



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

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

**“Diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía de los
chumbis de Chibuleo”**

Autora: Paucar Azogue, Lorena Elizabeth
Tutor: PhD. Medina Robalino, Aylen Karina

Ambato – Ecuador
Septiembre, 2020

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

“Diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía de los *chumbis* de Chibuleo”
de la alumna Paucar Azogue Lorena Elizabeth, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, septiembre del 2020

LA TUTORA



.....
PhD. Medina Robalino Aylene Karina

C.C: 1802324473

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía de los *chumbis* de Chibuleo**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, septiembre del 2020

LA AUTORA



.....
Paucar Azogue Lorena Elizabeth

C.C:1804251054

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este 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, septiembre del 2020

LA AUTORA



.....
Paucar Azogue Lorena Elizabeth

C.C:1804251054

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía de los *chumbis* de Chibuleo**” de Lorena Elizabeth Paucar Azogue, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, septiembre del 2020

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

*A mi querido Aba, Elohim de Israel,
existen momentos en que los recuerdos
golpean mi corazón y me encuentro
con todas las bendiciones que he
recibido y recibo desde el día en que te
conocí. Todo lo que poseo proviene de
ti, y sea sobre mi vida como dice tu
torah, hagan lo que hagan trabajen de
buena gana, como para el Adon y no
como para nadie en este mundo,
conscientes de que el Adon los
recompensará con la herencia, usted
sirve al Mashiaj el Adon.*

Paucar Azogue Lorena Elizabeth

AGRADECIMIENTO

*Va'ani bejasdejo botajti yaguel libi bi'shuatejo, shiru la
Hashem ki gamal alai.*

*“En cuanto a mí en tu bondad he confiado, mi corazón se
alegra en tu salvación, cantaré a Iahweh porque ha hecho
bien sobre mí”.*

Mordechai Ben Dawid.

*Ningún trabajo hecho por el hombre será digno de ti
Aba, por eso la única ofrenda que puedo poner en tu
presencia es mi agradecimiento, mi corazón te alaba por
todo lo que me has dado, por todo lo que me enseñas, por
tu cuidado y porque siempre me escuchas y me ayudas. Te
agradezco, por este día que me has dado tu perdón por
cada pecado, por cada pensamiento, por cada actitud que
ha ofendido tu nombre y por las veces que no he sido
testimonio de que tú estás conmigo. Aunque nunca voy a
terminar de darte gracias, deseo concluir diciéndote
todah rabah por la hermosa familia que me has regalado,
por los amigos y los conocidos que han sido ayuda y
aprendizaje. Y que las palabras del tehilim 43:3 estén
siempre presentes en mi vida.*

Lorena Elizabeth Paucar Azogue

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xix
ABSTRACT	xx
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
ANTECEDENTES GENERALES	3
1.1. Nombre del proyecto	3
1.2. Antecedentes (Estado de arte)	3
1.3. Justificación.....	8
1.4. Objetivos.....	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos	10
CAPÍTULO II	
MARCO REFERENCIAL	11

2.1.	Marco teórico.....	11
2.1.1.	Pueblos indígenas del Ecuador.....	11
2.1.2.	Diseño independiente o de autor.....	36
2.2.	Marcas referentes y/o aspiraciones.....	50
2.2.1.	KON-DOR	50
2.2.2.	Misako.....	51
2.2.3.	Mola Sasa.....	52
2.3.	Visionario	53
2.3.1.	Longchamp.....	53

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO	55	
3.1.	Análisis externo.....	55
3.1.1.	Análisis PESTEL	55
3.1.2.	Tendencias de consumo	66
3.1.3.	Segmentación del mercado potencial.....	67
3.1.4.	Análisis del sector y del mercado de referencia.....	70
3.1.5.	Índice de saturación del mercado potencial	71
3.1.6.	Análisis estratégico de la competencia (benchmarking).....	72
3.2.	Análisis interno.....	75
3.2.1.	Análisis de recursos propios y disponibles	75
3.2.2.	Análisis Cadena de valor.....	75

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO	79	
4.1.	Estudio de público objetivo.....	79
4.1.1.	Modelo de encuesta y/ entrevista	79
4.2.	Selección de la muestra	83
4.3.	Técnicas de estudio.....	85
4.3.1.	Cualitativas.....	87
4.3.2.	Cuantitativas.....	87

4.4.	Elaboración e interpretación de datos.....	88
4.4.1.	Resultado de entrevistas dirigidas a artesanos tejedores de los chumbis de Chibuleo con su iconografía.	102
4.4.2.	Fichas de análisis visual de la faja	127
4.4.3.	Fichas de análisis iconográfico del <i>chumbi</i>	139
4.4.4.	Fichas de reelaboración iconográfica basado en el estudio de Pepe.....	157
4.5.	Conclusiones.....	160

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN.....	162
---	------------

5.1.	Cronograma de Producción	162
5.2.	Control de calidad.....	163
5.3.	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto	165
5.3.1.	Infraestructura.....	165
5.4.	Requerimientos de mano de obra	167
5.5.	Seguridad industrial y medio ambiente	167

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA	169
---	------------

6.1.	Descripción del producto o servicio.....	169
6.1.1.	Brain storming (lluvia de ideas).....	169
6.2.	Perfil del cliente.....	169
6.2.1.	Moodboard del perfil del cliente.....	170
6.3.	Identidad de marca.	171
6.4.	Uso de la marca.	177
6.5.	Tendencia: macro y micro tendencia.....	179
6.5.1.	Macrotendencia.....	179
6.5.2.	Microtendencia.....	181
6.6.	Análisis de color de la propuesta.....	183
6.6.1.	Paleta de color de la propuesta.....	184
6.7.	Concepto de la propuesta.....	184

6.8.	Elementos del diseño	187
6.8.1.	Siluetas y tipologías de bolsos	188
6.8.2.	Proporción y línea	189
6.8.3.	Función.....	190
6.8.4.	Detalles.....	190
6.8.5.	Estilo	190
6.8.6.	Estampados, acabados y terminados	191
6.9.	Materiales e insumos.....	192
6.10.	Fichas de Producción	194
6.10.1.	Ficha de bocetos.....	194
6.10.2.	Ficha de ilustración	197
6.10.3.	Fichas de diseño plano	206
6.10.4.	Ficha de plano de patronaje.....	209
6.10.5.	Ficha de despiece de la moltería	212
6.10.6.	Fichas de tendido.....	215
6.10.7.	Ficha de ruta operacional	217
6.10.8.	Especificaciones técnicas de artes.....	220
6.10.9.	Photobook	223
6.11.	Costos de producción.....	226
6.11.1.	Costos fijos.....	226
6.11.1.	Costos variables	227
6.11.2.	Fichas de costos.....	229
6.12.	Punto de Equilibrio	232
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	234
	Conclusiones.....	234
	Recomendaciones	234
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	236
	ANEXOS	243

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Entidades que rigen el universo	21
Tabla 2. Ocasiones de uso	36
Tabla 3. Bolsos KON-DOR	51
Tabla 4. Bolsos Misako	52
Tabla 5. Mola sasa.....	53
Tabla 6. Bolsos Longchamp.....	54
Tabla 7. Variable demográfica	68
Tabla 8. Variable Geográfica	68
Tabla 9. Variable socio-económica.....	69
Tabla 10. Variable psicográfica	69
Tabla 11. Variable conductual o comportamiento de compra	69
Tabla 12. Cuadro de variables de la competencia o estratégico.....	73
Tabla 13. Esquema de las cuatro acciones	74
Tabla 14. Población y muestra	85
Tabla 15. Ocupaciones de los profesionales encuestados	88
Tabla 16. Conocimiento de diversidad iconográfica.....	89
Tabla 17. Conocimiento de la iconográfica de las fajas de Chibuleo	90
Tabla 18. Iconografía de las fajas de Chibuleo en productos vestimentarios	91
Tabla 19. Perfil del consumidor.	92
Tabla 20. Preferencia de los bolsos.....	93
Tabla 21. Importancia de los bolsos con iconografía local.	94
Tabla 22. Motivo de compra	95
Tabla 23. Adquisición de un bolso.....	96
Tabla 24. Preferencia del material.....	97
Tabla 25. Artículos portables	98
Tabla 26. Tamaño del bolso	99
Tabla 27. Tipos de bolsos.....	100
Tabla 28. Costo por bolso	101
Tabla 29. Significado de los colores	113

Tabla 30. Diagrama de Gantt.	162
Tabla 31. Actividades vs. Tiempo.....	163
Tabla 32. Ficha de requerimientos para el control de calidad.....	164
Tabla 33. Equipos e infraestructura.....	165
Tabla 34. Requerimientos de mano de obra.....	167
Tabla 35. Ficha conceptual de la colección.....	185
Tabla 36. Bases textiles.....	192
Tabla 37. Insumos o avíos.....	192
Tabla 38. Insumo para empaques.....	193
Tabla 39. Costos físicos	226
Tabla 40. Costos fijos - personal administrativo.....	226
Tabla 41. Materiales indirectos	226
Tabla 42. Resumen de costos fijos mensuales	227
Tabla 43. Materiales e insumos (3u)	227
Tabla 44. Mano de obra (3u).....	228
Tabla 45. Costos Directos (3u).....	228
Tabla 46. Ganancias por mes (Utilidad de 40%)	232
Tabla 47. Ganancias aspiracionales	233

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Chacana.	19
Figura 2. Trazado en cuero	47
Figura 3. Incizado en cuero.....	48
Figura 4. Troquelado.....	49
Figura 5. Logo Kon-Dor	50
Figura 6. Logo MISAKO.....	51
Figura 7. Logo Mola Sasa	52
Figura 8. Logo Longchamp.....	53
Figura 9. Variación de ventas	58
Figura 10. Secciones de la CPC.....	58
Figura 11. Evolución de la variación mensual de la sección 2	59
Figura 12. Variaciones mensuales y anuales del IPC	60
Figura 13. Inflación mensual y anual por división de consumo	61
Figura 14. Estructuras de ordenamiento	86
Figura 15. Conocimiento de riqueza iconográfica	89
Figura 16. Conocimiento de la iconográfica de las fajas de Chibuleo.....	90
Figura 17. Iconografía de las fajas de Chibuleo en productos vestimentarios.....	91
Figura 18. Perfil del consumidor.....	92
Figura 19. Preferencia de los bolsos	93
Figura 20. Importancia de los bolsos con iconografía local	94
Figura 21. Motivo de compra.....	95
Figura 22. Adquisición de un bolso	96
Figura 23. Preferencia del material	97
Figura 24. Objetos que se portan en el bolso	98
Figura 25. Tamaño del bolso.....	99
Figura 26. Tipos de bolsos	100
Figura 27. Costo por bolso.....	101
Figura 28. Chumbi para fiesta.....	104
Figura 29. Chumbi de uso cotidiano	105

Figura 30. Chumbi en forma de corsé.....	106
Figura 31. Chumbi de la mujer soltera.....	106
Figura 32. Chumbi de la mujer casada.....	107
Figura 33. Chumbi de la mujer viuda	107
Figura 34. Partes de la faja con denominación en kichwa	109
Figura 35. Partes de la faja con denominación en kichwa	110
Figura 36. Rosario Pakari-tres Chumbis	111
Figura 37. Iconos antropomorfos/personas	115
Figura 38. Iconos zoomorfos/mamíferos	116
Figura 39. Iconos zoomorfos/mamíferos	117
Figura 40. Iconos zoomorfos/aves	118
Figura 41. Iconos zoomorfos/aves	119
Figura 42. Iconos fitomorfos/agricultura	120
Figura 43. Iconos geométricos/agricultura.....	121
Figura 44. Iconos geométricos/vestimenta.....	122
Figura 45. Significado de los motivos	125
Figura 46. Significado de los motivos	126
Figura 47. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHA001)	127
Figura 48. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHB002)	128
Figura 49. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHC003)	129
Figura 50. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHCH004)	130
Figura 51. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHD005)	131
Figura 52. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHE006)	132
Figura 53. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHF007).....	133
Figura 54. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHG008)	134
Figura 55. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHH009)	135
Figura 56. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHI010).....	136
Figura 57. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHJ011)	137
Figura 58. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHK012)	138
Figura 59. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos-gatos	139

Figura 60. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos venados	140
Figura 61. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos venados y llamas....	141
Figura 62. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos toros y conejos	142
Figura 63. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos perros y ovejas	143
Figura 64. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos mamíferos	144
Figura 65. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/antropomorfos.....	145
Figura 66. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/antropomorfos.....	146
Figura 67. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/antropomorfos.....	147
Figura 68. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos aves	148
Figura 69. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos aves	149
Figura 70. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos aves	150
Figura 71. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos aves y anfibios	151
Figura 72. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/fitomorfos agricultura	152
Figura 73. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/geométricos agricultura	153
Figura 74. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/geométricos-astros	154
Figura 75. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/geométricos-cruz.....	155
Figura 76. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/geométricos-vestimenta	156
Figura 77. Ficha de reelaboración iconográfica.....	157
Figura 78. Ficha de reelaboración iconográfica.....	158
Figura 79. Ficha de reelaboración iconográfica.....	159
Figura 80. Layout.....	166
Figura 81. Moodboard.....	170
Figura 82. Uso de la marca	177
Figura 83. Marquilla	178
Figura 84. Empaque	179
Figura 85. Macrotendencia	181
Figura 86. Moodboard de la microtendencia	183
Figura 87. Paleta de color de la propuesta	184
Figura 88. Siluetas.....	188
Figura 89. Moodboard del estilo	191

Figura 90. Insumos.....	193
Figura 91. Ficha de bocetos	194
Figura 92. Ficha de bocetos	195
Figura 93. Ficha de bocetos	196
Figura 94. Ficha de ilustraciones	197
Figura 95. Ficha de ilustraciones	198
Figura 96. Ficha de ilustraciones	199
Figura 97. Ficha de ilustración mochila.....	200
Figura 98. Ficha de ilustración bandolera.....	201
Figura 99. Ficha de ilustración gabol.....	202
Figura 100. Ficha de materiales e insumos mochila	203
Figura 101. Ficha de materiales e insumos bandolera	204
Figura 102. Ficha de materiales e insumos gabol	205
Figura 103. Ficha de dibujo plano mochila	206
Figura 104. Ficha de dibujo plano bandolera.....	207
Figura 105. Ficha de dibujo plano gabol.....	208
Figura 106. Ficha de patronaje de la mochila	209
Figura 107. Ficha de patronaje de la bandolera	210
Figura 108. Ficha de patronaje del gabol.....	211
Figura 109. Ficha de despiece de la mochila	212
Figura 110. Ficha de despiece de la bandolera	213
Figura 111. Ficha de despiece del gabol	214
Figura 112. Ficha de tendido del cuero.....	215
Figura 113. Ficha de tendido del forro.....	216
Figura 114. Ficha de ruta operacional de la mochila	217
Figura 115. Ficha de ruta operacional de la bandolera	218
Figura 116. Ficha de ruta operacional del gabol	219
Figura 117. Ficha de especificaciones técnicas de la mochila	220
Figura 118. Ficha de especificaciones técnicas de la bandolera	221
Figura 119. Ficha de especificaciones técnicas del gabol.....	222

Figura 120. Photobook de la mochila	223
Figura 121. Photobook de la bandolera	224
Figura 122. Photobook del gabol	225
Figura 123. Ficha de costos de la mochila	229
Figura 124. Ficha de costos de la bandolera	230
Figura 125. Ficha de costos del gabol.....	231
Figura 126. Categorías fundamentales (mándalas)	243
Figura 127. Red de variable de social	244
Figura 128. Red de variable técnica.....	244

RESUMEN EJECUTIVO

La iconografía tejida en los *chumbis*, ha sido durante muchos años una representación, un simbolismo de las expresiones existentes dentro del pueblo Chibuleo. Estos motivos tejidos por los artesanos, son semejantes a un diseño de autor, pues sus diseños son únicos y lo realizan solo para adornar sus prendas. En la actualidad los iconos en el *chumbi* están quedando de lado por múltiples causas, entre ellas la escasa herencia de artesanos tejedores de Chibuleo. La tecnología ha facilitado el proceso para realizar el tejido, más no los motivos, que en su totalidad son elaborados a mano. Desde el diseño es posible obrar modestamente en pos de la consolidación de la identidad regional, trabajando sobre la sustancia gráfica y objetual local, sin desaprovechar las ventajas de la tecnología. Por eso a través del estudio de la iconografía del *chumbi* y su aplicación en accesorios es posible preservar parte de la identidad regional en la memoria colectiva del pueblo en particular y del grupo étnico en general. El desarrollo del presente proyecto está basado en el diseño de bolsos ejecutivos masculinos con elementos identitarios reelaborados de los *chumbis* de chibuleo, los cuales son grabados con láser cut, pirograbado y sublimado. En la actualidad se desarrollan bolsos con diferentes motivos étnicos, pero la identidad regional excede a lo típico, a la artesanía; la búsqueda de la identidad se ha hecho por medio de la copia, sin realizar una recreación de las formas que manifiesten una evolución positiva. Se reincide con ello en una reproducción estereotipada de morfologías, provocando una masificación de productos. Por lo tanto, es necesario apuntar a un producto cultural que refuerce los procesos identitarios y la revitalización de la memoria social. Por eso la siguiente investigación se desarrolla en base a técnicas de innovación para generar gráficas, tomando como referencia a las formas iconográficas y el significado de cada motivo, a la misma vez que se difunde e incentiva a la sociedad a continuar realizando y enseñando sus saberes ancestrales en los tejidos. Esta propuesta es un pequeño aporte al desarrollo de los artesanos, además funcionará como fuente y canal de trabajo que valoriza la diversidad iconográfica.

PALABRAS CLAVES: CHUMBI, CHIBULEO, ICONOGRAFÍA, IDENTIDAD, REELABORACIÓN, BOLSO.

ABSTRACT

The iconography woven into the *chumbis* has been for many years a representation, a symbolism of the expressions existing within the Chibuleo people. These motifs woven by artisans are similar to an author's design, since their designs are unique and they are made only to adorn their garments. Currently the icons in the *chumbi*. They are being left out for multiple reasons, among them the scarce heritage of weaving artisans from Chibuleo. Technology has also somehow facilitated the process that is carried out to make the fabric, but not the motifs, since they are all made by hand. That is why it is necessary to generate an iconographic corpus to preserve part of the regional identity in the collective memory of society. From the design it is possible to work modestly in pursuit of the consolidation of the regional identity, working on the local graphic and object substance, without wasting the advantages of technology. The development of this project is based on the design of male executive bags with reworked identity elements of the *chumbis* Chibuleo, which are laser cut, embossed and sublimated. Currently handbags with different ethnic motifs are being developed, but the regional identity exceeds folklorism, the typical, the crafts; the search for identity has been done through copying, without recreating the forms that show a positive evolution. With this, a stereotyped reproduction of morphologies is repeated, causing a massification of products. Therefore, the recovery of social memory is necessary, aiming at a cultural product that reinforces identity processes. That is why the following research is developed based on innovation techniques to generate spellings, taking as reference the iconographic forms and the meaning of each motif, at the same time that it is disseminated and encourages society to continue carrying out and teaching their knowledge. ancestral in the tissues. This proposal is a small contribution to the development of artisans, it will also function as a source and channel of work that values iconographic diversity.

KEY WORDS: CHUMBI, CHIBULEO, ICONOGRAPHY, IDENTITY, REWORKING, MORPHOLOGY, BAG.

INTRODUCCIÓN

Esta tesis aborda, el diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía del *chumbi* femenino de la nacionalidad *kichwa* Chibuleo, ubicado en la provincia de Tungurahua. Una parte vital de esta investigación es considerar la iconografía desde el punto de vista del tejedor o la tejedora, para lograr un mayor entendimiento en la trama cultural. Y en un segundo plano esta utilizar los motivos plasmados sobre bolsos ejecutivos, evitando caer en la estereotipada copia de las representaciones indígenas y en la industrialización de lo típico. En función de lo mencionado, se dará paso a introducir el escenario en que se llevó a cabo este estudio.

