad, etc. Era capaz de mezclar conceptos opuestos y presentarlos de una manera extraordinaria.
Estilo:	Extravagante
Premios:	Ganó cuatro veces el prestigioso British Fashion Award (en los años 96, 97, 2001, 2003) siendo uno de los galardonados más jóvenes en recibir este reconocimiento. En 2003 recibió la más alta condecoración inglesa de mano de la reina Isabel II: fue nombrado Comandante de la Orden Británica. Como McQueen, un anarquista antimonárquico

Fuente: (Muñoz M. , 2015)

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo

3.1.1 Análisis PEST

El análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico), se refiere a los factores del entorno general que afectan a las entidades dedicadas al desarrollo de una actividad económica. Este estudio se realiza previo a la elaboración del análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), que presenta la empresa en el marco de la planificación estratégica. (Ayala L, 2015)

3.1.2 Entorno político

Los países más desarrollados concentran el mayor porcentaje de consumo textil, como es el caso de Estados Unidos, Japón y la Unión Europea que abarcan el 40% del consumo mundial de textiles consumo que está ligado a factores como el nivel per cápita, sexo o edad.

Las mujeres de entre los 35 y 45 años de edad que han alcanzado la estabilidad laboral, destinan más dinero a la adquisición de prendas textiles y lencería de hogar. Por otro lado, en los últimos años se observa como tendencia, que los hombres en su mayoría europeos, se han presentado como nuevos actores en el mundo de la moda, dispuestos a descubrir sus nuevas tendencias.

La moda ha ido dinamizándose conjuntamente con el ámbito de percepción de sus consumidores, presentando tendencias que cambian, frecuentemente con colecciones ligadas a la oferta mundial.

Los precios de las prendas de calidad, media son cómodos, permitiendo que mayor cantidad de personas se encuentren más a su alcance, a su vez las prendas de diseñador,

siguen manteniendo su nicho pequeño y específico por ser consideradas de mayor calidad que las otras.

En la actualidad tanto en Europa como en Estados Unidos se ha presentado una nueva tendencia del consumo de productos textiles elaborados con materiales orgánicos bajo el método de comercio justo, tendencia que se ha fortalecido a raíz de las condiciones laborales en las cuales estaban sometidos trabajadores asiáticos de importantes maquilas textileras y de calzado generalmente estadounidense y europeas.

Debido a esta situación se han certificaciones que controlan de mejor manera los derechos que permiten al consumidor conocer la trazabilidad de su prenda. (Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración , 2012)

Bien hecho en Ecuador

Es una organización sin fines de lucro, no gubernamental, ambientalista y apolítica, que mediante su sello reconoce y promociona el excelente trabajo que realizan los ecuatorianos en diferentes áreas productivas. A diferencia de otras marcas de este tipo que tienen un costo excesivo o un propósito comercial oculto, esta marca es completamente gratuita, la cual puede colocarse en cualquier producto, soporte impreso o digital, página web, embalaje, packaging, etc.

Misión: promover el consumo de productos y servicios ecuatorianos de calidad mediante el uso gratuito de su sello y su campaña de concientización.

Visión: es convertirse en el mejor sello país y el más referente en el apoyo a la calidad y el trabajo de los ecuatorianos, y a la vez ser un aliado de las empresas que los respaldan.

Beneficios:

Colocarás el sello cuantas veces quieras en el producto.

Dispondrás de un espacio dedicado a tu empresa o producto en el portal web.

Diseño gratuito de artes digitales para mailing, página web o campaña digital en redes sociales.

Diseño gratuito de 1 arte para afiche, etiqueta, o adhesivo.

50% de descuento para el pautaje en unos de los espacios publicitarios de nuestro portal web (incluye diseño de banner).

Tendrás el soporte de un grupo de profesionales en el área de publicidad y marketing. (Bien Hecho en Ecuador, 2013)

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

El compromiso del Estado promueve políticas que aseguran las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.

La construcción simbólica requiere espacios de diálogo social que promuevan la valoración del patrimonio colectivo, nacional y universal y que promuevan un uso activo de ese patrimonio; es decir, una apropiación creativa y crítica del patrimonio es la fuente de la producción de nuevos contenidos simbólicos. Esto supone garantías para la apropiación y circulación de la memoria y el patrimonio, pero también mecanismos de apoyo y fomento a la interpretación creativa de aquellos.

Así como la política patrimonial, la gestión pública para el fomento de la creación y las artes como materialización de las expresiones propias y como construcción de las nuevas memorias sociales, ha logrado importantes avances, pero todavía encuentra limitaciones. (Senplades, 2009)

3.1.3 Entorno económico

En el país podemos encontrar varias entidades, tanto estatales como privadas, que ayudan económicamente principalmente a los jóvenes emprendedores, así como, proyectos que promueven los productos hechos en el Ecuador.

Existen organizaciones dedicadas al fortalecimiento de los proyectos de emprendimiento, aplicando técnicas muy comunes y actualizadas en el ámbito de los negocios, como por ejemplo diseño de páginas web, marcas para los artículos, entre otros beneficios.

Uno de los factores que puede afectar la economía y poder adquisitivo de las personas es el índice de pobreza.

Según el Banco Mundial (2016):

- La pobreza disminuyó del 37,6% al 22,5% en ese periodo.
- El coeficiente de desigualdad de Gini se redujo de 0.54 a 0.47, puesto que el crecimiento benefició en mayor medida a los más pobres.
- En ausencia de una moneda local, y dado los escasos colchones fiscales y externos, el país e no ha podido utilizar la política macroeconómica para afrontar la compleja situación económica.
- Las autoridades del Gobierno sostienen que la economía está en proceso de recuperación. Por ende, las empresas tienen más oportunidades.

De acuerdo a los datos publicados por el Banco Mundial, es evidente que existe un porcentaje significativo en la reducción de la pobreza, el año 2016, significo una de las recesiones más importantes para los habitantes, sin embargo, en el presente periodo las condiciones están cambiando positivamente; lo que implica más oportunidades para las empresas y población en general.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017), se habla de los siguientes indicadores:

> La inflación a febrero del 2017 es de 0,20%.
>
> Sueldo básico $375,00. Bajo esta variable se puede considerar los niveles de estratificación social con la capacidad de compra, además, se pueden establecer los precios en base a los ingresos de las familias ecuatorianas.
>
> Empleo 94,8%: empleo adecuado 41,2%, subempleo 19,9%, no remunerado 8,4%, otro empleo no pleno 21,9%, desempleo 5,2% a diciembre del 2016. (INEC, 2017).

Según lo expuesto por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, las condiciones para la estratificación social de las personas y para determinar su poder de adquisición, está en función del salario básico; por otro lado dependiendo de las condiciones laborales en las que se encuentren la clase trabajadora, se establece la clase de empleo.

3.1.4 Entorno social/ cultural

En el presente proyecto presenta una colección de bolsos con aspecto cultural resaltando las técnicas e insumos que utilizan en el desarrollo de la indumentaria, del pueblo de Chibuleo, etnia representante de la provincia y del país.

Tungurahua una provincia que cuenta con gran variedad cultural y étnica en la cual habitan cuatro pueblos indígenas, uno de ellos Los Chibuleos, pero que al mismo tiempo sus habitantes desconocen de esta riqueza cultural, sus costumbres, su vestimenta, su historia, etc. Con el siguiente proyecto se busca promover la cultura del pueblo Chibuleo, trabajar de la mano conjuntamente y colaborarnos trabajando por un fin común. (La Hora, 2017)

De igual manera la aplicación de mano de obra de sus mujeres servirá para resaltar el producto artesanal y autóctono.

3.1.5 Entorno tecnológico

En esta época nos podemos encontrar con un punto a favor nuestro como diseñadores, el cual es la tecnología, esta nos brinda facilidades dentro del proceso de diseño, elaboración del producto y hasta la difusión del mismo.

En cuanto a innovación, existe una nueva ola de reciclaje textil, al utilizar fibras textiles, prendas u otros materiales para su reprocesamiento y obtención de un producto nuevo.

Uno de los objetivos claros de esta innovación textil es la contribución con el cuidado ambiental y la reducción de desechos textiles que anualmente llegan a rellenos sanitarios, pues se utilizan fibras como la lana y algodón, para adquirir hilos de menor calidad utilizados para la elaboración de trapos de limpieza.

Los países que empezaron con la nueva tecnología del reciclaje llamado, “Ecofashion”, que consiste en utilizar los retazos de las prendas de vestir recicladas en nuevas prendas son: Alemania, Japón, Estados Unidos y Reino Unido, mientras que a nivel latinoamericano, Colombia ha sido un ejemplo de innovación en la industria textil, siendo

una de las más fuertes de América del Sur, con productos que cuentan con reconocimiento a nivel internacional, industria que se ha desarrollado en los últimos años no solamente por la inversión en tecnología sino también en capacitación y tecnificación del personas que trabaja en el sector. (Naughton J, 2012)

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizará un software diseñado especialmente para la elaboración de los diseños, fichas e ilustraciones del producto.

Adobe Illustrator. Es una aplicación informática dedicada al dibujo vectorial y al diseño de elementos gráficos casi para cualquier tipo de soporte y dispositivo, pudiendo ser usado tanto en diseño editorial, dibujo profesional, maquetación web, gráficos para móviles, interfaces web, o diseños cinematográficos. (Carretero A, 2014)

Se aplicará este programa para el desarrollo de fichas técnicas y fichas de diseño del proyecto.

Photoshop:

Mediante la utilización de Photoshop se pueden editar imágenes, este software incluye herramientas de análisis y de edición en 3D, lo que es esencial para para el trabajo de fotógrafos, diseñadores de impresión, webs, e interactivos. (Carretero A, 2014)

Se aplicará este programa para el desarrollo de la ilustración del producto.

Redes sociales para difusión del producto

Redes Sociales

Las redes sociales o servicio de redes sociales, es una de las muchas posibilidades que favorece el internet, se desarrollaron hace poco, una década aproximadamente, y provocan un impacto social que sorprendieron incluso a los creadores. Las redes sociales son comunidades virtuales donde las personas pueden crear un perfil propio y plasmar todo tipo de información personal interactuando con los perfiles de sus amigos en la vida real,

así como conocer a nuevas personas con las que compartan algún tipo de interés. (Fernández A, 2014)

Facebook, Instagram y Whatsapp

Blogs de moda

> Los blog de moda permiten a la empresa y medios de comunicación del sector de la moda tener una repercusión mucho mayor en internet. Establecen sinergias de distinta índole con los blogs personales que más acercan a su público objetivo para llegar a ellos de una manera más directa y personalizada. Ofrecen también la posibilidad de participar activamente de la conversación, de aumentar la visibilidad de la empresa ante buscadores y de recoger opiniones, datos y necesidades directamente de los clientes. Son algo más que una estrategia de marketing, pero no debe parecerlo. (Del Olmo J, 2014)

Los blogs de moda en la actualidad tienen un gran impacto en las relaciones comerciales de las empresas, a través de esta herramienta, los empresarios pueden exponer los diferentes productos o servicios que ofertan.

Grabado por láser: Técnica digital para cortar y grabar materiales

El Grabado por Láser es una técnica de fabricación sustractiva digital que consiste en cortar o grabar un material mediante láser. El Grabado por Láser puede utilizarse en diversos materiales tales como plástico, madera, cartón, etc. El proceso consiste en cortar el material con un láser potente y de alta precisión que se centra en una pequeña área del material. La densidad de alta potencia da como resultado un rápido calentamiento, fusión y vaporización parcial o total del material. Como la zona afectada por el calor es pequeña (alrededor de 0,5 mm), las piezas cortadas presentan una deformación mínima. Por lo general, un ordenador dirige el láser de alta potencia sobre el material y traza el camino del corte. (Sculpteo, 2017)

3.1.6 Entorno ambiental

En el mundo de la moda muchos diseñadores han seguido este camino, implementando así el reciclaje, materiales orgánicos biodegradables y también en los procesos de producción, empaque, etc.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 40.- Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deberán adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados. En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales.

Para el desarrollo de este proyecto, se realizarán los productos de manera artesanal y con insumos amigables con el medio ambiente, como lo son cabuya, lana de borrego, hilos de algodón, tintes vegetales procesados de manera manual, y evitando en su mayor parte la contaminación del medio ambiente. Respetando las normas ambientales establecidas por el ministerio del ambiente.

3.1.8 Entorno legal

En el ecuador existen leyes que defienden la propiedad intelectual de las personas, sus creaciones, sus productos ya sean estos tangibles o intangibles. Al igual que el desarrollo de marcas y leyes que protegen el derecho del consumidor.

De acuerdo a **la Constitución de la República del Ecuador** (2008) según el Registro Oficial 449 del 20 de octubre del 2008 se menciona lo siguiente:

En la Sección novena se establece los lineamientos para las personas usuarias y consumidoras.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la eficiente prestación del servicio, por la calidad 40 defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. (Asamblea Nacional, 2008)

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Propiedad intelectual

Según la Ley de Propiedad Intelectual, de acuerdo al Registro Oficial 426 con fecha 28 de diciembre del 2006 se menciona lo siguiente:

La Propiedad Intelectual se refiere a las creaciones de la mente, tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio

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.

Los Estados son los responsables de garantizar una legislación clara para precautelar este bien común. En Ecuador, el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad

La Propiedad Industrial se refiere a la protección que tiene toda persona natural o jurídica sobre sus invenciones, marcas, distintivos, lemas comerciales, descubrimientos y otros elementos relacionados con el mercado, la industria y el comercio.

Derecho de Autor se encarga de proteger los derechos de los creadores sobre las obras, sean estas literarias o artísticas, esto incluye: libros, textos de investigación, software, folletos, discursos, conferencias, composiciones musicales, coreografías, obras de teatro, obras audiovisuales, esculturas, dibujos, grabados, litografías, historietas, comics, planos, maquetas, mapas, fotografías, videojuegos y mucho más.

Obtenciones Vegetales es una forma de Propiedad Intelectual "sui generéis", que se confiere a la persona que ha creado, o descubierto y desarrollado, una variedad vegetal. También se incluye dentro de esta área la biodiversidad y los saberes ancestrales. (Congreso Nacional, 2006)

El Plan Nacional del Bueno Vivir establece que la generación de conocimiento sea uno de los ejes donde se asiente el cambio de la matriz productiva, necesarios para el desarrollo del país y potenciarlo regional y mundialmente.

De acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual, según registro oficial Suplemento 426, con fecha 28 de diciembre de 2006, se da a conocer la finalidad de esta ley, que se refiere a las creaciones de la mente, tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los nombres y símbolos e imágenes utilizadas en el comercio.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos;

2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:

a) Las invenciones;
b) Los dibujos y modelos industriales;
c) Los esquemas de trazado de circuitos integrados;
d) La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
e) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
f) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
g) Los nombres comerciales
h) Las indicaciones geográficas; e,

i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial. (Congreso Nacional, 2006)

Estructura política del pueblo Chibuleo.

En la estructura política del pueblo Chibuleo, la primera autoridad de cualquiera de las instancias organizativas es la Asamblea Comunitaria, luego el Consejo de Gobierno, le siguen el Cabildo Comunitario, el Consejo de Coordinación, y finalmente las directivas de asociaciones y cooperativas.

En las asambleas generales se toman todas las decisiones, y se planifican los trabajos.

La autonomía administrativa es practicada en todos los niveles organizativos y sociales; la administración de justicia se practica desde los años 90.

Actualmente son miembros de la Unión de Organizaciones del Pueblo Chibuleo, UNOPUCH, que es una organización de segundo grado, afiliada al Movimiento Indígena del Tungurahua, MIT, al ECUARUNARI y a la CONAIE. Además, existen comunidades organizadas en la AIET, filial de la FEINE. (Nazario J, 2008, pág. 140)

Se puede acotar que el ingreso al pueblo Chibuleo es un poco complicado, por lo cual se debe realizar un previo aviso al cabildo de Chibuleo para no tener inconvenientes con las personas de este pueblo.

3.1.3 Tendencias de Consumo

En la antigüedad los egipcios tenían la costumbre de utilizar brazaletes, anillos y collares de oro, con el transcurso del tiempo, se fueron incrementando más los accesorios que solían utilizar. En la actualidad los accesorios representan para la mujer, el estilo personal de cada una, estos constituyen el instrumento con que cada una quiere identificarse.

Las estrategias utilizadas por las empresas enfocadas en suministrar la vestimenta y accesorios son variadas, los artículos más ofertados y que han sido aceptados en el mercado son: zapatos, carteras, cinturones y lentes. La segmentación de mercado, cada año ha evolucionado por lo que se ha detectado la creación de nuevas marcas y por su puesto un mayor consumo. (Lamatta C, 2012)

Las artesanías elaboradas han tenido el interés de países extranjeros; Europa ha sido uno de los mercados más amplios, sin embargo tiene la dificultad de que en estos mercados se ha posicionado la falsa artesanía industrial. De acuerdo a las ferias organizadas por las diferentes asociaciones del Ecuador, la aceptación alcanzada en el mercado objetivo ha sido favorable. Las exposiciones muestran algunos objetos como llaveros, porta inciensos, bisutería y bolsos, lámparas, entre otras imágenes de la etnia. Esta feria es un referente para las demás provincias, son una vitrina que tiene los fabricantes de artesanías para mostrar su trabajo. Una de las personas fabricantes de collares hechos de cordón, piedras, dijes, chaquiras, trenzados, múltiples diseños, espera cada que haya la oportunidad para presentar su trabajo; las ventas las realizan a través de las redes sociales. (El Productor, 2015)

De acuerdo a cada época del año, la demanda por las artesanías puede variar, por ejemplo en el mes de febrero las ventas en la joyería son elevadas, los anillos se comercializan en un 20% más que los demás meses. (Acosta E, 2017)

El impacto causado al medioambiente puede ser alarmante cuando la explotación de los recursos es inadecuada, las artesanías en su mayoría son elaboradas con balsa, además se puede utilizar material reciclable. Esta es una actividad que si bien ocupa una parte de los recursos naturales, no es la única que requiere, existen otras industrias que de forma desordenada talan los árboles y su impacto es muy elevado.

3.1.4 Segmentación del mercado potencial

El estudio se realizó con la finalidad de conocer las tendencias de consumo en accesorios, de las mujeres que oscilan entre 20 a 34 en adelante, debido a que es una población que está en la capacidad de generar sus propios ingresos y adquirir sus artículos independientemente. El mercado objetivo comprende mujeres de cualquier clase social, amas de casa, estudiantes o trabajadoras en las diferentes áreas.

Tabla: 7
Segmentación mercado potencial

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	FACTORES GEOGRÁFICOS	FACTORES PICTOGRÁFICOS	FACTORES SOCIO GRÁFICOS
○ Sexo: **Femenino** ○ Edad: **30-34 años** ○ Estado civil: **Casadas-solteras** ○ Nivel de educación**: Medio, superior.** ○ Nivel de Ingresos: **Independiente**	○ **Región:** Sierra ○ **Zona:** Urbana ○ **Población:** ○ **Clima:** Templado	○ **Estilo de vida:** Étnico- de Moda ○ **Percepción del valor:** Naturaleza ○ **Motivos de compra:** Necesidad, Gusto ○ **Intereses y aficiones:** la moda, el amor a lo natural.	○ **Estructura social:** Clase media ○ **Conformación de grupo:** Ingresos económicos medios (PEA, PET)

3.1.5 Análisis del sector y mercado de referencia

Ecuador es uno de los países de Latinoamérica que elaboran artesanías a mano, el producto de esta actividad ha sido un gran atractivo para turistas nacionales y extranjeros, las mujeres y hombres estadounidenses no miden los costos que tienen que pagar por un artículo de estos artículos.

El Ministerio de Industrias y Productividad ha implementado algunos programas para impulsar la actividad de este sector. La elaboración de artesanías se ha fomentado mediante la creación de asociaciones, de esta manera un grupo de personas dedicadas a la fabricación de joyería, textiles, entre otros productos, se han unido en la Casa Mariscal; dejando de utilizar intermediarios para la comercialización, lo que buscan con su actividad es vivir de su trabajo a un precio justo. (Martínez A, 2016)

A pesar de los esfuerzos realizados por los dirigentes, es evidente la falta de desarrollo de políticas, promoción, diseño y desarrollo sostenible. (El Tiempo, 2014) La elaboración de productos autóctonos, es una actividad realizada por las personas adultas, existe falencias para transmitir este trabajo a los jóvenes debido a la ausencia de estrategias de comercialización y estrategias que se adapten al presente como la innovación. Por otro

lado las ventas generadas por facturación realizada en el sector económico de artesanías y joyas ecuatorianas es de $ 5 677 438.

Los centros de venta de artesanías se encuentran distribuidos en todo el país, Cuenca tiene dos lugares reconocidos por la variedad de sus productos: la plaza Rotary y el Centro Municipal Artesanal en el Centro Histórico de Cuenca. (Castillo L, 2014)

Quito por su parte cuenta con locales ubicados en centros comerciales como Quitus, espacios que agrupa el trabajo de varios artesanos como la Galería Ecuador Show Gourmet. Otro lugar que apoya la producción artesanal es la Galería Ethnic Collection, un lugar que empezó con sus actividades en 1996 con el objetivo de explotar el talento de los productores, el fortalecimiento de los procesos y actividades desarrolladas es constante, mediante capacitaciones y control de calidad. (Galería Ethnic Collection, 2017). Batik Shop es una tienda ubicada en Baños de la provincia de Tungurahua, ofrece productos de excelente calidad y durabilidad con características hispanas e indígenas. (Batik Shop, 2017). La plaza de ponchos en Otavalo es uno de los sitios más variados en cuanto a artesanías y textiles se refiere, inspirados en este lugar nació un proyecto innovador, exclusivamente de carteras y accesorios "Mila Accesorios", hasta el 2016 facturaron alrededor de $ 50 000. (Líderes , 2016). La casa de la balsa es otro lugar dedicado a esta actividad, empezaron a funcionar hace 41 años, utilizando los recursos que la naturaleza les proveía.

La provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera en la Sierra, se ha enfocado en la elaboración de vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Concentra el 45.99% de los talleres textileros. Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, la mayor concentración se encuentra en los cantones de Alausí, Chunchi y Colta, los principales productos que se elaboran son ponchos, teñidos con la técnica ancestral "ikat", las fajas, cintas para el cabello, entre otras. En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar en donde se destacan los tejidos de ponchos, pantalones, blusas y chompas bordadas realizadas en telar de cintura con la técnica ikat. A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de sacos de lana, gorras y guantes. Por último, la provincia de Tungurahua cuenta con más de 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizado principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero.

Otras empresas dedicadas a la fabricación de bolsos son: Kon-Dor, Atelier Avanzar y Me Accesories, su mercado objetivo está en el extranjero, los diseños son elaborados con el nombre de una de las personas inmersas en la actividad. La oficina se encuentra ubicada en Estados Unidos. (Alvarado, 2015)

Imagen: 23 Logos de las artesanías
Fuente: Artesanías del Ecuador (2017)

Los principales medios publicitarios son a través de páginas web, redes sociales, blogs, entre otros. Han resultado menos costosos que otros medios y tienen la ventaja de que pueden tener acceso todas las personas, especialmente las mujeres de 25 a 34 años en adelante.

Imagen: 24 Ethic Collecction
Fuente: (Galería Ethnic Collection 2017)

Imagen: 25 Plaza de Ponchos Otavalo
Fuente: (Otavalo travel, 2017)

Imagen: 26 Mila Bisutería
Fuente: Mila Bisutería (2017)

La provincia de Tungurahua está ubicada en el centro del país, es conocida por su poderío de trabajo, el clima es templado y posee una variedad de culturas, Baños, Pelileo y Ambato son algunos de los lugares más emblemáticos de la región. En cada uno de los cantones se desarrollan diferentes actividades que generan fuentes de empleo, la elaboración de artesanías como carteras de hilos, bufandas, y artesanías ha sido común entre sus habitantes.

En Ambato se localiza la parroquia de Quisapincha, un lugar reconocido dentro y fuera de la región, por la elaboración de artículos de cuero, en los locales comerciales las personas pueden adquirir prendas como chompas, carteras, joyas y textiles. Otro de los productos autóctonos de esta parroquia son las shigras, una especie de bolsos tejidos con la fibra de cabuya, de las hojas maduras de las plantas que abundan en los páramos. En la antigüedad estos artículos fueron utilizados para guardar cosechas o monedas.

La habilidad de los artesanos ambateños para trabajar con el cuero animal y sus derivados ha dado como resultado productos elegantes y funcionales, estos tienen una gran aceptación en el mercado. La piel animal, cosida, perforada, pintada o pulida es utilizada en la fabricación de artesanías y manualidades. (Ministerio de Turismo, 2013)

Los precios de las artesanías son variados en función del tipo de material, del diseño, y de la decoración. Por lo general el precio de venta es de 2 hasta 50 dólares. En el caso de los objetos que hayan sido elaborados con materiales de excelente calidad, y se requiera de un minucioso proceso de fabricación los precios pueden variar desde $ 70.00, como es el caso de los bolsos, sombreros y otros objetos. (EL UNIVERSO, 2017)

No existe datos sobre producción nacional de textiles y confecciones, información que al existir, beneficiaría tanto al sector como a las diversas entidades públicas para poder implantar políticas públicas que incentiven el desarrollo y fortalecimiento del sector en temas puntuales, de forma local como nacional. (Naughton J, 2012), los hogares ecuatorianos destinan para la compra de productos textiles 2.400 millones de dólares al año, este valor representa una aportación a la economía del 0.84% (VISTAZO, 2016)

3.1.6 Índice de saturación del mercado potencial

Dentro de este aspecto se observa que en el mercado si hay competencia para este tipo de producto sin embargo no está saturado debido a que es un mercado joven, y que está sometido continuamente a innovación

Lo tradicional y lo nuevo se unen para formar una nueva tendencia, la moda étnica, este concepto tiene la finalidad de crear estilos coloridos y únicos que hagan referencia al pasado. En el Ecuador, además de los sombreros de paja toquilla y de los productos otavaleños, los tejidos de Salinas de Tomabela llegaron al mercado mundial, debido a que fueron el centro de atención de una marca alemana como Abury.

En el mercado existe una variedad de opciones, Kuya es una marca que ofrece colecciones hechas a mano con tejido de lana de alpaca y lana de oveja, además muestra el empoderamiento de las mujeres de la comunidad, y se promociona artículos propios de los Andes. Tribu Mestiza, es otra marca que diseña accesorios y ropa creados mediante la reutilización de artículos y materias primas tradicionales indígenas. El Mercado Artesanal en Quito y el Mercado de los Ponchos en Otavalo, han sido los sitios en donde se busca el estilo en Ecuador. (El Comercio, 2014)

De acuerdo a Comscore, el 83% de las compras por internet son influenciadas por las mujeres, adquieren una variedad de productos como los relacionados con salud, belleza, moda, accesorios y hogar. Las ecuatorianas gastan un promedio de $ 94 en cada compra online.

De las 4.3 millones de ecuatorianas que tiene una cuenta en Facebook, 53% muestran un alto grado de interés en realizar una compra; los segmentos preferidos son, tecnología el 56% de sus adquisiciones, le sigue salud y belleza con el 26%, libros y

películas 20%, hogar 4%, moda y accesorios 7%. La compra realizada en Linio Ecuador está distribuida de la siguiente manera: 40% tienen de 25 a 34 años, el 25% tienen de 35 a 44 años, el 15% tienen más de 45 años y el 25% de 18 a 24 años de edad. De acuerdo aún estudio realizado, Ecuador presenta un índice elevado de compras realizadas por mujeres de 18 a 24 años de edad. (Artieta, 2016)

La fórmula para medir el índice de saturación del mercado potencial es igual:

$$Ind.Sat.\ Mercado\ Global = \frac{N°\ Ind.Mercado\ Potencial}{N°\ Ind.Mercado\ Global}$$

$$Ind.Sat.\ Mercado\ Global = \frac{53.810}{559.800}$$

$$Ind.Sat.\ Mercado\ Global = 0.21 * 100\%$$

$$Ind.Sat.\ Mercado\ Global = 21\%$$

$$Mercado\ no\ saturado = 79\%$$

Conclusión: Se concluye que el mercado no saturado que representa el 79% de mujeres es el mercado objetivo a posteriori a quienes se dirigirá el presente proyecto.

3.1.7 Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Con el propósito de impulsar la elaboración de artículos artesanales, se han creado algunas plataformas en donde se exhibe el trabajo realizado por las organizaciones de artesanos de Napo, Manabí, Imbabura, Santa Elena, Bolívar, Azuay y Pichincha. Los principales productos elaborados son: bisutería de tagua, de materiales reciclados, sombreros de paja toquilla y una variedad de accesorios destinados al uso femenino.

Organizaciones de artesanos:

- Asociación Sarum Maky Yachay (Imbabura)
- Asociación Bonitas Mano Tejedoras (Pichincha)
- Asociación Texsal (Bolívar)

- Asociación Tropitagua (Manabí)
- Asociación María Auxiliadora (Azuay)
- Asociación Cerro Grande (Santa Elena)
- Asociación Mujeres Cambia (Santa Elena)
- Asociación de Mujeres Amukishmy (Napo)
- Asociación Elicia Anchundia Delgado (Manabí)
- Asociación de tejedores de Bullzhún (Azuay) (PRO ECUADOR, 2015)

La brecha de salarios es del 20%, es decir que la mujer percibe menos ingresos que el hombre, de acuerdo a las estadísticas, el ingreso promedio de una familia ecuatoriana es de $700. (El Universo, 2015)

En la industria de textiles, existen dos estrategias genéricas, una con marca y una sin marca, en la estrategia sin marca la empresa compite por volumen, por lo tanto el posicionamiento es un bajo valor percibido y bajo costo de entrega, en el caso de la estrategia con marca, ayuda a lograr el posicionamiento de alto valor percibido y alto costo de entrega, debido a que las áreas fuertes de una empresa compiten con innovación y diseño, plan de mercadeo, ventas y servicio de post venta. (Naughton J, 2012)

Para entender el mercado actual, se realizará un análisis de las empresas más importantes del sector dedicadas a la comercialización de bolsos y bisutería.

Tabla 8:
Mercado Potencial

	EMPRESAS		
Indicadores	**Mila Accesorios**	**Plaza de ponchos de Otavalo**	**Me Accesories**
Productos	Bolsos y carteras varios diseños	Bolso	Cartera, diferentes nombres y diseños
Proveedor	Artesanos Calificados	Artesanos Calificados y no calificados que realizan su exposición en la Provincia	Artesanos Calificados de Otavalo
Organización			
Tipo de publicidad	Redes sociales como Facebook y Twitter	Página web, Feria libre, prestigio y calidad de sus productos.	Medios electrónicos como blogs y páginas web
Precio	Precio promedio $ 70	$ 40	$ 75

Fuente: (Mila Accesorios, Plaza de ponchos de Otavalo, Me Accesories 2017)

De la tabla anterior se puede concluir que el costo promedio de los productos comercializados por empresas internacionales es de $ 73.00 aproximadamente, los proveedores de los artículos a las tiendas son artesanos calificados en su mayoría, debido a que el Ministerio de Industrias y Productividad ha implementado cursos de capacitación a los artesanos. El precio local de los productos puede ser de $ 40.00 en función de los materiales utilizados y los acabados.