La investigación de campo se realizó en el lapso de un año entre el 2019 y 2020 en las comunidades de Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, se acudió a estas comunidades debido a la mayor presencia de tejedores que realizan los *chumbis* de manera artesanal. En el trabajo de campo desplegado en las comunidades se recurrió a la observación participante, a su vez se hizo entrevistas semiestructuradas con los tejedores a fin de dar cuenta de los motivos tejidos en los *chumbis*, así como del modo en que son involucrados los miembros familiares en la elaboración de tejido.

Como se puede inferir, el análisis de los *chumbis* conseguidos mediante registro fotográfico, junto a las reflexiones teóricas dio lugar a los siguientes capítulos de la tesis. El capítulo I se aborda los antecedentes investigativos relacionados con el proyecto, se examinan las pautas y se considera los métodos a utilizar en el proceso del mismo. En el capítulo II se abarca la información sobre los pueblos indígenas del Ecuador, el pueblo Chibuleo, la iconografía de los *chumbis* y el diseño de bolsos ejecutivos con las diferentes técnicas de acabados sobre cuero.

Considerando la importancia de la investigación del mercado, en el capítulo III se reúne información sobre el medio en el cual se maneja el proyecto; analizando el entorno político, económico, social/cultural, tecnológico, ambiental y legal. Con la finalidad de adquirir conocimientos, para tenerlos presente al instante de tomar determinadas decisiones y centrarse en el ámbito que se está manejando. De la misma forma se estudia

el mercado potencial, el análisis interno, para determinar con claridad los pros y contras que rodean el presente proyecto. Para el análisis en el capítulo IV se aborda el estudio del público objetivo, se realiza las diferentes encuestas y entrevistas. Se determina las técnicas de estudio para analizar la información recolectada de las entrevistas y se tabula las encuestas dirigidas a los usuarios cuyo resultado permite conocer los diferentes gustos y preferencias de los posibles consumidores.

Dentro del capítulo V se desarrolla el cronograma de producción de las colecciones presentes en el año, se detallan los equipos e infraestructura necesarios, la mano de obra requerida y se establecen los puntos a tomar en cuenta de la seguridad industrial para los empleados y empleadores. Mientras que en el capítulo VI se desarrolla la propuesta para el producto final, tomando en cuenta los objetivos que fueron establecidos al inicio del desarrollo del proyecto. Se selecciona el perfil del cliente, se construye la identidad de la marca que representará el producto, se analiza las tendencias más adecuadas de acuerdo con el proyecto, luego se puntualiza el concepto de la propuesta, para proseguir con la elaboración de bocetos e ilustraciones de los productos con los elementos extraídos con anterioridad. Finalmente se establecen fichas de procesos de producción, que ayudan a tener una idea clara de los accesorios a realizar, del tipo de materiales e insumos a usar, de los costos fijos, variables, pérdidas y ganancias que se obtendrán una vez salidos a la venta.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1.Nombre del proyecto

Diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía de los *chumbis* de Chibuleo

1.2.Antecedentes (Estado de arte)

La articulación de la indumentaria, es la realidad de nuestro contexto. Al hilvanar sucesos detenidamente se puede notar cambios en la visión del hombre de sí mismo y de lo que le rodea. En esta etapa hay una creciente conciencia ecológica y de identidad cultural, que también es transmitida a través del diseño. El auge de las redes de comunicación, los adelantos tecnológicos, al ser herramientas eficaces de conexión global son oportunidades para integrarse a los grandes grupos económicos y científicos del planeta sin relegar la memoria histórica social. Además, se fomenta el consumo consiente e inteligente forzando la recreación de productos con innovación de valor, sobre todo en el aspecto cultural. Por su parte las culturas-autor son creadoras de enésimos diseños morfológicos autóctonos, que sometidas a métodos analíticos andinos ayudan a recobrar la identidad cultural, local, regional y amerindia (Saulquin, 2010; Chan, 2005).

Los trabajos investigativos previos al presente proyecto, que aportan datos de utilidad relacionados con el análisis iconográfico andino encontramos los siguientes:

Ibarra Jesica, Samaniego y Vallejo (2018), en su investigación *Diseño experimental de sistemas modulares en base a la iconografía de la cerámica Puruhá*, aborda la problemática del escaso enfoque del diseño en el análisis iconográfico de bienes culturales nacionales. El objetivo fue desarrollar propuestas de sistemas modulares aplicando leyes compositivas del diseño. El método empleado para recolectar la información es el etnográfico, como método teórico utiliza el histórico lógico, para analizar la iconografía utiliza el analítico descriptivo que parte de la digitalización de las piezas cerámicas seleccionadas aplicando bipartición y tripartición armónica de Milla (1990). Para la generación de las mallas modulares se empleó la teoría del diseño bidimensional de Wong

(1988). Finalmente, el resultado fue un proceso metodológico para la abstracción semiótica basado en la composición de la bipartición y tripartición andina, la obtención de módulos y súper módulos, por último, se crearon piezas graficas experimentales aplicadas al segmento del mercado joven.

Kligmann y Falchi (2018), en su estudio investigativo *La imagen de la lagartija en la iconografía prehispánica del noreste argentino I: una propuesta tipológica*, aborda la problemática centrada en la escasa representación iconográfica de la lagartija. El propósito de este estudio es elaborar una tipología de las lagartijas al identificar patrones históricos, y recopilar información de literatura arqueológica de Argentina. El método de gabinete permitió la recopilación de iconografías plasmadas en piezas pertenecientes a museos. El análisis consistió en la recolección y digitalización (escaneado, calcado), clasificación de las imágenes, se elaboraron patrones de las imágenes y concluyó con una tipografía. Finalmente logro generar patrones que identifiquen a la iconografía de la lagartija en medio de un repertorio de simbología precolombina.

Zuñiga (2006), en su trabajo de investigación *Aproximación a un vocabulario andino* envuelve la problemática de la escasa *recopilación* de signos visuales precolombinos en el Ecuador. Su principal objetivo es la construcción de elementos de identidad visual que enriquezcan el imaginario visual ecuatoriano. La recopilación iconográfica fue mediante el método de gabinete pues se levantó la información de museo; y etnográfica o de campo. Las técnicas empleadas fueron entrevistas, registros fotográficos. Dentro del proceso del análisis iconográfico empleo *la semiótica andina* de Milla (2008). Finalmente obtuvo un catálogo de iconografía precolombina y un vocabulario visual básico andino.

Los previos trabajos investigativos con relación a los *chumbis* o fajas andinas, mantienen una conexión común, analizar el lenguaje simbólico plasmado de diferentes formas plásticas para recuperar y dejar documentada la memoria iconográfica de los pueblos. Los investigadores que han analizado este tema son:

Córdova (2013) en su investigación, *Fajas tradicionales análisis austro ecuatoriano*, es un antecedente que aborda la problemática de la homogeneidad global, la migración y

la invención tecnología provocan que se desvalorice la identidad cultural nacional. El objetivo que persigue la investigadora es crear un registro que recupere y permita conservar la tradición y herencia milenaria del tejido de los *chumbis*. Para recopilar la información se empleó la investigación de campo etnográfico y de gabinete ya que se levantó información de los museos, la técnica empleada fue un registro escrito y fotográfico de las fajas tradicionales. Como resultado se obtuvo un análisis de las fajas, englobando los cambios que ha tenido a través del tiempo, diseños, procesos de elaboración y usos.

Arias (2016), es su trabajo investigativo titulado *El análisis icónico cromático de los chumbis utilizados por las mujeres indígenas de la cultura Chibuleo*, enfoca la problemática, descensión icónica del pueblo indígena Chibuleo por la aculturación. El pueblo indígena Chibuleo enfrenta un problema de desvalorización y olvido de sus rasgos culturales especialmente en su vestimenta. Para el levantamiento de información se empleó la metodología de investigación etnográfica, aplicando la entrevista, observación de campo, fichaje como técnicas de investigación. El objetivo de la propuesta de solución fue un análisis icónico la elaboración de carcacas y fondos de pantallas para computadoras portátiles y teléfonos inteligentes dirigidas a las personas interesadas en revalorizar su cultura y revitalizarla.

Fernández (2014) en el libro *Patrimonio cultural de Perú: humanidad andina*, compilado por Gálvez y Rocchietti, estudia la temática de dos prendas tradicionales: La faja sara y pata. Analiza su historia, el procedimiento de elaboración del tejido, el simbolismo gráfico y cromático, también; los factores que afectan su supervivencia. Empleo el método etnográfico o de campo, bibliográfico y realizo entrevistas para recoger la información correspondiente. Finalmente concluye afirmando que la indumentaria representa uno de los elementos de identidad cultural. El hombre la utilizó y la sigue usando para establecer fronteras étnicas. Por ello en el diseño exclusivo de los pueblos indígenas, cada elemento que constituye la prenda tiene para ellos un gran significado, con carga socio-cultural y mágico-religiosa digna de estudio.

Gavilánez Viviana, Álvarez y Cisternas (2016) en su artículo *Pampa/ch'uru en la manufactura de las fajas confeccionadas por mujeres aymara del norte chileno*, desarrolla una investigación para decodificar la iconografía de los tejidos. Dicha información recolectada es registrada mediante: entrevistas, antecedentes bibliográficos, cuadernos de campo y fichas de registro elaboradas con las tejedoras. Se parte analizando el contexto social en el que se desarrollan las fajas, la composición, el uso, los tipos de chumbis y sus elementos rectores. Se emplea ilustraciones para exhibir las lecturas de las tejedoras de la faja. Su propósito es generar una memoria colectiva que promueva la continuidad de la faja.

Arévalo (2018), en su trabajo investigativo *Iconografía en el diseño textil de la nacionalidad puruhá, Chimborazo*, se enfoca en la problemática, escasa visión iconográfica desde el punto de vista del tejedor o la tejedora puruhá, pues los cambios en la forma de producción artesanal textil transformaron los elementos iconográficos de sus textiles. El objetivo que la investigación persigue es conocer cómo se han transformado los elementos iconográficos de los textiles. En este estudio se realizaron investigaciones de campo, la información recolectada es a partir de relatos de los tejedores y apoyo bibliográfico. Se hicieron registros fotográficos de 72 sustratos dentro de los cuales están las fajas o *chumbis* de los puruhá, recopilado 120 iconos.

Larrea (2018), en su artículo investigativo *Modificación de la producción gráfica salasaka y su expresión en el tapiz*, configura el problema existente de la transformación iconográfica salasaka desde 1960-2018, afectada directamente por las migraciones y formas de acoplarse al nuevo contexto por parte de las artesas tejedoras. Tras realizar análisis de campo, recopilación fotográfica de los sustratos con iconografías, se estableció una lectura de la composición visual de la iconografía presente no solo en el tapiz sino en la indumentaria y artesanías del pueblo. Para el análisis de campo emplea la metodología de Acha (1981), donde menciona que la cultura estética de un pueblo está formada por la interrelación de la ecología objetual, la demo ecología y el legado subjetivo cultural. En función de las dos primeras se analizó los objetos culturales y su cambio por causa de la

demoecología. Se notaron cambios de textura, paleta cromática, las abstracciones y la línea gráfica, finalmente acota que la modificación la llevara a su extinción.

Fernández (2007), en su artículo investigativo *La trama y la urdimbre: Textiles tradicionales del Perú*, aborda el tema El *anaku*, la *lliklla* y las fajas sara y pata: supervivencias incas en la comunidad de San Ignacio de Loyola, Sinsicap-Otuzco. Presenta la historia de los tejidos recolectada mediante investigaciones de campo, entrevistas a las artesanas tejedoras. Se describe los aspectos técnicos para obtener la faja y la forma de distribución. Uso como método de análisis de la faja la descripción de la iconografía de la que sustenta sus significados simbólicos bajo citas de diferentes autores.

Para generar diseños con sostenibilidad social sin causar daños a la identidad cultural de los pueblos, es necesario mencionar los artículos que aportan al proyecto en progreso, con respecto a la Identidad Cultural desde el punto de vista del diseño:

Fernández (2013), en su artículo investigativo *El vestuario como identidad, del gesto personal al colectivo*, aborda la problemática relación del vestuario con el fenómeno moda. En su ponencia explica el acto de vestirse como naturaleza íntima que declara comunión con otros, estudia además la ropa como agente que conforma y define identidades revelando historias de aspecto personal y herencia cultural. Acota que la contemporaneidad, caracterizada por la confusión, la diversidad y el eclecticismo promueve la posibilidad de navegar entre la geografía y la historia para hallar nuevas realidades en la mezcla de ambas. Finalmente concluye que la moda, los fenómenos sociales no se pueden diseñar, mucho menos ayudan a mejora la sociedad, lo único que puede hacerse es leerlos y ofrecer propuestas de diseño es decir emplear el diseño de vestuario.

Pérez (2014), en su artículo investigativo *La naturaleza disciplinar del diseño y su participación en la creación cultural*, trata la problemática, la construcción de escepticismo y difamación del diseño considerado como un no contribuyente de la creación cultural. Analiza por que causa surgió el diseño y como ha sido abusado, usándolo para producciones voluminosas, competencias y hasta la producción imitada

valorando más la velocidad de entrega que los detalles del diseño. Para aumentar el poder económico se le añadió la estética como valor agregado y la dinámica de la moda. Concluye que el diseño gráfico, vestuario, objetos, reclaman ser funcionales induciendo un estilo particular de inteligencia colectiva, definiendo la identidad cultural del lugar en el que se desarrolla.

Malo (2019), en su artículo de investigación *Diseño y artesanía: Tejiendo interacciones entre la innovación y la tradición*, analiza la problemática, de la relación entre el diseño y la artesanía. La creación del diseño en Ecuador permite fortalecer la producción de una cultura material, capaz de proyectar valores del contexto. La artesanía y el diseño buscan fines diferentes que los compactan, pueden lograr una producción material y simbólica de la región. La primera plasma la historia, símbolos, la vida del hombre en objetos, la otra busca transmitir identidad, sentido, humanismo. La intervención del diseño en la artesanía es clasificada en una pirámide de cinco niveles: exclusivas piezas de arte, productos tradicionales indígenas, artesanías contemporáneas, productos típicos y *souvenir*. Mientras más se asciende en la pirámide menor intervención del diseño se requiere.

1.3. Justificación

La vestimenta de los pueblos indígenas narra sus historias, vivencias, creencias, develan una escritura de sus antepasados. La forma en como sus ligamentos entretejen una figura esconde mensajes, memorias, expresan ideas y comunican, pretendiendo ser recordadas a través de los años por sus portadores. Por consiguiente, este tema es interesante ya que existen pocos intentos por difundir las herencias ancestrales. Olvidar el acervo cultural, la riqueza simbólica de los compendios nativos; genera una crisis de la memoria simbólica, artística y espiritual; la cual es palpable. Los investigadores concuerdan en que una manera de llevar la cultura después de la muerte física, es mediante la simbología porque no basta la oralidad como lo indica (Cungachi, 2017).

El proyecto es relevante y con innovación social al colaborar a la revaloración de la identidad local y nacional. Las imágenes de los pueblos son muy variadas y el tejido con

mayor carga simbólica es la faja. La importancia de su análisis va más allá de su función. Existen parvos análisis iconográficos de los *chumbis* aplicados al diseño y junto a ello métodos para analizar la iconografía y reelaborarla. Generando grafías que mezclan el diseño aborígen y el diseño actual sin perder su identidad del pueblo al que pertenece. La investigación en cuanto a diseño pretende brindar propuestas iconografías plasmadas en bolsos ejecutivos bajo diferentes técnicas de acabado. Mientras que el corpus recolectado de los motivos de los *chumbis* puede ser usados para generar póstumos proyectos de diseño, como por ejemplo colecciones de productos con identidad (Ballestas, 2010).

Cabe destacar que la materia prima principal que ha sido seleccionado para la elaboración de los accesorios es el cuero, generado en la industria del sector en la provincia de Tungurahua; ya que es un material útil, noble, duradero, sustentable y natural. El cuero es un subproducto de la industria cárnica, el ciclo de vida completo del cuero tiene una menor huella de carbono y gasto de agua que cualquier otro material sintético ya que aumenta la durabilidad del producto. Durante la fase final de la vida del producto el cuero se biodegrada rápidamente porque es rico en carbono, oxígeno y nitrógeno. Además, este material es renovable pues se lo puede restaurar, es reciclable por ejemplo las rebajaduras del cuero conocido como virutas son empleadas para realizar material de calzado como plantillas de armado, suelas, entre otros.

Aunado a esto, es primordial buscar un cambio en el entorno, desarrollando diferentes estrategias de emprendimiento que impulsen la economía ecuatoriana, generen fuentes de trabajo y mejoren la calidad de los productos nacionales. El **objetivo 5** está orientado a impulsar la matriz productiva, (Plan Nacional de Desarrollo, 2017). El cual se ajusta a la meta del proyecto de emprendimiento en curso, ya que se enfoca en mejorar continuamente la economía del país a través de la diversificación de productos, sustitución de importaciones, fomentar las exportaciones de bienes de consumo final y agregar valor a la producción nacional.

Los beneficiarios directos son los productores del cuero y los artesanos que pueden labrar sobre el cuero, ya que se obtendrá mayores oportunidades en el área productiva, que les genere ingresos económicos por el comercio justo y el respecto a los derechos de

los trabajadores. Por este motivo, se plantea la creación de una firma de moda focalizada en el diseño de bolsos ejecutivos masculinos inspirados en los motivos étnicos nacionales y locales, los cuales serán plasmados con diferentes técnicas de acabados artesanales. Con el fin de motivar a los jóvenes a adquirir productos de calidad con identidad, elaborados en Ecuador.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Diseñar bolsos ejecutivos con la aplicación de la iconografía de los *chumbis* chibuleo que destaque la identidad cultural.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar los procesos de diseño y construcción de bolsos a través de la bibliografía existente.
- Relevar la iconografía de los *chumbis* chibuleo en la trama cultural del pueblo mediante un enfoque etnográfico.
- Analizar la iconografía de los *chumbis* chibuleo para la generación de elementos que se plasmen en el diseño de bolsos.
- Desarrollar una colección de bolsos ejecutivos con la aplicación de elementos iconográficos reelaborados a partir de los *chumbis* chibuleo.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1.Marco teórico

2.1.1. Pueblos indígenas del Ecuador

Ecuador, se define como un país unitario con carácter pluricultural y multiétnico. Uno de los mayores logros cualitativos es el salto de un estado constituido desde la colonialidad de la democracia y la cultura, hacia uno inclusivo y plural sustentado en el derecho de las personas, los pueblos y las nacionalidades. En este margen, Ecuador está constituido por una población mestiza (82,2%) predominante, y las nacionalidades y pueblos indígenas, que de acuerdo al censo 2010, representan el 7,029% de la población total (CARE, Ciespal y Casa Ochun, 2014). El Concejo de Nacionalidades y pueblos del Ecuador (CODENPE, s.f.), señala que en el Ecuador existen 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas. Tiban (2001) y el INEN en el Mapa de Nacionalidades y Pueblos Indígenas identifica como:

Nacionalidad, al conjunto de pueblos milenarios anteriores y constitutivos del Estado Ecuatoriano, que se autodefinen como tales, que tienen una identidad histórica, idioma y cultura comunes, que viven en un territorio determinado mediante sus instituciones y formas tradicionales de organización social, económica, jurídica, política y ejercicio de autoridad. Y pueblo indígena se define como las colectividades originarias, conformadas por comunidades o centros con identidades culturales que le distinguen de otros sectores de la sociedad ecuatoriana, regidos por sistemas propios de organización social, económica, política y legal” (2006, p. 20).