3.2 Análisis interno

3.2.1 Análisis de recursos propios y disponibles

El estudio es viable en el aspecto económico y financiero, los fondos utilizados serán suministrados por la autora de este proyecto, pues la idea de los productos diseñados se presentarán al público en general, específicamente a las mujeres que oscilan entre 25 a 34 años, que manejan un estrato socio económico A, B, C, y C- que manejan ingresos entre $354 a $1000 en adelante, se cuenta con muebles y enseres, equipo de cómputo con el software de diseño, materiales de diseño, y capital, sin embargo se solicitará financiamiento a una institución financiera, pero por un monto pequeño, debido a que se cuenta con infraestructura propia, los recursos económicos requeridos servirán para adquirir materia prima, insumos, y pago a las maquiladoras.

3.2.2 Análisis cadena de valor

3.2.2.1 Eslabón de investigación y desarrollo

En el Ecuador las nuevas tecnologías motivan a los diseñadores a obtener nuevas ideas en la fabricación de sus productos, pues facilitan al diseñador el desarrollo de procesos creativos con alta calidad, acabados de primera y detalles especiales, la elaboración de textiles y tejidos es una de las actividades artesanales más antiguas desde la Cultura Inca. Pues servía para denotar la situación social-económica entre sus habitantes, la producción textil en el Ecuador inició su desarrollo con la aparición de las primeras industrias que se dedicaron al procesamiento de lana de borrego, material que impulsó la producción hasta la década de los 50, en la actualidad es una actividad importante pues genera empleo a 46.240 artesanos del país, ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo.

La provincia de Tungurahua cuenta con más de 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos localizados en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero, que se dedican a la elaboración de tapices hechos en telares de pedal, shigras de lana de borrego, ponchos y sombreros de paño, otra provincia que se ha desarrollado también la producción textil artesanal de alta calidad, es la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Salinas, dedicada a la producción de sacos de lana, shigras ponchos y bayetas, sin embargo aún no se han desarrollado proyectos de diseño de bolsos y carteras con productos ancestrales y con diseños actuales neoclásicos y étnicos, solo hay locales que expenda bisutería étnica.

3.2.2.2 Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

En lo referente al abastecimiento de materia prima e insumos, se observa que no existirán problemas, debido a que se conseguirá la materia prima originaria, además los procesos de producción serán apoyados por mujeres del Pueblo Chibuleo, en lo referente al tejido, además el producto será elaborado en lana de borrego y cabuya, naturales utilizando mano de obra de la zona en la elaboración de los bolsos y carteras, pues proporciona ayuda a la comunidad Chibuleo en la generación de empleo, además se utilizara materiales artificiales para complementar el diseño final.

Tabla 9:
Abastecimiento

PROVEEDOR	**INSUMO**
Fábrica de Textiles Albán Cando	Lana de borrego
Comercial Núñez	Cabuya (yute)
Almacén Crispieles	Cuero
Almacén City	Tela de forro
Curtiduría Salazar	Jaladeras de bambú, madera.
Mujeres de Chibuleo	Bordados
Curtiduría Salazar	Broches de imán
Curtiduría Salazar	Pegamento de Contacto
Curtiduría Salazar	Colgantes
Bazar Doris	Cristales

Tabla: 10 Abastecimiento

3.2.2.3 Eslabón de producción

Se procederá a efectuar los bocetos, las costuras buscando inspiración, probando funcionalidad de los productos, de acuerdo al flujograma de procesos desarrollado en el capítulo V.

3.2.2.4 Eslabón de comercialización

Para la comercialización de los productos se empleará las siguientes estrategias:

La publicidad se realizará por medio de las redes sociales, los cuales tiene mayor acogida y menos costo.

- Tiendas de artesanías: Como vitrina para promocionar los productos
- Expo ferias artesanales: Como expositor
- Revistas de Moda: Como anunciante
- Ferias Turísticas

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

Segmentación del mercado

El mercado es muy extenso, con clientes que requieren de una variedad de productos y servicios. La segmentación de mercado divide a este mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivos. Ayuda a optimizar los recursos invertidos en el marketing para lograr la captación de los consumidores. (Espinoza R, 2013)

La segmentación de mercado es una actividad en la que están inmersas los departamentos internos de una compañía, aquellos destinados a la investigación y diseño. Se pueden basar en estudios previos o mediante la utilización de criterios de expertos en el tema.

Requisitos de la segmentación

Mensurabilidad: El segmento seleccionado debe ser cuantificable.

Accesibilidad: Los mercados seleccionados se pueden alcanzar en forma eficaz

Sustancialidad: Se refiere a que tan grande e interesante es el segmento de mercado seleccionado.

Accionamientos: Comprende la creación de nuevos planes innovadores para el sector seleccionado. (Kotler P, 2007)

Ventajas de la segmentación de mercado

- La identificación de mercado permite a la empresa saber a quién analizar en sus esfuerzos por entender a los potenciales y actuales consumidores.
- Ayuda al desarrollo del marketing mix de acuerdo a las necesidades específicas de los consumidores.
- Conocer el mercado permite la identificación de los productos en competencia dentro de ese mercado y desarrollar posiciones competitivas de respuesta.
- La segmentación de mercado ayuda al marketing personalizado en función de las necesidades del mercado objetivo, aumenta las ventas y la eficiencia de los costos.

En la presente investigación se tomó la población del cantón Ambato, específicamente a las mujeres en general para luego especificar a las mujeres en edad de trabajar, posteriormente se obtuvo el producto de la tasa de crecimiento y luego se estratifico por edad para finalmente obtener el resultado que a continuación se detalla:

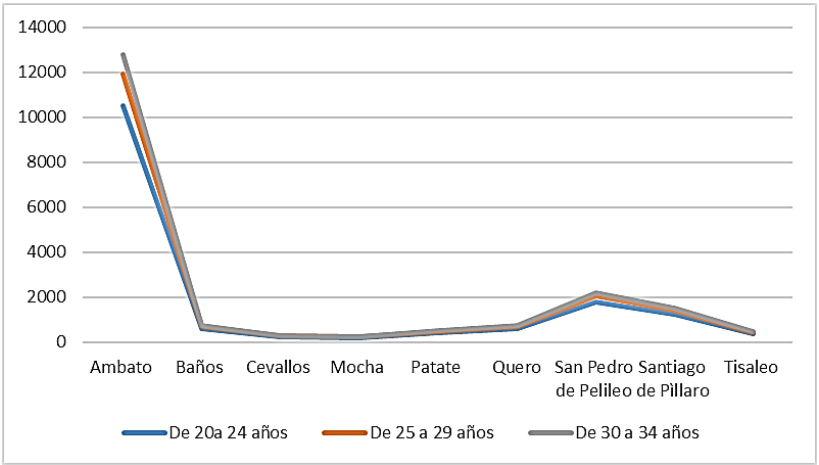
Tabla 11:
Mercado meta

CANTONES	MUJERES TOTAL GENERAL	%	MUJERES PED (Población en edad de trabajar)	Tasa de crecimiento poblacional	De 20a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años
				1,56%	7,40%	8,40%	9,00%
Ambato	170026	65%	139819	142000	10508	11928	12780
Baños	9984	4%	8210	8338	617	700	750
Cevallos	4135	2%	3400	3453	256	290	311
Mocha	3421	1%	2813	2857	211	240	257
Patate	6777	3%	5573	5660	419	475	509
Quero	9716	4%	7990	8114	600	682	730
San Pedro de Pelileo	29246	11%	24050	24425	1807	2052	2198
Santiago de Pìllaro	20266	8%	16665	16925	1252	1422	1523
Tisaleo	6229	2%	5122	5202	385	437	468
TOTAL	**259800**		**213643**	**216976**	**16056**	**18226**	**19528**
					53810		
					MERCADO META		

Fuente: INEC 2010-2017

Se procede a proyectar el mercado meta para obtener valores del año en el que se realiza el estudio, para esto se utilizó la tasa de crecimiento del 1.56% anual que en el siguiente gráfico se detalla:

Tabla 12:
Participación de población en la Provincia de Tungurahua



Fuente: INEC 2010-2017

El presente trabajo de investigación estará enfocado especialmente en mujeres de 30 a 34 años en adelante, que mantienen una actividad económica dependiente y no dependiente, amas de casa, estudiantes y ejecutivas, los ingresos promedios mensuales de ellas son de $ 400.00, es decir que el nivel económico es medio alto.

Tabla: 13 Segmentación y Variables

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	VARIABLES GEOGRÁFICAS
Sexo: Femenino **Edad:** 30 a 34 años en adelante **Estado Civil:** Indistinto **Nivel de educación:** Bachillerato, Técnico, Superior **Ingresos:** $ 354-$1000 en adelante **Clasificación en la escala social:** A, B, C, y C-	**Región:** Sierra **Zona:** Urbana **Clima:** Frío, Templada

Tabla: 14 Segmentación y Variables
Fuente: Posner (2013), Marketing de la moda

El precio, el cliente lo percibe de forma razonable debido a que se maneja, márgenes del 25% hasta el 40%, para realizar el lanzamiento del producto se realizara un show room de todos los productos diseñados con una promoción de bolsos o carteras, dentro de las estrategias de promoción se utilizarán medios audiovisuales, digitales, y ferias artesanales, las mismas que servirán para promocionar los productos. Dentro de la distribución el canal más seleccionado será las redes sociales, catálogos, revistas editadas y digitales, por ser canales de comunicación de mucha audiencia.

4.1.1. Modelo de encuesta y entrevista

4.2 Selección de la muestra

"Es una parte de la población o universo, sobre la cual se aplicarán las técnicas de investigación para averiguar las propiedades o características en común." (Bernal C, 2010)

La selección de la muestra se realiza con la finalidad de identificar rasgos significativos que permitan la emisión de conclusiones finales.

Para la obtención de la muestra, dependiendo del tamaño y naturaleza de la población se pueden aplicar diferentes técnicas de selección; esta debe representar a toda la población objeto de estudio.

Fórmula:

$$\boldsymbol{n} = \frac{Z^2 P * Q * N}{Z^2 P * Q + (N-1)e^2}$$

Dónde:

N= Población=53810

Z=Nivel de Confianza 1.96

P= Probabilidad de ocurrencia 50%=0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 50%=0.5

e= Nivel de Error 5%=0.05

$$\boldsymbol{n} = \frac{(1.96)^2(0.5) * (0.5) * (53810)}{(1.96)^2(0.5) * (0.5) + (53810-1)(0.05)^2}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{(3.8416) \quad (0.5) * (0.5) * (53810)}{(3.8416) \quad (0.5) * (0.5) + (53810-1)(0.0025)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{(3.8416) \quad (0.5) * (0.5) * (53810)}{(3.8416) \quad (0.5) * (0.5) + (53809)(0.0025)}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{51657.6}{135.4825}$$

$$\boldsymbol{n} = 381.286144$$

$$\boldsymbol{n} = 381$$

Conclusión: Se concluye que se trabajará con 381 mujeres que representa a la población a investigar.

4.3 Técnicas de estudio

4.3.1 Cualitativas

Los estudios cualitativos aportan información sobre las motivaciones profundas de las personas, acerca de su ideología o forma de pensar y sus sentimientos; proveen directrices que sirven de soporte para el diseño de estudios cuantitativos. Esta técnica de estudio proporciona respuestas a profundidad sobre el sujeto de estudio, es menos costosa en relación a las técnicas cuantitativas, su ejecución es rápida, es más flexible en su aplicación y permite tener contacto directo con los sujetos. (Campoy T, 2009)

- Permiten abordar temas como el estudio de creencias, sentimientos, motivaciones, comportamiento de la población, aspectos muy poco tratados por las técnicas cuantitativas.
- Favorece la participación de los individuos con mayor experiencia en el área de estudio, lo que permite ampliar en concepto de la temática.
- La generación de ideas es rápida, al igual que la toma de decisiones.
- No requiere de métodos estadísticos.

Las técnicas de estudio cualitativas reflejan las características que identifican el fenómeno de estudio, son una forma de mostrar lo que sienten cada una de las personas en un contexto determinado.

4.3.2 Cuantitativas

- **Encuesta**

En términos de Grasso L, (2006) “la encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas”. (pág. 186)

Para la realización del presente trabajo de investigación se efectuó un total de 381 encuestas, distribuidas de la siguiente manera, 114 se aplicaron a mujeres de 20 a 24 años, 129 a mujeres de 25 a 29 años, y por último 138 a mujeres de 30 a 34 años en adelante. Los factores que se evaluaron estaban enfocados a identificar rasgos en común, que sirvan de guía para poder elaborar un producto que sea aceptado por la mayoría de mujeres dentro

del mercado objetivo, que permitan alcanzar los resultados esperados. La encuesta fue aplicada a mujeres de todos los estratos sociales, sin ningún tipo de discriminación social.

- **Investigación de campo**

De acuerdo a Rojas R, (2013) "la investigación de campo permite un acercamiento con la realidad en el lugar de los hechos, para lo cual se utiliza la observación directa, la entrevista u otras técnicas". (pág. 344)

El levantamiento de la información se realizó en el ambiente de cada una de las encuestadas, con la finalidad de obtener los datos que sirvan de base para establecer interpretaciones y conclusiones.

- **Observación**

La observación dentro del campo de la investigación, cumple la función de describir y explicar el comportamiento del fenómeno o situación de estudio para la obtención de datos relevantes que permitan ser insertados dentro de un marco teórico. (Grasso L, 2006)

La observación es una técnica de investigación que permite identificar patrones de comportamiento en determinadas circunstancias.

4.4 Elaboración e interpretación de datos

Con el objetivo de obtener información de las expectativas y gustos de las mujeres de la Provincia, referente a conocer los tipos de complementos de vestuario que utilizan de forma frecuente, para diseñar nuevos complementos basados en la aplicación de técnicas artesanales e insumos de los pueblos indígenas. Se aplicó una encuesta dirigida al público objetivo, los datos recolectados a través de esta técnica de investigación fueron tabulados para la elaboración de tablas y gráficos, con la finalidad de que la información presentada sea comprensible.

- **Cuestionario**

1. **Edad de las personas investigadas**

Intervalo de edad	**Frecuencia Absoluta**	**Frecuencia relativa**

20-24 años	114	30%
25-29 años	129	34%
30-34 años en adelante	138	36%
TOTAL	381	**100%**

Tabla: 15 Edad de personas Investigadas
Elaborado por: Valencia D, (2017)

1.1 ¿Qué entiende por complementos de vestuario?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Accesorios	96	84%	106	82%	93	68%	**296**	**78%**
Peinado y maquillaje	13	12%	14	11%	36	26%	**63**	**17%**
Otros	5	4%	9	7%	9	6%	**22**	**6%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 16 Los complementos de vestuario
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

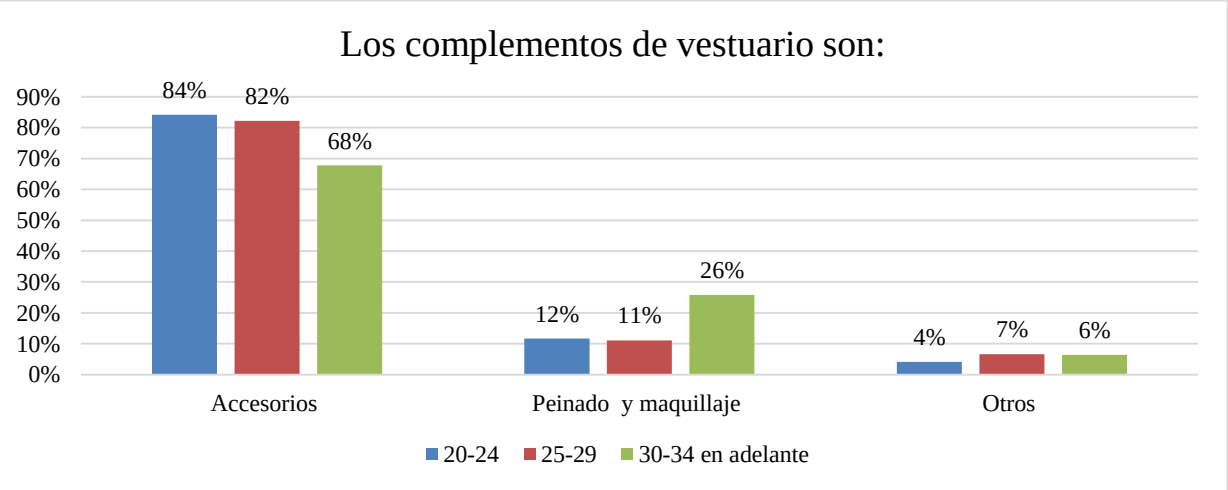


Gráfico: 3 Los complementos de vestuario
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De la encuesta aplicada, en el intervalo de edad de 20-24 años, señalan que los complementos de vestuario son; el 84% accesorios, el 12% peinado y maquillaje y el 4% otros. Mientras que en el rango de edad de 25-29 años, el 82% señala que los accesorios son los complementos de vestuario, el 11% indica que peinado y maquillaje y el 7% otros. Por último, en el rango de 30-34 años en adelante, el 68% indica que los complementos de vestuario son accesorios, el 26% menciona que peinado y maquillaje, y el 6% otros.

Interpretación

Las personas encuestadas de todos los intervalos de edad han señalado que los complementos de vestuario son los accesorios, entendiéndose como tales a los aretes, pulseras, entre otros.

1. ¿Utiliza accesorios en su vestimenta diaria?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Si	70	61%	57	44%	115	83%	**241**	**63%**
No	44	39%	72	56%	23	17%	**140**	**37%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 17 Usa diariamente accesorios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

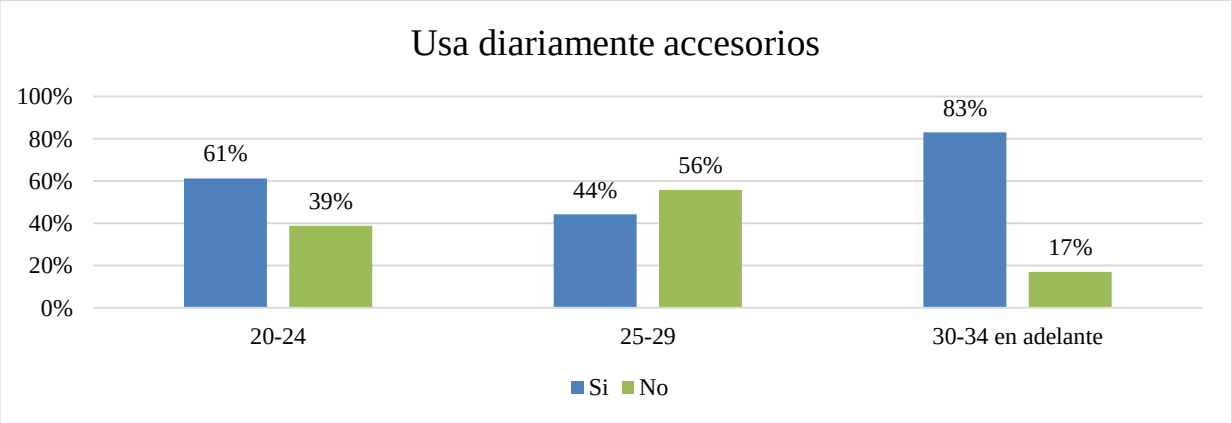


Gráfico: 4 Usa diariamente accesorios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

El 61% de las mujeres con edad comprendida entre 20 y 24 años, han respondido que si utilizan accesorios en su vestimenta diaria, mientras que el 44% ha contestado que no. El 44% de las mujeres de edad comprendida entre 25 y 29 años han indicado que utilizan accesorios en su vestimenta diaria, mientras que el 56% no utiliza accesorios. Por último, de las mujeres con edad entre 30 y 34 años en adelante, el 83% ha señalado que utiliza accesorios en su vestimenta diaria, mientras que el 17% ha manifestado que no.

Interpretación

Las mujeres en el intervalo de edad de 30-34 años en adelante han mencionado que si utilizan accesorios en su vestimenta diaria. Por lo cual podemos determinar la edad de nuestro grupo objetivo.

¿Con que frecuencia utiliza accesorios?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Diariamente	29	25%	33	26%	85	62%	**147**	**39%**
Ocasionalmente	58	51%	60	47%	32	23%	**150**	**39%**
Rara vez	28	24%	36	28%	21	15%	**84**	**22%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 18 Con qué frecuencia utiliza accesorios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

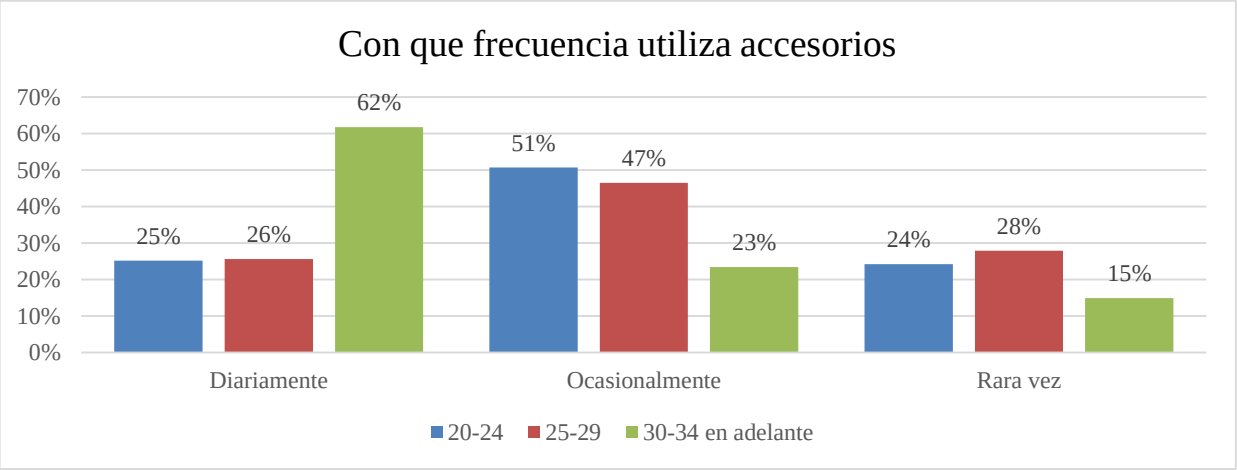


Gráfico: 5 Con qué frecuencia utiliza accesorios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De las mujeres con edad entre 20 y 24 años, el 25% utiliza accesorios diariamente, el 51% ocasionalmente, y el 24% rara vez; mientras que de las mujeres con edad de 25 a 29 años, el 26% utiliza accesorios diariamente, el 47% ocasionalmente y el 28% rara vez; finalmente de las mujeres con edad de 30 a 34 año en adelante, el 62% utiliza accesorios diariamente, el 23% ocasionalmente, y el 15% rara vez.

Interpretación

Las mujeres que están entre los 30 a 34 años de edad utilizan accesorios para complementar su vestimenta diariamente.

2. **¿Dentro de la bisutería que utiliza indique el tipo de accesorio que más acostumbra a usar?**

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Collares	19	17%	11	8%	24	18%	**54**	**14%**
Anillos	21	18%	27	21%	36	26%	**84**	**22%**
Aretes	52	45%	47	36%	54	39%	**152**	**40%**
Pulseras	22	20%	44	34%	24	18%	**91**	**24%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 19 Tipo de accesorio que más acostumbra a usar
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

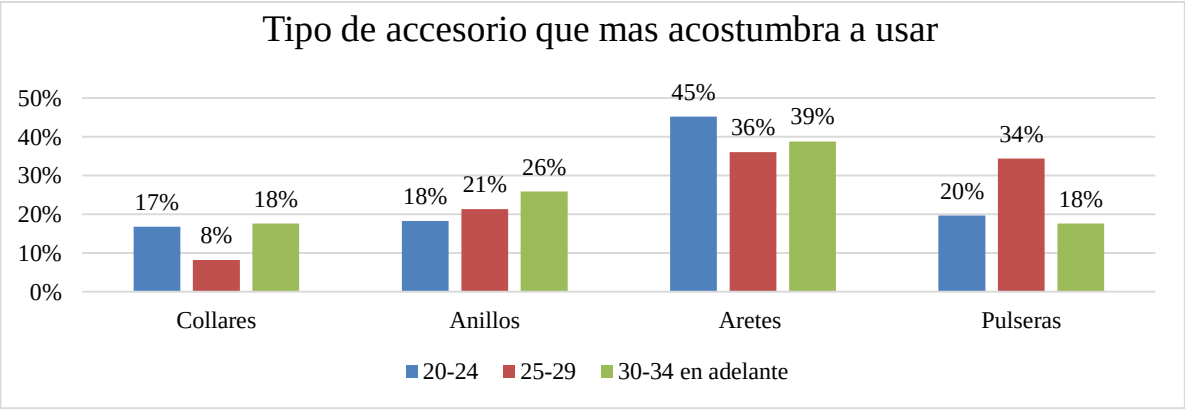


Gráfico: 6 Tipo de accesorio que más acostumbra a usar
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De las mujeres con edad comprendida entre 20 y 24 el accesorio que más acostumbran a usar, el 17% indico que collares, el 18% menciono que anillos, el 45% señalo que aretes y el 20% contesto que aretes; por su parte de las mujeres con edad entre 25 y 29 años el accesorio que más utilizan, el 8% tiene un inclinación por collares, el 21% respondió que anillos, 36% indico que aretes, y el 34% contesto que pulseras; por último, de las mujeres con edad entre 30 y 34 años en adelante el accesorio que más acostumbran a utilizar, el 18% utiliza collares, el 26% contesto que anillos, el 39% indico que aretes, y el 18 menciono que pulseras.

Interpretación

Dentro de los accesorios mencionados, la mayoría de las mujeres tienden a utilizar en su mayoría aretes, lo cual determina que en caso de realizar bisutería, el accesorio seleccionado para diseñar seria, los aretes.

3. **¿Qué tan importante considera la utilización de los accesorios para complementar su vestuario?**

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Básico	61	53%	60	47%	48	35%	**169**	**44%**
Importante	44	39%	57	44%	66	48%	**167**	**44%**
Muy importante	10	8%	12	9%	24	17%	**46**	**12%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 20 Utilización de los accesorios para complementar su vestuario
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

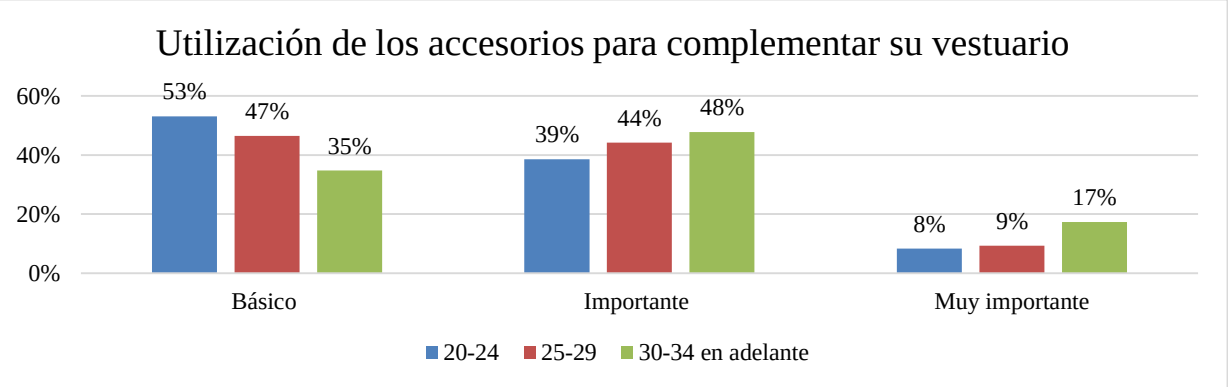


Gráfico: 7 Utilización de los accesorios para complementar su vestuario
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De las mujeres con edad de 20-24 años, en la utilización de accesorios, el 53% considera que básico, el 39% menciona que importante, y el 8% piensa que muy importante; por otro lado, de las mujeres con edad de 25-29 años, el 47% considera que la utilización de accesorios es básico, el 44% opina que importante y el 9% considera que muy importante. Para terminar, las personas con edad entre 30-34 años en adelante, el 35% considera que la utilización de accesorios es básico, el 48% que es importante y el 17% opina que es muy importante.

Interpretación

Se puede observar que el intervalo de edad 20-24 años y 25-29 años considera que es básica la utilización de los accesorios para complementar su vestuario y el intervalo de 30-34 años en adelante señala que es importante la utilización de accesorios.

4. ¿Con qué frecuencia adquiere accesorios?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Quincenal	8	7%	3	2%	15	11%	**26**	**7%**
Mensual	23	21%	26	20%	12	9%	**62**	**16%**
Por temporada	40	35%	53	41%	30	22%	**123**	**32%**
De forma ocasional	42	37%	47	36%	81	59%	**170**	**45%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 21 Con qué frecuencia adquiere accesorios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

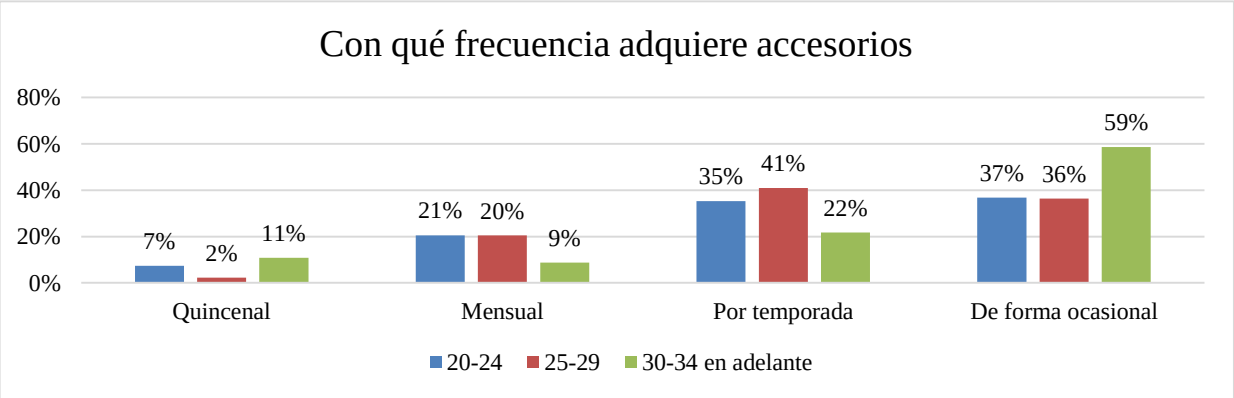


Gráfico: 8 Con qué frecuencia adquiere accesorios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De las mujeres con edad entre 20-24 años, el 7% adquiere accesorios cada quincena, el 21% mensual, el 35% por temporada, y el 37% de forma ocasional; por su parte de las mujeres con edad entre 25-29 años, el 2% lo hace quincenal, el 20% mensual, el 41% por temporada, y el 36% de forma ocasional; por último, de las mujeres con edad de 30-34 años en adelante, el 11% adquiere accesorios cada quincena, el 9% mensual, el 22% por temporada y el 59% de forma ocasional.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas, el intervalo de edad de 30-34 años adquiere los accesorios de forma ocasional, en el intervalo de 25-29 años la adquisición de estos artículos se lo realiza por temporada y en el intervalo de 20-24 años la compra se lo hace ocasionalmente.

5. ¿En qué características se fija al momento de seleccionar sus accesorios?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Materiales	14	12%	18	14%	17	12%	**49**	**13%**
Diseño	31	27%	30	23%	28	20%	**89**	**23%**
Precio	16	14%	18	14%	17	12%	**51**	**13%**
Colores	30	26%	30	23%	22	16%	**82**	**22%**
Funcional	7	6%	9	7%	17	12%	**33**	**9%**
Todas	16	14%	23	18%	37	27%	**77**	**20%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 22 Características al momento de seleccionar sus accesorios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

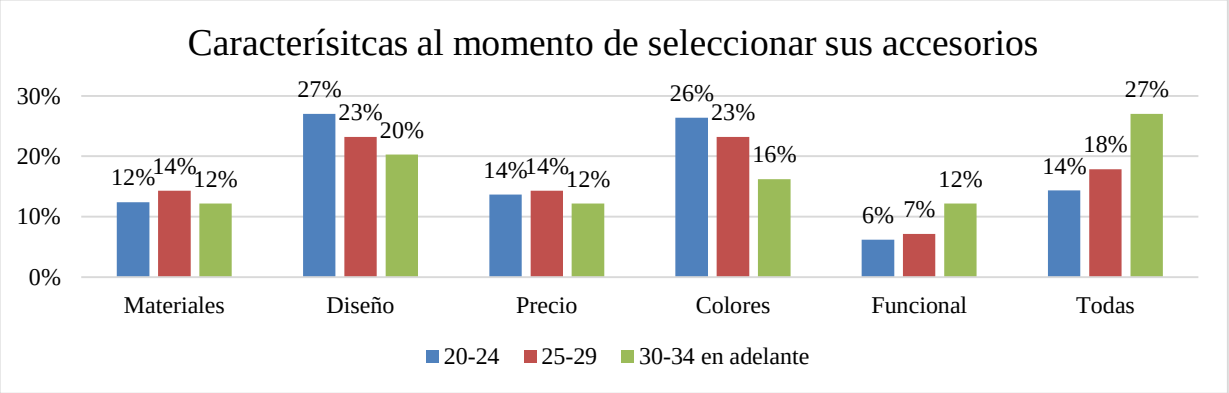


Gráfico: 9 Características al momento de seleccionar sus accesorios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De las encuestas aplicadas en el rango de edad de 20-24 años, el 12% indica que una de las características al momento de comprar es los materiales, el 27% indica que el diseño, el 14% menciono que le precio, el 26% respondió que los colores, el 6% que sea funcional y el 14% todas las anteriores; del rango de edad de 25-29 años, el 14% considera los materiales al momento de seleccionar sus accesorios, el 23% el diseño, el 14% el precio, el 23% los colores, el 7% que sea funcional, y el 18% todas las anteriores; finalmente, en el rango de 30-34 años en adelante, el 12% considera los materiales, el 20% el diseño, el 12% el precio, el 16% los colores, el 12% que sea funcional y el 27% todas las anteriores.

Interpretación

Es evidente que en el rango de 20-24 años las características predominantes al momento de seleccionar los accesorios son el diseño y los colores, mientras que en el intervalo de edad de 30-34 años en adelante son importantes todas las características, y en el intervalo de edad de 25-29 años es importante el diseño y los colores.

6. ¿Para seleccionar un accesorio qué materiales son de su preferencia?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Naturales	36	31%	48	37%	66	48%	**150**	**39%**
Artificiales	40	35%	51	40%	33	24%	**124**	**33%**
Sintéticos	38	34%	30	23%	39	28%	**107**	**28%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 23 Materiales de su preferencia
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

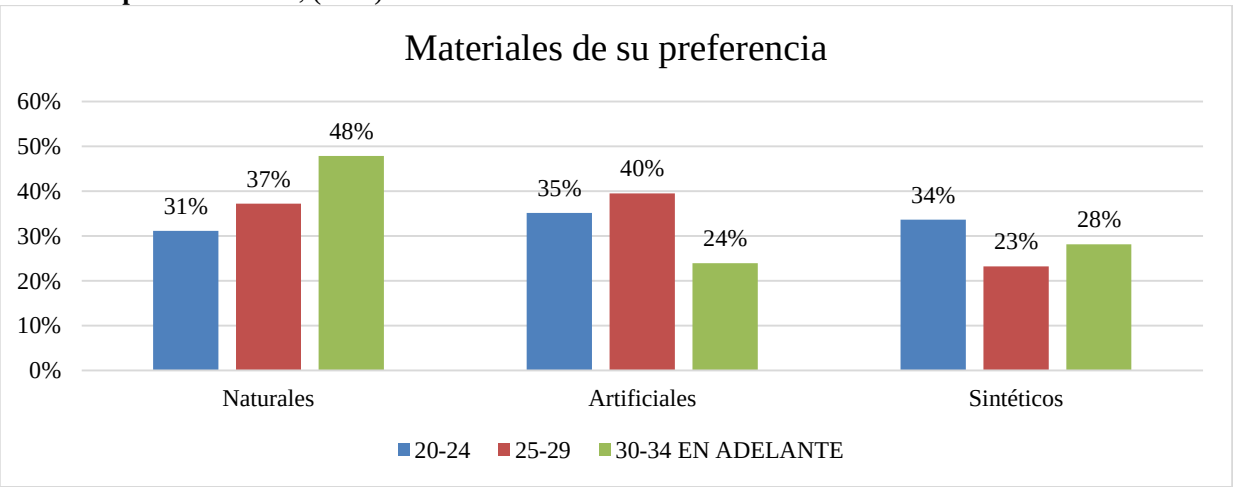


Gráfico: 10 Materiales de su preferencia
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De las personas encuestadas dentro del intervalo de edad entre 20-24 años, los materiales de su preferencia para seleccionar un accesorio, se representan de la siguiente manera el 31% indica que sean naturales, el 35% piensan que artificiales, y el 34% manifiestan que sintéticos; mientras que las mujeres con edad entre 25-29 años, el 37% menciona que el material de su preferencia son los naturales, el 40% los artificiales, y el 23% los sintéticos; finalmente en el rango de edad de 30 a 34 años en adelante, el 48% optan por los accesorios naturales, el 24% por los artificiales, y el 28% por los sintéticos.

Interpretación

Se observa las mujeres de 30-34 años prefiere los materiales naturales, mientras que en las mujeres de 20-24 años su preferencia está dividida entre el material natural y sintético y el tercer grupo observado de edad de 24-29 años manifiestan su preferencia de material natural y artificial.

7. ¿Indique en cuál de estos perfiles de consumidor usted se ubicaría?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Clásico	26	22%	13	10%	38	27%	**76**	**20%**
Neo-clásico	6	5%	13	10%	3	2%	**22**	**6%**
Romántico	2	2%	0	0%	3	2%	**5**	**1%**
Contemporáneo	30	26%	53	41%	25	18%	**108**	**28%**
De moda	40	35%	43	33%	53	39%	**136**	**36%**
Vanguardista	11	10%	7	5%	16	11%	**34**	**9%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 24 Perfiles del Consumidor
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

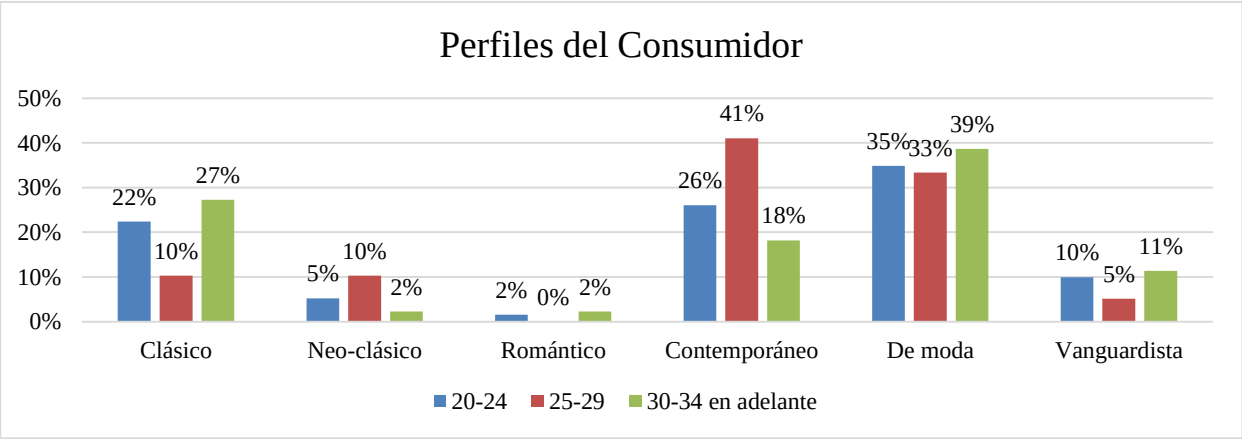


Gráfico: 11 Perfiles del Consumidor
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De la encuesta aplicada, en el intervalo de edad de 20-24 años, el 35% de las mujeres se ubicaría en el perfil de consumidor de moda, el 26% en el perfil contemporáneo, el 22% en el clásico, el 5% en el neo-clásico y el 2% en el perfil romántico; mientras que en el rango de edad de 25-29 años, el 41% se ubicaría en el perfil contemporáneo, el 33% en el de moda, el 10% en el clásico y neo-clásico y el 5% en el perfil vanguardista; para finalizar, en el intervalo de edad de 30-34 años en adelante, el 39% se ubicaría en el perfil de moda, el 27% en el clásico, el 18% en el contemporáneo, el 11% en el vanguardista, y el 2% en el perfil romántico.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos, es evidente que el intervalo de edad de 25-29 años se ubicaría en el perfil contemporáneo y de moda, por su parte el intervalo de edad de 30-34 años en adelante se ubica en el perfil de moda y clásico. Finalmente el rango de edad de 20-24 años se ubicaría en el perfil de moda y contemporáneo.

8. ¿Seleccione los accesorios que utiliza para cada línea de vestuario?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Casual (uso diario)								
Bufandas	14	13%	14	11%	18	13%	**47**	**12%**
Bolsos	10	9%	16	12%	14	10%	**40**	**10%**
Sombreros	2	2%	2	2%	1	0%	**5**	**1%**
Bisutería	12	10%	10	8%	17	13%	**40**	**10%**
Guantes	3	2%	8	6%	1	1%	**12**	**3%**
Pañuelos	3	3%	4	3%	3	2%	**10**	**3%**
Carteras	7	6%	10	7%	10	7%	**26**	**7%**
Gorras	3	2%	3	2%	5	3%	**11**	**3%**
Joyería	7	6%	6	5%	6	5%	**19**	**5%**
Formal								
Bufandas	2	2%	5	4%	7	5%	**14**	**4%**
Bolsos	6	5%	6	4%	5	4%	**16**	**4%**
Sombreros	1	1%	2	2%	1	1%	**4**	**1%**
Bisutería	13	12%	7	6%	8	6%	**29**	**8%**
Guantes	1	1%	2	1%	1	0%	**3**	**1%**
Pañuelos	2	2%	3	2%	5	4%	**10**	**3%**

Carteras	13	11%	16	12%	17	12%	**46**	**12%**
Gorras	1	1%	0	0%	1	1%	**2**	**1%**
Joyería	15	13%	14	11%	18	13%	**47**	**12%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 25 Accesorios que utiliza para cada línea de vestuario
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

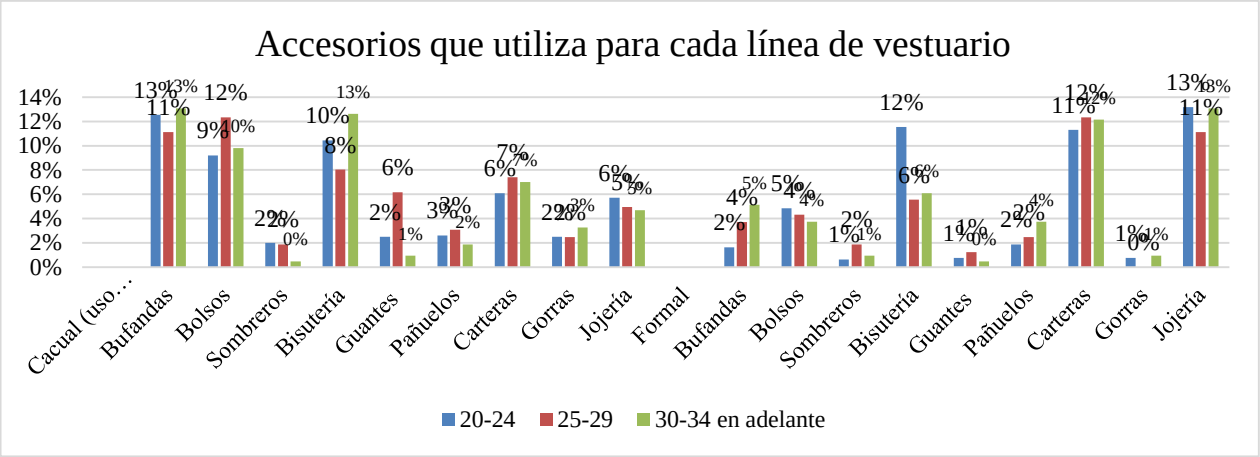


Gráfico: 12 Accesorios que utiliza para cada línea de vestuario
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De las encuestas aplicadas, en el intervalo de edad de 20-24 años en la línea de vestuario casual, el 13% ha escogido bufandas como accesorios que utiliza para esta línea y el 10% ha seleccionado bisutería; mientras que en la línea formal, el 13% ha seleccionado joyería como accesorio para esta línea, el 12% bisutería y el 11% carteras. Por su parte en el intervalo de edad de 25-29 años, en la línea casual, el 12% ha seleccionado bolsos como accesorio para este segmento, y el 11% ha indicado que bufandas; mientras que para la línea de accesorios formal, el 12% ha seleccionado carteras, y el 11% ha indicado que joyería. Para finalizar con el intervalo de edad de 30-34 años en adelante, las preferencias de accesorios para la línea casual es con el 13% bufandas, y también con el 13% bisutería; en la línea de vestuario formal, el 13% de las mujeres utilizan joyería y el 12% carteras.

Interpretación

En el intervalo de edad de 20-24 años, los accesorios que utilizan con mayor frecuencia son bufandas y bisutería en la línea de vestuario casual, mientras que en la línea de vestuario formal, los accesorios que utilizan son la joyería y bisutería. Por su parte en el rango de edad de 25-29 años en la línea de vestuario casual, los accesorios que utilizan son bolsos y

bufandas, mientras que en la línea de vestuario formal los accesorios más comunes son las carteras y joyería. Para finalizar con el rango de 30-34 años en adelante, en la línea de vestuario casual, los accesorios más utilizados son bufandas y bisutería, mientras que en la línea de vestimenta formal, los artículos más comunes son joyería y carteras.

9. ¿Dentro de los siguientes accesorios seleccione cual es el accesorio que más utiliza?

	20-24	Frecuencia relativa	25-29	Frecuencia relativa	30-34 en adelante	Frecuencia relativa	TOTAL	PORCENTAJES
Casual (uso diario)								
Bufandas	16	14%	19	14%	9	7%	**44**	**11%**
Bolsos	11	10%	16	12%	16	12%	**43**	**11%**
Sombreros	1	1%	3	3%	2	2%	**7**	**2%**
Bisutería	11	10%	7	5%	18	13%	**36**	**9%**
Guantes	2	2%	6	5%	0	0%	**8**	**2%**
Pañuelos	1	1%	1	1%	3	2%	**5**	**1%**
Carteras	6	5%	10	8%	8	6%	**25**	**6%**
Gorras	3	3%	4	3%	3	2%	**10**	**3%**
Joyería	4	4%	3	3%	12	8%	**19**	**5%**
Formal				***0*** 0%				
Bufandas	5	5%	7	5%	5	3%	**17**	**4%**
Bolsos	6	5%	6	5%	3	2%	**15**	**4%**
Sombreros	2	1%	4	3%	1	1%	**7**	**2%**
Bisutería	12	10%	7	5%	10	7%	**28**	**7%**
Guantes	2	2%	3	3%	1	1%	**6**	**2%**
Pañuelos	2	1%	3	3%	5	4%	**10**	**3%**
Carteras	12	11%	16	12%	18	13%	**47**	**12%**
Gorras	1	1%	2	1%	1	1%	**3**	**1%**
Joyería	17	15%	12	9%	23	17%	**52**	**14%**
TOTAL GENERAL	**114**	**100%**	**129**	**100%**	**138**	**100%**	**381**	**100%**

Tabla: 26 Complemento de vestuarios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

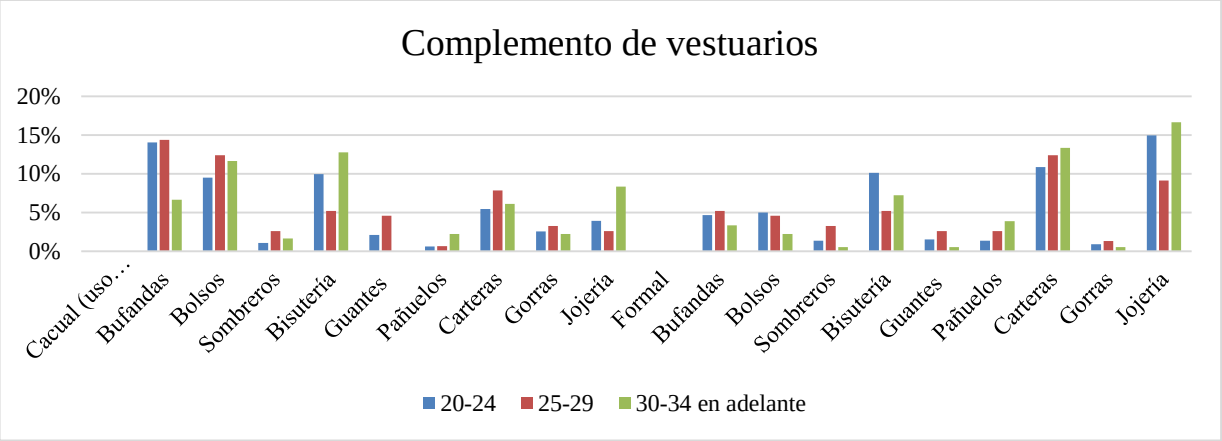


Gráfico: 13 Complemento de vestuarios
Fuente: Encuesta dirigida al público objetivo
Elaborado por: Valencia D, (2017)

Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas, en el intervalo de edad de 20-24, los accesorios que más utilizan son las bufandas con el 14%, los bolsos y la bisutería con el 10%, esto en referencia a la línea de vestuario casual, mientras que en la línea de vestuario formal los artículos que utilizan con más frecuencia son, la joyería con el 15% y la carteras con el 11%. Mientras que en el rango de 25-29 años, en la línea de vestuario casual, los accesorios que más utilizan son bufandas con el 14%, y bolsos con el 12%, en la línea formal, los artículos más comunes son carteras con el 12% y joyería con el 9%. Por último, en el intervalo de edad de 30-34 años en adelante, los accesorios más comunes en la línea de vestuario casual, son bisutería con el 13% y bolsos con el 12%, mientras que en la línea de vestuario formal los accesorios que más utilizan son joyería con el 17% y carteras con el 13%.

Interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas, en el intervalo de 20-24 años los accesorios más utilizados son las bufandas, los bolsos y la bisutería en el segmento casual, por otro lado en el segmento formal, los artículos más comunes son la joyería y las carteras. En el rango de 25-29 años, los accesorios de su preferencia son las bufandas y los bolsos en el ámbito casual, mientras que en el segmento formal los accesorios predominantes son las carteras y la joyería. Para terminar, en el intervalo de 30-34 años en adelante, en la línea de vestuario casual, los accesorios más utilizados son la bisutería y los bolsos, mientras que en el aspecto formal, los artículos más comunes son la joyería y las carteras.

4.5 Conclusiones

Se concluye dentro de la investigación que para las mujeres de 18 a 34 años el termino complementos de vestuario se utiliza para nombrar los accesorios dentro de la vestimenta.

Con la investigación se puede determinar que el grupo objetivo son mujeres de 30-34 años de edad las cuales se ubican dentro de un perfil de consumidor de Moda.

Además, dentro de las categorías de accesorios en cuanto a bisutería los más utilizados son los aretes, por otra parte al hablar de accesorios en general mostraron más interés por los bolsos y carteras.

También se puede concluir que los materiales de preferencia del grupo objetivo son los naturales.

CAPITULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1 Cronograma de producción

En la siguiente tabla se expondrá el intervalo de tiempo en desarrollar las etapas de investigación, diseño y producción del producto, en este caso los bolsos:

Tabla 27:
Cronograma de producción

CRONOGRAMA DE PRODUCION								
	MES 1				**MES 2**			
ETAPA	**S. 1**	**S. 2**	**S. 3**	**S. 4**	**S. 1**	**S. 2**	**S. 3**	**S. 4**
Investigación	X				X			
Diseño	X				X			
Prototipo	X				X			
Selección de materia prima e insumos.		X				X		
Diseño y dibujo del bordado		X				X		
Bordado		X				X		
Mordería y Despiece			X				X	
Marcado y Corte			X				X	
Armado			X				X	
Acabados e Insumos				X				X
Pulidos y terminado				X				X
Control de calidad				X				X
Ventas				X				X

Tabla 28:

Cronograma de la producción de colecciones

CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE COLECCIONES						
MES	**PRODUCCIÓN**	**VENTAS**				
FECHAS	**COLECCIONES**	**DIA DE SAN VALENTIN**	**CARNAVAL**	**DIA DE LA MUJER**	**DIA DE LA MADRE**	**NAVIDAD**
ENERO	2 Colecciones	X				
FEBRERO	3 Colecciones	X	X	X		
MARZO	1 Colecciones	X				
ABRIL	2 Colecciones				X	
MAYO	2 Colecciones				X	
JUNIO	1 Colección					
JULIO	1 Colección					
AGOSTO	1 Colección					
SEPTIEMBRE	1 Colección					
OCTUBRE	2 Colecciones					X
NOVIEMBRE	2 Colecciones					X
DICIEMBRE	2 Colecciones					X

5.2 CONTROL DE CALIDAD

A continuación, se representa el diagrama en donde se expone las etapas de producción y los puntos en donde se establecerá el control de calidad del producto a elaborar:

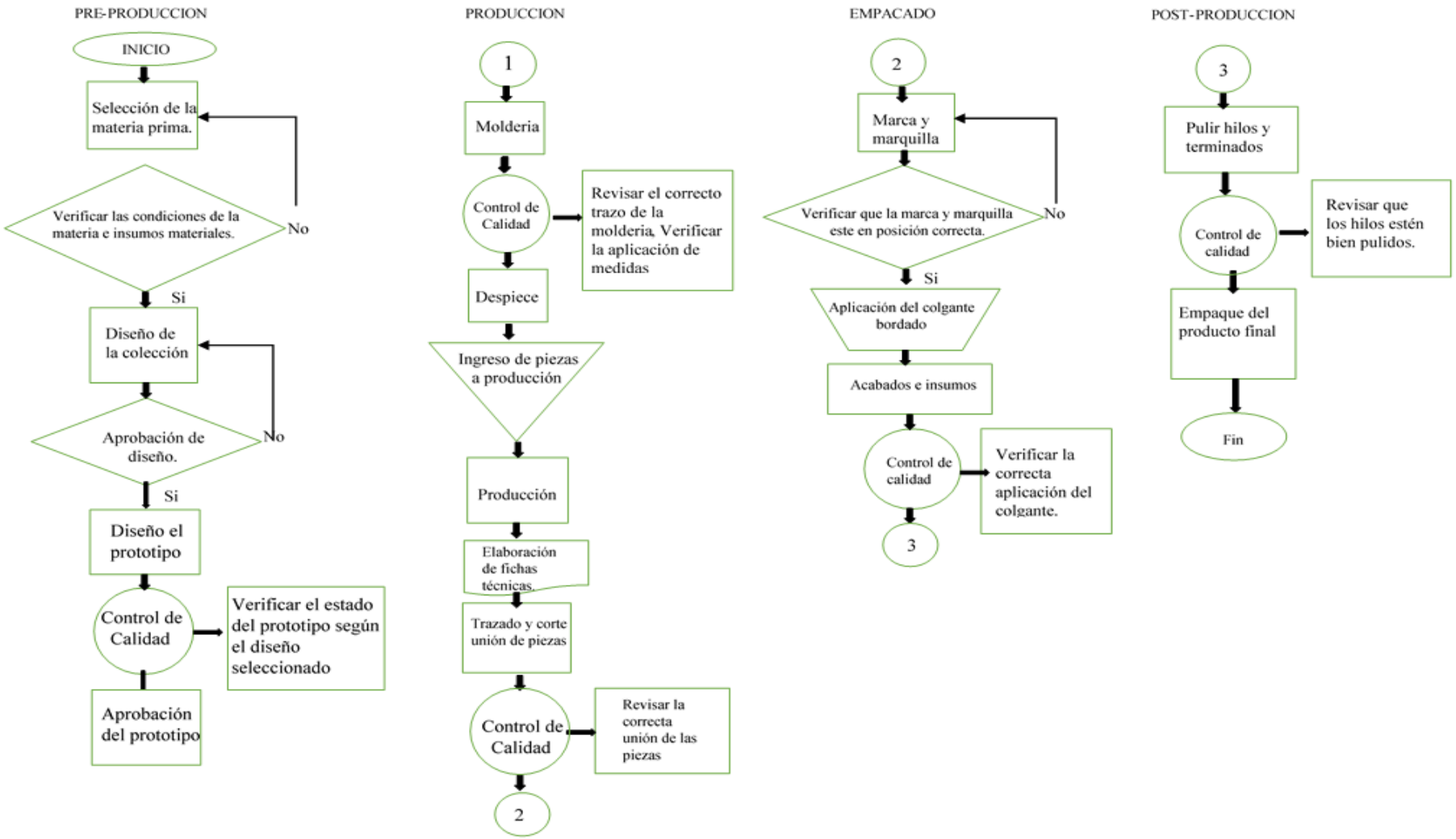


Gráfico: 14 Control de calidad

5.3 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

El taller consta de una superficie de $7 * 15m^2$, la cual está distribuida de la siguiente manera:

- Un área de recepción con sus respectivos muebles.
- Una sala de espera amoblada destinada para los clientes.
- Una bodega para materia prima, con sus respectivos
- Área de diseño con un escritorio destinado para la computadora, una silla, una mesa para realizar bocetos.
- Un departamento para el control de calidad.
- Un área de mordería despiece y corte con dos mesas disponibles una para realizar el patronaje y moldería, y otra para el despiece con las herramientas necesarias.
- Área de ventas amoblada, con una computadora y acceso a internet.
- Are de acabados e insumos con una estantería en la cual se pueda observar toda la variedad de insumos disponibles.

Tabla 29:
Equipos

Equipo	**Uso**
Computadora Portátil	Desarrollo y elaboración de diseño y fichas técnicas.
Maquina recta	Unión de piezas
Mesa de Patronaje y despiece	Elaboración de moldes y despiece.
Reglas de patronaje	Elaboración de moldes
Utensilios de oficina	Desarrollo de la colección
Muebles de Oficina	

Gráfico: 15 Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

5.4 Requerimiento de mano de obra

Tabla 30:
Requerimiento de mano de obra

MANO DE OBRA PARA REALIZAR UNA PRODUCCIÓN MENSUAL DE 20 UNIDADES			
PROCESO	**ENCARGADO**	**DETALLE**	**NUMERO DE PERSONAS.**
DIBUJO te(bordado)	Artesana de procedencia del pueblo Chibuleo. (Vanessa Zulema.)	Desarrolla el dibujo de figuras orgánicas sobre el textil.	1
BORDAR	Artesana de procedencia del pueblo Chibuleo.	Desarrolla el bordado manual sobre la tela dibujada con los hilos apropiados.	1
TEJIDO CABUYA	Artesana de Quisapincha	Desarrolla el tejido de la cabuya de manera manual.	1
TEJIDO LANA DE BORREGO	Artesana de Ambato	Desarrolla el tejido de la lana de manera manual con crochet.	
GRABADO CUERO	Diseñador Grafico Cristian Ruiz	Con la maquinaria necesaria se realiza el repujado sobre cuero.	1
CORTE LASER CUERO	Diseñador Grafico Cristian Ruiz	Con la maquinaria necesaria se realiza el corte sobre cuero.	

Por la complejidad y demora en la entrega de los bordados y tejidos se ve la necesidad de disminuir tiempos y mejorarlos en referencia a la producción disponible para la venta, capacitando a dos personas de sexo femenino con habilidades para tejer la cabuya y lana de borrego y la otra para bordar, en donde la persona representante del Pueblo Indígena Chibuleo, brindará sus conocimientos de sobre

dibujo y bordado tradicional, el mismo curso está costeado por la investigadora pues con esto se generará un valor agregado para la entidad.

5.5 Seguridad Industrial y Medio Ambiente

Determinar un reglamento de gestión de riesgos con respecto a la seguridad industrial y el medio ambiente. El proyecto, ya sea productivo, de servicios, de infraestructura, urbanístico, recreativo, etc. deberán tenerse en cuenta desde su concepción condiciones de seguridad, higiene y medio ambientales desde la etapa de desarrollo o fase constructiva hasta la etapa operativa o productiva, debiendo internalizarse los costos asociados con la implementación de una adecuada gestión.

Además, se elaborará un Plan mínimo de prevención de riesgos laborales, la misma que servirá para organizar de forma adecuada, las instalaciones del Taller, como también, la forma de transporte, almacenamiento y manejo de materiales dentro del área de producción.

- **Ver Anexo 2**: Plan Mínimo de Prevención de Riesgos Laborales

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Descripción del producto o servicio

6.1.1 Brains Torning

Los bolsos o carteras un accesorio indispensable para complementar la vestimenta femenina a la hora de salir.

El siguiente producto es un complemento de vestuario femenino, un bolso con inspiración en el pueblo indígena Chibuleo, del cual se toma como referencia principalmente la técnica de bordado de las blusas femeninas, así también dos de sus materiales como lo son la cabuya y lana de borrego, con la idea principal de resaltar parte de la riqueza cultural de un pueblo indígena, aplicando así también la responsabilidad puesto que este accesorio cuenta con un valor agregado el cual se otorga, gracias a la implementación de mano de obra de sus mujeres indígenas para la realización del bordado, tratando de rescatar una de sus costumbres. De la misma manera la aplicación de materiales naturales en un 75% hace que el producto tenga una mejor valoración, tratando de evitar en la mayor parte contaminar el medio ambiente.

El accesorio cuenta con buenas normas de control de calidad, brindándole así un producto de buena calidad al consumidor, evitando perjudicarlo y perjudicar la imagen del producto.