De estas, las nacionalidades se encuentran distribuidas según sus núcleos territoriales de la siguiente manera: Awá, chachis, Épera, Tsa´chilas en la costa; Achuar, Andoa, Cofán, Huaorní, Secoya, Shiwiar, Shuar, Siona, Zápara, Kichwa en la amazonia; Y la nacionalidad *Kichwa* en el área andina, que tiene en su seno a diversos pueblos. Cada una de las nacionalidades posee lenguas y culturas propias. En cuanto a los pueblos indígenas se tiene que: En la sierra se encuentran los Chibuleo, Cañari, Karanki, Cayambi, Kitukara, Panzaleo, Natabuela, Otavalo, Puruhá, Palta, Salasaka, Saraguro, Panzaleo, Waranka,

Kisapincha¹; Los Huancavilca y Manta en la región litoral; Secoya, Siona y Cofán en la amazonia.

Por otra parte, la nacionalidad *kichwa* registra el mayor número de población y al mismo tiempo es la más grande en su extensión territorial ocupando casi toda la región sierra y parte de la amazonia, en su interior se encuentra una serie de pueblos que siendo *kichwas* tienen diferentes nombres. Benítez y Garcés (2014), mencionan que según el V Censo de Población y Vivienda (2010) la nacionalidad *Kichwa* Sierra tiene una población de 618 423 y el *kichwa* Amazonía tiene una población de 113 764 habitantes que hablan *kichwa* o *runa shimi*. UNICEF (2014) por su parte añade:

La nacionalidad más representativa del país es la *kichwa* alcanzando el 47,5% del total, seguido del shuar con el 6,3%. Dentro de ella, el pueblo indígena con mayor cantidad de miembros es el *kichwa* Tungurahua (23,6%), luego está el Puruhá (7,8%), el Otavalo (3,8%) y el panzaleo con (3,3%). (p. 11)

Por consiguiente, en una nacionalidad indígena única en este caso la *kichwa*, pueden existir diversos pueblos o comunidades indígenas, que comparten un proceso histórico semejante cuyas raíces se remiten a miles de años, características culturales comunes como su lengua, cosmovisión, modelo organizativo, la comunidad como centro de referencia para su producción económica social y cultural, y el territorio pero mantienen sus diferencias en cuanto a su religión, vestimenta y dialecto. CODENPE señala que:

Los pueblos de la nacionalidad *kichwa* se encuentran en proceso de reconstitución de precisión de su identidad, de definición de las formas de organización y representación que les permite ejercer de mejor manera sus derechos colectivos y garantizar las condiciones para un desarrollo futuro entre tantos pueblos.

Benítez y Garcés (2014), aseveran que en la nacionalidad *kichwa* se reconocen 16 pueblos que están ubicados en la zona andina y son los siguientes: Saraguro, Cañari, Puruhá, Chibuleo, Salasaka, Panzaleo, Kitucara, Cayambe, Karanki, Natabuela, Otavalo,

¹ Determinadas comunidades de Tungurahua reivindican una identidad específica y se autoidentifican como Kisapinchas; este pueblo se encuentra en proceso de reconocimiento por parte del CODENPE. En relación a los pueblos Manta y Huancavilca, quizá su reconocimiento se deba a la adscripción al movimiento indígena asumida por parte de los integrantes de estos pueblos, no obstante que, no reúnan las características elementales de los demás pueblos indígenas –lengua y vestimenta (CODENPE, 2010).

Pastos, kisapincha, Paltas, Tomabela y Waranka. INEN (2006) por su parte menciona también a los *kichwas* de la amazonia que son dos, el pueblo Napo-*kichwa* y el pueblo *kichwa* del Pastaza o canelo-*kichwa*.

2.1.1.1. Pueblo de Chibuleo

2.1.1.1.1. Orígenes del pueblo Chibuleo

Caluña, Tisalema y Caluña (2008), argumenta que la etimología del nombre Chibuleo proviene de dos raíces lingüísticas:

Chibu.: Pequeño arbusto nativo denominada *chibu Yura*, al borde de sus hojas presentan espinas, su tronco y tallo son de color amarillo, la hoja es utilizada para guardar el *maitu* (instrumento empleado para hilar la lana), de sus ramas se hacen las *quinchas* que cubierta ceremonial en donde reposan los novios y familiares al celebrar un matrimonio. Se considera también que el termino *chibu* fue acuñado de los animales que existían en la zona, los chivos. Esta especie caprina habitaba dentro del monte *Chibu yura*, y se alimentaba de su vegetación antes de ser está poblada.

Leo: Se considera que antes de la conquista inca y castellana existieron los Panztaleos o Panzaleos² habitantes de las parcialidades de Cotopaxi y Tungurahua, de las que prevalecieron algunos *leos* en la provincia Tungurahua como: Pelileo, Tisaleo, Muelanleo, Punguleo. Caluña (2008), menciona que se lo relaciona con una historia de un león que pasaba por el monte *Chibu*, atraído por cerros y relámpagos que cruzaban de un cerro a otro, el hecho se daba en las fases de la luna. También existe la alusión de que Leo proviene de la terminología *Lúu*, equivaldría a decir cacique poderoso o fuerte como el rayo, que gobierna a mucha gente.

Los historiadores como (Reino, 1988) historiador contemporáneo y el padre (Velazco, 1789), analizaron el origen de los Chibuleo desde la época Pre-incásica, sus asentamientos y procedencias de los primeros hombres que habitaron la actual provincia de Tungurahua.

² Panzaleo era país con una lengua preincaica denominada de la misma forma, su área lingüística se extendía desde Quito al norte, hasta la ciudad de Mocha en el sur, abarcando las provincias Cotopaxi y Tungurahua, así como Pichincha, Ambato y Latacunga. Las terminaciones toponímicas de origen panzaleo encontradas son aquellas palabras que terminan en: halo/ alo, leo, lagua /ragua (Jijón y Caamaño, 1940, p. 406).

Y concuerdan en que los primeros hombres que habitaron esta zona fueron los Panzaleos (CIDAP, 2017, párr.5). Los panzaleos se desarrollaron desde unos 500 años a. c. hasta 1 500 d. c. Su territorio estaba conformado por Tucunga, Muliambato (Salcedo), Pillaro, Quisapincha, Mocha, Pelileo y Tisaleo. Y su límite territorial fue desde el Rio Guayllabamba al norte hasta Guano en la provincia de Chimborazo al sur; y hasta algunas partes de Guaranda en la actual Provincia de Bolívar por el occidente; por el oriente sus límites fueron la cordillera de los Andes.

Se cree que los chibuleos son originarios de los Llactayuc descendientes de los Shiry – Pachas³ de los panzaleos y los incas Tomabelas originarios de Cajamarca, en el Perú de (1583) descendientes incas, nómadas y que posteriormente transmitieron de generación en generación sobre su origen. (Caluña, Tisalema, y Caluña, 2008), asevera: “Los Tomabelas, fueron militares traídos para asegurar el dominio de las tierras conquistadas por los incas, trasladados desde Cajamarca en un número 302, hombre, mujeres y niños” (p. 22). Sus asentamientos fueron en Guamarica, los pies de los nevados de Chimborazo y Carihuairazo e influenciaron a los pueblos pertenecientes de Mocha Mediano.

Según el padre Juan de Velazco (1788), a raíz de la vida republicana en 1835 y con los antecedentes de la constitución colombiana se divide el país en provincias, cantones y parroquias. La etnografía del pueblo se origina en la parte sur occidental de la región interandina hoy la provincia de Tungurahua. Según la tabla cronológica de las naciones que poblaron el callejón interandino al referirse a Tungurahua el padre Juan Velazco menciona: “Hambatu pequeño” con las tribus de los Huapantes, Pillaros, Quisapinchas e Izambas. “Mocha mediano” con las tribus Pachanlicas, Patates, Pelileos, Queros y Tisaleos” (citado en CIDAP, 2017).

Entonces Tungurahua estuvo poblado por dos grupos aborígenes los Hambatus (pez bagre de agua dulce) y los Mocha medio. Dentro de los Mocha medianos se encuentra el grupo Tisaleo y dentro de este subgrupo se encuentran los Chibuleos, Pilahuines,

³ Centro de documentación CIDAP (2017), Narra la historia étnica de los chibuleos, que fueron tierras de tres hermanos Pachas, Martha Pacha (1) quien contrajo matrimonio con uno de los descendientes de los Tomabelas, Cristóbal Pacha (2) y Noé Pacha (3) (párr. 1).

Andignatos, Alobambas, Quinchicotos, Piquilpambas, Ponguiches, Angahuanos, Miñaricas, Undinas, Chuquicahuas, Llangahuas, Lulanleos, Ytzputzanes. El pueblo nace en la década de los setenta dividido en comunidades, muchos dirigentes buscaban unificarla, en 1999 los dirigentes líderes de Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Alfonso, San Luis y San Pedro unifican las comunidades (Citado en Charco, 2015, p. 20).

2.1.1.1.2. Ubicación

El territorio de los chibuleos esta acentuada en la región Sierra, al Sur-Oeste de la provincia de Tungurahua, en el cantón Ambato, parroquia Juan Benigno Vela, a 18 km, vía Guaranda. Están organizados en 7 comunidades: San Francisco, San Luis, San Alfonso, San Pedro, Chacapungo, San Miguel y Pataló Alto. Parte de los territorios de este pueblo están en la Reserva Faunista Chimborazo. La parroquia Juan Benigno Vela tiene una altitud de 3 200 a 3 600msnm (Caluña, 2008, p. 25). El GAD parroquial de Juan Benigno Vela (2015-2019) aporta los siguientes datos: Su temperatura promedio es de 4 a 12, 5° C. Son bilingües, su idioma madre el *kichwa* y el español como segunda lengua. Son 12.000 habitantes aproximadamente. La tasa de analfabetismo ha disminuido del, 59% en 2001 a 18, 43% en 2010, logrando también que el nivel de instrucción superior se incremente (FLACSO, 2019).

2.1.1.1.3. Organización sociopolítica

La estructura sociopolítica de la comunidad, se halla conformada por la Asamblea Comunitaria, como máxima autoridad, el consejo de Gobierno del Pueblo, el Cabildo Comunitario, el Consejo de Coordinación, y finalmente las directivas de asociaciones y cooperativas. Dentro de los cuales existen cinco miembros principales: El cabildo o presidente, el vicepresidente, el secretario, el síndico y el tesorero. Todas las decisiones y resoluciones en la ley comunitaria lo toman democráticamente en las asambleas ordinarias o extraordinarias convocadas por medio de los Cabildos Comunitarios. A este Pueblo le pertenece el Movimiento Indígena de Tungurahua, MIT (CONAIE, 2014 y Arias, 2016).

2.1.1.1.4. Prácticas productivas

Desde los tiempos de la colonia, la economía indígena ha sido una economía campesina (Korovkin, 2002, p. 39). La actividad agrícola es su eje económico, los hombres y las mujeres contribuyendo así al sector principal del capital ecuatoriano. La humedad de sus tierras les permite sembrar una variedad de productos al mismo tiempo dedicarse a la ganadería. En la agricultura, siembran en pequeñas parcelas llamadas cuadras: ajo, papas, mellocos, cebada, hortalizas y maíz, producción que es destinada en su mayoría al consumo propio. En relación a la ganadería, se dedican a la crianza de ganado vacuno y caballar y en menor proporción a la crianza de animales domésticos como borregos, chanchos, gallinas, cuyes, conejos. La actividad ganadera está orientada al consumo propio y al mercado provincial (CONAIE, 2014).

Las mujeres como parte de sus ocupaciones diarias se dedican a realizar artesanías como: blusas bordadas, *shigras*. Los hombres tejen rebozos de color blanco con franjas de dos colores, ponchos, *chumbis*. Pocos artesanos se dedican a la elaboración de sombreros y en menor escala cerámica. Producción que está dirigida al auto consumo y al mercado provincial, nacional e inclusive internacional a manera de artesanía para los extranjeros.

2.1.1.1.5. Cosmovisión

Filosofía andina

La filosofía es una concepción de vida, que posee una persona o pueblo; es una manera de existencia, de explicar el mundo. Llamazares (2011), antropóloga argentina menciona: “Son los paraguas bajo los cuales una sociedad concibe y piensa la realidad, la percibe, le atribuye sentido y significado, y también la siente, la vive y actúa sobre ella” (p. 45). Existe una riqueza filosófica *sui generis* oculta en los pueblos andinos⁴ que han sufrido

⁴ El término andino proviene de la raíz quichua (*anti o antikuna*) se usó en la época incaica para referirse a las y los pobladores de uno de los cuatro reinos o regiones (suyo) del imperio del *Tawantinsuyu*. El *Antisuyu* o *Andesuyus*, se refiere a la región montañosa de América del Sur que es conocido como la parte serrana del continente: Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Argentina y Chile (Estermann, 2006).

tanto y siguen sufriendo aun en el siglo XXI. Los pueblos andinos son distintas culturas, con sus propias formas de organización, idiomas e impresiones artísticas. Zenteno Brun (2009) asevera:

Las diferentes culturas del emisferio sur tienen saberes, percepciones y formas de ver, bastante similares entre sí, pues tienen una misma bóveda celestial, que los guía y los dirige. Lo mismo sucede con las culturas del hemisferio norte, es por ello que se tiene que respetar la identidad propia de cada región y bajo ningún argumento, se puede obligar o imponer una percepción o visión de una cultura a otra. (p. 84)

Sin embargo, entre estas diversas manifestaciones culturales se puede descubrir un denominador común de su subconsciencia colectiva, de su modo colectivo de vivir y actuar; es aquí donde nace el *runa/jaqui*⁵. (Estermann, 2006), menciona que:

El ser humano andino por el impacto trascendental del *Tawantinsuyu* es impregnado y penetrado fuertemente por las concepciones vigentes en el imperio incaico, a pesar de que también refleja un ideario preincaico y asimila un sin número de concepciones ‘exógenas’, ante todo occidentales, de la época posterior a la incaica. (p. 72)

Lo que genera la filosofía andina es el pensamiento vivo y vigente de una cultura con una profunda historia filosófica inca, arraigada en la subconsciencia colectiva del ser humano andino. La información sobre la espiritualidad andina, sus tradiciones, se conocen por transmisión oral de ancianos sabios o *hamawt’as*. Frente a esto Estermann (2006), desde su punto de vista menciona:

Para la filosofía andina, la ‘realidad’ está presente (o se presenta) en forma simbólica, y no tanto representativa o conceptual. El primer afán del *runa/jaqui* andino no es la adquisición de un ‘conocimiento’ teórico y abstractivo del mundo que le rodea, sino la ‘inserción mítica’ y la (re-) presentación cultiva y ceremonial simbólica de la misma. (p. 104)

El símbolo en el mundo andino, no es solamente un signo es un ser concentrado, una realidad presente, una síntesis semántica. Milla (2002), añade: “ La traza es el último recurso de los milenarios *hamawt’as* para heredarnos y hacernos poseedores de su sabiduría, para enseñarnos a respetar todo lo que nos rodea y a decifrar la

⁵ El término yunta *runa/jaqui* tiene una acepción étnica, cultural y geográfica: En sentido estricto (raza prehispánica pura), en un sentido más amplio (ser humano andino), en un sentido universal (ser humano o persona humana).

complementación de la naturaleza con la vida cotidiana” (p. 6). Por ello la esencia del pensamiento andino y su profundo conocimiento del cosmos y sus leyes es un legado etnohistorico que fue registrado por el cronista Aymara Sayri Pachacuti Yamqui Salccamayhua (1613). Quien logro la representacion gráfica del universo mediante un dibujo cosmologico y cosmogonico de una de las constelaciones principales (la cruz del sur) en la cosmovisión andina (Estermann, 2006, p. 159).

De dicha gráfica en forma de casa, connotando que todos somos una sola familia bajo un solo techo y fuera del universo o *pachamama* no hay nada, según Estermann (2006) y Stivelman (2016), surgen los principios de la concepción de mundo y del cosmos en el pensamiento andino. Estos son, el principio de relacionalidad, correspondencia, complementariedad y de reciprocidad, los cuales generan la cosmovision o *pachasofia*⁶. Dentro de esta casa, todo se relaciona por dos ejes arriba/abajo y derecha/izquierda. En el centro del dibujo se encuentra una *chacana* o puente, de cuatro estrellas en forma de una cruz “X”. F. Costa y Laurent (1958) mencionan que: “Este signo es una cruz y el mismo diseño, explicito u ornamentado, se encuentran en todo el arte andino religioso” (citado en Milla, 1989, p. 72).

La *chacana*, es el simbolo más importante dentro de la cosmovision andina, expresa el orden cosmico, apareció a lo largo de todo el *tawantinsuyu*, data de 3 000 a 4 000 a. de C. Por otra parte Milla (2002), sostiene: “La *chakana* hija de la cruz cuadrada, es la continuacion del proceso iniciado con las proporciones y su diagonal que son las mismas contenidas en los brazos de la constelacion de la cruz del sur” (p.14). La *chakana* es el punto de confluencia donde se encuentran relacionados todos los principios del mundo andino.

⁶ *Pachasofia* es la filosofía de pacha, una reflexión integral de la racionalidad cósmica como manifestación de la experiencia colectiva andina de la realidad. La palabra *pacha* es polisémica con un significado profundo y amplio tanto en el *quechua* como el *aymara*. Como adjetivo ‘abajo, de poca altura, interior’; como adverbio ‘debajo, al instante, de inmediato, mismo’; como sufijo significa **pa**: de nuevo, nuevamente, otra vez, más y **cha**: denota pequeñez de algo; Como sustantivo significa tierra, globo terráqueo, mundo planeta, espacio de vida, universo, estratificación del cosmos. Y *sophe* es una persona experimentada y de autoridad que posee una sabiduría (*sophia*) integral e integrada (Estermann, 2006, p. 154).

Dualismo: Visión bidimensional del mundo, se encuentran relacionados los principios de correspondencia y complementariedad, siendo estos los ejes que dividen el mundo en cuadrantes donde la suma de los dos cuadrantes son la contraparte de los otros dos y viceversa. Desde el eje vertical de arriba abajo esta el principio de correspondencia entre: norte-sur; *hanaq-uku*; otoño-primavera. El eje horizontal genera el principio de complementariedad: hombre-mujer; sol-luna; este-oeste; verano-invierno; día-noche; suelo-agua.

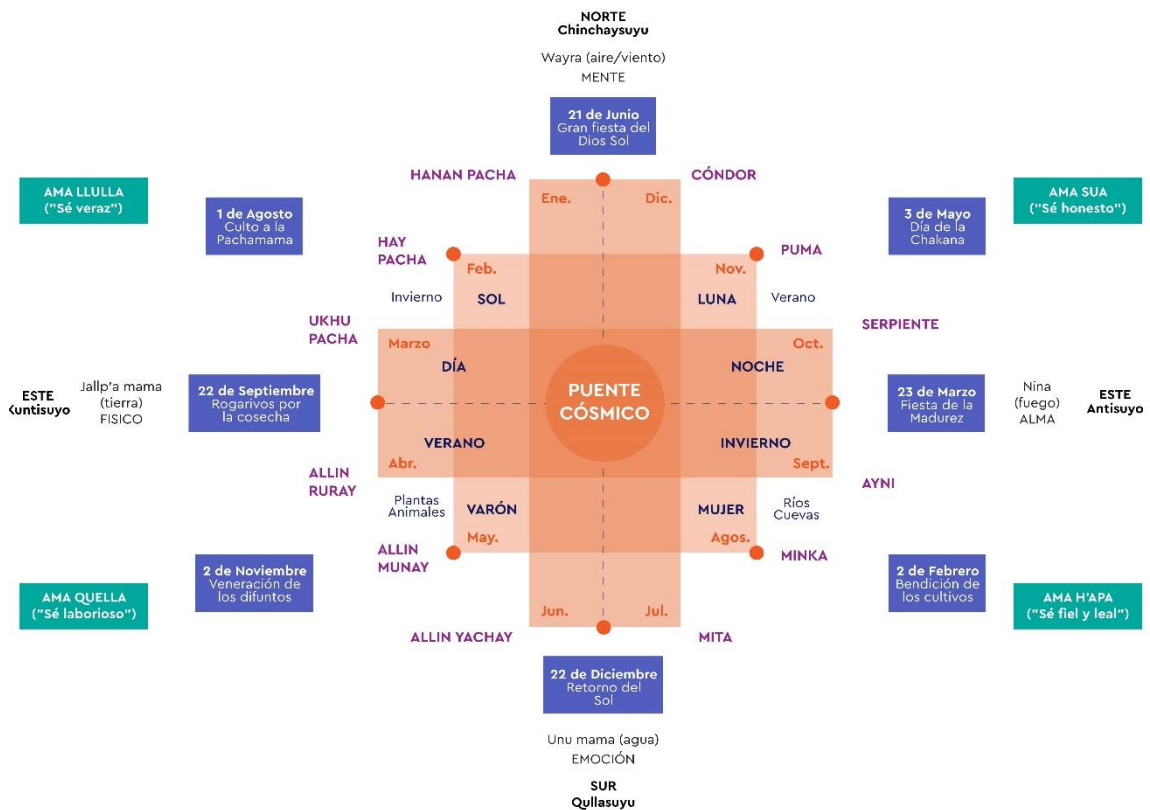


Figura 1. Chacana.
Fuente: (Estermann, 2006)

Tripartición: Representa los tres planos de la realidad ubicados en las tres puntas del lado izquierdo. Estos peldaños son las tres *pachas* (*janan pacha*, *kay pacha* y *ukhu pacha*)⁷ complementadas con el lado derecho donde se ubican los animales totémicos

⁷ *Hanan Pach*, o mundo de arriba representado por el *kuntur*, aquí se encuentran los entes (Inti, Quilla, Illpa, Huayra) y los seres animados cerro, ríos, piedra, plantas, animales. *El kay pacha*, o mundo medio-terrenal

representantes de cada uno de los cielos. El psicólogo, antropólogo y médico Albetto Villolbo (2018), menciona : El cordo y águila (*kuntur*), es el protector de los andes, mensajero de los dioses y vínculo entre el mundo de arriba con el de los vivos, representa el poder autotrasendente de la naturaleza. El puma sabiduría y fortaleza, asociado con la mente y al *kay pacha* o mundo medio. Serpiente (*amaru*) simboliza el conocimiento sexualidad, sanación, lo que nunca muere o infinito, esta asociada al cuerpo físico y al *ukhu pacha* (citado en Sánchez, 2012) .