Se planea aplicar el sello de Hecho en Ecuador, debido a que el producto cuenta con las características necesarias para afiliarse a esta organización.

La difusión del producto se desarrollará en las distintas redes sociales debió al acogimiento que estas tienen por parte del consumidor, y a la facilidad de manejo.

De igual manera se patentará la marca según los reglamentos y estatutos establecidos para evitar plagio de los productos.

6.2 Perfil del cliente.

El perfil del cliente, son mujeres de 30-34 años de edad que viven en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

Mujeres de 30-34 años

Las mujeres ya cuentan con un poder adquisitivo, debido a que se desempeñan en un medio laboral amplio. Son mujeres que tienen un punto de equilibrio entre lo tradicional y la innovación, observan la calidad de los productos antes de adquirirlos, y consideran que los accesorios son básicos para complementar su vestimenta.

Se definen dentro de un perfil de consumidor de moda.

De acuerdo a Rincón A, (2012)

> La innovación es parte de su vida diaria, la imagen cambia permanentemente según el tema o concepto que esté en lo último de tendencias, no tiene apegos ni crea compromisos con ningún formato, busca siempre un grupo para formar clan y fortalecer ideas, que cambian tan rápido como su ropa, todo es recibido, aceptado, permitido y adoptado tal vez sólo por hoy.
>
> Son el primer grupo que acepta la idea de vivir fuera de este planeta, su universo es infinito, vive pendiente de lo último en las grandes capitales del mundo, mezcla un poco del hoy pero casi todo del mañana. (pág. 11)

El vestuario es atrevido y busca la innovación permanente, no se acoge a ninguna silueta, sino que crea la que considere lo hace sentirse y verse diferente, mezcla diseños y proporciones en la silueta y así determinan su propio estilo, las nuevas tecnologías, texturas, colores y estampados son sus preferidas, las llevan como sello de moda.

La comida es ligera y rápida, prefiere de ella las propuestas de nuevas y divertidas mezclas es más importante el sitio en sí que la comida.

Su hogar está regido por las últimas y más novedosas propuestas, tan fácil una piel de cebra como una alfombra sintética, su mobiliario es liviano, básico y poco (para ser cambiado fácilmente), los materiales pueden ser metálicos, acrílicos o maderas con efectos especiales, nada tendrá un estilo definido, pero si diferente a lo convencional. (Rincón A, 2012)

6.2.1Moodboard del perfil del cliente

Imagen: 27 Moodboard del perfil del cliente

6.3 Identidad de marca.

Marca

La marca se aplicará solo para la línea de accesorios con inspiración o base en pueblos indígenas, étnicos, tribus indígenas, pueblos originarios, y afro ecuatorianos.

Papelería básica

Desarrollar un manual básico de la marca (usos básicos, papelería básica, fondos permitidos, tipografía, color corporativo).

6.4 Uso de la marca.

Manual de la Marca

Gráfico: 16 Manual de la marca

Gráfico: 17 Introducción

Gráfico: 18 Logotipo

Gráfico: 19 Escala de Grises

Gráfico: 20 Positivo y Negativo

Gráfico: 21 Tipografía

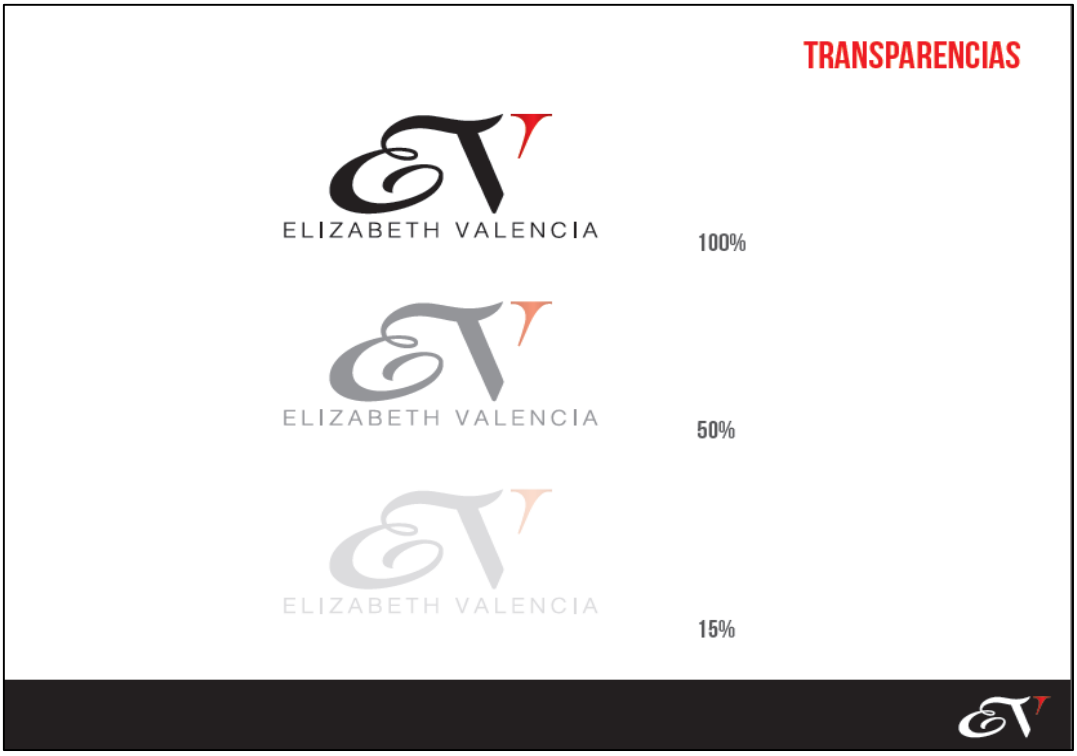


Gráfico: 22 Transparencias

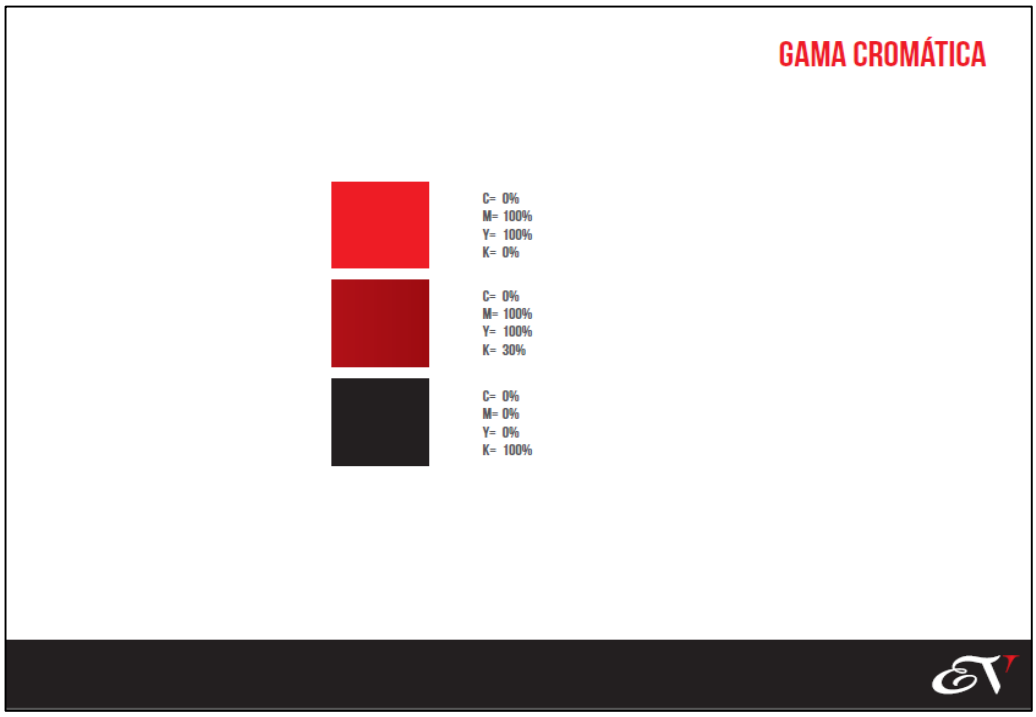


Gráfico: 23 Gama Cromática

Gráfico: 24 Restricciones

Gráfico: 25 Aplicaciones

Gráfico: 26 Tarjetas

Etiquetas

Gráfico: 27 Etiquetas

Empaque

Gráfico: 28 Empaques

6.5 Análisis de Color de La Propuesta

Imagen: 28 Análisis de color de la propuesta
Fuente: (Muñoz P, 2016)

Los colores que se manejan en la temporada para el otoño-invierno van en una escala de cobres los cuales portan el toque exótico que le hace falta a cualquier paleta de invierno y viene acompañado de geometrías, estampados abstractos y texturas en relieve.

Es un color naranja rojizo que, gracias a todos los matices que tiene da sensación de profundidad y elimina por completo la sensación de prendas planas. Es el color más 'real' y fiel a la realidad de la temporada. (Muñoz P, 2016)

6.5.1 Paleta de color de la propuesta

Colores según el análisis de las pasarelas:

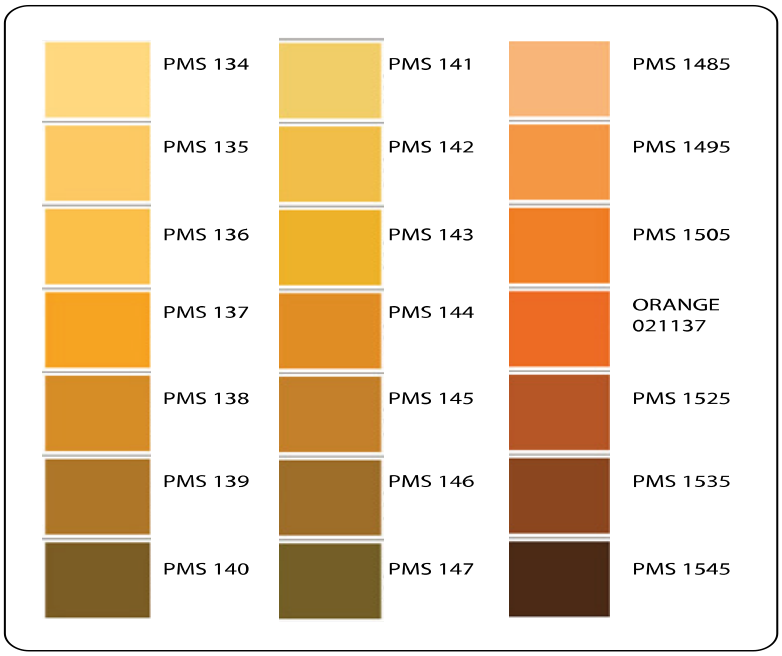


Imagen: 29 Colores según el análisis de las pasarelas
Fuente: (Muñoz P, 2016)

Colores según la inspiración: Pueblo Indígena Chibuleo

La gama de colores que aplican para la realización del bordado de las blusas las mujeres del pueblo Chibuleo, deriva de la flor de alfalfa, hierva que podemos encontrar en sus tierras.

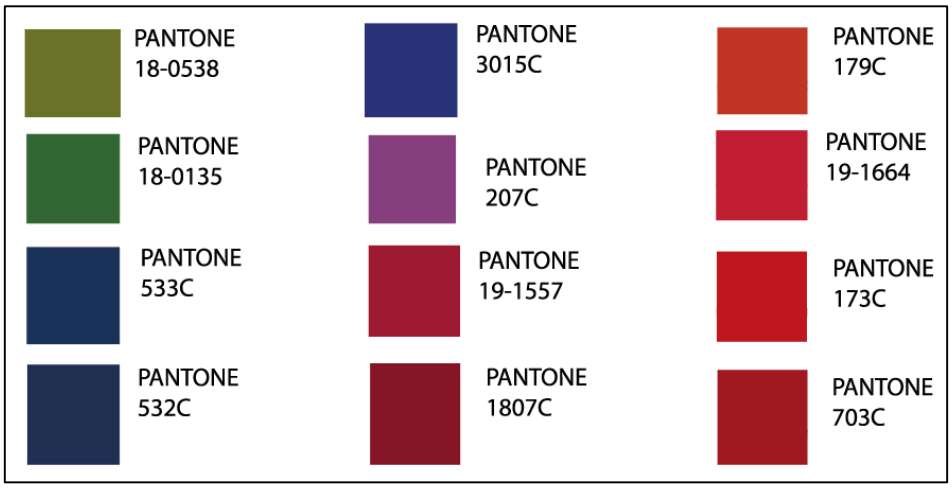


Imagen: 30 Colores Pueblo indígena Chibuleo
Fuente: (Wedbook, 2017)

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

6.6.1 Macro tendencia

Macro tendencia:

Es una tendencia que tiene larga vida, resultado de muchas fuerzas en una comunidad que no se puede manipular. Para observar macro tendencias se analizan factores demográficos, psicográficas, aspectos de economía, cambios en el medio ambiente, el estado de gobierno, la sociedad y la tecnología.

El crecimiento de una macro tendencia dentro de una comunidad puede significar una nueva oportunidad de negocio o de comunicación para una marca.

Ejemplos actuales:

1) Aparición de innovaciones (y aceptación de ellas por los mercados) relacionadas con la salud, el envejecimiento, la contaminación; basadas en ciencias como la nanotecnología, biotecnología, energía limpia o nuevos materiales.
2) Preocupación por el medio ambiente (productos biodegradables, coches eléctricos, etc).
3) Preocupación por la salud (dietas, gimnasios, reducciones de estómago, alimentos ecológicos, productos naturales, alimentos que combaten el colesterol, alimentos 0% materia grasa, etc.)
4) Culto al cuerpo en hombres y mujeres (cirugías plásticas, botox, vigorexia, sujetadores y pantalones “push up”, fitness, etc.
5) Interés en lo hecho a mano y lo customizado, aquello que sea único y no creado industrialmente en serie.
6) Las pequeñas y medianas empresas serán cada vez más globales en vez de locales. El e-Comerce avanza a pasos agigantados.

Microtendencias:

Se trata de grupos de personas que comparten intereses en diversos ámbitos. Puede ser que estas tendencias estén afectando a un porcentaje pequeño de la población al principio, pero al final (según Mark Penn, escritor de Microtrends) “en las sociedades de hoy, sólo se necesita 1 por ciento de las personas para crear un

movimiento que puede cambiar el mundo". Mark Penn argumenta que si la comunicación de una marca está personalizada para un público objetivo muy específico al final tiene el potencial de convertirse en una moda para el público masivo. Lo importante es dirigir el producto adecuado a las personas adecuadas en el momento adecuado.

Las Microtendencias son las que dan origen a las llamadas "modas pasajeras", cambian cada temporada, revolucionan el mercado, abren un abanico de posibilidades y promueven el consumo. También pueden actuar como "boomerangs", es decir, retornar temporada tras temporada a ver si se consolidan. (Cazando tendencias, 2014)

6.6.2 Tendencia

> El viernes 10 marzo, en la feria mayorista Expand Design en el LATU, además de acceder a un sneak peek de lo que se viene esta temporada otoño-invierno 2017(¡amarillo! ¡metalizado! ¡loafers!), participamos de la charla de Rosalina Villanueva Arce de WGSN, la principal empresa predictora de tendencias a nivel global.
>
> Más allá de si se va a usar tal o cual corte de pantalón, determinado tipo de taco o modelo de remera, lo que hace WGSN es estudiar las macro tendencias sociales, políticas, económicas y sí, de moda, para determinar qué temas (o estados mentales, como le llaman ellos) van a predominar en los próximos años. Esta investigación, que según explicó Rosalina a Couture se hace pensando en los próximos dos, cinco y 10 años, incluye datos duros -el famoso big data– y una cuestión más "anímica" de la sociedad. (Pintos A, 2017, pág. 1)

WGSN anticipa así cuatro grandes estados mentales o macro tendencias para la primavera 2018:

a) Futuro Pausado

El futuro pausado se trata de recordar el pasado para imaginar el futuro.

Cualquiera que haya seguido las novedades de adidas, apenas lee esta frase recuerda la inspiración de sus últimos modelos –NMD y EQT-, para los que se basaron en diseños históricos y crearon algo nuevo. Este tema o estado mental se enfoca en lo que va a ser el futuro de la humanidad, que sin duda está volviendo a valorar los tiempos del pasado en los que las pausas, la tranquilidad y hasta el aburrimiento eran vitales. En un momento en el que las redes sociales parecen ocupar

cada hueco de nuestro tiempo libre, la información nos satura y el consumo es abundante, WGSN anticipa que la sociedad se va a decantar por un modo de vida minimalista, sencillo y despojado.3

> En cuanto a la moda, esto se va a ver reflejado en varios aspectos. En lo más superficial, vamos a ver que cada vez se vuelve más popular el tema del espacio exterior en las colecciones, con estampados de galaxias, naves espaciales, lunas y estrellas –hola, Chanel-. En cuanto a la paleta, vamos a poder ver mucho metalizado -que ya hemos notado en las colecciones de Invierno 2017– olivas y óxido.
>
> La nave espacial de Chanel fue uno de los hits de Paris Fashion Week Invierno 2017. Atención al estampado de la derecha con astronautas. Fotos: Vogue. (Pintos A, 2017, pág. 1)

b) Afinidad

Afinidad se trata sobre culturas y colectivos, tanto reales como virtuales, que forjan un mayor sentido de comunidad.

Así como en reacción al presente consumista nos imaginamos un futuro minimalista, la hiperconectividad a través de las redes se va a transformar en una revalorización de las culturas, los grupos y el contacto one-on-one. También, como lo indica el nombre, es un tema asociado a los sentimientos, la sensibilidad y la expresión de individualidad. “En 2018 miraremos nuestras identidades físicas y nacionales con nuevos ojos y buscaremos cada vez más atenuar los límites y derribar las fronteras”.

En esa línea los elementos típicos de distintas culturas, como las artesanías, vuelven a adquirir gran valor pasando a estar de moda aquellas prendas o accesorios que cuentan una historia. Un ejemplo es la línea de carteras que Gucci lanzó el año pasado, The Souvenir Collection, en la que crearon un bordado típico de cada región para darle un valor agregado. También, al ser un tema muy relacionado con los sentimientos, se esperan estampados románticos como las flores –groundbreaking-, el gingham y colores pasteles.

3. Psicotropical

Psicotropical explora una naturaleza idealizada para el futuro.

Ya lo estamos viendo, hay una tendencia de búsqueda de lo natural. Desde la comida, que cada vez se hace más hincapié en que sea farm-to-table hasta nuestro tiempo libre, en el que tendemos a ir a espacios abiertos y en conexión con la naturaleza. Y en 2018 "no solo buscaremos lo natural, sino lo supernatural, ya sea a través de paraísos ecotropicales y exóticos o de tierras de ensueño hechas por el hombre "1, como explica WGSN. Se combinan los orígenes relacionados con la naturaleza con elementos futuristas, psicodélicos y abstractos.

> En la moda veremos que se mantienen los estampados tropicales en los que predomina la vegetación, la psicodelia, los tonos neón -sobre todo azul, verde y naranja-, las combinaciones de colores inusuales, los patrones basados en el arte digital, las texturas extrañas y las materias primas recicladas.
>
> Kenzo x H&M. Foto: H&M.adidas Parley hechos con desechos oceánicos reciclados. adidas. (Pintos A, 2017, pág. 1)

4. Energía juvenil

Analiza la cultura juvenil que influye en cada área del mercado, la rebeldía ecléctica y un fuerte sentido de la personalidad.

En términos de Pinto A, (2017)

> Las fronteras entre Generación X, Z y Millennials van a ir borrándose y la juventud será más una cuestión mental que práctica: a nadie le va a importar cuándo naciste. El tema de "Energía juvenil" apunta a que cada uno pueda demostrar su individualidad y personalidad a través de un estilo único, sin importar su edad. Por otro lado, elementos icónicos de juventudes pasadas vuelven a tomar vida, como las prendas usadas por los chicos de los 80s –hola, adidas– y se reinventan para volverlas actuales.
>
> La moda tendrá un espíritu rebelde en el que tampoco habrá divisiones de géneros ni de deportivo o formal, algo que ya lo podemos empezar a ver de la mano de marcas como Vetements y colaboraciones como las de Supreme y Louis Vuitton. En cuanto a los colores, la paleta asociada con este "estado mental" es de pasteles con tonalidades neón -amarillo artificial y lila eléctrico más que nada- combinados con colores oscuros. La moda de los parches como forma de personalizar las prendas continuará en 2018, más que nada asociada a logos de otras épocas como McDonald's o Pepsi. (pág. 1)

Debido al contenido de la macro tendencia "Afinidad" se ha seleccionado esta para desarrollar la propuesta.

6.7 Concepto de la propuesta.

El concepto representa las reflexiones que se ocultan tras un diseño que es el punto de partida y la referencia constante.

Puede presentarse clara o sutilmente y puede ser algo tan simple como África, burlesco o pirata, por poner algunos ejemplos, de lo que se debe desarrollar una descripción y como va hacer aplicada en las propuestas.

Flor de alfalfa

El concepto que se maneja para el desarrollo de la propuesta está basado en rescatar nuestros bienes intangibles, así como las técnicas que aplican para desarrollar su vestimenta, al igual que los materiales e insumos de los distintos pueblos indígenas en este caso con el pueblo Chibuleo de la provincia de Tungurahua.

Bienes intangibles como la tradición o costumbre que tienes las mujeres del pueblo Chibuleo al realizar el bordado de sus blusas, tradición que viene de generación en generación, la misma que con el pasar de los años se ha ido desapareciendo por distintos factores.

Sus materiales como lana de borrego y cabuya los cuales son propios de la elaboración de las shigras de la mayoría de nuestros pueblos indígenas principalmente de la Sierra, pero del mismo modo esta habilidad de tejer con estos materiales se va perdiendo debido a la dificultad y tiempo que realizar este proceso representa.

Con la siguiente propuesta se plantea rescatar estés tres elementos principales en productos de moda.

6.8 Elementos Del Diseño

6.8.1 Siluetas

Formas geométricas

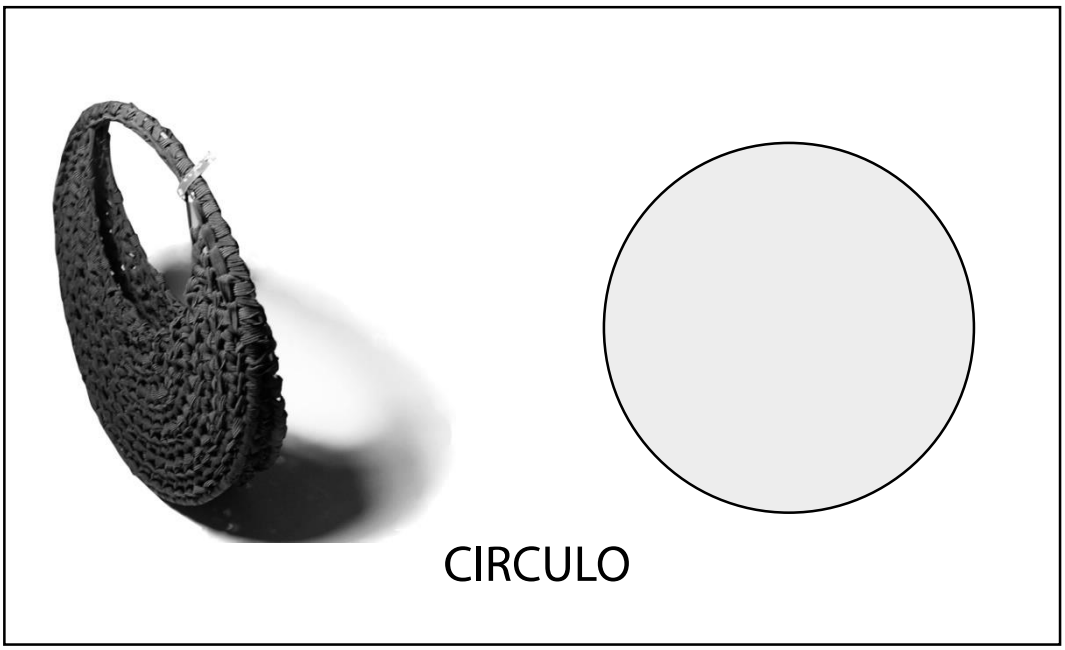


Imagen: 31 Formas geométricas

6.8.2 Proporción y línea

Proporción:

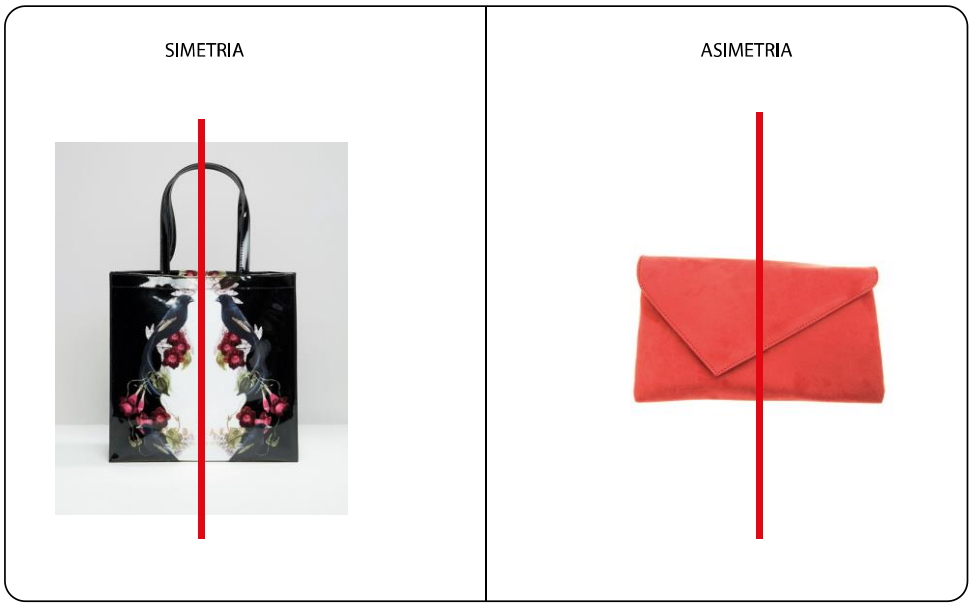


Imagen: 32 Proporción

Línea

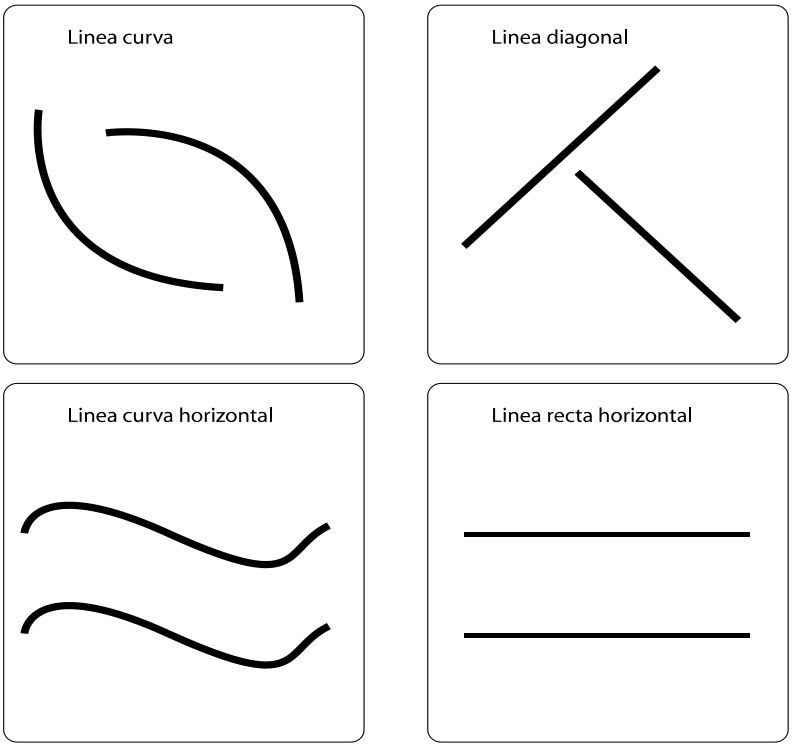


Imagen: 33 Línea

6.8.3 Función uso de la ropa

Utilidad

"El vestido ha evolucionado hasta encontrar muchas utilidades prácticas y de protección, como la adecuación a la temperatura o a la profesión del individuo." (Jenkyn J. , 2005, pág. 25)

Del mismo modo el bolso y sus variaciones, debido a que fue creado con la necesidad de transportar distintos elementos de un lugar a otro y hasta el día de hoy se lo utiliza del mismo modo siendo así un elemento indispensable ya no solo femenino sino también masculino.

Adorno

Los adornos permiten enriquecer encantos físicos, afirmar la creatividad o individualidad, o señalar la pertenencia o el rango dentro de un rango o cultura. (Durán V, 2015)

6.8.4 Detalles bordados

Imagen: 34 Detalles bordados

Bordados:

Este bordado se realiza de manera manual, aplicando una técnica desarrollada por las mujeres de este pueblo con hilos de distintos colores los cuales forman parte de una gama cromática inspirada en la flor de alfalfa.
Estos bordados se aplicarán a manera de adorno y se los complementara con cristales o piedras.

6.8.5 estilo

Ornamental

Debido a la aplicación de los bordados en el diseño, se maneja un estilo ornamental, ya que el dibujo de los bordados es inspirado en la flor de la alfalfa y a las formas que esta tiene.

6.8.6 Estampados, bordados y acabados, terminados

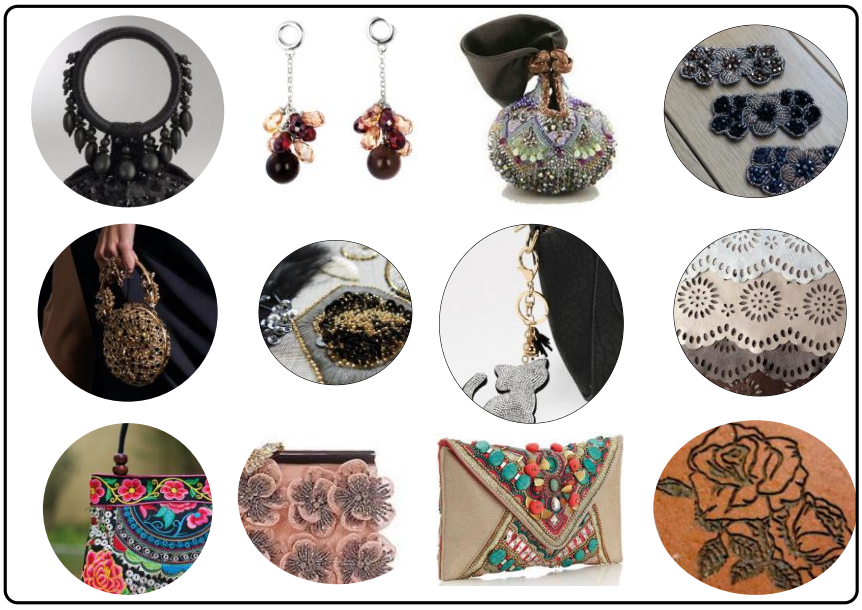


Imagen: 35 Estampados, bordados y acabados, terminados
Fuente: Varios

Para el desarrollo de la propuesta se aplicará los siguientes terminados:

Colgantes, cristales y pedrería, grabado y corte a laser en cuero, y bordados a mano.

Imagen: 36 Estampados, bordados y acabados, terminados
Fuente: Varios

En las ultimas pasarelas de moda se puede observar la aplicación de distintos materiales para elaboración de bolso, materiales como el cuero básicamente el cual no pasa de moda, pieles, en siluetas podemos ver el manejo de formas geométricas, y también bolsos de mano.

Con respecto a la propuesta, se aplicará varios de los factores observados en las pasarelas, así como los materiales y las formas.

6.9 MATERIALES E INSUMOS.

Descripción de las características físicas de los materiales, insumos que se va a usar en el desarrollo de la propuesta.

Tabla 31>
Materiales e insumos

Materiales e insumos	Características
Lana de borrego o cordero	Es una fibra elástica. Tiene una estructura molecular alargada. Las cadenas de células se unen en forma de muelle. Esto les genera su Elasticidad. Se la puede retorcer y no se deforma, volviendo a su forma Original al dejar de hacerlo. (Vintage7, 2012)
Cuero	El cuero, proviene de una capa de tejido que recubre a los animales y que tiene propiedades de resistencia y flexibilidad bastante apropiadas para su posterior manipulación. (Muñoz P, 2016)
Cristales y pedrería	Piedras duras con distintas formas que toman a partir de su composición física y una superficie lisa. Utilizadas para adornar.
Bordados	Elaborados de manera manual tienen una superficie con textura suave.
Fibra de Cabuya (yute)	Hilo de color formado por varios hilos o fibras de cabuya, material blanco y flexible,
Jaladera de madera	Lisa, redonda de madera resistente.

Fuente: Vintage7 (2012), Muñoz (2016)