Se lee también los tres valores andino: Trabaja bien (*allan ruray*), sientete bien (*allin munay*), conoce bien (*allin yachay*). En apalelo se encuentran los valores de reciprocidad o formas de trabajo comunitario: *Ayni*, *Minka* y *Mita*.

Cuatripartición: Los ejes permiten obtener una lectura astronómica. Cada punta representa un mes, las partes más sobresalientes de la cruz representan los solsticios y equinoccios, anuncian el inicio y el fin de la estación climática del año: verano, primavera, otoño, invierno. (Flores, 2018). La cuaternidad es parte del diseño humano, son los planos espacio-temporales: Plano del alma (o del arquitecto); Plano mental (o de la percepción neurológica); Plano de las emociones; Plano físico biológico. y señala las cuatro direcciones o cuatro elementos primordiales: *Wayra* (aire/viento), es el norte y la mente; *unu mama* (agua) es el sur; *jallp'a mama* (tierra) es el este y el cuerpo físico; *Nina* (fuego) es el este, *Inti* (el sol) como transmutador de los sentimientos negativos del alma.

También representa el servicio a todos los seres vivos bajo cuatro normas de conducta: *ama quella* (se laborioso); *ama llula* (se vraz); *ama suwa* (se honesto); *ama h'apa* (se fiel/leal). Es también el eje sobre el cual fueron creadas las importantes ciudades del *Tawantinsuyu* (Stivelman, 2016, pp. 29-31). El andino ve la ciclicidad operando, ya que se encuentra en las puntas cuatro ceremonias que coinciden con los solsticios y equinoccios; y cuatro intermedias. (Flores, 2018, p. 32)

representado por el puma, donde moran temporalmente en armonía la *pacha mama* y los seres materiales, *apus* (cerros) y *wamanis* (espíritu de las montañas) son los guardianes. *Ukhu pacha*, mundo subterráneo de los muertos y enfermos representado por *Amaru* la serpiente aquí se encuentran los antepasados y *yaku* (agua) (Flores, 2018, p. 42).

Principales Deidades

Tabla 1. Entidades que rigen el universo

Pachakamaq:	Ordenador de tiempo-espacio; pacha, apertura para la existencia donde se sustenta la vida humana. Kamaq es el que ordena, manda, ejecuta. Ordenador de la pacha mana y generador de manifestaciones climáticas.
Wiracocha:	Máxima autoridad de todo lo creado del cielo y la tierra. Es el Dios creador del universo (<i>wiracocha pachayachachiq/</i> el que hace conocer a la <i>pacha</i>). Los incas reconocieron a un solo Dios creador del cielo y tierra, se cree que ya hubo influencias cristianas.
Pachamama:	Interviene como aspecto femenino en la génesis de todas las cosas.
Tayta Inti:	La naturaleza es considerada como un ser vivo, representa el polo masculino, la luz de los mundos, tiene el poder de crear y recrear vida. Representa el fuego, una unidad de medida (cada sol inicia un ciclo); la fiesta en su honor se denomina Inti Raymi.
Mamaquilla:	Es la luna, el polo femenino, representa el elemento agua, la plata. Hermana del Taita Inti indica periodos de fertilidad de la mujer en la tierra. Sus mamaconas (abuelas con conocimiento), fueron oráculos que predecían catástrofes. Su fiesta se llama Qoya Raymi.
Urku:	Es el cerro, considerado como un ser animado casi humano y se consideran como los distribuidores del agua a los hombres y animales. Son los lugares de vivencias espirituales y mágicas. Se considera además que en las quebradas de los cerros (<i>urku wayku</i>) habitan los <i>supay</i> o diablos.

Fuente: Stivelman (2016).

2.1.1.1.6. Identidad Cultural

Vestimenta, música y danza

Ancestralmente los trajes de los hombres y mujeres chibuleo eran elaborados dentro de la misma comunidad, los hombres originalmente vestían pantalón blanco de tela de chillo sujetado en la cintura con un *chumbi* a manera de correa, camisa blanca del mismo material, dos ponchos (uno de color blanco de trenza con rayas negras y otro de color gris). Las mujeres empleaban el anaco (falda) de color negro-café, connotando los colores de la *pachamana*, el mismo que se sujetaban con el *chumbi* (faja de algodón ceñida a la cintura). Los anacos tenían tabloncillos en todo el contorno de la cintura, como signo de riqueza, portaban los cabellos con patillas caídas a las mejillas denominadas *margaccha*,

usaban collares y orejeras de corales con la *jiga* (moneda antigua muy pequeña) (Caluña y otros, 2008).

En la época republicana, con la llegada de Eloy Alfaro y su propósito de levantar la identidad de los pueblos indígenas, la vestimenta de los chibuleos sufrió cambios. Adoptaron el poncho rojo como manifestación de coraje y rebeldía; como símbolo de la paz, se le adhirió el color blanco en delgadas franjas combinadas con los colores del arcoíris en sus extremos, se mantuvo el color blanco del pantalón y la camisa connotando pureza y el sombrero blanco representa la corona que atrae la energía positiva. Las mujeres emplearon blusas bordadas en la parte del escote y hombros con hilos de color rosado, azul y verde representando la relación con la *pachamama*, su anaco continúa de color negro (Ministerio de Turismo, 2013).

La indumentaria llegó a marcar la clase social: tener un poncho representaba pobreza y recibía críticas de pobretona chulla poncho. El portado de dos ponchos tenía solvencia económica. En las mujeres las *washkas* rojas o collares, mientras más vueltas tenían significaban posesión de riqueza familiar.

En cuanto a los instrumentos y sus melodías, estos forman parte de las reliquias de los pueblos con significado, y se emplean de acuerdo a los actos religiosos. El bombo con pingullo se entona en las fiestas de *corpus Christi*. La flauta grande emplea los jóvenes al salir al páramo connotando soltería. Al son de la música las mujeres cantaban o lloraban representando la conquista, tradiciones o separaciones. La *huaruma* y bocina anuncian la venida de los toros bravos, se usaba para convocar a las mingas y asambleas. Los ritmos populares son los San Juanitos y el Yaraví (Caluña y otros, 2008).

Tradiciones festivas

El calendario religioso estuvo vinculado con el calendario agrícola, las fases del sol y la luna, con la llegada de los españoles las celebraciones se mezclaron con las cristianas. Actualmente se celebran varias fiestas en honor a santos y vírgenes: Fiesta de San Juan, Fiestas de la virgen pura y limpia, Fiesta de los caporales, Fiesta de reyes magos, Fiesta

de los octaveros, Fiesta de San Antonio, Fiestas virgen del rosario, Fiestas del Corpus Cristi, Fiesta Ordinaria de la Caja Ronca. Entre las fiestas populares que se relacionan con las mestizas están: Carnavales, Pascua, Viernes Santo, los finados, el fallecimiento (Caluña, 2008, p. 53-73).

2.1.1.2. Iconografía

Bajo la premisa, “Los cuadros no están solo para ser contemplados: Hay que leerlos”. Nacen estudios en el mundo de la historia del arte en los años veinte y treinta del siglo XX. Aunque años atrás ya surgieron los principales términos utilizados en la lectura de las imágenes. La palabra iconología aparece por primera vez en un famoso libro de las imágenes del renacimiento, del autor Cesar Ripa (1539), mientras que la palabra iconografía es empleada a comienzos del siglo XIX. Los dos términos son asociados hacia 1930 para asentar una metodología de lectura, tanto de contenido intelectual implícito de la obra como de su análisis formal. El grupo más famosos de iconógrafos nace en Alemania-Hamburgo en la escuela de Warburg, donde crearon estudios sobre las formas simbólicas. Sin embargo, el ensayo de Erwin Panofsky publicado en 1939 asienta las bases para la interpretación de los mensajes de las obras de arte (Burke, 2005, p. 43-47).

2.1.1.2.1. Definición

Etimológicamente la palabra iconografía, está construida a partir de dos vocablos griegos: *eikon* -imagen- y *gráphein* –descripción-, de esta forma se alude a la disciplina cuyo objeto de estudio es la descripción de las imágenes. Dicho término fue empleado tradicionalmente en arqueología para indicar la recolección de los retratos de un personaje determinado, en monedas, estatuas, pinturas, ilustraciones, etc. Posteriormente según García (1999), adopto un sentido más amplio, para definir cualquier descripción del sujeto de las obras figurativas y comprender el análisis de los temas tratados, de su representación, de las mutaciones del tiempo en esa representación, de los atributos de los personajes, alegorías, etcétera (p. 150).

Soundeguer (2003), menciona que la iconografía es toda obra plástica, artesanal o artística. En cuanto a la palabra iconográfico/a, se refiere al método analítico descriptivo morfológico, vinculado al aspecto antropológico e histórico cultural de las obras plásticas -iconos-. En suma, el método realiza una descripción morfológica, modal, estilística y técnica, o sea, una clasificación iconográfica (p. 73).

2.1.1.2.2. Niveles de interpretación de la imagen

A la luz de Erwin Panofsky (1962), en su libro estudios sobre iconología, trata el método para una lectura profunda de las imágenes mediante niveles de significado o contenido temático, y se describe el término pre-iconográfico, iconográfico e iconológico.

Pre-iconográfica: Son denominados significados primarios o naturales, es la descripción elemental de objetos o hechos. Se identifican las formas puras: línea, volumen, color, textura, representaciones de objetos naturales (humanos, animales, plantas, etc.). Se describen las relaciones mutuas como hechos, cualidades expresivas (carácter, gestos, actitudes), rasgos compositivos.

Iconográfica: Es el contenido de significados secundarios, se produce cuando se relacionan los motivos artísticos y las combinaciones de las imágenes artísticas con temas o conceptos. Los motivos dotados de un significado secundario o convencional (una figura femenina con un melocotón en la mano= alegoría de veracidad) pueden ser llamados imágenes, y la combinación de imágenes lo que denominados historias y alegorías. Supone de forma estricta el campo de operaciones de la iconografía.

Iconológica: es el significado intrínseco o contenido, este nivel de significado supone la captación intuitiva de ciertas realidades subyacentes, implícitas, que son propias de unas preferencias políticas, poéticas, religiosas, filosóficas y sociales del periodo o país que se está estudiando y que se acusan en el artista, preferencias que son confirmadas por otros testimonios, otras obras de su autor, o del mismo periodo, textos literarios, etc.

2.1.1.2.3. Clasificación de los íconos

Milla (2008), argumenta que la iconografía andina al poseer un simbolismo neto, adopto diversas figuras mitológicas. Arévalo (2018), menciona que los motivos pueden ser ordenados desde el punto de vista de su forma en dos grupos: Los diseños figurativos y los diseños abstractos. En suma, Eduardo Gabriel Pepe (2018), investigador de iconografía indígena Argentina aplicada al diseño publicitario, menciona que los motivos figurativos se clasifican en naturalistas y metafóricos. El figurativo naturalista, es el retrato de lo que se ha representado; por otro lado, la imagen figurativa metafórica es una obra que presenta elementos formales mínimos figurativos, los cuales no son significantes por sí solos, sino que conforman una nueva significación metafórica.

De las categorías figurativa naturalista y metafórica se desprenden los motivos antropomorfo, zoomorfo, fitomorfo. Dentro de los motivos abstractos se encuentra los motivos geométricos. Una segunda división se esboza de la expresividad de la obra, donde se observa como está ha sido elaborada formalmente. Estos estilos complementarios se exponen como puristas o barrocos. Las imágenes puristas muestran claridad espacial y síntesis formal, no así las imágenes barrocas que son complejas y presentan una gran sobrecarga tanto sintáctica como semántica. (Pepe, 2018).

Diseños Figurativos

Antropomorfo: La palabra antropomorfa, etimológicamente está compuesta de componentes léxicos en griego, (*anthropos*) que significa ser humano y (*morphe*) figura, es decir significa tiene figura de humano. Permite nombrar las características humanas a un objeto, una planta o un animal. En términos de Almeida, Possso, y Carrascal (2016): “Las figuras antropomorfas comprenden una variedad de formas. En ellas se encuentran las representaciones de personas femeninas, masculinas y de bailarines (claramente reconocidas por la vestimenta y adornos que portan en la cabeza) en el fondo textil, solos y en pareja” (p. 50).

Zoomorfo: La etimología del término zoomorfo, deriva de dos raíces griegas, (*zoon*) animal y (*morphe*) forma, por ende, significa que tiene forma de animal. Es decir, es un adjetivo que califica a cualquier objeto que presenta forma o estructura de animal. Almeida, Possso, y Carrascal (2016), en su obra de análisis iconográfico andino mencionan que las formas zoomorfas son representaciones de la fauna regional. Según Estermann (2006), en la cosmovisión andina los animales eran símbolos sagrados, incluso las constelaciones estrellares eran denominadas con nombres de animales como el sapo, serpiente, cóndor, llama, puma, colibrí, zorro, entre otros.

Fitomorfo: La raíz etimológica de esta palabra es griega, formada por dos componentes léxico, (*phyton*) vegetal y (*morphe*) forma, es decir son formas relativas o inspiradas en los vegetales. Estermann (2006) acota que los iconos andinos también incluyen representaciones de diferentes frutos de la *pachamama*, como maíz, coca, papa, quínoa, entre otros.

Diseños Abstractos

Geométricos: En este conjunto plástico se hallan las formas de carácter geométrico como rombos, cuadrados, rectángulos, triángulos. También están implícitos los signos primarios como el punto, la línea, el espiral (Arévalo, 2018).

2.1.1.3. Los chumbis

2.1.1.3.1. Descripción

El *chumbi*, es una prenda de envoltura prehispánica usada hasta el día de hoy por los chibuleos, que exhibe signos de resistencia frente a la dinámica cultural de las relaciones interétnicas (Medina, 2020). Este tejido tradicional tiene un estrecho vínculo con la identidad de las comunidades indígenas, en el cual se representan un sin número de símbolos, que comunican y difunden, de generación en generación, conocimientos, ciencia e historias de vida; por lo tanto, es un tejido que transmite memorias. Dentro de este marco Bustos y Pilco (1987), hablan sobre el *cahuiña chumbi*, como una prenda de vestir indígena, tejida en lana de borrego, las mujeres lo usan para sostener el anaco, se

lleva a manera de cinturón y se coloca en el centro del cuerpo, para potenciar la energía vital. Mide más de dos metros para las mujeres, para los varones más de un metro, en las dos puntas llevan trenzas que se llaman *huatos*, el ancho es de acuerdo a la edad.

El Museo de Textiles Bolivarianos (2018) y CENDAF (2009), desde su óptica explican que el *Chumpi* es una prenda de vestir muy importante, de origen prehispánico, donde se emplean colores e iconografía diferenciada que dará lugar a un tiempo específico en su uso. También son de uso diario; ciñe la cintura con varias vueltas tanto a hombres como a mujeres y niños. Del Solar (2016), por su parte expresa: “Constituye una de las prendas que mejor ha resistido a los cambios forzados en la vestimenta, cargada de información donde se configuran y recrean elementos que van a representar de manera artística a una identidad cultural determinada” (párr. 1).

Las reflexiones anteriores conducen en todo caso a una conclusión fundamental, que los *chumbis* tejidos a mano tradicionalmente, permiten identificar el lugar de procedencia de su portador al presentar características iconográficas, cromáticas, formas de tejidos del pueblo al que pertenecen. Por eso para Caluña (2008) escritor de chibuleo, este artefacto textil es de algodón de color blanco, combinado con varios colores y figuras (cada uno de esos elementos tenían su significado).

2.1.1.3.2. Etimología de *chumbi*

El *chumbi*, al ser un producto textil de los Andes es identificado por una amalgama de dialectos y formas de escribir dentro del *quichua*⁸, y el *quechua*. Se mencionan formas de escribir, pues a la luz de Grim (1892): “El quichua no tiene escritura, hay que recurrir al alfabeto español para escribir las palabras quichuas; pero dicho alfabeto no es del todo

⁸ El *quichua* conocido también como el idioma inca, significa lengua de hombres o lengua del pueblo. La designación original de la lengua inca hasta la colonia fue “runashimi o “runi simi”. Es incorrecto y absurdo decir quechua, pues la letra “e y o” no existía en el idioma. En los últimos tiempos ignorando que el quichua no tiene alfabeto, la novelaría de algunos los ha llevado a escribir quichwa. (...), ha hecho que muchas otras palabras de origen quichua en las que existe el diptongo “au” también sean escritas con “w” (Ortiz, 2001, p.25). Sin embargo, el presente escrito emplea el término *kichwa* para referirse al idioma, por cuestiones bibliográficas como intelectuales de escritores que abordan el tema sintáctico, morfológico y fonológico de dicho idioma; a excepción de una cita.

suficiente para expresar todos los sonidos” (p. 6). Por ello, el vocablo *chumpe*, *chumbe*, *chunpi*, *chunbi*, entre otros, se encuentra en textos de cronistas, historiadores, gramáticos del siglo XV, quienes arribaron a estas tierras andinas como colonos y misioneros.

Siendo el término lingüístico acogido por los europeos fue incorporado al lenguaje de los inmigrantes. Fraile Domingo de Santo Tomas (1560), quien recoge las primeras expresiones de léxico y vocablos aborígenes en su diccionario de gramática *quechua-castellano*, menciona:

Chumbi. Ceñidero

Chumbi o guachucho. Faja para ceñirse

Chumbillicuni (1ª persona) y **chumbillicungui** (2ª persona). Fajarse o ceñirse a sí mismo

Chumbillisca. Ceñida o cinchada cosa

Chumbillichini (1ª persona) y **chumbillichingui** (2ª persona). Fajar o ceñir alguna cosa (p. 157).

Como puede verse, se alude a una prenda y a ciertas acciones (fajar y ceñir), sin hacer mayores precisiones. En el caso de la gramática y vocabulario denominado, *En la lengua general del Perú llamada quichua*, de autor anónimo (1586), se señala que el *chunpi* es “la faja de indias o círculo” (p. 55). El vocabulario del jesuita Diego Gonzales Holguín (1608), confirma que era una prenda femenina. Y al fijar el campo semántico de esta voz en el *quichua* y el castellano, aporta otra precisión:

Chunpi. Faja

Chumpillicuy. Círculo

Chunpi llicunic. Fajarse la faja, o ponerse el círculo el hombre o su yacolla

Chhumpi llichini o chunpi llicuchini. Hacer ceñir o permitirse fajar

Chhumpillicuni. Es ceñir la yacolla (manta) para caminar (p. 100)

Maman Chumpi. Faja mayor tejida tiesa. (158)

Ceñidor. Chumpillicuna

Ceñidor faja grande de mujer. Mama chumpi

Ceñirse la mujer la faja grande. Mama chumpicta, chumpillicuni (293).

Faja angosta de mujer. Chumpi

Faja ancha de india. Maman chumpi

Faja más delgada. Huahuachumpi, y circulo chumpillicuy (325).

Holguín estableció la relación entre envolverse la mujer su faja y el ceñir el hombre su *yacolla* o manto, e identifica diferentes tamaños de *chumpi*. Cabe aclarar que, para Holguín, el sonido de la letra, b, d, e, f, g, entre otras, no eran empleadas en el dialecto *quechua*.

Según los casos anteriores la faja es vinculada con el acto de envolver y fajar, sin embargo, surgen otros significados al vincular los objetos y las palabras. La primera identificación como *chumpi*, es una franja central de los vasos ceremoniales. Se denominaba *chumpi* como signo de nobleza a los curacas del norte y en las costas central de Perú. Se considera también que proviene del lugar donde se castigaba a los reos o culpables indígenas. Quispe (2011) menciona: “Se trataba de una piedra monolítica de forma cónica [...] Se amarraba al reo y lo azotaban con una sogá o guaraca, el sitio mismo recibe el nombre de *chumpi china*” (p. 2). Otra palabra muy merecida con la que varios cronistas relacionan la faja es *cumbi*, mencionada por Fray Martín de Murrua en el siglo XVII, refiriéndose a tejidos de alta calidad confeccionados en el incanato. Estos eran tejidos finos de doble faz con diseño en ambos lados, destinados a la realeza inca, funcionarios y dioses (citado en Galvez y Rocchietti, 2014).

Ahora bien, según Grim (1892), en su libro *Gramática quichua: dialecto de la república del Ecuador*, el término empleado para faja es *chumbi*, que equivale a fajar, ceñidor, cincha, zona; mientras que *chumpi* es pardusco, castaño (p. 34). Aunado a esto, el diccionario kichwa-español de Chimbo, Shiguango, y Ullauri (2007), menciona:

“chumpi. n. faja. *Mamachumpi*: faja interna, ancha y gruesa. *Wawachumpi*: faja angosta y larga que se enrolla sobre la faja ancha” (p. 80). Según el postulado de Salomon (1983), la comunidad de habla *quichua* ha sido descuartizada, desarticulada a nivel sintáctico, morfológico y fonológico.

Por ello el diccionario *Caimi Ñucanchic Shimiyuc-Panca*, hecho por colaboradores de la Universidad Católica, es una referencia para los mismos *quichuas* al dar palabras equivalentes, definiciones en quichua y se indica las varias pronunciaciones regionales, aunque no se señala la procedencia de cada una. De la base citada anteriormente entre otras, el Ministerio de educación (2009), elaboro el diccionario *Yachakukkunapa Shimiyuk kamu*, obra que registra la palabra *chumpi*, y describe: “chumpi: [čumbi, čuɲbi] s. correa, faja, cinturón. Tawka sami tullpuyuk sunilla karashinata awashka. Uchilla wawakunata pillunkapak, anakukunata watarinkapak” (p. 62). De acuerdo a los autores *chumpi* se escribe, mientras que *čumbi*, *čuɲbi*, se pronuncia. Además, se menciona: “faja: chumpi; la grande, mamachumpi; la pequeña, wawachumpi” (p. 181). Sin embargo, de acuerdo a Caluña (2008), historiador indígena y profesor bilingüe de chibuleo, menciona en su libro: “Faja o chumpi⁹ de algodón” (p.30).

2.1.1.3.3. Tipologías de *chumbis*

2.1.1.3.3.1. Por sus características

En general los textiles andinos son artefactos con cualidades excepcionales son objetos táctiles y a su vez medios de transmisión de datos socioculturales sobre el estado social, los valores estéticos, datos económicos e información histórica (Fischer, 2011). La faja es una prenda tradicional andina que asombrosamente a persistido ante todo momento crítico de cambio en el ciclo vital del portador, desempeñando su función estrictamente

⁹ Existe diversidad terminológica del chumbi, como chumbe, chumpi, cumbe. Sin embargo usaremos el término *chumbi* para referirnos a la faja de la vestimenta femenina de Chibuleo, por razones bibliográficas. A juicio de Rowe, Miller, y Meisch (2007), quienes vienen siendo grandes investigadores de los textiles de las comunidades indígenas en Ecuador, registraron en todo su trabajo la palabra *chumbi* para referirse a “Cloth belt, usually handwoven” (p. 323). Además por ser este el vocablo utilizado de manera insistente por los chibuleos en la etnografía desplegada. Se hará excepción del término *chumbi* cuando las referencias bibliográficas exijan el uso del resto de términos antes mencionados.

conservadora de identidad ((Del Solar, 2016). A lo largo de los andes existe un sin número de fajas, entre los países que siguen empleando la faja como parte de su vestimenta indígena y tratando de rescatar su contenido histórico se halla Chile, Bolivia, Perú y Ecuador.

En cada país reciben un nombre diferenciador con características peculiares, diseños nativos, cromática, simbología y formas de acuerdo a sus creencias. Las fajas, aunque siguen presentes en diversos grupos étnicos, corren el riesgo de desaparecer por la extensión masiva denominada alienación, la globalización, migración e influencia industrial y tecnológica. Y si bien es empleada, sus portadores desconocen en parte los significados de las representaciones iconográficas (Gavilán, Álvarez, y Cisternas, 2016, p. 435). En el Ecuador el *chumpi* es usado por la nacionalidad *kichwa*, en la provincia de Tungurahua, Cañar, Azuay, Loja, Imbabura, Chimborazo, Bolívar, Carchi (Rowe, Miller, y Meisch, 2007).

2.1.1.3.3.1.1. Mama chumbi

Considerada también como faja madre, ha sido identificada por su peculiar anchura que varía entre los 10 cm, 15 cm hasta 20cm, llega a medir más de un metro aproximadamente. El ancho de esta faja de cintura, cambia dependiendo la edad de la portadora, históricamente en base a la apreciación de Ludovico Bertonio (1612), tenía un sentido de faja principal, ya que se envolvía esta primera entorno a la cintura y luego sobre ella se envolvía otra faja más delgada (citado en Arnold, 2018, p. 166).

El material empleado para este tejido es la lana de borrego y cabuya, presenta una textura gruesa y fuerte para evitar que se doble cuando su portadora se agache mientras trabaja. Los colores en general estan vinculados con la *pachamama*, y estos son: rojo oscuro, rojo claro, café, verde, fucsia, amarillo, violeta, negro, blanco (Bustos y Pilco, 1987, p. 13). Las fajas anchas presentan diseños más geometricos que figurativos en ejemplares arqueologicos, mientras que en la actualidad se prestan para mucha experimentacion y creatividad en la iconografia textil.

Una de sus funciones principales es sujetar la espalda y cintura en trabajos duros como la agricultura. Se emplea también como abrigo contra el frío y para señalar la identidad personal y regional. Su técnica textil suele ser de doble tela (Arnold, 2018, p. 164). Denominado también tejido doble, tubular, doble cara o doble urdimbre, consiste en montar dos urdimbres, una sobre otra con tramas independientes, cerrada por ambos bordes. Moyano (s.f.), menciona: “Las urdimbres se levantan en diferentes momentos, según la necesidad, por el uso de los diferentes lizos. Las urdimbres son de diferente color, entonces el diseño resulta con una cara que es el negativo y la otra el positivo” (párr. 2).

2.1.1.3.3.1.2. Wawa chumbi

Artefacto textil denominado también faja angosta o estrecha, posee seis a siete centímetros de ancho y puede llegar a tener una longitud de 2,68 metros, es utilizada por la mujer como una segunda faja para sujetar la cintura (Rowe, Miller, y Meisch, 2007). De igual manera Ludovico Bertonio (1612), menciona que las fajas angostas existieron desde tiempos antiguos pertenecían a los incas y chinchay suyos. En Bolivia son elaboradas con una técnica de anudado (cuerdas con una borla en su extremo inferior que cuelgan de la faja).

Son confeccionados en lana de borrego, en su mayoría en lana de orlón (fibra acrílica) la cual apareció en la década de los 60's y chillo. En Bolivia usan fibra de camélido y ovino en tono natural. En Ecuador se emplea el algodón blanco mezclado con fibras acrílicas (Rowe, Miller, y Meisch, 2007). La gama cromática es verde, azul claro, fucsia, magenta, amarillo, negro, marrón, violeta y el color predominante es el blanco. Los motivos artísticos que presenta son geométricos, aunque dependen del lugar.

La función del *wawa chumbi* es abrigar, se la usa debajo de la saya o camisa, la técnica textil empleada es faz de urdimbre es decir es un tejido plano, son elaborados con la técnica de doble tela (Arnold, 2018).

2.1.1.3.3.1.3. Faja bolsa

Arnold (2018) describe que es una faja de cintura en forma rectangular, prácticamente es una tela tejida y doblada por la mitad, cerrada en sus costados y en la parte superior, dejando una abertura central, posee dos huatos en los extremos elaborados de trenzas o cuerdas torceladas, para amarrar en la cintura. Miden aproximadamente entre 73 a 142 cm de largo y su ancho varío de 9 a 13 cm.

Este tipo de fajas son elaboradas en lana de oveja, teñida con tintes naturales. Respecto a los colores, estos son oscuros, rojo, negro, verde, azul petróleo y el color crudo de la lana, por su función fúnebre.

En Chile, los diseños que presenta el derecho del tejido suelen ser iconos geométricos de calaveras y en el revés una mezcla de listas anchas y angostas. En Perú la parte delantera del textil presenta tocapus (cuadros con figuras de aves marinas) y por detrás son de color natural de alpaca. Por otro lado, en lo que respecta a su función, se considera que era estrictamente ritual que, para uso cotidiano, se menciona que también se usa para recoger la coca y guardarla para uso personal. La técnica textil es de peinecillo, técnica de faz de urdimbre rectilínea en la que se enfatiza la intercalación de colores, ya sea en la misma fila (escalera k'uthu) o en diferentes filas (escalera patapata).

2.1.1.3.3.1.4. Faja de wawa

Del Solar (2016), argumenta que en Perú este tipo de faja se emplea para fajar a los recién nacidos. Este tipo de faja suele ser de algodón blanco con listas o líneas delgadas de color rojo y negro. En este caso los motivos que registra son las delgadas líneas de color. Según precisa Vega y Guerra (2015) su principal función es: “Atar los niños después de envueltos en las mantillas” (p. 214). Se los faja para que sus huesos se formen bien y fuertes; además, para que duermas y no lloren.

En cuanto a la técnica textil empleada es la de urdimbre, clasificado dentro de los tejidos planos, sus extremos poseen la técnica de flecadura de urdimbre por cordones torcidos (Hoces y Brugnoli, 2006). Puede precisarse por Vega y Guerra (2015) y Arnold

(2018), que también existía otra faja llamada ceñidor o *tacapa* en aymara, que igualmente es empleaba para sujetar a los niños a una cuna y poderlos cargar. Mide aproximadamente 5cm de ancho y 80 cm de largo. Hecha de lana de camélidos, que conservaban su color natural como el negro y beige. La técnica de textil empleada es la de peinecillo simple con colores en fila (patapata).

2.1.1.3.3.1.5. Faja de guerra

Es una faja de cintura, masculina usada en la guerra, su estructura combina la faja bolsa y la faja angosta. Fue usada principalmente en el incanato. La faja está dividida por segmentos o cuadros, en esos cuadros se hallan bolsitas cosidas donde se coloca metal o piedra. Se emplea la lana de camélidos para realizar estos tejidos. Los motivos que se registraron en el incanato son escalones en blanco y negro.

En la actualidad son empleadas en Bolivia con diseños geométricos, se usan cuadrículas en forma de ajedrez, en ocasiones tiene tejida la estrella inca de ocho puntas que representa al planeta venus y al varón. Su función esta descrita por Arnold (2018), como bélica y de defensa, se la envuelve en la mano para dar fuerza a los puñetazos. La técnica de elaboración se llama entrelazado de trama entorno a los hilos gruesos pasivos de la urdimbre. Cada fila alternada de la trama presenta un patrón en “z” (p. 178).

2.1.1.3.3.1.6. Faja doble

Este artefacto es una faja de cintura de forma doble, es decir son dos fajas enlazadas por un conector textil. En la antigüedad las dos presentaban semejanza estructural, técnica y de diseño. Son de origen peruano, con estilo inca chimú. Su técnica textil es compleja, se realiza con tres urdimbres, aunque en los textiles andinos se llegaban a usar hasta ocho urdimbres. Tiene manipulaciones de color en capas denominadas tika, que dan el efecto de una superficie constituida por cuadros que alterna dos colores claros y oscuros de forma organizada (Arnold, 2018).

2.1.1.3.3.1.7. Faja mortuoria

Faja con extensa dimensión, su longitud oscila entre 7 y 10 metros. Pertenecen a la civilización Tiwanaku del Perú, están hechas de lana, sus colores son marrón, negro, beige, rojo, azul, verde. Presentan iconografía en forma de semilla (connotan semillas que brotan en la otra vida) en hexágonos geométricos o rombos concéntricos; también son empleadas figuras en zigzag (aluden a una serpiente que logra transformaciones al mudar su piel). Actualmente son empleadas en Bolivia para decorar altares en las festividades o para envolver la cintura de la persona varias veces, aunque preservan su asociación con los difuntos, ya que son empleadas para momificar el cuerpo. La técnica textil es por peinecillos, sea en colores por fila (patapata) o en damero (k'uthu) (Arnold, 2018).

2.1.1.3.3.1.8. Faja Trenzada

Son usadas por las mujeres chilenas, para atar las polleras, y como ornamentación. La técnica textil es el trenzado y el anudado, del cordón principal cuelgan borlas (Arnold, 2018).

2.1.1.3.3.2. Por sus formas de producción

Las fajas tradicionales en la actualidad suelen estar confeccionadas con hilo de oveja, alpaca fibras hiladas a mano, teñidas con anilinas; son rústicas, aunque hermosas de apariencia y responden a una demanda rural aún vigente. Las fajas más finas son producidas en muy pequeña escala, básicamente a pedido con hilo de algodón industrial teñido con tintes vegetales y las fajas producidas para los danzantes son íntegramente con materiales sintéticos, (Del Solar, 2016).

Maki chumbi: Es la faja hecha únicamente a mano.

Plaza chumbi: Es aquella hecha empleando maquinaria y materia prima sintética, son principalmente dirigidas para danzantes o vendidas en forma de artesanía, en plazas mercados y boutiques (Arias, 2016).

2.1.1.3.4. Ocasiones de uso

La ocasión de uso de las fajas está definida por la característica estructural, color, material, técnica textil e iconografía empleada en ellas.

Tabla 2. Ocasiones de uso

Faja	Festivo	Cotidiano	Adorno	Otros
Mama chumpi		x		
Wawa chumpi		x		
Faja de guagua				Para fajar a los bebes
Faja de guerra	x			
Faja doble		x		
Faja mortuoria	x	x		Para la momificación
Faja trenzada		x	X	

Fuente: (Arnold, 2018 y Del Solar, 2016).

2.1.2. Diseño independiente o de autor

El diseño de autor es un término que cada vez se hace más popular, se lo llama también diseño independiente, es considerado como otra parte más del sistema de la indumentaria. Su principal característica es apartarse de las pautas establecidas en las tendencias hechas por profesionales especializados. Sus colecciones toman como inspiración y punto de partida una idea y concepto, lo cual les guiará coherentemente para organizar y dar sentido a sus proyectos, en los cuales trabajan aprovechando toda la capacidad de los recursos disponibles para poder posicionar sus propios estilos (Saulquin, 2014).

Laura Valenzuela, una de las precursoras del diseño de autor en Argentina afirma que “el diseño de autor es el diseño de una persona inspirada en ella misma” (párr. 2). Los creadores independientes resuelven las necesidades de sus clientes a partir de su propio estilo e inspiración permaneciendo al margen de las tendencias masivas. Saulquin (2014), argumenta que los independientes buscan generar identidad, representar a las personas de acuerdo con sus gustos e intereses, de forma creativa, original. Por eso experimentan con formas, materiales, incluyen referencias de diversas culturas y para la producción emplean

técnicas artesanales y semiindustriales. Las cantidades de producción de prendas son pequeñas, y se obtienen con criterios de compra y no por deseos de consumo masivo.

En definitiva, el surgimiento de la vernácula sociedad de autoría, estaría comprendida como el conjunto de profesionales que plasman sus ideas, inspirados en la individualidad de un sector de estrato social debidamente conceptualizado y guiado por los mismos. Manejan un alto nivel conceptual, lo que la aleja de los dictados de la moda, sin embargo, incorporan una mínima poción de las tendencias para estar dentro del marco de la actualidad (Saulquin, 2010).

Origen del nombre diseño de autor

A principios de los años noventa la moda por el mimetismo de marcas comienza su declive en pos de una búsqueda de un look personal, cómodo que responda a las necesidades personales y no a las tendencias internacionales. En esta época se consolidó la democracia, se dio la guerra de las Malvinas (1982) lo que provocó que se desmoronara la moda europea y los argentinos empezaran a buscar su identidad nacional. Otra contribución para estos cambios en el diseño fue el auge del diseño consolidado como carreras en la Universidad de Buenos Aires y luego en la Universidad de Palermo. Argentina siempre luchó por su identidad propia (Saulquin, 2014).

En la crisis argentina del 2001, surgen diseñadores de vanguardia con diseños diferentes, generando propuestas propias, locales y fuera de las tendencias de moda. Comenzando así a interactuar en el mercado de la moda, el diseño de autor con el producto masivo. Muchos diseñadores se unieron para hallar un nuevo camino proyectual, un diseño de autor característico de Argentina. Buenos Aires fue nombrada la ciudad del diseño por la UNESCO, por su ardua investigación de diseño de autor para poder categorizarlos en tres grupos: Forma, ensamble y textura (Elizalde, 2009).

Tipos de diseño de autor

Elizalde (2009) y Saulquin (2014), enfatizan que el observatorio de tendencias del INTI de Argentina, en pos de comprender y analizar el diseño independiente hizo un estudio,

donde reconoce en las producciones de los diseñadores, las características rectoras que siguieron sus estilos, los cuales son:

Forma: diseñadores que se basan en la morfología, deconstrucciones que salen de lo convencional y establecido, rompen la moldería, formas geométricas, orgánicas, líneas puras, siluetas. Se aplican superposiciones, terminados irregulares, con siluetas informales.

Textiles: Están aquellos que experimentan con diferentes tipos de telas, estampados artesanales o transfer, sublimado, termo vinilos, foil, decoración de prendas con bordados, aplicaciones de avíos, pedrería en forma no convencional; distintos procesos de teñidos, lavados y acabados en terminación de los textiles (tradicionales y no convencionales). Recursos y técnicas de plisados, drapeados, fruncidos, trenzados, calados.

Ensamble: Recombinación de elementos, encuentros y desencuentros de materiales y texturas, superposiciones, contraposiciones y contrastes, reutilización de textiles y tipologías del pasado, combinaciones lúdicas y paletas vibrantes. El lema de este grupo proclama “todo puede combinarse, ensamblarse”. Lograr unir elementos que no fueron puestos en relación: de materiales que refieren o vinculan tiempos, historia, usos, costumbres, valores, y hasta culturas, todo se puede resignificar en la ropa.