6.SKETCH O BOCETOS

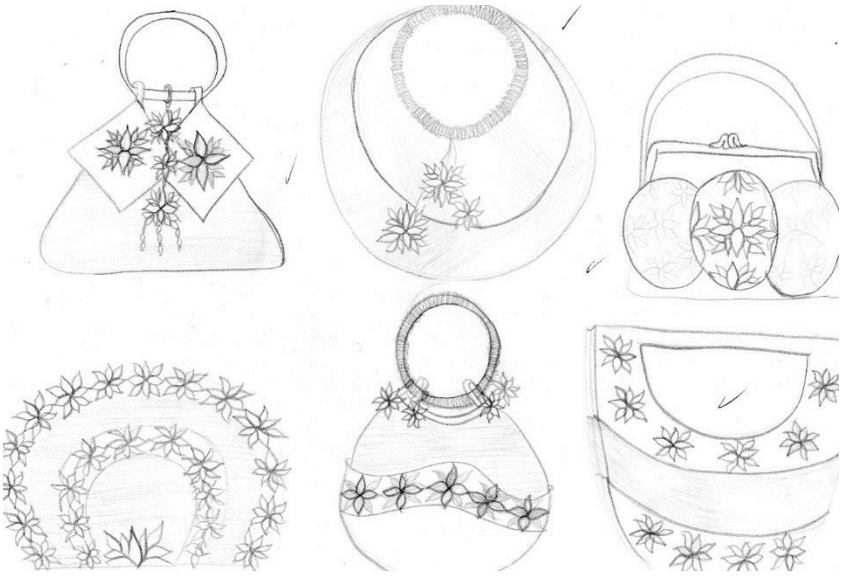


Gráfico: 29 Sketch o Bocetos

Gráfico: 30 Sketch o Bocetos

10 diseños seleccionados

- DISEÑOS PLANOS POR PRENDA O REFERENCIA

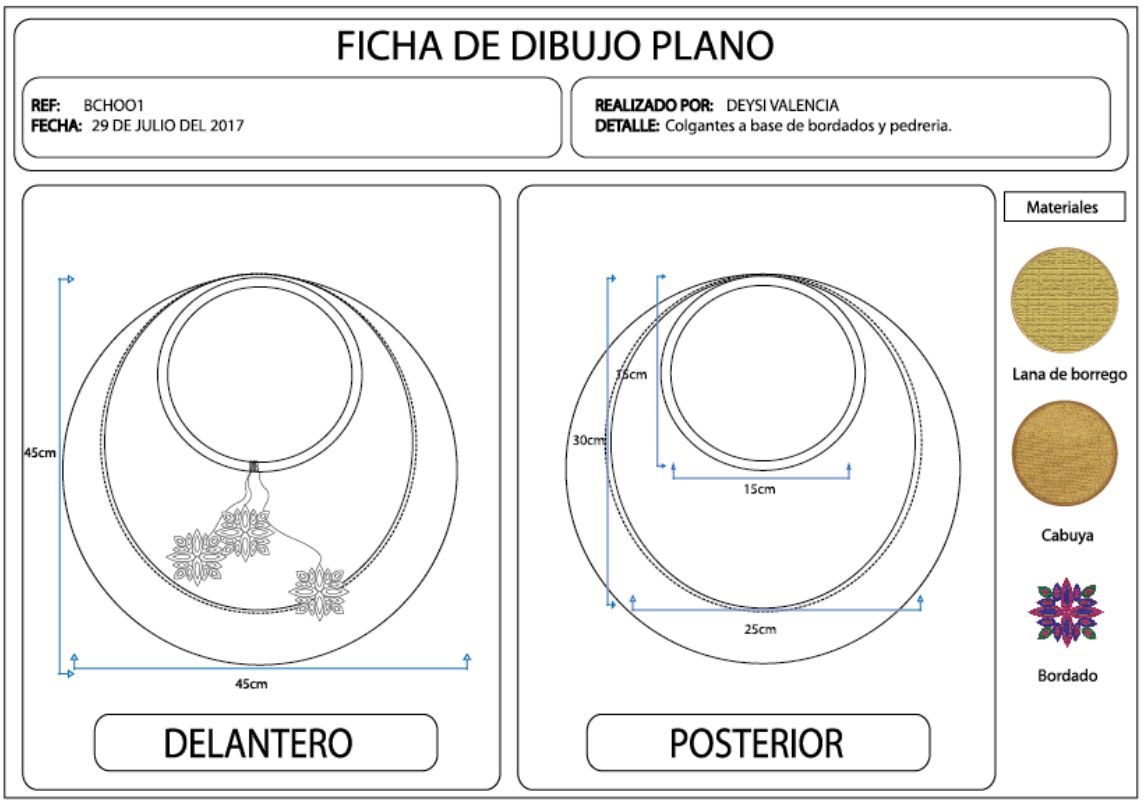


Gráfico: 32 Ficha Dibujo Plano BCH001

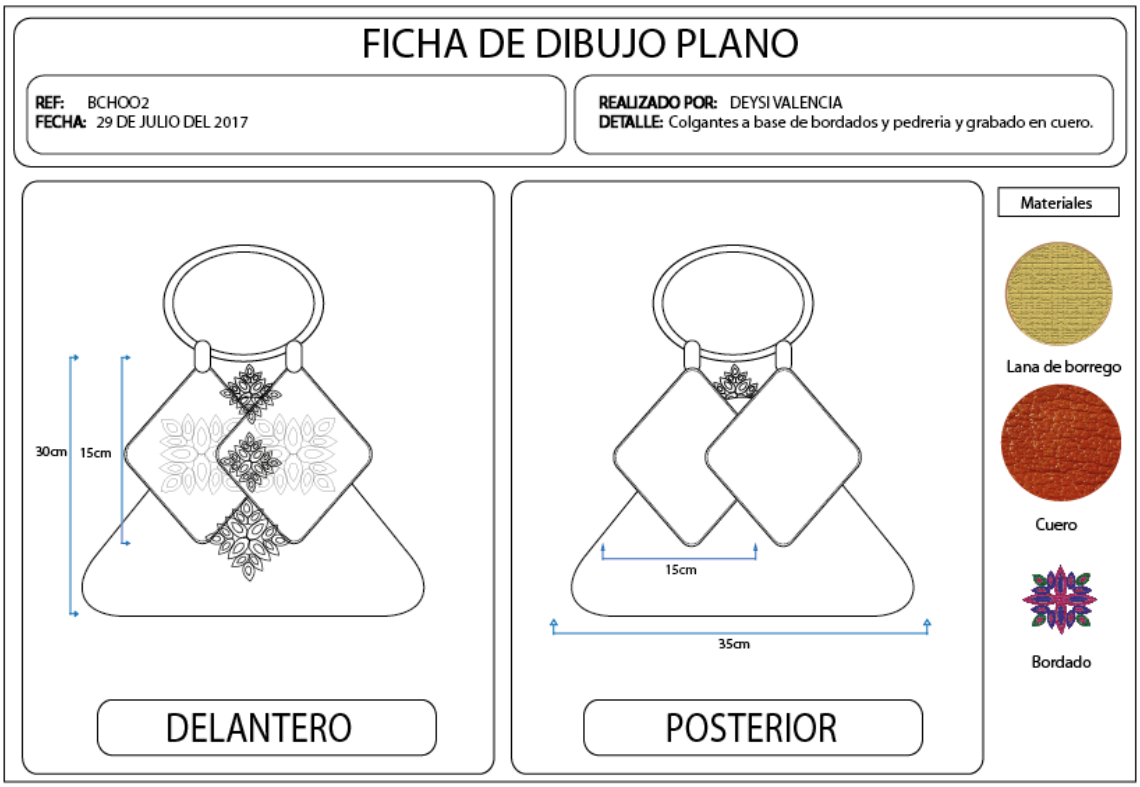


Gráfico: 33 Ficha Dibujo Plano BCH002

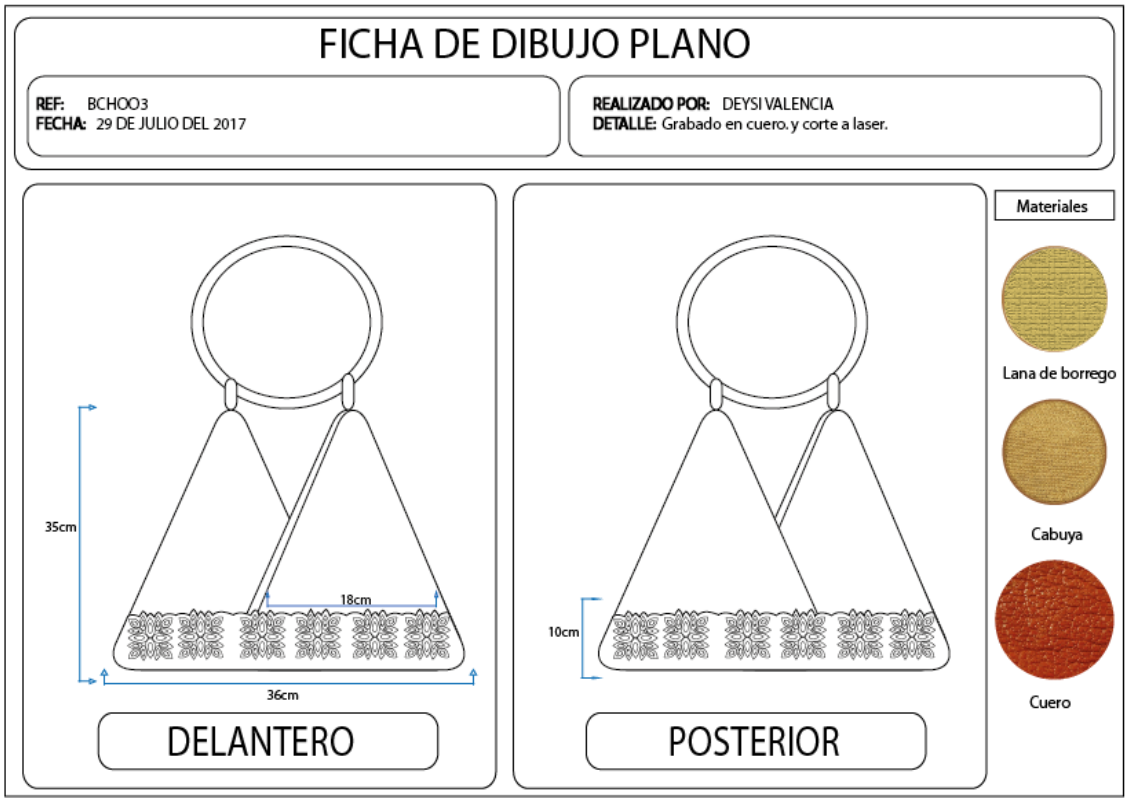


Gráfico: 34 Ficha Dibujo Plano BCH003

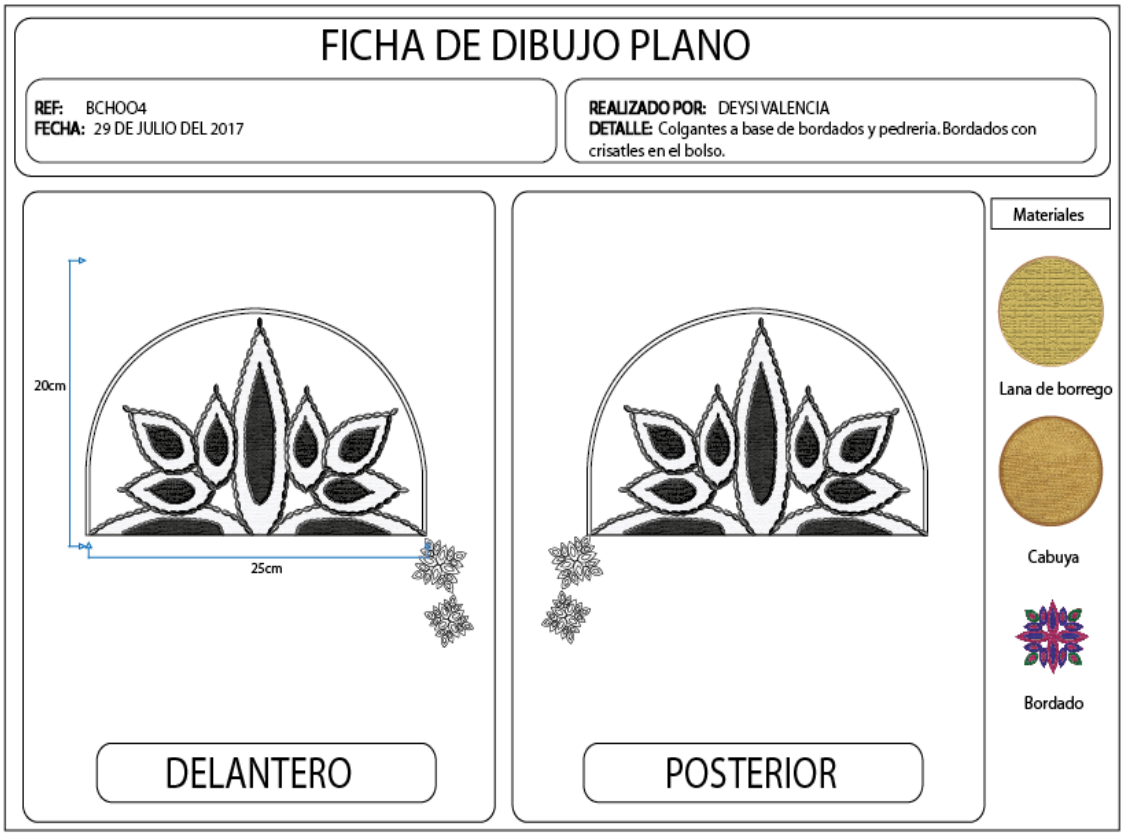


Gráfico: 35 Ficha Dibujo Plano BCH004

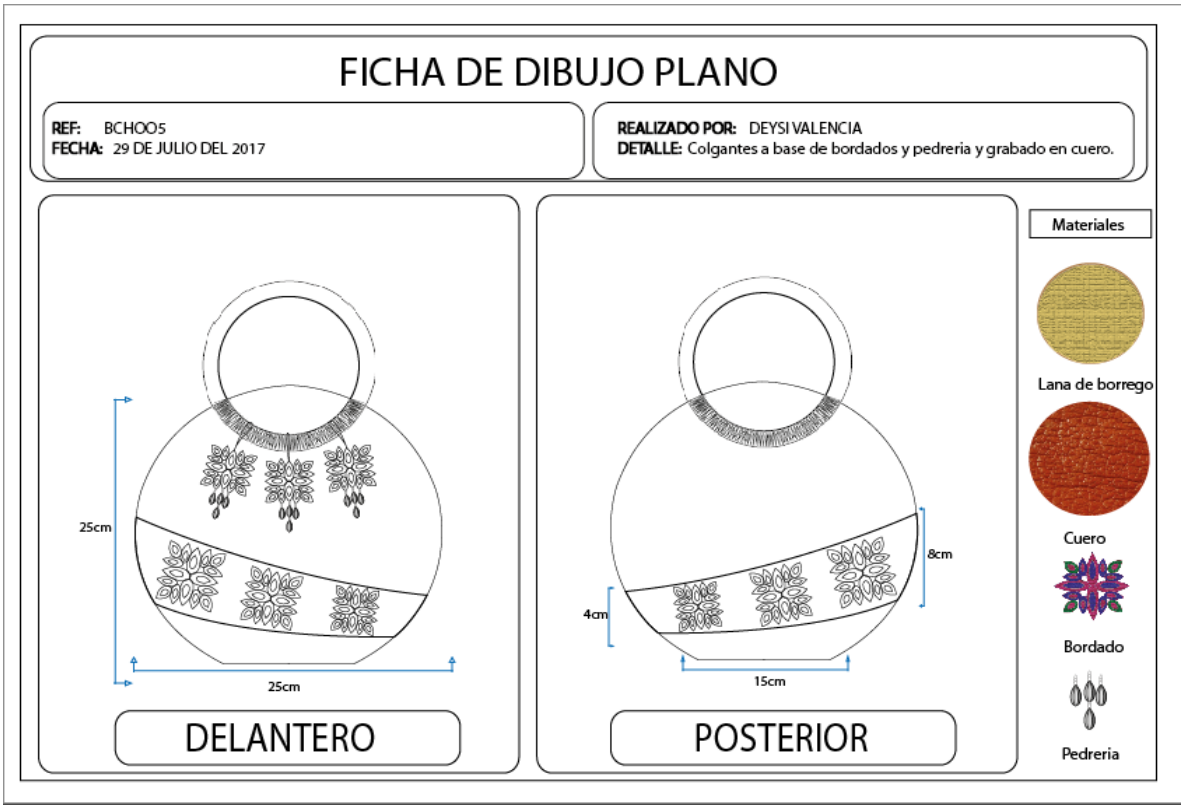


Gráfico: 36 Ficha Dibujo Plano BCH005

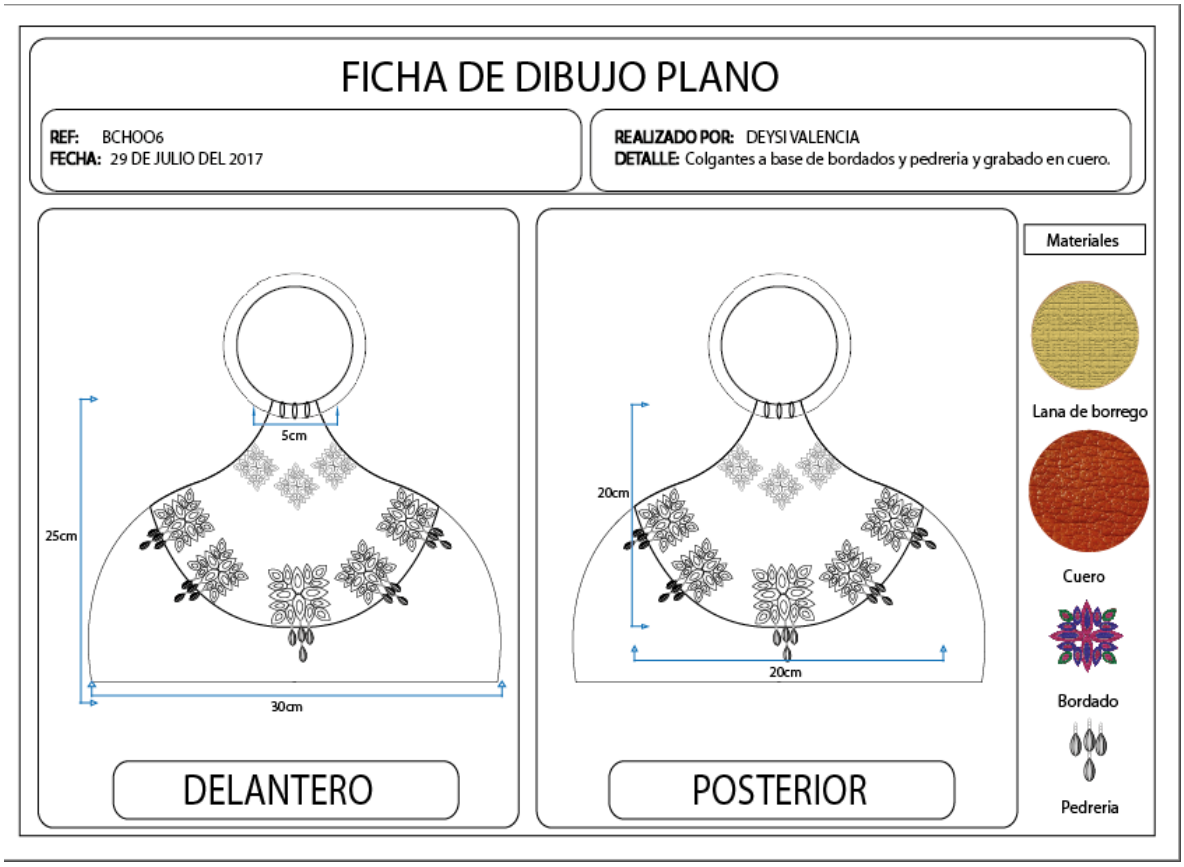


Gráfico: 37 Ficha Dibujo Plano BCH006

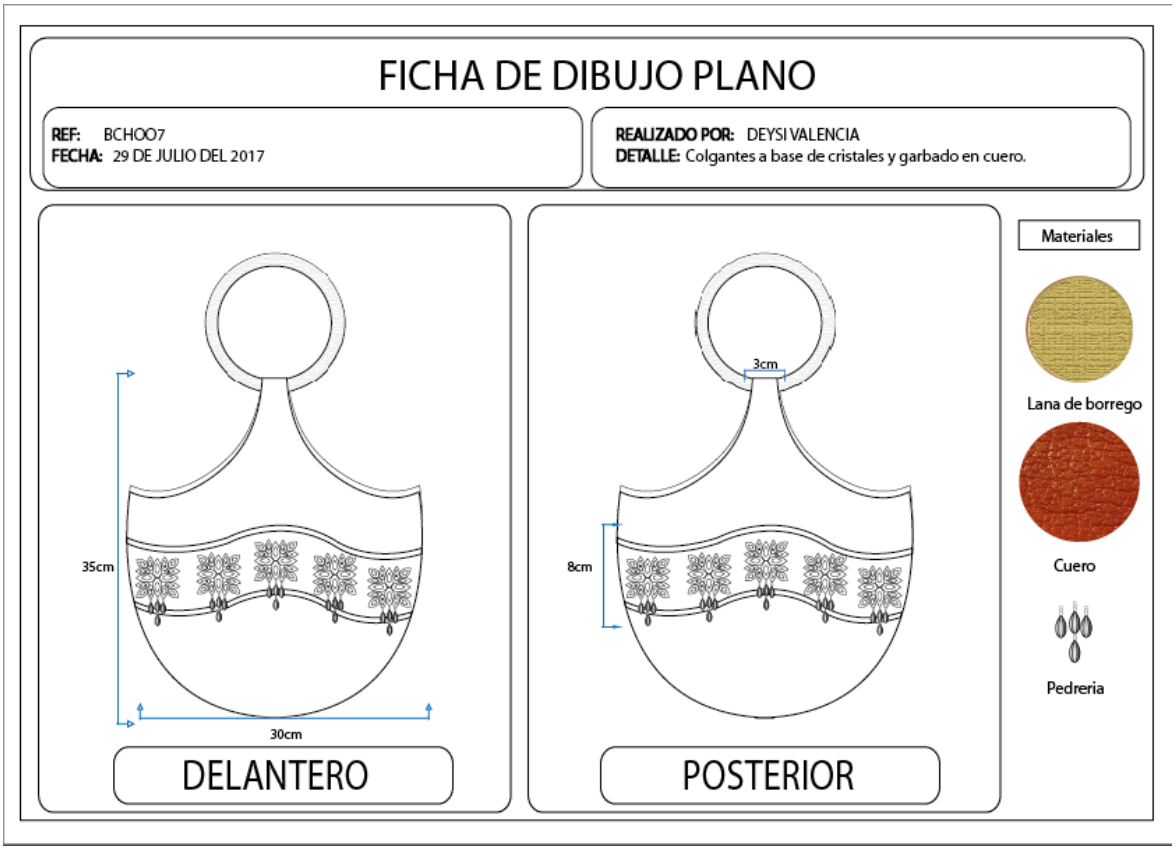


Gráfico: 38 Ficha Dibujo Plano BCH007

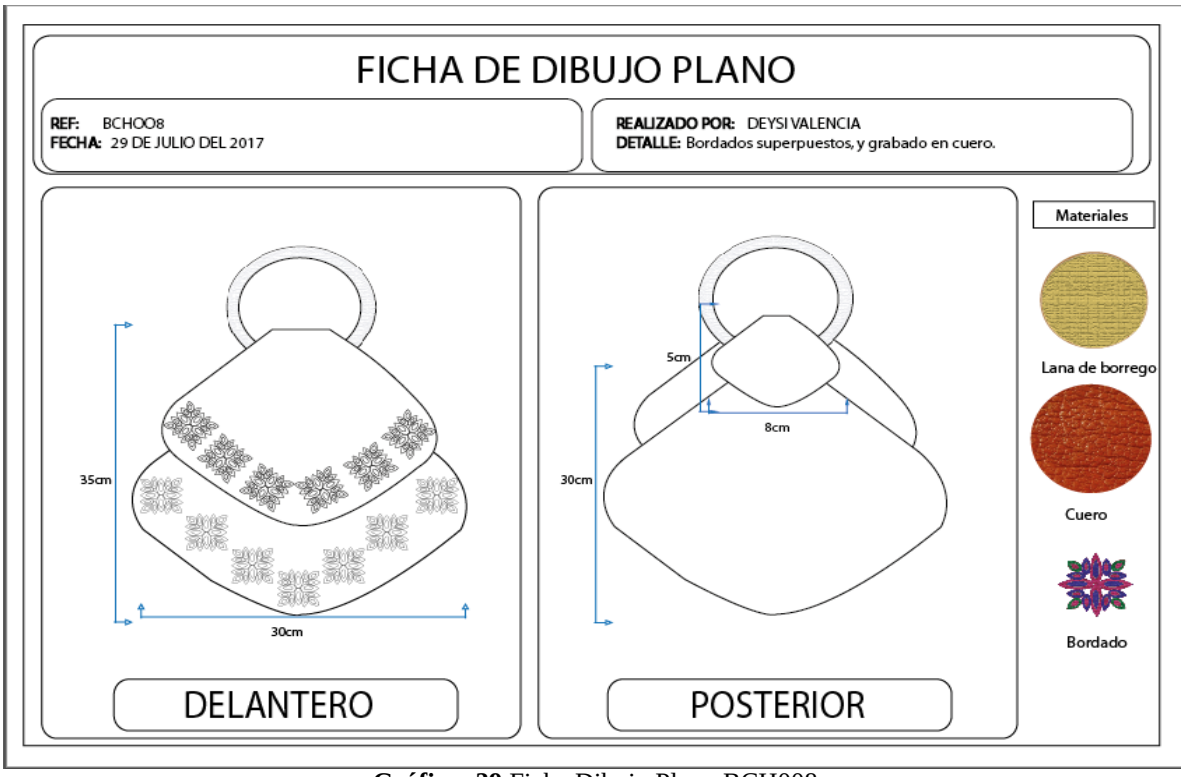


Gráfico: 39 Ficha Dibujo Plano BCH008

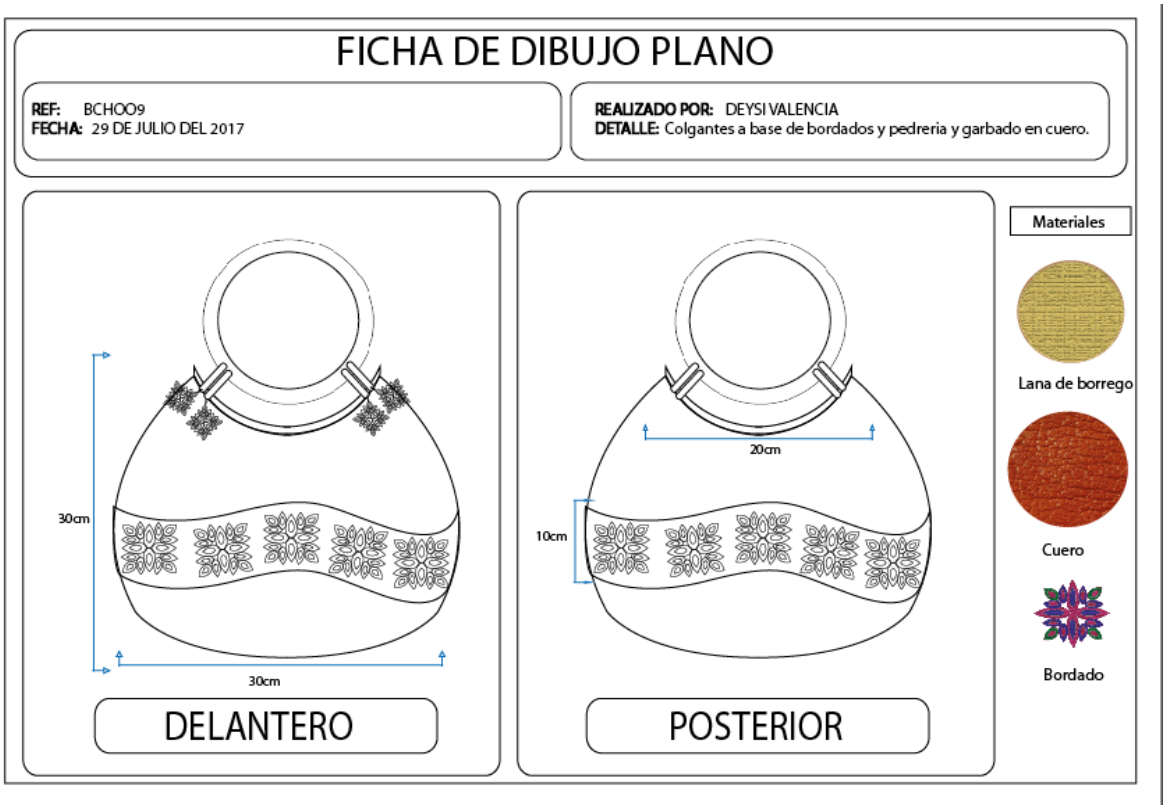


Gráfico: 40 Ficha Dibujo Plano BCH009

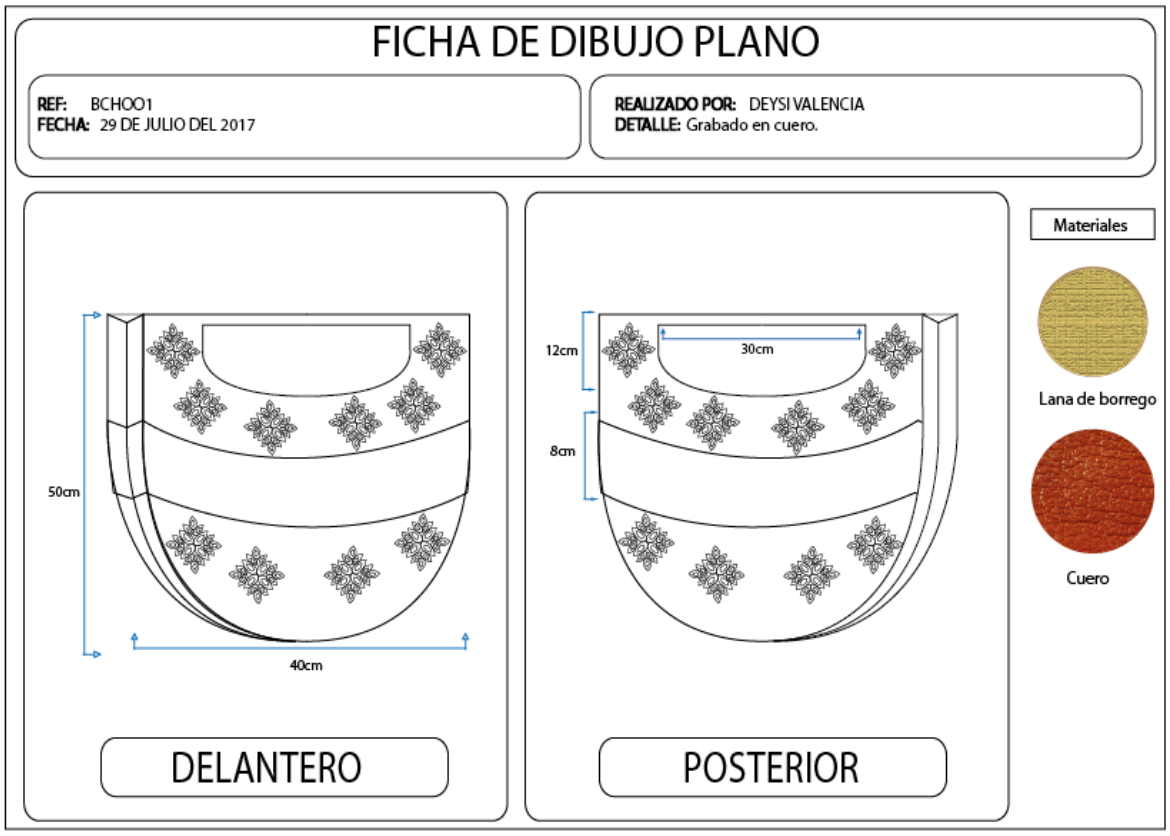


Gráfico: 41 Ficha Dibujo Plano BCH010

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

Tabla 32 :
Materiales e insumos usos, y cuidados para la propuesta

Material	**Uso**	**Cuidados**
Lana de borrego cordero	Shigras, suéter, guantes, ponchos, chales.	Lavar las prendas con suficiente cantidad de agua, y si posible, por separado. Nunca dejar la prenda en remojo.
Fibra de Cabuya (yute)	Shigras o bolsos, cuerdas, alpargatas, alfombras, redes.	Cepillar con o limpiar con productos específicos para el cuidado del yute. Debido a q es una fibra natural este se torna un poco delicado y propenso a dañarse con el líquido.
Cuero	Carteras, calzado, chaquetas, botas, correas.	Se debe limpiarlo cada dos o tres meses. Se debe limpiarlos con trapo seco, agua mineral y shampoo.
Tela de forro	Para forrar o embolsar distintos accesorios y prendas de vestir.	Evitar manchas con tintas de esfero y productos de maquillaje. Para limpieza pasar un paño húmedo y desinfectante
Cristales y pedrería.	Bordar y adornar distintas prendas de vestir, vestidos, para realizar collares, aretes pulseras. Etc.	Se lo puede limpiar con un paño seco sin pelusas, para una limpieza más profunda se puede aplicar un cepillo con un poco de lava vajillas ligero, enjuagarlo y luego secar con un paño seco sin pelusas.
Fusionable	Se utiliza para dar cuerpo y resistencia a ciertas partes una prenda o accesorios	Se debe tener cuidado al momento de unir con las piezas, debido al calor que este necesita para adherirse, sino tiene suficiente calor se puede despegar de la pieza o molde.
Broche imán	Para cerrar y asegurar accesorios, chompas, mochilas	Evitar el contacto con perfume o líquidos que lo pueden oxidar, limpiar con un paño seco.

- **Ilustraciones**

Gráfico: 42 Ficha de Ilustración BCH001

Gráfico: 43 Ficha de Ilustración BCH002

Gráfico: 44 Ficha de Ilustración BCH003

Gráfico: 45 Ficha de Ilustración BCH004

Gráfico: 46 Ficha de Ilustración BCH005

Gráfico: 47 Ficha de Ilustración BCH006

Gráfico: 48 Ficha de Ilustración BCH007

Gráfico: 49 Ficha de Ilustración BCH008

Gráfico: 50 Ficha de Ilustración BCH009

Gráfico: 51 Ficha de Ilustración BCH0010

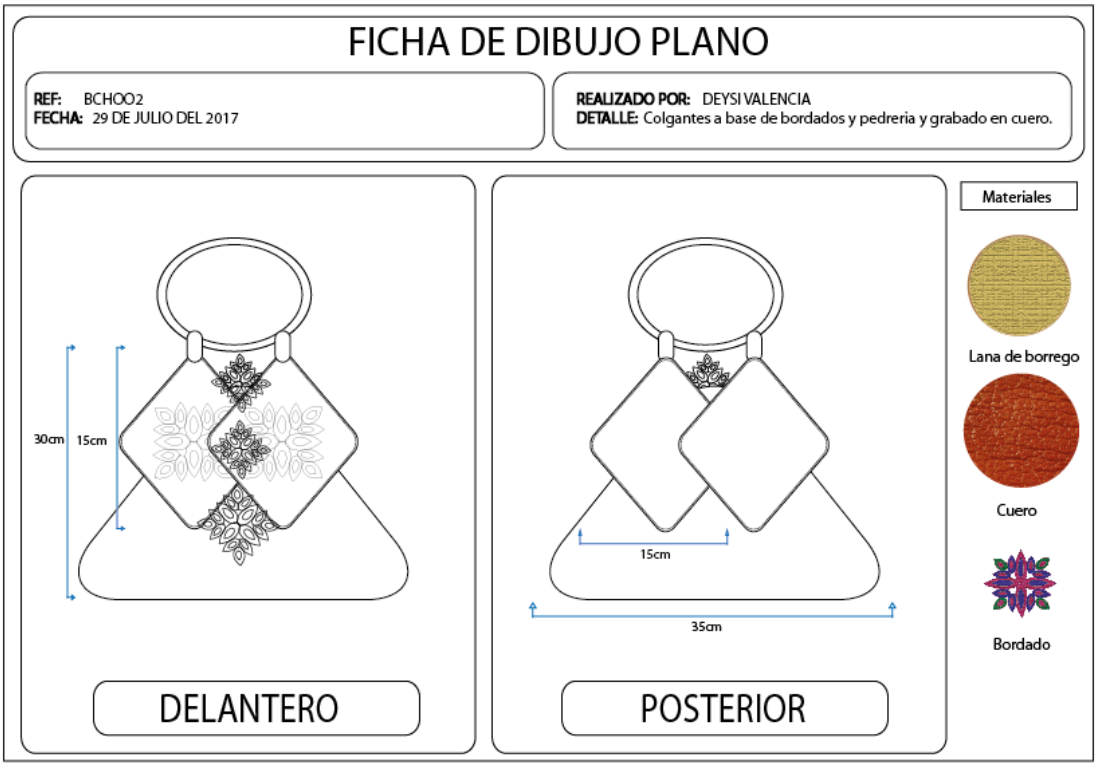
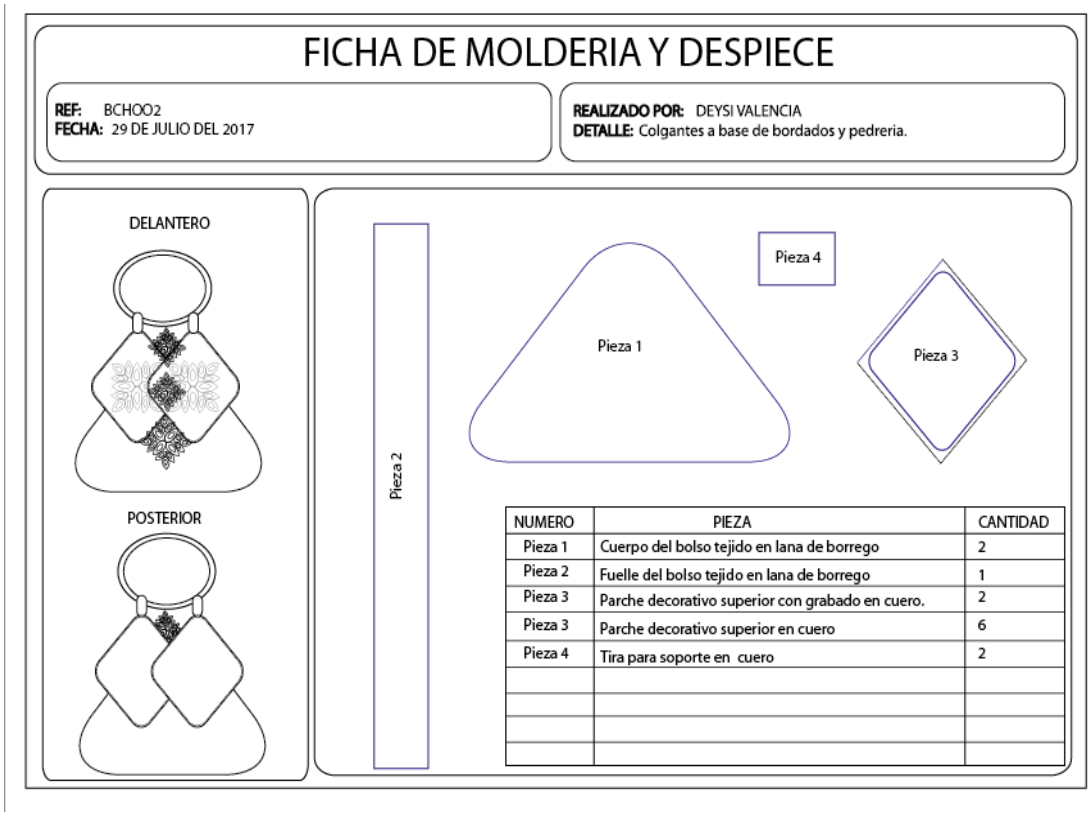


Gráfico: 52 Ficha de Dibujo Plano BCH002



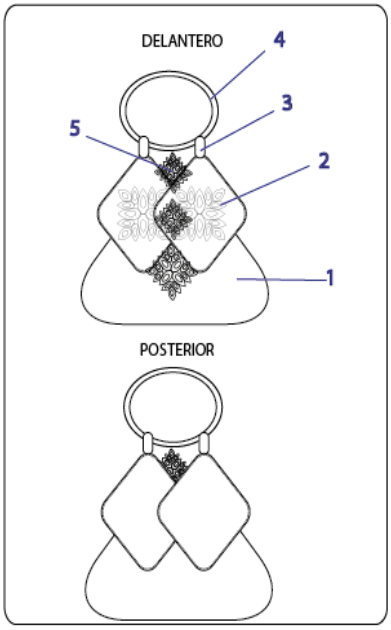
NUMERO	PIEZA	CANTIDAD
Pieza 1	Cuerpo del bolso tejido en lana de borrego	2
Pieza 2	Fuelle del bolso tejido en lana de borrego	1
Pieza 3	Parche decorativo superior con grabado en cuero.	2
Pieza 3	Parche decorativo superior en cuero	6
Pieza 4	Tira para soporte en cuero	2

Gráfico: 53 Ficha de Moldería y Despiece BCH002

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

REF: BCHOO2
FECHA: 29 DE JULIO DEL 2017

REALIZADO POR: DEYSI VALENCIA
DETALLE: Colgantes a base de bordados y pedreria.



Numero	Operacion	Maquina	Tiempo
1	Unir el cuerpo del bolso con el fuelle.	Manual	
2	Unir los detalles de cuero grabado. Doblar y pegar los filos.	Manual	
2	Unir las piezas de par en par.	Recta	
2	Sobre poner las piezas al cuerpo del bolso.	Recta	
3	Doblar y pegar la pieza de cuero.	Manual	
3	Hacer pespunte y unir al cuerpo del bolso.	Recta	
4	Colocar la jaladera de madera. (punto 2)	Recta	
5	Colocar el colgante en el bolso	Manual	

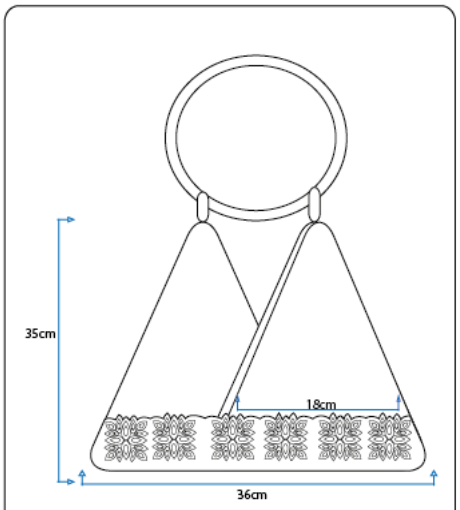
Observaciones:

Gráfico: 54 Ficha de Ruta Operacional BCH002

FICHA DE DIBUJO PLANO

REF: BCHOO3
FECHA: 29 DE JULIO DEL 2017

REALIZADO POR: DEYSI VALENCIA
DETALLE: Grabado en cuero. y corte a laser.



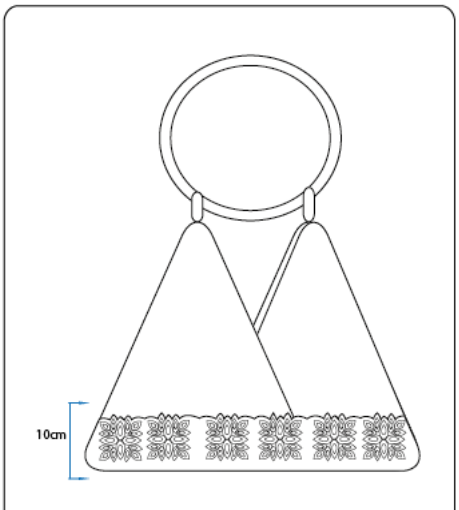


Gráfico: 55 Ficha de Dibujo Plano BCH003

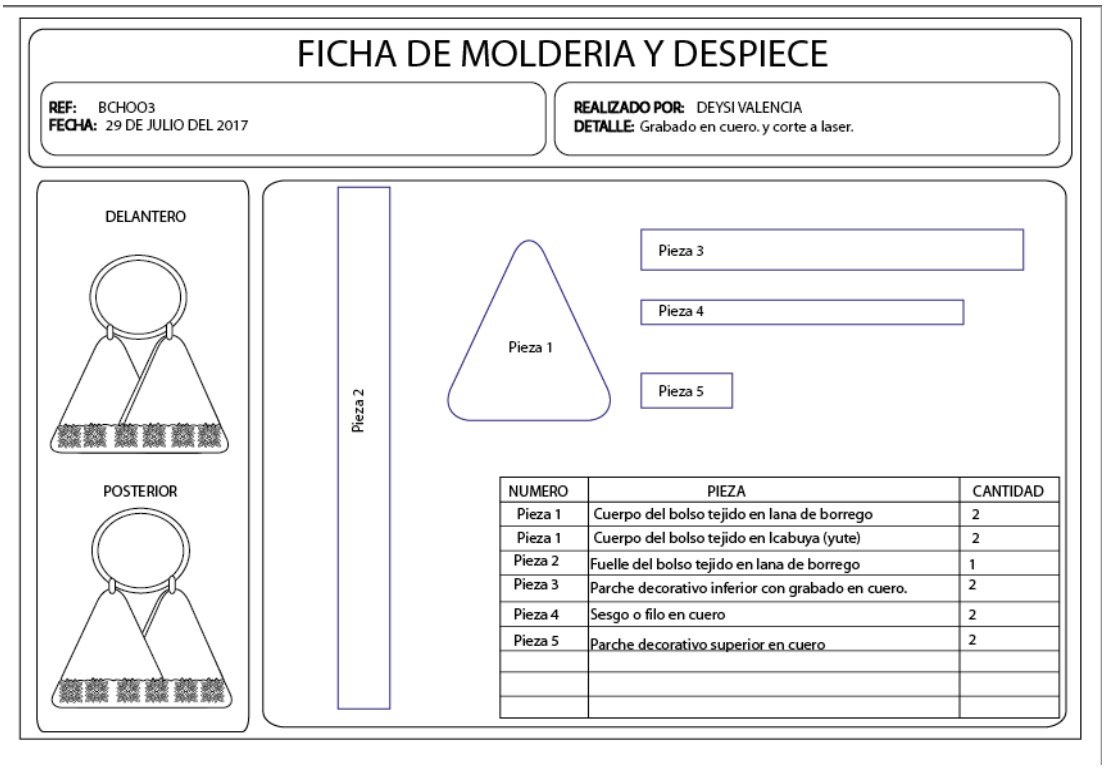


Gráfico: 56 Ficha de Moldería y Despiece BCH003

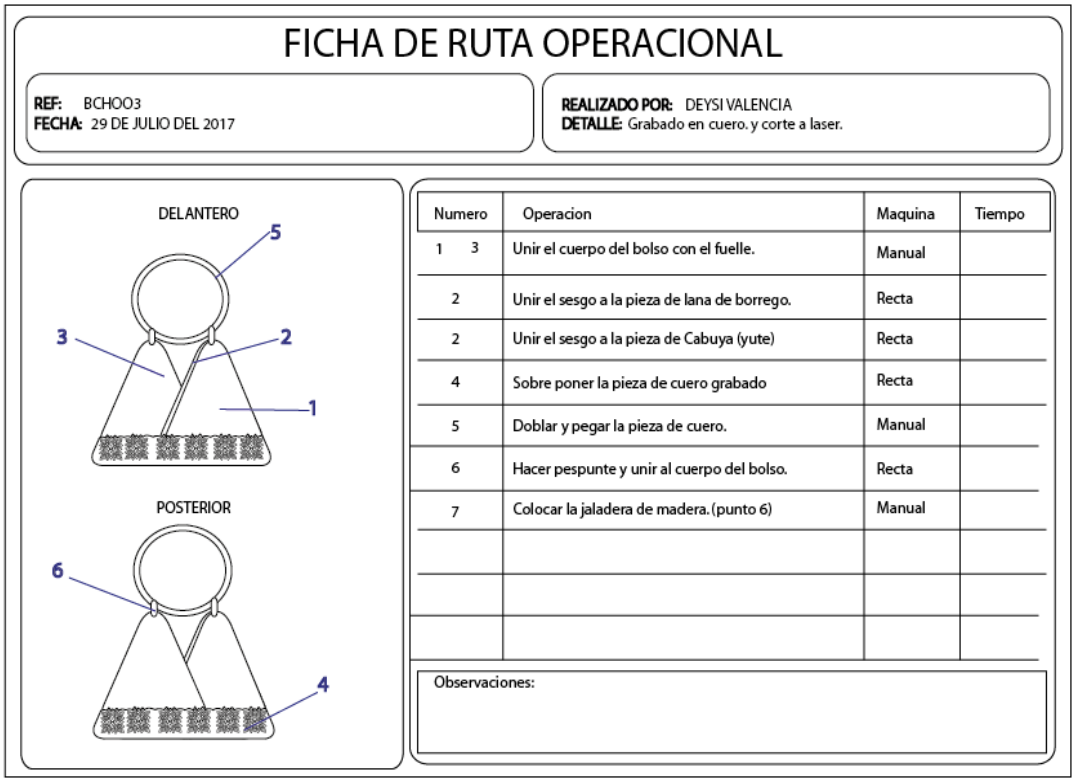
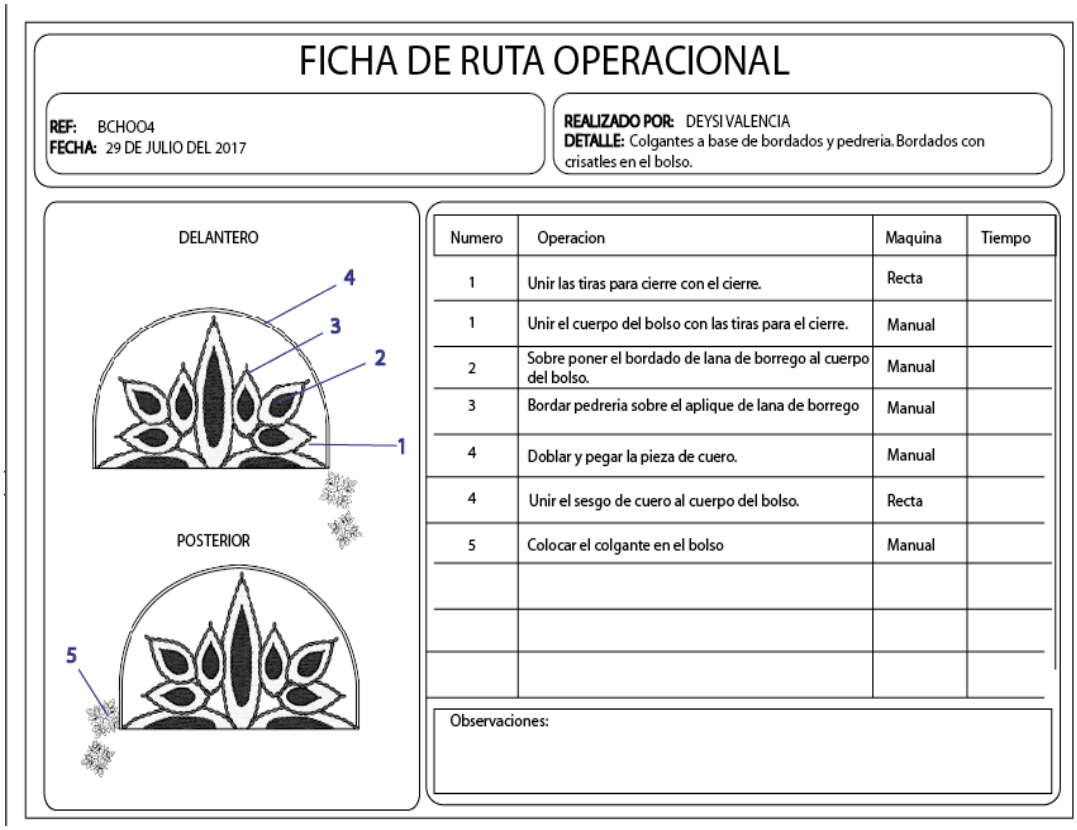


Gráfico: 57 Ficha de Ruta Operacional BCH003

Gráfico: 58 Ficha de Dibujo Plano BCH004



Numero	Operacion	Maquina	Tiempo
1	Unir las tiras para cierre con el cierre.	Recta	
1	Unir el cuerpo del bolso con las tiras para el cierre.	Manual	
2	Sobre poner el bordado de lana de borrego al cuerpo del bolso.	Manual	
3	Bordar pedreria sobre el aplique de lana de borrego	Manual	
4	Doblar y pegar la pieza de cuero.	Manual	
4	Unir el sesgo de cuero al cuerpo del bolso.	Recta	
5	Colocar el colgante en el bolso	Manual	