2.1.2.1. Diseño identitario

Pensar en los jóvenes implica idealizar nuevas modalidades de consumo, de producción y de construcción identitaria. Aparecen nuevos diseñadores, amateur con propuestas de nuevas formas de vestir en torno a una nueva cultura identitaria, poniendo en crisis la sociedad de las masas. No se pretende la masificación, sino objetos con valor simbólico distintivo, originales y exclusivos. Los diseñadores independientes que han ganado espacio buscan anclarse fortaleciendo la producción local en términos económicos, materiales y simbólicos. La nueva economía simbólica propia de la posmodernidad emerge con el desarrollo de la industria cultural y da lugar a la expresividad cultural de los objetos, estos poseen imágenes que definen su estética e identidad (Correa, 2008).

2.1.2.2. Diseño de bolsos ejecutivos

2.1.2.2.1. Bolsos

Los bolsos son parte de los accesorios indumentarios, ayudan a definir el atuendo gracias a sus tamaños, formas, colores, texturas, permiten crear conjuntos creativos, llamativos y originales. Lau (2013) menciona: “Los bolsos (...), han pasado a ser un poderoso símbolo de riqueza como de poder” (p. 12). En sus inicios los bolsos fueron creados para satisfacer las necesidades de transportar infinidad de artículos, ya sean de uso personal, de un lugar a otro. Pero en la actualidad es realizado de manera personalizada, de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente, se los elabora con diferentes tipos de materiales obtenidos de forma natural o sintética, con terminados rústicos o suaves.

2.1.2.2.1.1. Evolución del bolso

El bolso a lo largo de la historia ha sido un accesorio predominantemente masculino, en el transcurso de su evolución fue situado como un accesorio esencial e indispensable de la mujer. Antes del siglo XX, fueron usados para transportar artículos esenciales o como símbolo de riqueza y poder, eran pequeñas bolsas bordadas. En el siglo XX se piensa en objetos que guarden más cosas que los bolsillos o mangas, durante la guerra mundial se impuso como accesorio de las mujeres, quienes asumieron los roles masculinos para transportar objetos (Lau, 2013).

En la actualidad el diseño de los bolsos es complicado y competitivo, han incrementado su tamaño, ante la necesidad de transportar artículos portátiles, estos están formados por piezas de cuero con fornituras y elementos que los hacen funcionales. Los bolsos de las mujeres han mostrado más desarrollo, en diseño, materiales, mientras que debido al declive del uso cotidiano del bolso masculino este experimento escasos avances (Lau, 2013).

El bolso a lo largo de la historia ha sido un accesorio predominantemente masculino, en el transcurso de su evolución fue situado como un accesorio esencial e indispensable

de la mujer. Antes del siglo XX, fueron usados para transportar artículos esenciales o como símbolo de riqueza y poder, eran pequeñas bolsas bordadas. En el siglo XX se piensa en objetos que guarden más cosas que los bolsillos o mangas, durante la guerra mundial se impuso como accesorio de las mujeres, quienes asumieron los roles masculinos para transportar objetos (Lau, 2013).

En la actualidad el diseño de los bolsos es complicado y competitivo, han incrementado su tamaño, ante la necesidad de transportar artículos portátiles, estos están formados por piezas de cuero con fornituras y elementos que los hacen funcionales. Los bolsos de las mujeres han mostrado más desarrollo, en diseño, materiales, mientras que debido al declive del uso cotidiano del bolso masculino este experimento escasos avances (Lau, 2013).

2.1.2.2.1.2. Partes

Los bolsos se han convertido en indispensables para el hombre moderno, cada vez el reto de satisfacer la comodidad y el confort de sus usuarios acomplejan su elaboración. A continuación, se describen los nombres de las diferentes partes del bolso con el fin de afianzar conocimiento. Según Marulanda (2007) y Campos (2013) los bolsos poseen:

Parte externa

Es la que se ve a simple vista, la cual puede estar elaborada en cuero natural, sintético, de otros textiles o a su vez combinado por diferentes materiales.

Frente: Denominado escudete o plato, es la pieza principal y de grande dimensión que queda a la vista de los observadores, esta parte se cortar del material compacto y sin defectos.

Falsos y/o fuelles: Son las piezas laterales o lados del bolso, su finalidad es aumentar la capacidad del bolso, cuando el bolso está cerrado el fuelle se dobla y al abrirlo se extiende y conservar la forma del bolso o de bolsillo. Se pueden cortar de material con defectos no tan notorios, debe tener refuerzo de lona u otros materiales, no todos los bolsos la poseen.

Fondo o base: Parte oculta que queda debajo del producto, el material puede llevar algunos defectos.

Espaldar: Se encuentra opuesto al frente y casi siempre va contra el cuerpo, y puede tener el material algunos defectos no muy notorios.

Tapa: Se ubica generalmente el parte superior del bolso. El diseño definirá su uso, si el bolso lleva tapa, esta parte hay que cortarla del material compacto y sin defectos.

Correa: Determina la forma como va a ser llevado el bolso, con manijas, manos libres, morral, etc. En el caso de usar asas se emplea el porta-asas o piquetes (aros circulares de metal). Las correíllas por otra parte son pequeñas y estrechas para cerrar bolsillos.

Parte interna

Forros: Se puede o no usar, su uso es determinado por el material en que este hecho el bolso. El bolso de cuero debe llevar forro, los de lonas sintéticas y en textiles no están forrados. Generalmente el forro es ribeteado con costuras con costuras pérdidas para que no se vea y no se deteriore con el lavado.

Tabique: Pieza más o menos rígida que se coloca en el interior de los artículos para dividirlos, creando varios compartimentos.

Cajoncillo o monedero: Un tabique puede convertirse en un nuevo compartimento, haciéndolo doble y colocándole una cremallera.

Bolsillos internos: Son comparticiones importantes dentro del bolso, pues permiten organizar separadamente los objetos, se colocan los necesarios para comodidad del usuario entre ellos están los tarjeteros.

2.1.2.2.1.3.Bolsos ejecutivos

En los cargos de una empresa se encuentran los empleados y los ejecutivos, los últimos son personas que tienen en sus manos algún tipo de poder o jerarquía por sobre otros. Su función es ejecutar, tomar decisiones importantes sobre determinados fenómenos y

repartir los recursos o medios de producción de una empresa, corporación o institución (Medina, 2013). Por ello los ejecutivos cuidan su imagen profesional, para reflejar liderazgo, confianza, responsabilidad. Los ejecutivos están dentro del segmento protocolario, en el universo del vestuario formal (Jaramillo, 2010), sin embargo algunos ejecutivos prefieren usar una vestimenta más cómoda sin perder profesionalismo y optan por una vestimenta casual de negocios conocido como *business casual*.

En materia de accesorios que no pasa de moda para un ejecutivo, están los morrales manos libres, bolsas multifuncionales de cruzar, papeleras, maletines en cuero. Para los formales o casuales formales, el cuero es uno de los materiales que no pasan de moda, con toques envejecidos o craquelados, de colores naturales como el de madera, combinados con varias texturas y acompañado de insumos en color oro viejo, chocolate, plata y mango (López, 2016).

2.1.2.2.1.4. Tipología de bolsos ejecutivos

Según Asencio (2011) y Borrás (2019), los bolsos de hombre se dividen en varios tipos, estos se diferencian por tamaño, forma, manera de llevarlos (cruzados al pecho, en el hombro o la mano) y por sus diferentes usos.

Bolsos bandolera: Son bolsos de correa cruzada, su origen es militar y desde la primera guerra mundial empieza a verse para llevar y acceder a las cosas. Con su evolución llego a bolsos tipo *Messenger*, cruzados y de tamaño medio. Son los más usados entre los hombres por ser cómodos al dejar libre las mañas. Hay de todo tipo de material y tamaño.

Maletín: Diseñado para trasportar computadoras portátiles, cuenta con compartimentos para ordenar los accesorios de la computadora, de 13-15-17 pulgadas. Su origen se remonta con la revolución industrial que trajo consigo nuevos trabajos y nuevas necesidades como llevar documentos en viajes largos. Los avances en metalurgia crearon los cierres metálicos y con ello el maletín que fue creado para el hombre sin embargo ha evolucionado a la forma de un bolso masculino para el portátil.

Portafolio: Es una variante del maletín que ha ganado presencia en las últimas dos décadas, son para llevar bajo del brazo. Son sin asas ni correas conocidos también como *man clutch* y cuando se hacen más pequeños se llaman *pouches*, los cuales son contenedores de objetos de uso diario.

Mochila: En la última temporada, se ha recuperado el uso de mochilas como bolsos icónicos para hombre, ha pasado a ser parte de la industria de lujo. Aunque desacomodan el traje, son cómodos y prácticos.

Bolso tote: Son grandes bolsas con asas, pensadas para sujetar con la mano y dejar caer brazo abajo. En los inicios del siglo XX aparece su nombre como *to carry*, que significa llevar cosas, han que el modelo tal y como se conoce en la actualidad es de los años 40, cuando una marca americana crea una bolsa para transportar hielo con esa forma. Han pasado de ser de tela a convertirse en una silueta imprescindible.

Bolso Puzzle: Un poco más grandes de lo normal, lo que lo distingue del bolso femenino es su tamaño, hay con dos asas o solo con una. Se pueden llevar colgadas en el antebrazo.

Weekender: Son bolsas para el fin de semana, un poco más grande que un maletín diario, en la actualidad se han convertido de uso cotidiano, se ha convertido en un modelo clásico de las principales marcas de lujo.

Riñonera: Llevar las cosas en la cintura es tan antiguo, aunque es a partir del siglo XV, cuando los hombres la usan de forma habitual, su nombre en el principio fue *chateleine*, en Francia y luego se expandió. Se las puede llevar de manera formal o deportiva, en materiales nobles como la piel, hoy la usan cruzada o colgada del hombro.

Bolsos minis: Son bolsos del siglo XXI, su tamaño es pequeño, son la evolución de la riñonera.

Bolso gabol: Denominado también bolso de reportero, sirve para llevar documentos, agendas, tablets, portátiles de hasta 13 pulgadas. Posee correa para el hombro es una variación de las bandoleras de tamaño pequeño.

2.1.2.2.2. Procesos de moldería

El patronaje es un sistema de organización en la construcción de un artículo, que consiste en desglosar por piezas las diferentes partes del modelo, de manera que la unión de todas las piezas en un orden predeterminado produzca como resultado el artículo tal y como fue diseñado (Campos y Garrón, 2013). En la marroquinería los moldes tienen medidas y trazos precisos, aunque se puede patronar en programas como: Corel Draw, Photoshop, etcétera, a continuación, se describe el proceso técnico para la elaboración de moldes de bolsos de forma manual. Siempre se parte de un boceto con especificaciones de las medidas reales del objeto.

1. Conocer las medidas exactas del producto al que se le va a elaborar los moldes.
2. Se corta un trozo de cartulina (si se va a usar varias veces es conveniente usar cartón o metal) con las medidas exactas, más un aumento de 2cm a cada lado para dar forma y tamaño al molde.
3. Si el patrón es simétrico se dobla el molde para dibujar solo la mitad y luego calcar la otra mitad. Y es recomendable doblar el molde haciendo leves incisiones en las líneas centrales.
4. Para el largo del bolo, se dobla el molde por la incisión central y luego se ponen las medidas de largo incluidos los aumentos. En ocasiones los moldes del espaldar están unidos con la tapa, la cual se debe doblar generando incisiones justo donde la tapa cierra la boca del bolso.
5. Al molde se le debe dibujar las líneas de aumento y el aumento dependerá de cómo se van a unir las piezas, por se debe especificar si son costuras para doblar, recibir, montar, costuras perdidas, envivar, ribete.
6. Es importante referenciar los moldes con la siguiente información: Marcas de costura, número de piezas a cortar del mismo patrón, nombre de la pieza, nombre del artículo al que pertenece, medidas, marcas que señalen el emplazamiento de determinados accesorios como remaches, ojetes, etc.

Para una misma pieza se deben hacer tres patrones: El patrón de enfreno que marca la figura de la pieza, con las medidas exactas es la referencia para los demás patrones; el patrón de corte, es el que se trasladar a la piel para cortarla, tiene 1 cm de ventaja en todo el perímetro para dobles; El patrón del forro, es para cortar el forro en caso de que lleve, mide medio centímetro menos que el patrón de corte.

2.1.2.2.3. Medidas técnicas para la elaboración de los moldes sobre el cuero

Estas medidas fueron tomadas y unificadas del hacer diario de varias empresas del sector marroquinerero.

Para doblar: En el cuero si se va a doblar sobre sí mismo: 8mm; si se va a doblar sobre material rígido como la odena: 10mm; para sintéticos y textiles si va a ser doblado sobre sí mismo: 10mm, si doblado sobre un material rígido como la odena: 12mm.

Recibir y montar: El aumento es de 10mm igual para cueros, sintéticos y textiles.

Costuras perdidas y/o internas: Para cuero, en los cuerpos de los bolsos: 8mm; para bolsillos en cuero: 5mm; para sintéticos y textiles: 10mm.

Envivar: La pestaña para pegar el vivo a la pieza en cuero debe tener 5mm; La pestaña para pegar el vivo a la pieza en sintéticos y/o textiles debe tener 10mm.

Ribetear: Ninguno de los materiales sea cuero, sintético o textil que van a ser ribeteados debe llevar aumento.

Costuras externas: En marroquinería es recomendable que todas las costuras externas queden a 2mm del borde y sean 8 puntadas por pulgada, esto con el fin de darles más estética al producto.

Algunas características de los bolsos tienen íntima relación con la ergonomía, al ser la disciplina relacionada con la comprensión de las interacciones entre los seres humanos y los elementos de un sistema. (Vallejos, 2016) menciona algunas particularidades en el diseño de bolsos para optimizar el bienestar humano y todo el desempeño del sistema.

Largo de las manijas: Los largos tiene relación con las medidas del cuerpo humano, la manija de mano debe medir 30 a 35cm; manija corta bajo brazo mide 50 a 55cm; manija mediana cómoda (verano) mide 55 a 60 cm; manija larga (invierno) mide 65 a 75 cm; corta mide 75 a 120 cm; tipo bandolera mediana mide 120 a 150 cm es regulable; larga miden 150 a 180 cm es regulable. Existe varias formas de manija, dependiendo del uso de las mismas: simples, dobles y rectilíneas.

El ancho de la manija: Tiene relación directa con el hombro, el cual mide 10cm, pero por su caída no puede medir más de 5cm de ancho, para no generar incomodidad o roses contra el cuello.

Medida estándar para fuelle y base: la medida de la base es igual a la del fuelle, el fuelle suele ser más angosto en la boca superior del bolso. Chico de 2,5 a 4 cm; mediano de 4 a 8cm; grande de 8 a 16 cm: extra grande de 16 a 25 cm.

Medida estándar de los bolsos: Tamaño chico: 15-20cm o 20-25cm; tamaño mediano: 20-25 cm o 25-30cm; tamaño grande: 25-30cm o 30-35 cm.

2.1.2.2.4. Técnicas de acabados para decorar cuero.

El cuero es un material muy ventajoso para fines artísticos, su flexibilidad, y extraordinaria nobleza, permite impregnar formas y texturas con una relativa sencillez técnica. Esta materia es fácil de adquirir, es económico, y liviano, con la humedad se vuelve maleable y se puede acoplar figuras irregularidades sobre él o crear matrices para estampar. Chaves (2011), menciona algunas de las técnicas usadas para decoración sobre el cuero también De la Calle, González, y Hernández (2005) acuña otras, entonces tenemos las siguientes:

Grabado con trazador

Se marca y posteriormente se traza sobre la piel un motivo o dibujo y se repite la operación tantas veces como sea necesario para que el grabado quede suficientemente impreso. Se debe humedecer el cuero cada vez que haya que repetir el trazado. Para este

trabajo debe elegirse un dibujo claro y sencillo y desechar los que tengan líneas muy próximas, especialmente si son paralelas. Esta se clasifica en:

Marcado: Una vez que tenemos elegido el dibujo a realizar sobre el cuero, procedemos a dibujarlo sobre papel vegetal o cebolla. La pieza a decorar se coloca encima de una base de mármol, y se humedece toda por igual, utilizando para ello agua lo más limpia posible y una esponja. Se coloca el dibujo realizado en papel vegetal sobre el cuero, y se procede a repasarlo con un punzón trazador de punta roma. Evitar pasar dos veces por la misma línea, no es profundo es leve.



1. Humedecido de cuero; 2. Traslado del diseño con el trazador; 3. Proceso de trazado; 4. Plancha trazada. 5. Estampada final en papel.

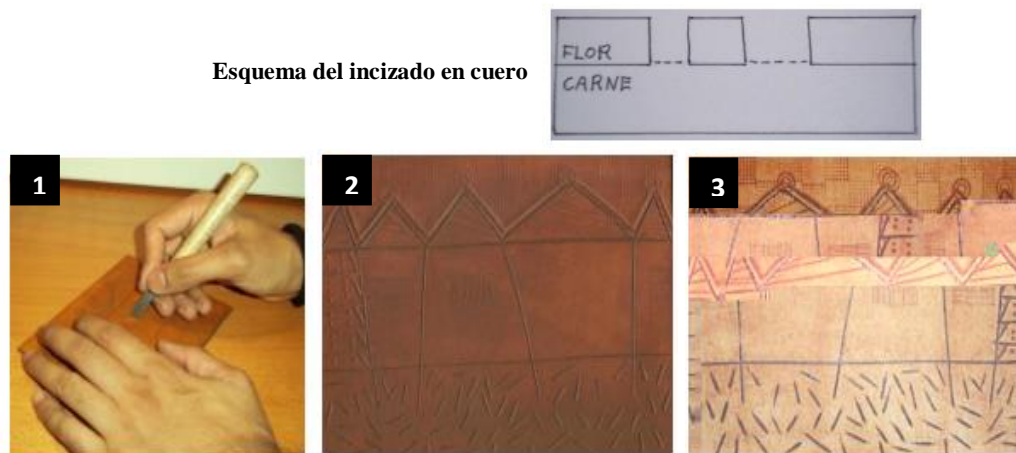
Figura 2. Trazado en cuero

Fuente: (Chaves, 2011)

Trazado: Consiste en crear líneas ejerciendo presión regular en la flor del cuero, con un instrumento metálico, el trazador. El resultado en la estampación son líneas de definición grisácea, ya que los surcos que retienen la tinta son de poca profundidad. Su modo de empleo: hacer una fotocopia del diseño ajustado al tamaño de la pieza de cuero, humedecer superficialmente la flor del cuero con una esponja mojada, colocar la fotocopia sobre el cuero humedecido y sujetarlo con cinta adhesiva, luego con el trazador realizar un recorrido suave sobre el diseño sin romper la fotocopia ejerciendo presión sobre las líneas. Se retira la copia y se humedece una vez más la piel y se pasa el trazador con mayor presión sobre las líneas, varias veces. Finalmente se aplica una capa de barniz acrílico sobre el lado de la flor del cuero para evitar que se adhiera el papel a la plancha en la

estampación. El trazado es muy importante ya que se utiliza en todas las técnicas decorativas del cuero como primera operación.

Incizado: Es hacer un corte superficial en la flor del cuero para luego crear líneas de mayor profundidad. Los grabados hechos con esta técnica tienen buena definición ya que la tinta se queda retenida en los surcos. Es usado para resaltar partes de interés plástico. Para lograr este terminado se humedece la flor del cuero, se coloca la fotocopia con el diseño la cual debe ser sujeta con cinta adhesiva. Luego con el trazador se recorren las líneas del diseño, se retira la fotocopia y se deja secar el cuero para posteriormente con la cuchilla o el cutter cortar las líneas de la flor de la piel, la incisión llega hasta la tercera parte del grosor del cuero, no ejercer mucha presión para evitar traspasar el cuero. Ya cortadas todas las líneas se humedece el cuero una vez más, con el trazador se recorre una vez más todas las líneas para aumentar el grosor y profundidad de los trazos. Al final se coloca el barniz acrílico para evitar que se adhiera el papel a la plancha en la estampación.



1. Corte superficial con la cuchilla para cuero; 2. Plancha incizada; 3. Estampada final en papel

Figura 3. Incizado en cuero

Fuente: (Chaves, 2011)

Pirograbado: Es el traslado de una imagen al cuero u otro material a través de un instrumento de punta incandescente denominado pirograbador. Esta herramienta transforma la energía eléctrica en calor y el artista lo usa para ir dibujando sobre una superficie, ya sea tela, goma de eva, hueso, cuero, madera, cartón y muchos más. Hay dos maneras de realizar el pirograbado: al estilo prensa o como dibujo. El primero depende de

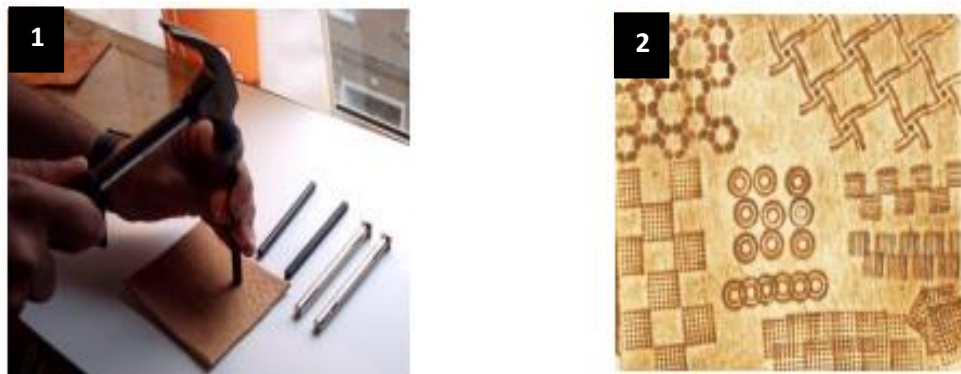
la forma de las puntas del pirograbador, para grabar formas simples solo con presionar; el último es ir dibujando directamente.

Grabado con mateadores

Es fácil de ejecutar, ya que para ello solo necesitamos unos botadores o mateadores, hay que humedecer bien el cuero y apoyando perpendicularmente el botador sobre el mismo, dar un golpe seco y enérgico con un martillo.

Repujado: Es una técnica de decoración que consiste en lograr motivos en relieve sobre la superficie del cuero. Consiste en ir levantando partes del cuero previamente delimitadas. Se utilizan como herramientas fundamentales los buriles. Se realiza en artículos que vayan a ir forrados o en aquellos que no quede el reverso a la vista. También se puede hacer el incizado simulando repujado solo que la línea de incisión debe ser ancha, para poder repujarla o decorarla con otros labrados como el troquelado.

Troquelado: Consiste en perforar la piel con pequeños motivos ornamentales utilizando troqueles o mateadores. Son boquillas cortantes que reproducen determinadas formas. En una superficie firme, con la flor de la piel hacia arriba, se apoya perpendicularmente el troquel y mediante un golpe seco con el martillo, deja perforada la piel con la forma de la boquilla (Calle, 2005).



1. Proceso de troquelado en plancha de cuero; 2. Estampa final en papel.

Figura 4. Troquelado
Fuente: (Chaves, 2011)

Tintes al agua (Tintolina): Se aplican con pincel, procurando que las pinceladas sean lo más uniformes y largas; habrá que aplicar varias capas y dejar secar cada una. Estos tintes deben protegerse con lustra o laca, ya que no son resistentes al agua. Aquí también se pueden usar rotuladores permanentes para perfilar y pintar.

Láser cut: Es un nuevo método para generar motivos sobre cuero u otros materiales, permite hacer grabados suaves, profundos y perforados. Las ventajas de usar este método, es la rapidez con la que se obtienen piezas labradas.

Ejecución mixta: Al conocer las características y efectos de las técnicas de trabajo en cuero, es posible realizar diseños donde se combinen diferentes procesos para lograr un mayor provecho plástico en la obra gráfica.

2.2.Marcas referentes y/o aspiraciones

Entre las marcas referentes o aspiracionales se encuentra KON-DOR, Misako, Mola Sasa; y como marca visionaria se tomó a Jacquemus como se verá a continuación.

2.2.1. KON-DOR



Figura 5. Logo Kon-Dor
Fuente: (KON-DOR, 2019)

KON-DOR, es una empresa joven creada por dos diseñadoras ecuatorianas: Carmen María Correa y su socia Laura Carrión. Su misión es elaborar bolsos y accesorios de calidad, exclusivos tanto en diseño como en materiales. Aunque su marca está asentada en Estados Unidos y Suiza, los diseños de sus productos parten de la inspiración cultural ecuatoriana. Su sello de identidad es trabajar las tasas de los bolsos con tejidos de las fajas de pueblo Otavalo, están en contra de la producción seriada por lo que generan diseños únicos y auténticos. La iniciativa al crear esta marca fue darle una identidad nueva a los productos artesanales ecuatorianos y andinos. (KON-DOR, 2019)

La empresa KON-DOR, prefiere trabajar con marcas ecuatorianas para la producción publicitaria de los mismos. En cuanto a la elaboración de los bolsos, se elabora una colección cada seis meses, son llevados a cabo en Colombia y Estados Unidos por cuestiones de importación. Los materiales con los que trabaja son cuero italiano, tejidos de Otavalo, entre otros. Además, a través de sus diseños apoyan a artesanos mezclando sus creaciones con las de ellos, manteniendo su lema, potenciar el trabajo artesanal, apoyar a las comunidades y sobre todo pagar lo justo. (KON-DOR, 2019)

Tabla 3. Bolsos KON-DOR



Fuente: (KON-DOR, 2018).

2.2.2. Misako



Figura 6. Logo MISAKO
Fuente: (MISAKO, 2014)

La competitiva empresa Misako, manufactura bolsos, maletas de viaje y complementos, es una marca catalana fundada en 1998. Es una franquicia con 193 locales propios en 13 países, factura entre 400.000 y 500.000 euros al año. Genera 140 colecciones anuales tanto para hombre como para mujer. Sus productos son exclusivos ya que se producen 2 o 3 piezas máximo por diseño, y cada semana se elaboran nuevos

diseños. La imagen que presenta la marca es minimalista, sus colecciones están dirigidas para personas boko style, sport style, rock and rebel, entre otras. (Riera, 2019).

La misión que persigue dicha empresa es diseñar, fabricar y comercializar bolsos, contando con excelente materia, sus bolsos son elaborados en Esparreguera y en 10 fábricas chinas. Los materiales que emplean principalmente son PVC y nylon. Sus líneas para hombre son casuales, sport, y casuales. (Riera, 2019).

Tabla 4. Bolsos Misako



Fuente: (Misako, 2019)

2.2.3. Mola Sasa



Figura 7. Logo Mola Sasa
Fuente: (Mola Sasa, 2014)

La diseñadora Jazmín Sabet y su marca de bolsos de lujo Mola sasa, empezó su negocio en 2015. Esta firma maneja un modelo de negocio sostenible, trabaja con mujeres indígenas que emplean técnicas ancestrales para la elaboración de los bolsos, carteras, brazaletes, cinturones, etc. Mola sasa, se define como una marca que genera piezas únicas hechas a mano dirigidas hacia la mujer contemporánea, individualista y elegante. Su influencia para diseñar es la cultura colombiana con el único afán de dar vida a las técnicas y recursos naturales nativos y compartir un pedacito de su cultura con el mundo. (Manetto, 2019).

La materia prima exótica de sus productos es extraída de cuatros de las comunidades con las que trabaja, todos los materiales naturales con los que trabaja son teñidos con tinturas a base de semillas, flores, etc., pues atesoran la imperfección en el color. Los complementos de Mola sasa son vendidos por tiendas online, sus precios varían desde los 150 a los 400 euros. Su meta es crear una plataforma de colaboración con otras marcas que se dediquen a hacer productos sostenibles, para que artesanos y diseñadores trabajen juntos. (Sabet, 2019).

Tabla 5. Mola sasa



Fuente: (Mola Sasa, 2019)

2.3. Visionario

2.3.1. Longchamp



Figura 8. Logo Longchamp

Fuente: (Longchamp, 2020)

Longchamp, una firma de bolso francesa fundada en 1948, su lujo en la marroquinería encandila a sus compradores. A demás de producir otro tipo de complementos los bolsos son la espina dorsal de su compañía. Fueron los pioneros en los 70's en usar nylon y piel, impusieron en la moda los bolsos le pliage, Imperial, Legénde. Su lema es, el tiempo es

lujo, y desde sus comienzos promovió el *savoi-faire*, (el arte de saber disfrutar la vida) a la confección de accesorios de viajes, bolsos, *prêt-à-porter* y zapatos; ya que los productos de lujo pueden seguir siendo disfrutados con el paso del tiempo. (Borras, 2016).

El creador de Longchamp forjó la reputación de su marca al posesionar su fábrica en el corazón de París, una zona comercial de gente que visitaba los boulevards y teatros. Se creación, calidad, trabajo y servicio hicieron que los parisinos los prefieran y sus tiendas sean a nivel mundial. Esta marca también colabora con artistas y diseñadores como Jeremy Scott, Kate Moss. (Borras, 2016 y Longchamp, 2019).

Tabla 6. Bolsos Longchamp



Fuente: (Vogue y Longchamp, 2019)

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

3.1.1. Análisis PESTEL

Es crucial analizar las variables que tendrán incidencia en el desarrollo del proyecto, diseño de bolsos ejecutivos inspirados en la iconografía de los chumbis de Chibuleo. Pues a través de este análisis se puede planificar estrategias sobre los factores del contexto en general, que pueden afectar de diferente manera y en diferente grado el desenlace del mismo. Al poder identificar las oportunidades y las amenazas externas, entender el entorno, sobre las cuales no se tiene influencia, una vez recogida la información se puede disminuir los efectos de las amenazas e incrementar los efectos de las oportunidades. (Trenzas, 2018).

3.1.1.1. Entorno político

El factor político se rige por los aspectos gubernamentales que inciden con el proyecto, la vida política a nivel local, regional, nacional e internacional en el caso de ser necesaria. El régimen político es fundamental, pues aquí entran las normativas impositivas o de incentivos empresariales en determinados sectores, sistemas de gobierno, estabilidad gubernamental, tratados internacionales, conflictos internos o con otros países, entre otros grupos de interés que impactan el proyecto para hacer posible su consolidación. (Martínez, 2019).

La Unesco (2016) sostiene: “Las políticas culturales del siglo XXI estarán marcadas por la búsqueda de medidas tanto de promoción como de protección de la diversidad de las expresiones culturales, en un delicado equilibrio entre lo imperativo de la cultura y los intereses de la economía” (p.103). Se habla ya de la cultura en el desarrollo sostenible, muchos países mantienen lo sostenible por medio de planes que promueven el sentido ecológico, orientadas a problemas medio ambientales como la contaminación, en la

eliminación de residuos. Mientras otros lo manejan a nivel económico, que se encarga de que las actividades que buscan la sostenibilidad social y ambiental sean rentables.

Por otra parte, países como Alemania, Francia, Kenia, Malawi y Serbia, sus planes de desarrollo incluyen sostenibilidad cultural. Los recursos culturales, las redes culturales, y la diversidad cultural, tienen valor dentro de los procesos de desarrollo económico, (Throsby, 2015). El verdadero significado de progreso y desarrollo sostenible ha sido distorsionado, ya que, de la erosión de la diversidad cultural y lingüística, de los conocimientos indígenas tradicionales no se tiene en cuenta en el balance general (PNUD, 2010).

De acuerdo al foro de las Naciones Unidas (ONU, 2007) se habló acerca de los artículos 3 y 32 de la declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas. En dichos artículos se anuncia que los pueblos indígenas tienen libre determinación y desarrollo con cultura e identidad. Dentro de los elementos clave para el desarrollo con cultura e identidad se encuentra el ítem:

El desarrollo de prácticas de investigación indígena a de fortalecer la identidad de los pueblos indígenas (...) se procura reconstruir, restaurar y revitalizar sus culturas, (...) puede fortalecerse aún más con ayuda de círculos académicos, estados, (...), la colaboración enriquecerá a la sociedad en general. (p. 4-12)

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021) el objetivo 2 enmarca la afirmación intercultural y plurinacional, revalorizando las identidades diversas. Dicho enunciado menciona que uno de los derechos colectivos de la identidad y la cultura ecuatoriana es conservar, promover la actividad y promoción artística, cultural, audiovisual, artes, cultura, memoria histórica, patrimonios tangibles e intangibles, los conocimientos ancestrales, todo con el único propósito de ayudar al desarrollo del país. No solo para la construcción de la identidad nacional sino también para desarrollar un dialogo de saberes en espacios de encuentro intercultural e intergeneracional.

Al mismo tiempo, en el eje 2, el objetivo 5 es una de las tendencias sociales que tiene que ver con el desarrollo del proyecto pues se habla de impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. En el que se menciona incentivos para generar créditos para nuevos emprendimientos, y la vinculación con el sector académico para lograr el incremento de productividad, valor agregado, innovación, investigación y ser más competitivos. Diversificar la producción nacional con pertenencia territorial (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 1017).

Al mismo tiempo, (PRO ECUADOR, s.f.). En el lineamiento político del sector cuero, artículos de marroquinería y calzado buscan planificar, dirigir y ejecutar la promoción comercial de exportaciones e inversiones del país, fortaleciendo la relación comercial. Priorizando los productos con alto valor agregado, tradicionales y no tradicionales. En sus normas emitidas esta fomenta la formación y el crecimiento de las microempresas y de las pequeñas y medianas empresas a través de créditos financieros.

3.1.1.2. Entorno económico

El entorno económico analiza la dimensión económica de las inversiones, para intentar predecir el destino incierto del proyecto con la ayuda de indicadores macroeconómicos. Los factores que más inciden o impactan son el PIB, las tasas de crecimiento actual y estimación futura las cuales permiten contemplar la salud económica del país en el que se va a invertir. Otros factores son el índice de precios de consumo para representar la realidad y tener una idea del consumo de la población. La tasa de desempleo permite tener la flexibilidad de salarios, pero sin salud económica; los tipos de interés, la situación económica del sector en el que está enmarcada la inversión, inciden en el balance financiero del Ecuador (Escandón, 2017).

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (BCE, 2019) considera que la tasa del PIB ha aumentado el 0,4% en el segundo trimestre del 2019 en comparación con el mismo periodo del 2018, es decir el país ha crecido económicamente. Los factores que inciden con este crecimiento son el incremento las exportaciones de bienes y servicios el (5,7%),

y en el consumo final de los hogares (0,6%). Las importaciones de bienes y servicios disminuyen el PIB pues fueron mayores del 2,2% respecto a las del año 2018. Hubo decrecimiento en el consumo del gobierno del (1,2%) y en la formación fija del capital bruto (FBKF) se registró una reducción del (1,8%).

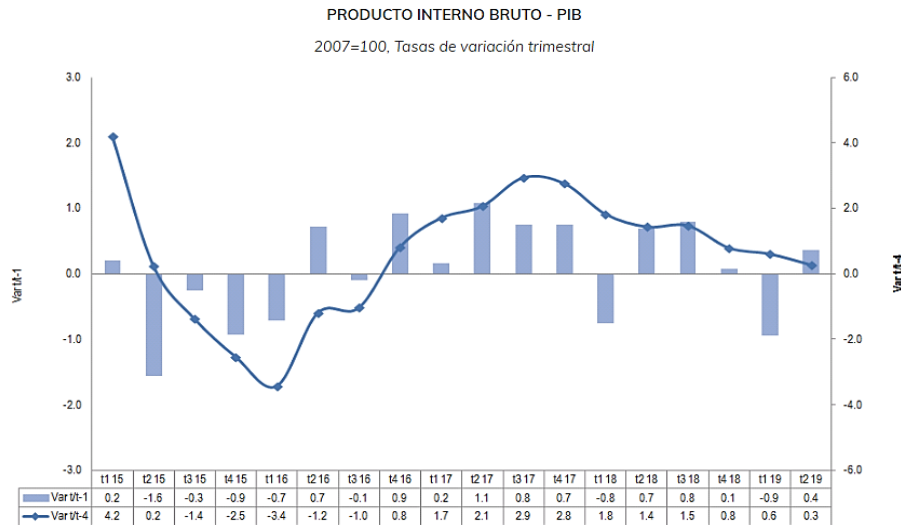


Figura 9. Variación de ventas
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2019)

De acuerdo al Índice de la Producción de la Industria Manufacturera (IPI-M), el cual permite medir la variación de la producción que genera la industria manufacturera del país para el mercado interno y externo, este ha crecido. En julio de 2019 el índice mensual es de 10,49% comparado con el mes anterior que fue de -7,96%. Y en julio del 2018 el índice fue de -0,48%. El índice está formado de cuatro secciones, la sección 2, 3 y 4 presentaron un crecimiento y la 8 mostró una variación negativa.

Sección	Descripción	Ponderación
2	Productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos de cuero.	49,40%
3	Otros bienes transportables, excepto productos metálicos, maquinaria y equipo.	39,14%
4	Productos metálicos, maquinaria y equipo.	11,41%
8	Servicios prestados a las empresas y de producción.	0,05%
Total		100,00%

Figura 10. Secciones de la CPC
Fuente: (Sistema de Indicadores de la Producción, 2019)

Correspondiente al mes de julio 2019, la sección 2 que abarca a los productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos de cuero presenta una variación mensual positiva del 12,99%, es decir reflejan un crecimiento en la producción. Los grupos más destacados por su producción fueron: “maletas, bolsos de mano y artículos similares; artículos de talabartería y guarnicionería; otros artículos de cuero con 99,49%; hilados e hilos de fibras textiles naturales con 69,33% y alfombras y otros recubrimientos para pisos, de materiales textiles con 20,99%” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEN], 2019, p. 7). La variación anual fue de 22,15% con respecto al año 2018.

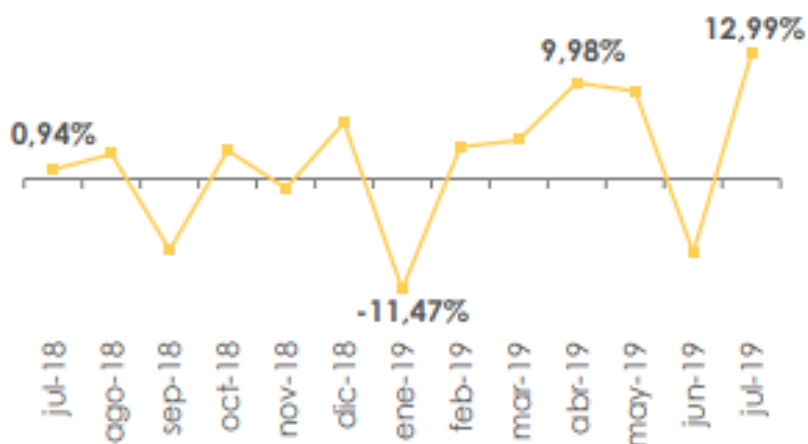


Figura 11. Evolución de la variación mensual de la sección 2

Fuente: (SIPRO, 2019)

3.1.1.3. Entorno social/ cultural

Los factores socio-culturales son aquellos elementos de la sociedad que pueden contribuir negativa o positivamente al proyecto. Lo primordial es contemplar las tendencias de la sociedad y mirar sus variaciones. Se puede analizar los cambios y tendencias de los estilos de vida nacional, el nivel educativo, la religión, los roles de género, los gustos, la motivación de compra, la moda y los hábitos de consumo de la sociedad, la evolución demográfica, movilidad social, el poder de compra de los consumidores y tendencias (Escuela de Alta Dirección y Administración [EADA], s.f.).

Es muy importante conocer el comportamiento del mercado objetivo, Ecuador en el 2019 elevo sus niveles de consumo. Según el INEN (2019) enero mostro el índice de precios al consumidor (IPC) más alto en los últimos 19 meses, en el mes de enero 2019 alcanzó un valor de 105,7 devalando una inflación mensual de 0,47% comparado con el mes anterior que alcanzo el 0,10%. Y lo mismo ocurrió en comparación de enero del 2018 (105,2; 0,54%), estos índices altos vienen siendo registrados de enero del 2017.