Gráfico: 59 Ficha de Ruta Operacional BCH004

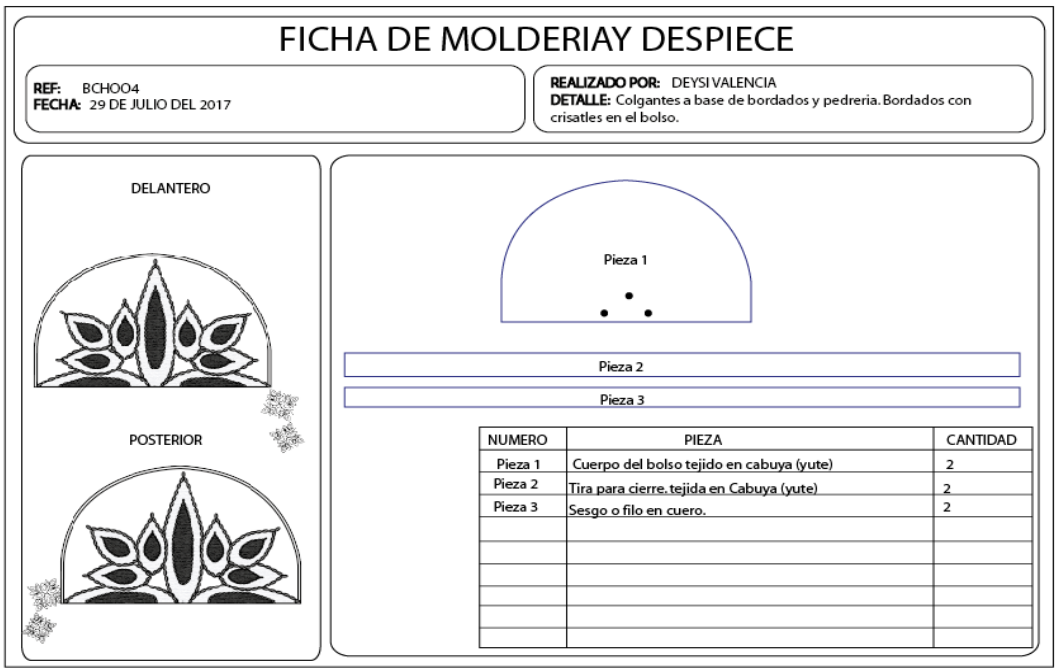


Gráfico: 60 Ficha de Moldería y Despiece BCH004

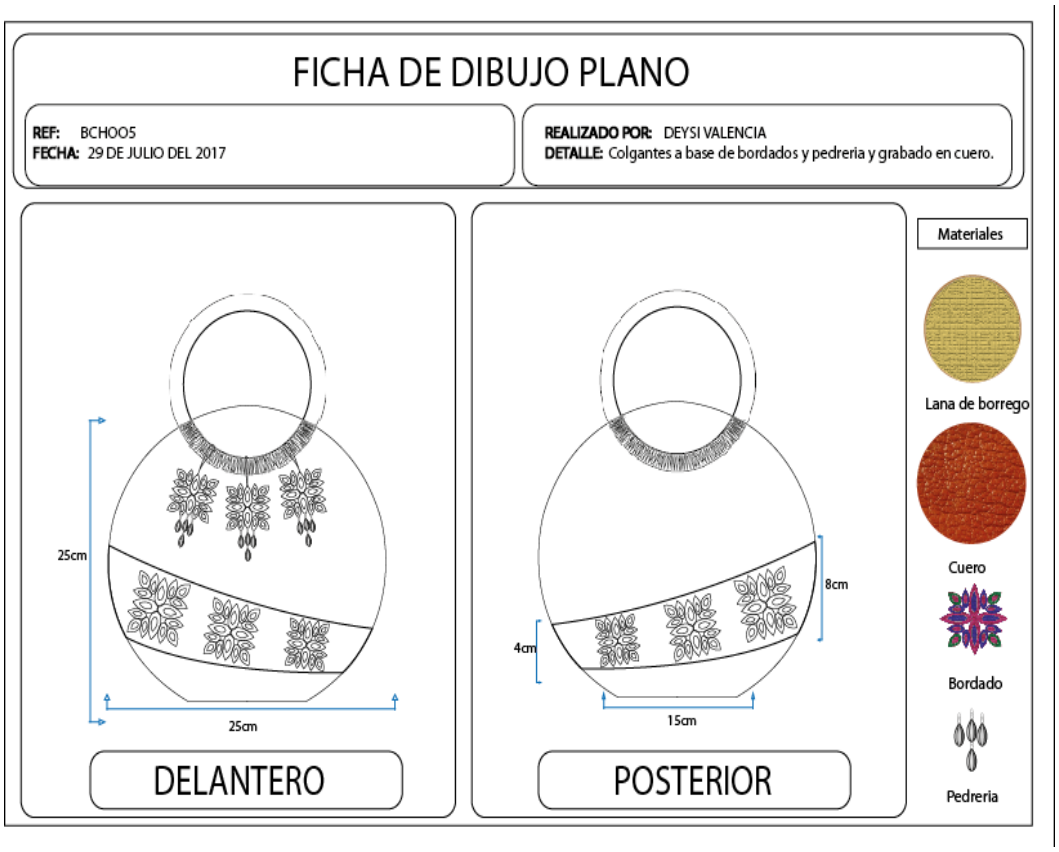


Gráfico: 61 Ficha de Dibujo Plano BCH005

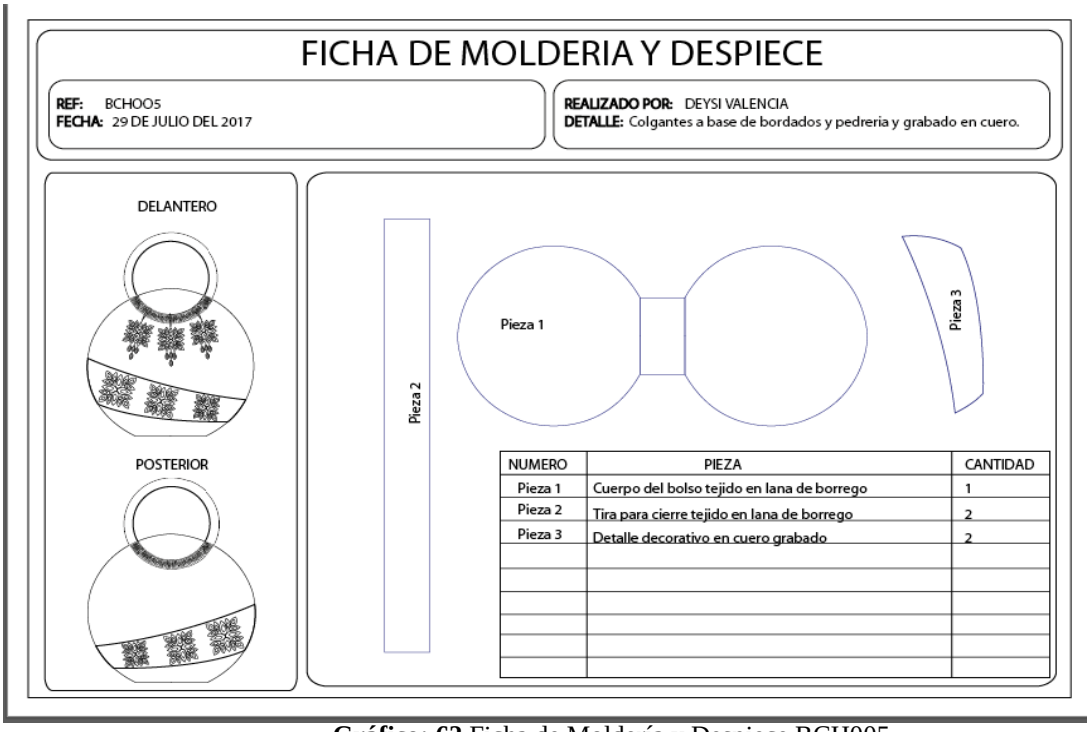


Gráfico: 62 Ficha de Moldería y Despiece BCH005

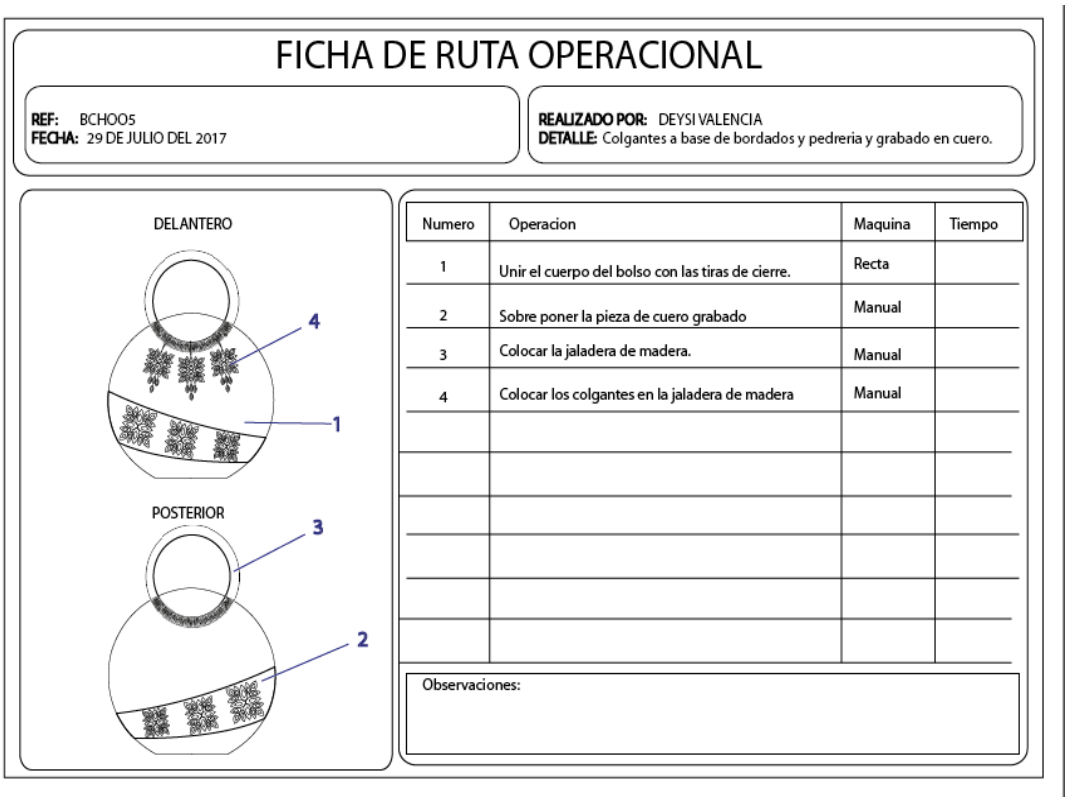


Gráfico: 63 Ficha de Ruta Operacional BCH005

6.11 PHOTO BOOK

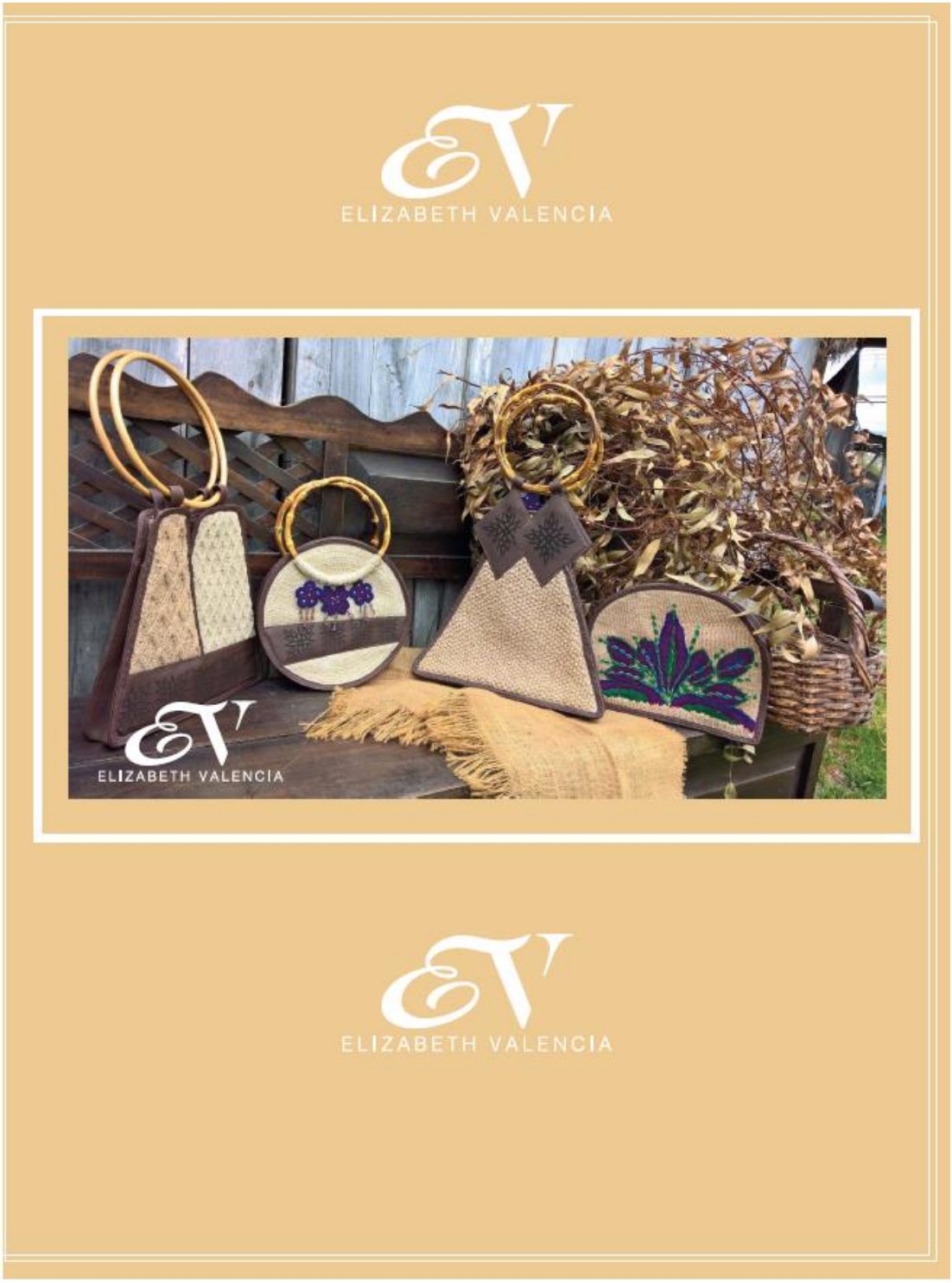


Gráfico: 64 Photobook

Gráfico: 65 Photobook BCH002

Gráfico: 66 Photobook BCH003

Gráfico: 67 Photobook BCH005

Gráfico: 68 Photobook BCH004

6.12 COSTOS DE PRODUCCIÓN

6.12.1 COSTOS FIJOS

Se definen como costos fijos por razón de que en el plazo corto e intermedio se mantienen constantes a los diferentes niveles de producción. Los costos fijos están formados por: salarios a ejecutivos, depreciación de la maquinaria, depreciación del equipo, contribuciones de la propiedad, primas de seguros, alquileres, intereses. Cualquier empresa debe cubrir esos gastos, esté o no en producción.

Tabla 33:
Servicios Básicos

COSTOS FIJOS-SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	**FRECUENCIA DE PAGO**	**VALOR**
Agua	Mensual	$6
Luz	Mensual	$15
Teléfono -Internet	Mensual	$ 30
TOTAL		$551

Tabla 34:
Costo mano de obra directa

COSTOS FIJOS- COSTOS MANO DE OBRA DIRECTA		
DESCRIPCIÓN	**FRECUENCIA DE PAGO**	**VALOR**
Operaria	Mensual	$365
TOTAL		$365

Tabla 35:
Depreciaciones

DEPRECIACIONES				
DESCRIPCIÓN	**VALOR**	**%**	**Años**	**DEPRECIACIÓN MÈTODO LEGAL**
Máquina coser de arrastre pesado recta	$750	10%	10	$ 75
Laptop	$1350	33%	3	$ 50
Mesa de patronaje	$180	10%	10	$ 18
Mesa de corte (cristal)	$250	10%	10	$ 25
Estantería para insumos	$ 250	10%	10	$ 25
Útiles de oficina	$150	N/A	N/A	$ 150
TOTAL				**$ 343.00**

Tabla 36:
Materiales Indirectos.

MATERIALES INDIRECTOS	
DESCRIPCIÓN	**VALOR**
Útiles de oficina (estilete, regla metálica, etc.)	$100
Reglas para patronaje	$30
Martillo	$5.00
TOTAL	$135

Tabla 37:
Costos Fijos mensuales

CUADRO RESUMEN DE COSTOS FIJOS MENSUALES	
DESCRIPCIÓN	**VALOR**
Servicios básicos	$51
Depreciación	$343
Materiales Indirectos	$135
TOTAL	$529

6.13 Costos Variables

Tabla 38:
Costos variables

Materia prima directa: Lana de borrego					
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR 100 gramos (1)**	**COSTO POR GRAMO**	**CANTIDAD EN GRAMOS**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 1,00	$ 0,01	200	1 u	$ 2,00
BCH003 Bolso Chibuleo 003 (bolso tipo triangulo doble)	$ 1,00	$ 0,01	200	1 u	$ 2,00
BCH004 Bolso Chibuleo 004 (bolso de mano semicircular)	$ 1,00	$ 0,01	50	1 u	$ 0,50
BCH005 Bolso Chibuleo 005 (bolso circular)	$ 1,00	$ 0,01	300	1 u	$ 3,00

Tabla 39:
Materia prima directa cabuya

Materia prima directa: Cabuya (yute)					
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR 100 metros (1)**	**COSTO POR METRO**	**CANTIDAD EN METROS**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 5,00	$ 0,05	0	1 u	No aplica
BCH003 Bolso Chibuleo 003 (bolso tipo triangulo doble)	$ 5,00	$ 0,05	40	1 u	$ 2,00
BCH004 Bolso Chibuleo 004 (bolso de mano semicircular)	$ 5,00	$ 0,05	60	1 u	$ 3,00
BCH005 Bolso Chibuleo 005 (bolso circular)	$ 5,00	$ 0,05	0	1 u	No aplica

Tabla 40:
Materia prima directa cuero

Materia prima directa: cuero (por pie)				
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR 1 pie (30,48cm) $0,85 (1)**	**CANTIDAD POR PIE**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 0,85	4	1 u	$ 3,40
BCH003 Bolso Chibuleo 003 (bolso tipo triangulo doble)	$ 0,85	3	1 u	$ 2,55
BCH004 Bolso Chibuleo 004 (bolso de mano semicircular)	$ 0,85	7	1 u	$ 5,95
BCH005 Bolso Chibuleo 005 (bolso circular)	$ 0,85	3	1 u	$ 2,55

Tabla 41:
Materia prima indirecta, jaladera de bambú

Materia prima directa: jaladeras de madera				
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR 1 unidad ($2,00 C/U (1)**	**CANTIDAD POR BOLSO**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 2,00	2	1 u	$ 4,00
BCH003 Bolso Chibuleo 003 (bolso tipo triangulo doble)	$ 2,00	2	1 u	$ 4,00
BCH004 Bolso Chibuleo 004 (bolso de mano semicircular)	$ 2,00	No aplica	1 u	no aplica
BCH005 Bolso Chibuleo 005 (bolso circular)	$ 2,00	2	1 u	$ 4,00

Tabla 42:
Materia prima indirecta, broche de imán

Materia prima indirecta: broche de imán				
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR 1 unidad ($0,15 C/ unidad (1)**	**CANTIDAD POR BOLSO**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 0,15	1	1 u	$ 0,15
BCH003 Bolso Chibuleo 003 (bolso tipo triangulo doble)	$ 0,15	1	1 u	$ 0,15
BCH004 Bolso Chibuleo 004 (bolso de mano semicircular)	$ 0,15	1	1 u	$ 0,15
BCH005 Bolso Chibuleo 005 (bolso circular)	$ 0,15	1	1 u	$ 0,15

Tabla 43:
Materia prima indirecta: cristales y pedrería

Materia prima indirecta: cristales y pedrería				
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR 1 unidad ($3,00)**	**CANTIDAD POR BOLSO**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 3,00	1	1 u	$ 3,00
BCH003 Bolso Chibuleo 003 (bolso tipo triangulo doble)	$ 3,00	No aplica	1 u	No aplica
BCH004 Bolso Chibuleo 004 (bolso de mano semicircular)	$ 3,00	2	1 u	$ 6,00
BCH005 Bolso Chibuleo 005 (bolso circular)	$ 3,00	2	1 u	$ 6,00

Tabla 44:
Mano de obra indirecta, bordado

Mano de obra indirecta: bordado				
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR BORDADO ($ 6,00)**	**CANTIDAD POR BOLSO**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 6,00	1	1 u	$ 6,00
BCH003 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangulo doble)	$ 6,00	No aplica	1 u	No aplica
BCH004 Bolso Chibuleo 002 (bolso de mano semicircular)	$ 6,00	1	1 u	$ 6,00
BCH005 Bolso Chibuleo 002 (bolso circular)	$ 6,00	1	1 u	$ 6,00

Tabla 45:
Mano de obra indirecta, gravado en cuero

Mano de obra indirecta: grabado en cuero					
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR tiempo de la maquinaria ($12) (1)**	**TIEMPO POR BOLSO (minutos)**	**COSTO POR MINUTO**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 12,00	10	0,20	1 u	$ 2,00
BCH003 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangulo doble)	$ 12,00	10	0,20	1 u	$ 2,00
BCH004 Bolso Chibuleo 002 (bolso de mano semicircular)	$ 12,00	No aplica	0,20	1 u	No aplica
BCH005 Bolso Chibuleo 002 (bolso circular)	$ 12,00	10	0,20	1 u	$ 2,00

Tabla 46:
Mano de obra indirecta: etiqueta, marquilla

Mano de obra indirecta: etiqueta y marquilla					
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR100 UNIDADES ($ 10)**	**COSTO POR UNIDAD**	**CANTIDAD POR BOLSO**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 10,00	0,10	2	1 u	0,20
BCH003 Bolso Chibuleo 003 (bolso tipo triangulo doble)	$ 10,00	0,10	2	1 u	0,20
BCH004 Bolso Chibuleo 004 (bolso de mano semicircular)	$ 10,00	0,10	2	1 u	0,20
BCH005 Bolso Chibuleo 005 (bolso circular)	$ 10,00	0,10	2	1 u	0,20

Tabla 47:
Mano de obra indirecta: Forros

Mano de obra directa: forros				
DESCRIPCIÓN	**COSTO POR METRO**	**CANTIDAD POR BOLSO EN METROS**	**NUMERO DE BOLSOS**	**VALOR DE MATERIA PRIMA POR BOLSO**
BCH002 Bolso Chibuleo 002 (bolso tipo triangular)	$ 3,00	0,50	1 u	1,50
BCH003 Bolso Chibuleo 003 (bolso tipo triangulo doble)	$ 3,00	0,50	1 u	1,50
BCH004 Bolso Chibuleo 004 (bolso de mano semicircular)	$ 3,00	0,50	1 u	1,50
BCH005 Bolso Chibuleo 005 (bolso circular)	$ 3,00	0,50	1 u	1,50

Costo Total, Unitario, Utilidad

Tabla 48:
Costo Bolso REF: BCH002

COSTOS VARIABLES POR BOLSOS				
BOLSO REF: BCH002 Bolso Chibuleo				
Descripción del producto:				bolso tipo (triangular)
BASES TEXTILES				
DESCRIPCIÓN	**Q =CANT**	**PESO**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Lana de borrego	0	gramos	0,00	$ -
Cabuya (yute)	40	metros	0,05	$ 2,00
Cuero (por pie)	4	pies	0,85	$ 3,40
Forro	0,50	metros	1,50	$ 0,75
			Subtotal (1)	**$ 6,15**
INSUMOS Y AVÍOS				
DESCRIPCIÓN	**Q =CANT**	**PESO**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Jaladeras de bambú	2	unidades	2,00	$ 4,00
Broches de iman	1	unidades	0,15	$ 0,15
Cristales y Pedrería	1	sarta	0,25	$ 0,25
Bordado	1	unidades	3,00	$ 3,00
Grabado en cuero	2	unidades	0,85	$ 1,70
			Subtotal (2)	**$ 9,10**
MANO DE OBRA				
DESCRIPCIÓN	**PROTOTIPO**		**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Artesano	BCH002		20,00	$ 20,00
Tejido	BCH002		5,00	$ 5,00
Acabados	BCH002		1,00	$ 1,00
			Subtotal (3)	**$ 26,00**
COSTOS FIJOS				
			COSTO MENSUAL	**VALOR UNITARIO**
Servicios Basicos			$ 51,00	$ 1,70
Costos de Personal Administrativo			$ 400,00	$ 13,33
Depreciacion			$ 28,58	$ 0,95
Materiales Indirectos			$ 135,00	$ 4,50
			Subtotal (4)	**$ 20,49**
ETIQUETAS Y MARQUILLAS				
DESCRIPCIÓN	**PROTOTIPO**	**Q= Cant**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Etiqueta	BCH002	1	0,10	$ 0,10
Marquilla	BCH002	1	0,10	$ 0,10
			Subtotal (5)	**$ 0,20**
			Subtotal (1)+(2)+(3)+(4)+(5) Total	$ 61,94
			Utilidad 50% (Total *40%)	$ 24,77
			Costo de venta (Utilidad+Total)	**$ 86,71**

Tabla 49:
Costo Bolso REF: BCH003

COSTOS VARIABLES POR BOLSOS				
BOLSO REF: BCH003 Bolso Chibuleo				
Descripción del producto:		(bolso tipo triangulo doble)		
BASES TEXTILES				
DESCRIPCIÓN	**Q =CANT**	**PESO**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Lana de borrego	200	gramos	0,01	$ 2,00
Cabuya (yute)	40	metros	0,05	$ 2,00
Cuero (por pie)	3	pies	0,85	$ 2,55
Forro	0,50	metros	3,00	$ 1,50
			Subtotal (1)	**$ 8,05**
INSUMOS Y AVÍOS				
DESCRIPCIÓN	**Q =CANT**	**PESO**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Jaladeras de madera	2	unidades	2,00	$ 4,00
Broches de iman	2	unidades	0,15	$ 0,30
Cristales y Pedrería	0	sarta	0,00	$ -
Bordado	0	unidades	0,00	$ -
Grabado en cuero	2	unidades	2,55	$ 5,10
			Subtotal (2)	**$ 9,40**
MANO DE OBRA				
DESCRIPCIÓN	**PROTOTIPO**		**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Artesano	BCH003		20,00	$ 20,00
Tejido	BCH003		6,00	$ 6,00
Acabados	BCH003		1,00	$ 1,00
			Subtotal (3)	**$ 27,00**
COSTOS FIJOS				
			COSTO MENSUAL	**VALOR UNITARIO**
Servicios Basicos			$ 51,00	$ 1,70
Costos de Personal Administrativo			$ 400,00	$ 13,33
Depreciacion			$ 28,58	$ 0,95
Materiales Indirectos			$ 135,00	$ 4,50
			Subtotal (4)	**$ 20,49**
ETIQUETAS Y MARQUILLAS				
DESCRIPCIÓN	**PROTOTIPO**	**Q= Cant**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Etiqueta	BCH003	1	0,10	$ 0,10
Marquilla	BCH003	1	0,10	$ 0,10
			Subtotal (5)	**$ 0,20**
			Subtotal (1)+(2)+(3)+(4)+(5) Total	$ 65,14
			Utilidad 50% (Total *40%)	$ 26,05
			Costo de venta (Utilidad+Total)	**$ 91,19**

Tabla 50:
Costos Bolso BCH004

COSTOS VARIABLES POR BOLSOS				
BOLSO REF: BCH004 Bolso Chibuleo				
Descripción del producto:		(bolso tipo semicirculo)		
BASES TEXTILES				
DESCRIPCIÓN	**Q =CANT**	**PESO**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Lana de borrego	0	gramos	0,01	$ -
Cabuya (yute)	40	metros	0,05	$ 2,00
Cuero (por pie)	3	pies	0,85	$ 2,55
Forro	0,50	metros	1,50	$ 0,75
			Subtotal (1)	**$ 5,30**
INSUMOS Y AVÍOS				
DESCRIPCIÓN	**Q =CANT**	**PESO**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Jaladeras de bambú	0	unidades	2,00	$ -
Broches de iman	1	unidades	0,15	$ 0,15
Cristales y Pedrería	1	sarta	3,00	$ 3,00
Bordado	1	unidades	5,00	$ 5,00
Grabado en cuero	0	unidades	2,00	$ -
			Subtotal (2)	**$ 8,15**
MANO DE OBRA				
DESCRIPCIÓN	**PROTOTIPO**		**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Artesano	BCH003		20,00	$ 20,00
Tejido	BCH003		3,00	$ 3,00
Acabados	BCH003		1,00	$ 1,00
			Subtotal (3)	**$ 24,00**
COSTOS FIJOS				
			COSTO MENSUAL	**VALOR UNITARIO**
Servicios Basicos			$ 51,00	$ 1,70
Costos de Personal Administrativo			$ 400,00	$ 13,33
Depreciacion			$ 28,58	$ 0,95
Materiales Indirectos			$ 135,00	$ 4,50
			Subtotal (4)	**$ 20,49**
ETIQUETAS Y MARQUILLAS				
DESCRIPCIÓN	**PROTOTIPO**	**Q= Cant**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Etiqueta	BCH003	1	0,10	$ 0,10
Marquilla	BCH003	1	0,10	$ 0,10
			Subtotal (5)	**$ 0,20**
			Subtotal (1)+(2)+(3)+(4)+(5) Total	$ 58,14
			Utilidad 50% (Total *40%)	$ 23,25
			Costo de venta (Utilidad+Total)	**$ 81,39**

Tabla 51:
Costos Bolso BCH005

COSTOS VARIABLES POR BOLSOS				
BOLSO REF: BCH005 Bolso Chibuleo 002				
Descripción del producto:		(bolso circular)		
BASES TEXTILES				
DESCRIPCIÓN	**Q =CANT**	**PESO**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Lana de borrego	300	gramos	0,01	$ 3,00
Cabuya (yute)	0	metros	0,05	$ -
Cuero (por pie)	3	pies	0,85	$ 2,55
Forro	0,50	metros	1,50	$ 0,75
			Subtotal (1)	**$ 6,30**
INSUMOS Y AVÍOS				
DESCRIPCIÓN	**Q =CANT**	**PESO**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Jaladeras de bambú	2	unidades	2,00	$ 4,00
Broches de iman	1	unidades	0,15	$ 0,15
Cristales y Pedrería	0,5	sarta	3,00	$ 1,50
Bordado	3	unidades	1,00	$ 3,00
Grabado en cuero	2	unidades	2,04	$ 4,08
			Subtotal (2)	**$ 12,73**
MANO DE OBRA				
DESCRIPCIÓN	**PROTOTIPO**		**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Artesano	BCH005		20,00	$ 20,00
Tejido	BCH005		5,00	$ 5,00
Acabados	BCH005		3,00	$ 3,00
			Subtotal (3)	**$ 28,00**
COSTOS FIJOS				
			COSTO MENSUAL	**VALOR UNITARIO**
Servicios Basicos			51,00	$ 1,70
Costos de Personal Administrativo			400,00	$ 13,33
Depreciacion			28,58	$ 0,95
Materiales Indirectos			135,00	$ 4,50
			Subtotal (4)	**$ 20,49**
ETIQUETAS Y MARQUILLAS				
DESCRIPCIÓN	**PROTOTIPO**	**Q= Cant**	**VALOR UNIT.**	**VALOR UNITARIO**
Etiqueta	BCH004	1	0,1	$ 0,10
Marquilla	BCH004	1	0,1	$ 0,10
			Subtotal (5)	**$ 0,20**
			Subtotal (1)+(2)+(3)+(4)+(5) Total	$ 67,72
			Utilidad 50% (Total *40%)	$ 27,09
			Costo de venta (Utilidad+Total)	**$ 94,80**

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- Se concluye que el diseño de moda y su versatilidad nos brinda la facilidad de jugar con varios elementos en este caso las fibras naturales, los pueblos indígenas, entre otros materiales inspiradores, en el cual después de la debida investigación nos llevó a una propuesta innovadora.

- Además, se manejó conceptos dentro del diseño de moda, como la riqueza de nuestros pueblos indígenas, sus técnicas artesanales, sus insumos. Esto ayudó a promover su cultura ancestral, sino también a elaborar productos de moda innovadores, se buscó la manera de resaltar la cultura en este caso de la Provincia de Tungurahua y uno de sus pueblos indígenas y así también la aplicación del diseño de moda y en complementos de vestuario en este caso los bolsos.

- Para la elaboración y desarrollo de este proyecto se pudo concluir, que la moda es un elemento muy versátil, el cual con una buena aplicación nos puede llevar a la obtención de productos innovadores y al mismo tiempo jugar con elementos propios de nuestra cultura, de nuestros pueblos de nuestras raíces.

- Este proyecto se desarrolló con inspiración o base en un pueblo indígena conllevó una gran responsabilidad, debido a sus costumbres se debe tener el respeto indicado por su pueblo, por sus pertenencias en este caso sus saberes y técnicas, del mismo modo queda claro que los elementos tomados de su cultura están desarrollados por personas propias de la cultura a las cuales se les otorga el respectivo.

7.2 RECOMENDACIONES

- Los complementos de vestuario son una línea amplia por lo cual se recomienda escoger un accesorio antes de iniciar la propuesta.

- Se recomienda hacer un análisis de mercado amplio acerca de este tipo de productos debido a su alto precio lo cual puede jugar como un punto en contra de acuerdo al lugar donde se oferte, o del mismo modo puede tener mayor acogimiento.

- Se recomienda analizar de manera minuciosa los materiales e insumos con los que se desarrolló la propuesta. En este caso la lana de borrego al igual que la cabuya que son materiales que implican un poco de dificultad al momento de tejer.

BIBLIOGRAFÍA

Aconcha D, D. (2011). *Pueblos originarios y moda porteña.* Lima: Universidad de Palermo.

Aconcha, D. (2011). *Pueblos originarios y moda porteña.*

Acosta E, E. (2017). 20% más venden artesanos de joyas durante febrero. *Metro*, pág. 1.

Acosta, E. (2017). 20% más venden artesanos de joyas durante febrero. *Metro*, pág. 1.

Aldana E, E. (2012). *Accesorios artesanales, Una propuesta desde el diseño sustentable.* Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

Aldana, E. (2012). *Accesorios artesanales, Una propuesta desde el diseño sustentable.*

Alvarado, A. (2016). La shigra es un objeto de moda que se elabora en la Sierra de Ecuador. *El Comercio*, pág. 1.

Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Bases del diseño.* AVA Publishing.

Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Unexus.

Asociación de criadores de ovino Ansotano. (7 de Noviembre de 2017). *Por qué amamos la lana*. Obtenido de razaansotana: http://www.razaansotana.org/index.php/en/la-lana/amamos-la-lana

Ayala L, L. (2015). *El análisis PEST.* Cali: Universidad ICESI.

Banco Mundial. (28 de Septiembre de 2016). *Banco Mundial BIRF*. Obtenido de BancoMundial: http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview

Batik Shop. (2017). *Batik Shop*. Obtenido de http://banosecuador.com/batik-shop-banos-ecuador-handicrafts/

Bernal C. (2010). *Metodología de la Investigación.* Mexico: Prentice Hall Mexico ISBN 9789702606451.

Bien Hecho en Ecuador. (2013). *Bien Hecho en Ecuador*. Recuperado el 2017, de Bien Hecho en Ecuador: http://www.bienhechoenecuador.org/es/

Campoy T, e. a. (2009). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos.* Jaen: Editorial EOS 978-84-9727-611-5.

Carretero, A. (2014). *Creativos Onlina*. Recuperado el Junio de 2016

Castillo, L. (2014). Dos espacios concentran la venta de artesanías en Cuenca. *El Comercio*, pág. 1.

Clausen E, E. (2011). *Nociones Básicas de la teórica del color.* Madrid: ISSUU.

Congreso Nacional. (2006). *Ley de Propiedad Intelectual.* Quito: Editora Nacional.

De Gea S, S. (2007). *El ganado lanar en la Argentina.* Cordoba: ISBNN 978-950-665-448-1.

Del Olmo J, J. (2014). *Marketing digital en la Moda.* Navarra: Ediciones Internacionales Universitarias S.A.

Duque Y, Y. (2013). *Propuestas de trajes de espectáculo inspirados en la cultura Puruha para la cantante Mariela Condo.* Quito.

Durán V, V. (2015). *Prendas funcionales, Indumentarias para niños con parálisis cerebral.*

Echevarría, O. (2013). *Transformación en la comunicación, el arte y la cultura a partir del desarrollo y consolidación de nuevas tecnologías.* ISSN 1668-0227.

El Productor. (2015). Ecuador: Productos hechos con manos de artesanos. *El Productor*, pág. 1.

Espinoza R. (15 de Septiembre de 2013). *Segmentación de mercado*. Obtenido de Roberto Espinosa: http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/

Fernández A, A. (2014). *Interactividad y Redes Sociales.* Madrid España: ACCI ISBN 9788415705246.

Galería Ethnic Collection. (2017). *VENAVENTOURS.* Obtenido de https://www.venaventours.com/ethniccollection?country=ec

García, P. (2013). Johanna Konanz, el diseño de lujo le abre puertas. *Líderes*, pág. 1.

Grasso L. (2006). *Encuestas.* Cordoba: Ediciones Encuentro ISBN 9872302235.

H. Congreso Nacional. (2004). *Ley de Gestión Ambiental.* Lexis.

Hurtado M, M. (25 de noviembre de 2014). *Bondades de la lana*. Obtenido de MariaHurtado.com: http://www.maria-hurtado.com/news/modos-de-lavar-la-lana-tras-la-esquila/

INEC. (2017). *Reporte de Economía Laboral.* Quito: INEC.

Jenkyn S, S. (2013). *Diseño de modas.* New Haven: Fashin Design.

Kotler P. (2007). *Marketing.* Carolina del Norte: Pearson.

La Hora. (07 de Noviembre de 2017). Tungurahua cuenta con distintas culturas étnicas. *Tungurahua cuenta con distintas culturas etnicas*, pág. 1.

Lamatta, C. (2012). ¿Por qué nos seducen tanto los accesorios? *La Tercera*, pág. 1.

Lando L, L. (2009). *Diseño de modas.* Massachusetts: Estela Serafine,and FrancisoFernández ISBN 978-1598350982.

Lau J, J. (2013). *Diseño de accesorios.* México: Editorial Gustavo Gili.

Líderes . (2016). Cintas, bordados y cuero dan forma a estos bolsos. *Líderes*, pág. 1.

Lozano J, J. (2012). La moda, el atractivo formal del límite. *Revista Española de Investigaciones Sociólogicas*, 84.

Macía, M. (2006). Las plantas de fibra. *Botánica Economía de los Andes Centrales*, 15.

Martínez, A. (2016). Quito: Artesanos unen fuerzas en galería con productos únicos. *Metro*, pág. 1.

Mc Cann, e. a. (2001). *Cuero, Pieles y Calzado.* Madrid: Chantal Dufresne ISBN: 84-8417047-0.

Microempresas, A. (2014). *Definición de tendencias macrotendencias.* Medellín .

Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración . (2012). Comportamiento y tendencias de consumo de los principales importadores. *Pro Ecuador*, 19.

Ministerio de Turismo. (2013). *Guia Artesanal Tungurahua.* Tungurahua: ISSUU.

Mohadeb W et al, W. D. (2006). *Oportunidades en accesorios de moda femenina.* Buenos Aires: Universidad de Cema.

Muñiz O, O. (2007). Perfil Psicográfico y Sociográfico de los estudiantes del primer año de la Universidad Pontificia Bolivariana. *Revista de la Facultad de Trabajo Social UPE*, 13.

Muñoz, M. (29 de 12 de 2015). *Deartee.* Obtenido de Biografia Alexander Mcqueen: http://www.deartee.com/blog/biografia-alexander-mcqueen.html

Muñoz, P. (2016). *Estos son los 10 colores otoño invierno 2016 2017 según Pantone.*

Naughton J. (2012). *Perfil de artesanías en Estados Unidos.* Miami: Oficina Comercial Ecuador Miami-Estados Unidos.

Nazario, J. (2008). *Los Chibuleos.* Quito: Artes Gráfica Silva.

Palermo . (2000). *Ovinos de lana.* Cordoba: Palermo.

Perfiles de usuario y universo del vestuario . (2013).

Perfiles del consumidor. (15 de Noviembre de 2014). *Slideshare*. Obtenido de perfiles de consumidor: https://es.slideshare.net/gabal1982/perfiles-de-usuarios-de-moda

Pintos, A. (2017). *Las 4 macrotendencias de 2018 según WGSN.*

PRO ECUADOR. (2015). *10 asociaciones ecuatorianas de pequeños artesanos presentes en web de moda ética y comercio justo.*

Quiroz, L. (2012). *Memoria descriptiva de la técnica de bordado textil tradicional de San Pablo Tijaltepec, Tlaxiaco, Oaxaca.*

Ramos J, J. (2015). *Marketing con Whatsapp.* Publishing Ltd.

Ramos, N. (2017). Los 10 colores tendencia 2017. *El Diario Vasco*, pág. 1.

Restrepo, M. (2012). *Indez Moda, Quién es su consumidor?, Quién es su usuario?*

Rincon A, A. (15 de noviembre de 2014). *Slideshare*. Recuperado el Julio de 2017, de Perfiles de usuario y universos del vestuario: https://es.slideshare.net/gabal1982/perfiles-de-usuarios-de-moda

Rincon, A. (2013). Recuperado el Julio de 2017, de Perfiles de usuario y universos del vestuario.

Rojas R. (2013). *Guía para realizar Investigaciones Sociales.* Mexico: Plaza y Valdez ISBN: 968-856-262-5.

Samara T, T. (2008). *Los elementos del diseño: manual para diseñadores gráficos.* New Haven: Gustavo Gili.

Sánchez M, M. (2012). *Iniciación en materiales y productos textiles.* Malaga: INNOVA 8483647656.

Santamaría E. (2014). Influencia de los Factores Culturales y Demográficos en el Perfil del. *Revista EPN*, 11.

Sculpteo. (2017). *Sculpteo.* Obtenido de Corte laser: https://www.sculpteo.com/es/glosario/corte-por-laser-definicion/

Senplades. (2009). *Plan Nacional de Desarrollo.* Quito: Lexus.

Tirado D et al, D. Q. (2016). Bordados del pueblo indígena Chibuleo: entre la representación y el diseño. *Facultad de Arquitectura y Diseño*, 33-42.

ANEXOS

Anexo 1: Modelo de Encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO OBJETIVO

Objetivo: Obtener información de las expectativas y gustos de las mujeres de la Provincia referente a conocer los tipos de complementos de vestuario utilizan de forma frecuente, para diseñar nuevos complementos basados en la aplicación de técnicas artesanales e insumos de los pueblos indígenas de la Provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato.

Género (M-F): _____

Edad: _____

CUESTIONARIO

1. ¿Qué entiende por complementos de vestuario? Accesorios ☐ Peinado y maquillaje ☐ Otros ☐	**2. ¿Utiliza accesorios en su vestimenta diaria?** Si ☐ No ☐
3. ¿Con qué frecuencia utiliza accesorios? Diariamente ☐ Ocasionalmente ☐ Rara vez ☐	**4. ¿Dentro de la bisutería que utiliza indique el tipo de accesorio que más acostumbra a usar?** Collares ☐ Anillos ☐ Aretes ☐ Pulseras ☐
5. ¿Qué tan importante considera la utilización de los accesorios para complementar tu vestuario? Básico ☐ ☐ ☐	**6. ¿Con qué frecuencia adquiere accesorios?** Quincenal ☐ Mensual ☐ Por temporada ☐ ☐

Importante Muy Importante	De forma ocasional
7. ¿En qué características se fija al momento de seleccionar sus accesorios? Materiales ☐ Colores ☐ Diseño ☐ Funcional ☐ Precio ☐ Todas ☐	**8. ¿Para seleccionar un accesorio qué materiales son de su preferencia?** Naturales ☐ Artificiales ☐ Sintéticos ☐
9. ¿Indique en cuál de estos perfiles de consumidor usted se ubicaría? Clásico ☐ Neo-clásico ☐ Romántico ☐ Contemporáneo ☐ De moda ☐ Vanguardista ☐	**10. ¿Seleccione los accesorios que utiliza para cada línea de vestuario?** **Casual (uso diario)** **Formal** Bufandas ☐ Bufandas ☐ Bolsos ☐ Bolsos ☐ Sombreros ☐ Sombreros ☐ Bisutería ☐ Bisutería ☐ Guantes ☐ Guantes ☐ Pañuelos ☐ Pañuelos ☐ Carteras ☐ Carteras ☐ Gorras ☐ Gorras ☐ Joyería ☐ Joyería ☐
11. ¿Dentro de los siguientes accesorios seleccione cual es el accesorio que más utiliza? **Casual (uso diario)** **Formal** Bufandas ☐ Bufandas ☐ ☐ ☐ ☐	

Bolsos		Bolsos	
Sombreros		Sombreros	☐
Bisutería	☐	Bisutería	☐
Guantes	☐	Guantes	☐
Pañuelos	☐	Pañuelos	☐
Carteras	☐	Carteras	☐
Gorras	☐	Gorras	☐
Joyería		Joyería	

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2: Plan Mínimo de Prevención de Riesgos

de Relaciones Laborales

FORMATO MODELO DE PLAN MÍNIMO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El presente documento es un modelo de Plan Mínimo de Prevención de Riesgos Laborales que servirá de guía para la elaboración del mismo. Por favor tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- *El presente modelo es aplicable para la gran mayoría de sectores laborales, los artículos e ítems presentados han sido obtenidos textualmente de diferentes cuerpos legales, revise y escoja los artículos e ítems que son aplicables a la realidad de su negocio.*
- *El punto de partida para elaborar el Plan Mínimo de Prevención de Riesgos es la* ***Matriz de Riesgos Laborales MRL.***

Recuerde:

✓ *Para elaborar un Plan Mínimo de Prevención de Riesgos, así como las diferentes matrices de riesgos laborales, es necesario contar plenos conocimientos de Seguridad y Salud Ocupacional y de los procesos laborales del centro de trabajo.*

Normativa Legal:

- *Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo. Decisión 584*
- *Reglamento al instrumento andino de Seguridad y Salud. Resolución 957*
- *Reglamento de Seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo. Decreto 2393*
- *Reglamento para el funcionamiento de los servicios médicos de empresas. Acuerdo No. 1404*
- *Colores y Señales de Seguridad. Norma Técnica Ecuatoriana INEN ISO 3864-1*
- *Colores de identificación de tuberías Norma Técnica Ecuatoriana INEN 440:84*
- *Transporte, Almacenamiento y Manejo de materiales peligrosos. Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2266*
- *Etiquetado de Precaución. Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2288*
- *Extintores portátiles Inspección, Mantenimiento y Recarga. Norma Técnica Ecuatoriana INEN 739*
- *Reglamento de Seguridad y Salud para la Construcción y Obras Públicas. Acuerdo N° 174*
- *Convenios Internacionales OIT ratificados por la República del Ecuador.*
- *Acuerdo Ministerial 220. Guía para elaboración de Reglamentos Internos de Seguridad y Salud en el Trabajo.*

POLITICA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL DE (NOMBRE DE LA EMPRESA)

(NOMBRE DE LA EMPRESA) dedicado a ……, quien realiza un trabajo responsable especialmente para la industria de …… buscando la satisfacción de sus clientes y sus colaboradores, con puntualidad y calidad en la entrega de sus productos.

Con este fin, la (NOMBRE DE LA EMPRESA) se compromete a:

- Cumplir con la legislación vigente aplicable, así como con los compromisos adquiridos con las partes interesadas.
- Gestionar y prevenir los riesgos, laborales, de salud, ambientales y de calidad que se generan como parte de las actividades del trabajo ejecutado.
- Promover, la creación de una cultura basada en el compromiso con la seguridad, la salud y el ambiente, mediante la continua información y supervisión de las tareas propias de la ejecución de los trabajadores solicitados.
- Comunicar y promover la adopción de estos compromisos a sus colaboradores.
- Compromiso de optimizar los recursos económicos, técnicos, y humanos
- Mejora continua en seguridad, salud de los trabajadores
- Cumplir con la legislación vigente en Seguridad y Salud.

(REPRESENTANTE LEGAL ó PROPIETARIO)

C.I. ……

PLAN MÍNIMO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

RAZÓN SOCIAL Y DOMICILIO

.....

Pichincha, Ecuador

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL: (como consta en el RUC)

.....

OBJETIVOS DEL PLAN MINIMO DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

1. Cumplir con toda la normativa nacional vigente
2. Prevenir los riesgos laborales, sean estos provenientes de accidentes de trabajo o enfermedad profesional, señalando los actos o condiciones inseguras.
3. Crear una cultura de prevención de Riesgos Laborales en las actividades de trabajo.

CAPITULO I

DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS

Artículo 1.- OBLIGACIONES DE (NOMBRE DE LA EMPRESA)

El empleador tendrá las siguientes obligaciones en materia de seguridad y salud en el trabajo:

a) Formular la política empresarial y hacerla conocer a todo el personal que se encuentre bajo su dirección.
b) Formular objetivos, planes y programas y apoyar el cumplimiento de los mismos, involucrando la participación de los trabajadores.
c) Identificar y evaluar los riesgos, en forma inicial y periódicamente, con el fin de programar planes de acción preventivos y correctivos.
d) Controlar los riesgos identificados, en su origen, en el medio de trasmisión y en el trabajador, privilegiando las medidas colectivas sobre las individuales. En caso de que estas medidas sean insuficientes, se deberá proporcionar, sin costo alguno para el trabajador, la ropa de trabajo y/o de protección personal necesarios.
e) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del Plan Mínimo de Seguridad y Prevención de Riesgos y difundirlo entre todos sus trabajadores.

Artículo 2.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Los trabajadores tendrán el **derecho** a:

a) Desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado que garantice su salud, seguridad y bienestar.
b) Sin perjuicio de cumplir con sus obligaciones laborales, los trabajadores tienen derecho a interrumpir su actividad cuando, por motivos razonables, considere que existe un peligro inminente que ponga en riesgo su seguridad o la de otros trabajadores, previa la notificación y verificación de su patrono. En tal supuesto, no podrán sufrir perjuicio alguno, a menos que hubieran obrado de mala fe o cometido negligencia grave.
c) A recibir información sobre los riesgos laborales
d) Solicitar inspecciones al centro de trabajo
e) Conocimiento y confidencialidad de los exámenes médicos.

Los trabajadores tendrán las siguientes **obligaciones** en materia de prevención de riesgos laborales:

a) Cumplir con las normas, reglamentos e instrucciones de los programas de Seguridad y Salud en el Trabajo que se apliquen en el lugar de trabajo, así como con las instrucciones que les impartan sus superiores jerárquicos directos.
b) Usar adecuadamente los instrumentos y materiales de trabajo, así como los equipos de protección individual y colectiva, cuando aplique.
c) No operar o manipular equipos, maquinarias, herramientas u otros elementos para los cuales no hayan sido autorizados y, en caso de ser necesarios, capacitados.
d) Informar a sus superiores acerca de acciones o condiciones inseguras de cualquier situación de trabajo (actividades, equipos, instalaciones, herramientas, entre otras), que a su juicio entrañe, por motivos razonables un peligro para la Seguridad o la Salud de los trabajadores.
e) Informar a su Jefe Directo oportunamente, sobre cualquier dolencia que sufran y que se haya originado como consecuencia de las labores que realizan o de las condiciones y ambiente de trabajo.

rtículo 3.- PROHIBICIONES DE (NOMBRE DE LA EMPRESA)

Quedará totalmente prohibido.

a) Obligar a sus trabajadores a laborar en ambientes insalubres; salvo que previamente se adopten las medidas preventivas necesarias para la defensa de la salud.
b) Permitir a los trabajadores que realicen sus actividades en estado de embriaguez o bajo de la acción de cualquier toxico.
c) Facultar al trabajador el desempeño de sus labores, sin el uso de la ropa de trabajo y quipo de protección personal.
d) Permitir el trabajo en maquinas, equipos, herramientas o locales que no cuenten con las defensas o guardas de protección u otras seguridades que garanticen la integridad física de los trabajadores.
e) Dejar de cumplir las disposiciones o indicaciones que sobre prevención de riegos establezcan las autoridades competentes en materia de Seguridad y Salud del trabajo
f) Permitir que el trabajador realice una labor riesgosa para la cual no fue entrenado previamente.
g) Contratar niñas y niños y adolescentes, queda prohibido.

Artículo 4.- PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES

Está prohibido a los trabajadores:

a) Participar en riñas, juegos de azar o bromas en lugares y horas de trabajo. Cometer imprudencias, bromas o actos que puedan causar accidentes de trabajo.
b) Consumir drogas o alcohol en el trabajo o en cualquier instalación de la entidad. A la persona que infrinja esta regla se le retirara del área de trabajo y se le suspenderá inmediatamente de sus funciones.
c) Efectuar trabajos no autorizados, sin el debido permiso o entrenamiento previos.
d) Modificar, destruir, remover sistemas de seguridad o accesorios de protección de los equipos, herramientas, maquinaria y áreas restringidas con que cuenta la entidad.

Artículo 5.- INCUMPLIMIENTO Y SANCIONES - INCENTIVOS

(NOMBRE DE LA EMPRESA) adoptará las medidas necesarias para sancionar, a quienes por acción u omisión incumplan lo previsto en el presente documento y demás normas sobre prevención de riesgos laborales. La sanción se aplicará tomando en consideración, entre otros, la gravedad de la falta cometida, el número de personas afectadas, la gravedad de las lesiones o los daños producidos o que hubieran podido producirse por la ausencia o deficiencia de las medidas preventivas necesarias y si se trata de un caso de reincidencia.

Artículo 6.- En caso de incumplimiento de las disposiciones constantes en el presente plan, se aplicarán las sanciones que disponen el Código del Trabajo y el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo (Decreto Ejecutivo 2393) y de acuerdo a la gravedad de la falta cometida según se indica a continuación.

a) **FALTAS LEVES:** Se consideran faltas leves aquellas que contravienen los reglamentos, leyes y normas, que no ponen en peligro la integridad física del trabajador, de sus compañeros de trabajo o de los bienes de la empresa-
b) **FALTAS GRAVES:** Se consideran faltas graves todas las transgresiones que causen daños físicos o económicos a los trabajadores, a la empresa o a terceros relacionados con la empresa, así como aquellas transgresiones que sin causar efectivamente daños físicos o económicos, impliquen alto riesgo de producirlos.
c) **FALTAS MUY GRAVES:** Se consideran faltas muy graves todo evento que cause daños físicos o económicos a los trabajadores, a los bienes de la empresa o a la integridad de terceros relacionados con la empresa o que sean un evento reincidente.

CAPITULO II
DEL SISTEMA DE GESTION DE SEGURIDAD Y SALUD: ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

Artículo 7.- DELEGADO DE SEGURIDAD Y SALUD DEL TRABAJO:

Se elegirá de entre todos los colaboradores, por votación y mayoría simple un delegado de Seguridad y Salud del Trabajo, ya que el número de trabajadores no supera las 15 personas; y estará registrado ante el Ministerio de Relaciones Laborales.

Artículo 8.- RESPONSABLE DE PREVENCIÓN DE RIESGOS:

(NOMBRE DE LA EMPRESA) nombrará un responsable de prevención de riesgos de entre todos sus colaboradores, luego de brindar la capacitación adecuada para asumir dicha función.

El responsable de prevención de riesgos, tendrá las siguientes funciones:

a) Reconocer, prevenir y controlar los riesgos laborales.
b) Facilitar el adiestramiento de sus trabajadores en materia de seguridad.
c) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones descritas en el presente documento.
d) Mantener la comunicación y retroalimentación en temas de prevención de riesgos, de accidentes de trabajo con todos sus colaboradores.

Deberá ser registrado conforme a la ley ante el Ministerio de Relaciones Laborales.

Artículo 9.- MÉDICO OCUPACIONAL DE VISITA PERIÓDICA:

Se contará con la asistencia periódica de un medico ocupacional, registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales, conforme la ley; el mismo que de encargará de:

a) Aplicación del programa de vigilancia de la salud.
b) Capacitar sobre prevención de enfermedades profesionales, además de dictar charlas en temas de salud ocupacional.

Artículo 10.- RESPONSABILIDAD DEL EMPLEADOR O PATRONO

En materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, el Patrono tendrá las siguientes responsabilidades:

a) Liderar y facilitar el cumplimento del presente documento.
b) Asignar recursos para la adecuada ejecución de las disposiciones descritas en este Plan Mínimo de Seguridad, así como para la prevención de los Riesgos Laborales.
c) Mantener permanente comunicación con todos sus trabajadores, sobre todo para la prevención e identificación de riesgos, actos o condiciones inseguras.
d) Desarrollar y ejecutar programas preventivos basados en la identificación de riesgos, aplicando controles en la fuente, en el medio de transmisión y en el trabajador.

CAPITULO III
PREVENCION DE RIESGOS DE LA POBLACION VULNERABLE

Artículo 11.- PERSONAL FEMENINO

En caso de contar con personal femenino, se debe salvaguardar la salud reproductiva, evitando exposiciones a factores de riesgo, que pueden incidir sobre la trabajadora o su hijo (a)

Artículo 12.- MENORES DE EDAD

Se prohíbe la contratación de menores de edad.

Artículo 13.- PERSONAS CON DISCAPACIDAD

(NOMBRE DE LA EMPRESA), dependiendo del puesto de trabajo, podrá contratar personal con discapacidades, controlando los riesgos y cumpliendo con la legislación, por lo cual los empleados con discapacidad, serán asignados a actividades que no afecten su condición psicofísica.

Artículo 14.- PERSONAL EXTRANJERO

En caso de contar con personal extranjero, se garantizará las mismas condiciones que aplican al personal nacional, en el tema de Seguridad y Salud en el Trabajo.

CAPITULO IV
DE LA PREVENCION DE RIESGOS PROPIOS DE LA ACTIVIDAD LABORAL

Artículo 15.- Consta en la Matriz de Riesgos Laborales anexa.

CAPITULO V
DE LOS ACCIDENTES MAYORES

Artículo 16.- Para prevenir la ocurrencia de eventos como incendio y/o explosión se adoptaran los siguientes controles:

a) Verificar las condiciones eléctricas de todo equipo o máquina antes de su uso.
b) No modificar, ni realizar instalaciones eléctricas sin autorización.
c) Evitar cargas excesivas en tomacorrientes.
d) Almacenar adecuadamente productos químicos como pinturas, solventes y comestibles, considerando:

   i. El área donde se los almacena deberá ser alejada de otros materiales combustibles que pudieran favorecer la creación de un fuego.
   ii. Usar envases y tapas que cierren correctamente.
   iii. Mantener identificados todos los envases.

Artículo 17.- DE LA ORGANIZACIÓN PARA LA RESPUESTA A EMERGENCIAS

(NOMBRE DE LA EMPRESA), ante una situación de emergencia deberá conocer el modo de actuación a seguir y comunicarlo a sus colaboradores. Para esto, se tendrá en cuanta lo siguiente, dentro de las instalaciones de cada proyecto y en las instalaciones propias o taller del mismo:

a) Identificar un área segura o punto de encuentro, en caso de evacuación.
b) Establecer salidas de emergencia que permanezcan siempre libres y sin seguro
c) Establecer o localizar vías de evacuación hacia el área segura o punto de encuentro de cada sitio.
d) Contar o localizar la ubicación del sistema de alarma que pueda ser activado en caso de emergencia y que alerte a todo el personal.
e) Colocar extintores portátiles en la zona de más alto riesgo de incendio, en el caso de taller; y
f) Conocer la ubicación de extintores, hidratantes o cajetines de emergencia en los proyectos donde se ejecuten actividades.

CAPITULO VI
SEÑALIZACIÓN

Característica	Uso	Ejemplo
PROHIBICION: Redonda, con pictograma negro, fondo blanco, borde y banda roja	Prohibido el paso, prohibido estacionar, prohibido fumar, entre otros.	
OBLIGACIONES: Obliga un comportamiento determinado, es redonda, con pictograma blanco y fondo azul	Uso de equipos de protección personal	
SOCORRO O SALVAMENTO: Indicación de señales para evacuación, es rectangular o cuadrada con pictograma blanco, fondo verde	Vías de evacuación, salidas de emergencia, punto de primeros auxilios, teléfono de emergencia, ducha de seguridad, lavaojos	
ADVERTENCIA: Advierte peligros existentes. Triángulo equilátero de borde y pictograma negro sobre fondo amarillo	Riesgo eléctrico, riesgo de ruido, hombres trabajando, entre otros.	

RELATIVAS A EQUIPOS CONTRA INCENDIOS: Indican la ubicación o lugar donde se encuentran equipos de control de incendios. Son rectangulares o cuadradas, con pictograma negro y fondo rojo	Extintores, hidrantes, monitoreos, pulsadores de alarmas.	

CAPITULO VII
DE LA VIGILANCIA DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES

Artículo 18.- <u>VIGILANCIA DE LA SALUD</u>

a) Los empleadores serán responsables de que los trabajadores se sometan a los exámenes médicos de preempleo, periódicos y de retiro, acorde con los riesgos a que están expuestos en sus labores. Tales exámenes serán practicados, preferentemente, por médicos especialistas en salud ocupacional y no implicarán ningún costo para los trabajadores y, en la medida de lo posible, se realizarán durante la jornada de trabajo.

b) Los trabajadores tienen derecho a conocer los resultados de los exámenes médicos, de laboratorio o estudios especiales practicados con ocasión de la relación laboral. Asimismo, tienen derecho a la confidencialidad de dichos resultados, limitándose el conocimiento de los mismos al personal médico, sin que puedan ser usados con fines discriminatorios ni en su perjuicio. Sólo podrá facilitarse al empleador información relativa a su estado de salud, cuando el trabajador preste su consentimiento expreso.

CAPITULO VIII
DEL REGISTRO E INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES E INCIDENTES

Artículo 19.- <u>INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES</u>

a) Es obligación del responsable, investigar y analizar los accidentes, incidentes y enfermedades de trabajo, con el propósito de identificar las causas que los originaron y adoptar acciones correctivas y preventivas tendientes a evitar la ocurrencia de hechos similares, además de servir como fuente de insumo para desarrollar y difundir la investigación y la creación de nueva tecnología.
b) Todo accidente deberá ser notificado, investigado y reportado de acuerdo con el procedimiento de notificación, investigación y reporte de accidentes e incidentes de la empresa.
c) El responsable de Seguridad y Salud, deberá elaborar y entregar el reporte de notificación de todo accidente con baja, es decir, que causaré la pérdida de más de una jornada laboral. Dicho reporte, deberá ser enviado a la Dirección

de Riesgos del Trabajo del IESS, en el término de diez (10) días, contados desde la fecha del siniestro. En caso de ser un accidente que involucre a un tercero, bajo la modalidad de Actividades Complementarias, Servicios Técnicos Especializados o Empresas Contratistas, los representantes de dichas empresas, deberán proceder con la notificación de acuerdo con lo indicado anteriormente.

d) En los meses de Enero y Julio, el o responsable junto con el médico de visita periódica que realiza visitas periódicas para la vigilancia de la Salud, enviarán una copia del concentrado de seis meses de la accidentabilidad y la morbilidad laboral al Ministerio de Relaciones Laborales.

Artículo 20- <u>REGISTRO DE ACCIDENTES – INCIDENTES</u>

a) Será Obligación del Responsable, el llevar el registro de los accidentes de trabajo e incidentes laborales ocurridos, así como las estadística de accidentabilidad respectiva.
b) En el caso de empresa o institución contrastar el déficit de gestión existente en la prevención de riesgos laborales, que ocasionaron el accidente; o las medidas de seguridad aplicadas durante el trabajo, en el caso de los afiliados sin relación de dependencia o autónomos;
c) Definir y motivar los correctivos específicos y necesarios para prevenir la ocurrencia y repetición de los accidentes de trabajo;
d) Establecer las consecuencias derivadas del accidente del trabajo;
e) Apoyar y controlar a las organizaciones laborales para que estas provean ambientes saludables y seguros a los trabajadores afiliados al IESS; a la aplicación de procedimientos de trabajo seguros en el caso de los afiliados sin relación de dependencia o autónomos y,
f) Puntualizar la responsabilidad de la organización laboral y del afiliado sin relación de dependencia o autónomo en relación al accidente de trabajo.
g) En los meses de Enero y Julio, el Jefe de la Unidad de Seguridad y Salud o responsable, junto con el médico del Servicio Médico de Empresa o el que realiza visitas periódicas para la vigilancia de la Salud, enviará una copia del concentrado de seis meses de la accidentabilidad y la morbilidad laboral al Ministerio de Relaciones Laborales e IESS.

CAPITULO IX
DE LA INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS

Artículo 21.- <u>INDUCCIÓN, FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN</u>

a) Los trabajadores tienen derecho a estar informados sobre los riesgos laborales vinculados a las actividades que realizan. Complementariamente, los empleadores comunicarán las informaciones necesarias a los trabajadores sobre las medidas que se ponen en práctica para salvaguardar la seguridad y salud de los mismos
b) Todo trabajador nuevo, antes de iniciar su actividad laboral, deberá realizar el

proceso de inducción específica al puesto de trabajo.

c) Toda empresa de Actividades Complementarias, Servicios Técnicos Especializados o Empresas Contratistas, contratada por la empresa, deberá cumplir con el proceso de inducción general básico de la empresa Contratante, así como con su propio proceso de inducción al puesto de trabajo

d) La información y capacitación en prevención de riesgos, deberá centrarse principalmente en:
   1. Los factores de riesgos significativos presentes en el lugar de trabajo y relacionados con las actividades a desarrollarse, en especial las de alto riesgo.
   2. Las lecciones aprendidas generadas a partir de la ocurrencia de accidentes y/o incidentes ocurridos en la operación.
   3. Las recomendaciones sugeridas después de la realización y análisis de simulacros.
   4. Educación para la Salud.

e) El Responsable y el Médico de Visita Periódica, son los responsables de establecer los canales de información sobre los aspectos relacionados con las Salud Ocupacional y Seguridad Industrial.

CAPITULO X
DE LOS EQUIPOS DE PROTECCION PERSONAL

Artículo 22.- <u>EQUIPOS DE PROTECCIÓN Y ROPA DE TRABAJO</u>

a) El responsable de Seguridad y Salud, definirá las especificaciones y estándares que deberán cumplir los equipos de protección individual a ser utilizados por sus trabajadores.

b) La empresa, en la realización de sus actividades, priorizará la protección colectiva sobre la individual.

c) El equipo de protección individual requerido para cada empleado y trabajador, en función de su puesto de trabajo y las actividades que realiza, será entregado de acuerdo con los procedimientos internos.

d) Todos los empleados y trabajadores, deberían ser capacitados para el uso apropiado de los equipos de protección individual que utiliza, su correcto mantenimiento y los criterios para su reemplazo.

e) Todo equipo de protección individual dañado o deteriorado, deberá ser inmediatamente reemplazado antes de iniciar cualquier actividad. Para cumplir con este requerimiento, la empresa deberá mantener un stock adecuado de los equipos de protección individual para sus empleados y trabajadores.

CAPITULO XI
DE LA GESTIÓN AMBIENTAL

Artículo 23.- GESTIÓN AMBIENTAL

La empresa cumplirá con la legislación nacional aplicable y vigente sobre conservación y protección del ambiente. Para cumplir dicho cometido, deberá:

1. Proveer condiciones de trabajo seguras, saludables y ambientalmente sustentables.
2. Evitar cualquier tipo de contaminación e impacto adverso sobre el ambiente y las comunidades de su área de influencia.
3. Monitorear periódicamente aquellas emisiones gaseosas, líquidas y sólidas, requeridas por la reglamentación nacional, de acuerdo con los cronogramas establecidos y aprobados por las entidades Ambientales de Control, relacionadas con las actividades de la empresa.

CAPITULO XI

DISPOSICIONES GENERALES O FINALES

Quedan incorporadas al presente Plan Mínimo de Prevención de Riesgos, todas las disposiciones contenidas en el Código de Trabajo, sus reglamentos, los reglamentos sobre seguridad y salud ocupacional en general, las normas y disposiciones emitidas por el IESS y las normas internacionales de obligatorio cumplimiento en el País, las mismas que prevalecerán en todo caso.

FIRMAS

RESPONSABLE DE ELABORAR EL PLAN MÍNIMO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS

GERENTE GENERAL, REPRESENTANTE LEGAL O PROPIETARIO DE LA EMPRESA