Estos incrementos de (IPC) se generan en las divisiones de consumos de alimentos y bebidas no alcohólicas (22,5%) y transporte (14,7%) relacionados directamente con el alza de subsidios a los combustibles y no por la oferta y la demanda. Lo que atribuye mayor peso al (IPC) son los dos índices antes mencionados. Se acota además que Cuenca (107,02), Esmeraldas (106,67) y Manta (106,56) presentan el mayor índice de precios, destacándose de esta forma como las ciudades más caras.

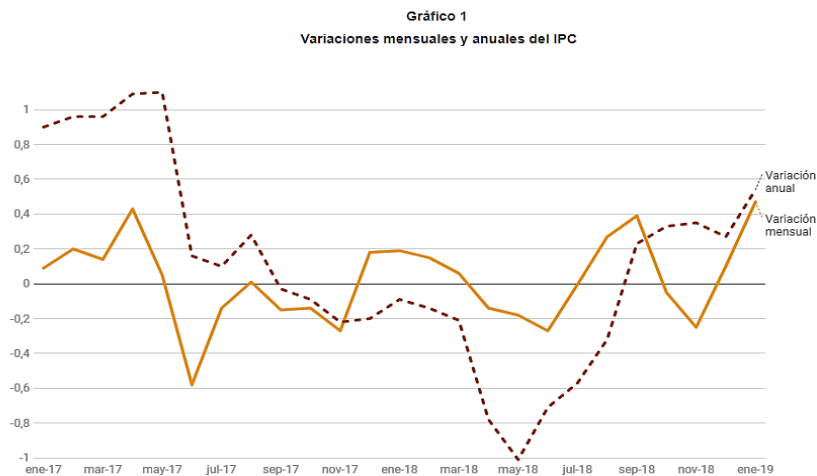


Figura 12. Variaciones mensuales y anuales del IPC
Fuente: (Consultara multiplica INEC, 2019).

El efecto inflacionario se reduce significativamente en las divisiones de consumo de las prendas de vestir y calzado (-2,68%), en la recreación y cultura (-1,29%). Lo cual significa que la adquisición de las prendas de vestir y calzado tienen menor incidencia en el aumento del IPC. Cobos (2019) menciona que el aumento de los precios no es por la oferta y la demanda sino por las medidas políticas del estado con el afán de sanear las cuentas nacionales y crear estabilidad fiscal.

Inflación mensual y anual por división de consumo*

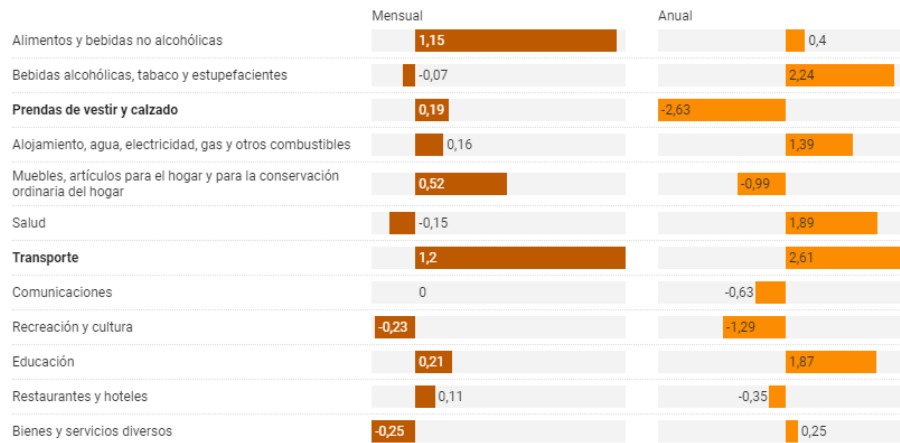


Figura 13. Inflación mensual y anual por división de consumo

Fuente: (Consultara multiplica INEC 2019)

Se considera además que el decreciente consumo se debe al sector de las tarjetas de crédito. Pues la junta de Regulación Monetaria y Financiera genero nuevos lineamientos emitidos el 30 de noviembre del 2018, la resolución N0 471-2018-F menciona que las entidades financieras emisoras u operantes de tarjetas de crédito bajo el control de la Súper Intendencia de Bancos, generarán el interés a partir de la fecha en la que se realizó el consumo. Debrocando así, el tiempo de gracia hasta finalizar el periodo en que se realizaba la compra, es decir no desde el primer día del siguiente mes.

Para 2019 la tendencia que las empresas deben cuidar es la innovación, la optimización de tiempo y un modelo de negocio responsable. Los consumidores se vuelven expertos compradores inteligentes por el uso del internet, obligando a proporcionar nuevas demandas y mejora de ofertas. Euromonitor Internacional (2019) proporciona un informe de tendencias de rápida evolución del consumidor y como su comportamiento afecta los negocios a nivel global. El informe destaca diez tendencias.

La primera tendencia enmarca agnósticos respecto a la edad: Los baby boomers, la generación por siempre joven cumple setenta años y quieren comportarse como tal, están obsesionados con la tecnología como los millenials y buscan servicios para permanecer activos. Tienen un potencial poder adquisitivo, la clave para retener su fidelidad y confianza es brindarles productos y servicios universalmente accesibles. La segunda

tendencia es regresar a lo básico por un tema de estatus: Rechazan los productos genéricos y fabricados en masa, buscan calidad. Se inclinan a lo artesanal, productos auténticos y diferentes, que les brinde autenticidad-estatus, la inclinación a los alimentos hiperlocales. Desean tener el control de lo que consumen y ponen en su cuerpo por ende crece por el do-it-yourself (hazlo tú mismo).

La tercera inclinación del comprador es ser consciente con lo que compra: Busca un estilo de vida saludable y ético. Compran productos que la etiqueta menciones criado al aire libre, fabricado sin crueldad animal, 100% vegano. Son consumidores conscientes, escogen prendas de vestir libres de cuero y piel. La cuarta tendencia es digitalmente junta sin barreras: las empresas crean plataformas rápidas para impactar al cliente por el aumento de redes sociales, crean comodidad para el usuario, la tecnología manipula el espacio, compras, reuniones. La quinta tendencia es todos son expertos: Manipula la hiperdisponibilidad, la mejor calidad y precio. Antes los compradores buscaban información de la marca ahora la empresa innova para atraer compradores curiosos. Se informan, eligen, buscan recomendaciones como las de los influencers.

La sexta tendencia resalta encontrando mi jomo (joy off missing out), o la alegría de no participar: Buscan bienestar físico-mental y desconectarse de la tecnología, priorizar lo que disfrutan hacer. Enfoque en experiencias de vida real. La séptima Puedo cuidarme a mí mismo: son autosuficientes, toman medidas preventivas contra enfermedad, infelicidad, incomodidad sin ayuda profesional. Buscan servicios rápidos con menos trámites, les abruma el marketing, no se apoyan en marcas. Compran de manera sostenible y consumen de forma ética para su propio cuidado. La octava tendencia quiero un mundo libre de plástico: pretenden eliminar el desperdicio de plástico, las empresas son sostenibles. Pagan por productos reciclables menos dañinos, las marcas planifican la recuperación y reutilización, se enfoca la economía circular.

La novena se inclina a lo quiero ahora: Estilos de vida impulsados por la eficiencia y las experiencias sin problemas, gratificaciones instantáneas, reducir el tiempo de espera, Aplicaciones que permitan sincronizar su información personal y preferencial. Y la última de las tendencias es vivir solo amando la soltería: la alta tasa de divorcios genera rechazo

al matrimonio y a la convivencia, provoca consumidores sensibles y orgullosos. Pagan por productos durables, de alta calidad, de moda o naturales, simples, funcionales y desechables. Las marcas intentan crear estilos de vida independiente (Angus y Westbrook, 2019). Los consumidores de la presente tesis están enmarcados dentro de la segunda tendencia, denominada el regreso a lo básico, ya que estos consumidores se inclinan a lo artesanal, a productos auténticos y diferentes.

3.1.1.4. Entorno tecnológico

El factor tecnológico es decisivo ya que ha mejorado brutalmente, transformando de forma inmediata el futuro de las empresas. La tecnología es básicamente el compendio total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Esta se manifiesta en nuevos productos, máquinas, materiales y servicios, con un enfoque dual equilibrado donde se busca el aprovechamiento y la disminución de impactos colaterales. Se considera necesario analizar la inversión pública en investigación y la promoción del desarrollo tecnológico, la penetración de la tecnología, la obsolescencia, su cobertura, la brecha digital, fondos destinados a I+D y observar las tendencias en el uso de nuevas tecnologías (Escuela de Alta Dirección y Administración [EADA], s.f.).

El cuero y los artículos de cuero son los productos más comercializados del mundo, su fuente es renovable y accesible. El comercio internacional de este producto aumenta constantemente, la producción y suministros es llevada a cabo en los países en desarrollo llegando a ser los proveedores de los productos con valor añadido. Entre los países menos adelantados existe un potencial de crecimiento inexplorado, presentan materia prima, pero están desprovistos de conocimientos técnicos, el acceso a la información, gestión de calidad, marketing, de inversiones y alianzas internacionales. Por lo cual el Centro de Comercio Internacional (ITC) busca crear esos nexos con la PMA, para que los artesanos no corran peligro de desaparecer por la creciente competencia de productos importados y seriados (ITC, 2019).

La ITC, interviene solo con el cuero de subproductos cárnicos, fomenta investigaciones de empresarios de los países en desarrollo incrementando la visibilidad del sector.

Además, creo una plataforma de encuentro con información e inteligencia de mercado del cuero.

El rol de la tecnología en el desarrollo sostenible dentro del sector del cuero crece, aparecen nuevas investigaciones que sustituyen el cuero animal y el sintético. Es un biomaterial fuerte obtenido de hongos. La empresa American Bolt Threads, que realiza biomateriales logró obtener de las raíces (micelio) de la seta cuero llamado Milo. Material sostenible, biodegradable, que es teñido con té de forma natural. La tendencia a lo sostenible trabaja de la mano con la tecnología, se genera el cuero de piel vegetal, se opta por el reciclaje 100% como la empresa Officina + 39, una empresa italiana que genera pigmentos, colorantes para prendas obtenidos al pulverizar los desechos textiles. El uso de los retales o desperdicios de fábricas es otra técnica innovadora (Alvarado, 2018).

Otro sistema optado por los diseñadores es el diseño zero waste sostenible, con costuras y patronaje cero residuos, el cual consiste en no crear residuos. El patrón se hace antes de la compra para calcular exactamente la cantidad de material. Se diseñan cosas atemporales y además hay que pensar cómo usar los sobrantes o retazos. Se emplea mucho el patchwork. Por otro lado, en busca de medidas de protección al sector industrial manufacturero del Ecuador ante las importaciones que llegan de China y Brasil, el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO) en colaboración con otras entidades, adquirieron maquinaria para conformar un centro de diseño computarizado logrando disminuir las importaciones de cuero y calzado 77% y 65% respectivamente (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MIPRO], 2019).

3.1.1.5. Entorno ambiental o ecológico

Los factores que inciden son la conciencia de preservar el entorno natural, la legislación medio ambiental, los cambios del clima y temperatura, los riesgos naturales, el reciclaje. Hay que cuidar mucho los cambios normativos de conciencia social y en tendencia. Son factores que pueden afectar a mediano plazo directa o indirectamente, proyectos en desarrollo.

El Ecuador es un país superávit ecológico pues mediante su indicador de sustentabilidad denominado “Brecha entre huella ecológica y biocapacidad. La huella ecológica de Ecuador es el 1,4 % menos que su biocapacidad esta se genera principalmente por alimentos, vivienda, transporte, bienes y servicios. Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE, 2019), dota de certificados y reconocimientos a los sectores estratégicos, productivos, de servicios y académicos que prevengan impactos ambientales. Es por eso que se crearon incentivos ambientales como:

- Certificación Ecuatoriana Ambiental por caso de Producción Más Limpia (P+L)
- Autorización ambiental por adquisiciones de maquinaria, equipo o tecnología de Producción Más Limpia (P+L)
- Reconocimiento ecuatoriano ambiental denominado punto verde que se otorga por buenas prácticas ambientales en oficinas públicas.
- Reconocimiento ecuatoriano ambiental denominado punto verde a construcciones ecoeficientes.

3.1.1.6. Entorno legal

Los factores legales están relacionados con las leyes establecidas, son incisos obligatorios que cumplir. Es importante tener en cuenta los cambios de la normativa, información sobre licencias, legislación laboral, propiedad intelectual, leyes sanitarias y los sectores regulados, entre otros.

La Asamblea Nacional Constituyente dentro de la Constitución de la República del Ecuador, sección cuarta – cultura y ciencia específica:

Art. 22.- Las personas tiene derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que le correspondan por la producción científica, literaria o artística de su autoría (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Los artículos 22 y 25 mencionan que existe una producción científica de saberes ancestrales, actividades culturales y artísticas de las cuales se tiene pleno beneficio, respetando siempre sus derechos morales como patrimonio. El fin es difundir el conocimiento ancestral en la sociedad.

En cuanto a las normas ambientales El Ministerio de Ambiente (MAE, 2019), menciona:

El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una vida”, en su política 5.8 señala: “Fomentar la producción nacional con responsabilidad social y ambiental, potenciando el manejo eficiente de los recursos naturales y el uso de tecnologías duraderas y ambientalmente limpias, para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios de calidad”

Art. 243 del Código Orgánico del Ambiente determina que el cumplimiento de la normativa ambiental y la producción más limpia serán reconocidos por la Autoridad Ambiental Nacional mediante la emisión de certificados o sellos verdes los mismos que se guiarán por un proceso de evaluación, seguimiento y monitoreo.

Art. 283 del Código Orgánico del Ambiente establece que los incentivos ambientales podrán ser: económicos o no económicos; fiscales o tributarios; honoríficos por el buen desempeño ambiental; y, otros que determine la Autoridad Ambiental Nacional.

En conclusión, en la parte de la manufactura industrial, el Ministerio de Ambiente dota de incentivos uno de ellos es no tributar el 100%. Existe monitoreo constante para tratar de evitar la contaminación por parte de las empresas, y hay multas, sanciones ante esto. A demás se pretende evitar la generación de residuos.

3.1.2. Tendencias de consumo

Existe una amalgama de tendencias sociales de consumo, que conforman el contexto del proyecto, entre ellas es importante citar la promulgada por el gobierno nacional. La

renombrada campaña “Primero Ecuador”, es una tendencia nacional que fomenta el consumo local de productos netamente ecuatorianos. Se incentiva a las PYMES y MIPYMES a que se adquiera materia prima nacional, así como mano de obra para la elaboración de productos de calidad con un plus agregado. El afán es visibilizar el talento humano de los ecuatorianos en sus productos y que puedan competir en el mercado, beneficiando de esta forma al crecimiento económico del país con la disminución de importaciones (Plan Nacional Toda una Vida, 2017-2021).

Los hábitos de consumo son marcados por las tendencias y los nuevos movimientos que surgen. Entre los factores que destacan el panorama de consumo está la convivencia, el placer, la salud y la hiperpersonalización. En cuanto a la moda, está retornando la expresión de la identidad social que era reprimida por la moda, denominada vestir con cultura.

Glocalización

Es un enfoque dual entre la identidad y la innovación, dinámica de globalizar lo local y localizar lo global. La tecnología, comunicación e información han logrado una unificación global lo cual ha cambiado al consumidor, generando una tendencia defensiva hacia la individualización, su retorno cultural. El diseñador no contrapone al consumidor pretende sumarse al proceso global y aportar su enfoque local y regional provocando la construcción de nuevas identidades. Lo fundamental de este proceso es que se recuperan elementos culturales los cuales han sido alterados por la migración, la desventaja es que se produce el prejuicio de apropiación cultural (Pepe, 2018).

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Según Stanton, Walker y Etzel, con el fin de obtener rentabilidad en la diversidad del mercado, aparece la imperiosa necesidad de dividirlo en grupos objetivos homogéneos. Se separa a los consumidores que compartan gustos, necesidades comunes, motivos de compra, para crear estrategias comerciales diferenciadas para cada grupo. Lograr el desarrollo o adaptación de los servicios o productos al target específico brinda una ventaja competitiva, la fidelidad del cliente para los autónomos y pymes (citado en Thompson,

2015). Jones (2013), en atención a esto afirma: “Solo prosperarán aquellos minoristas que estén en posición de servir a un mercado al que se hayan dirigido cuidadosamente con una oferta distinguida y diferencial” (p. 81).

El público objetivo, es un consumidor con tendencia al consumo de moda sostenible y lenta, que rechaza los productos genéricos fabricados en masa, y prefiere productos artesanales diferentes, logrados por el diseño de autor. Los bolsos casuales formales, están dirigidos al segmento ejecutivo masculino de 25 a 35 años de edad pertenecientes a la generación millenials de la ciudad de Ambato. Con un perfil de consumidor contemporáneo, que integra a su vestuario atemporal y funcional accesorios novedosos con expresiones artísticas y étnicas (Jaramillo, 2010). Los bolsos, presentan composiciones iconográficas reelaboradas (Pepe, 2018), de los chumbis de Chibuleo plasmadas en los foros, escudetes o tapas. Lo cual dota de un valor agregado, único y diferente a cada producto, logrando fortalecer y afianzar una identidad nacional en la diversidad y aportar a su matriz productiva.

Tablas de segmentación del mercado potencial

Tabla 7. Variable demográfica

VARIABLE DEMOGRÁFICA			
Edad	25-35 años	Género	Masculino
Estado civil	Todos	Origen étnico	Mestizos
Generación	Y- Personas alfabetizadas en la tecnología, altruistas, activos, consumidores inteligentes. <i>Millennials</i> .		

Tabla 8. Variable Geográfica

VARIABLE GEOGRÁFICA			
Continente	Americano	Clasificación	Sudamérica
País	Ecuador	Región	Sierra
Provincia	Tungurahua	Ciudad	Ambato

Zona	Urbana	Clima	Templado
------	--------	-------	----------

Tabla 9. Variable socio-económica

VARIABLE SOCIO-ECONÓMICA	
Nivel de educación	Superior, tercer y cuarto nivel, profesionales.
Ingresos	Sueldo mínimo de 800\$.
Ocupación	Usuario que pertenece al área ejecutiva de una empresa o entidad.
Clasificación en la escala social	Clase social media, personas con estudios superiores económicamente activas e independientes.

Tabla 10. Variable psicográfica

VARIABLE PSICOGRÁFICA	
Rasgos de personalidad	<i>Multitasking</i> , falta de utopía, altruista, sensible a la tecnología, investigan y contrastan, alta autoestima, buscan la felicidad en lo que hacen, sensible a lo sostenible, gusto por lo nuevo.
Estilo de vida	Vida y trabajo equilibrados, prefiere entornos creativos y eco responsables, prosumidores (generan ideas para cambios, tendencias), les importa las experiencias. Son innovadores, pensadores, creyentes, triunfadores, esforzados, experimentadores (escala de Vals).
Actividades	Hacer deporte por estado físico, leer, ver programas de televisión, seguirse educando.
Opiniones	Conectados relacionados con sus semejantes, medios de comunicación. Mente abierta, percibe menos riesgos al probar cosas nuevas.
Intereses	Mantener una economía estable, salud, tener buen estado físico.

Tabla 11. Variable conductual o comportamiento de compra

VARIABLE CONDUCTUAL	
Orientado a la lealtad	Productos de calidad, servicios oportunos, disponibilidad y buen trato.
Orientado a los beneficios buscados	Calidad del diseño, materiales y confección. Precios razonables. Servicio de venta y posventa con garantía.

Orientado al uso	Consumo de productos de forma moderada y sostenible
Orientado a la ocasión	Al adquirir productos prima la necesidad.

Fuente: Jones (2013), Schiffman, Lazar y Wisenblit (2010)

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia

Según Credit Suisse, el mercado mundial de la moda es uno de los más exitosos sumando 1,3\$ billones de dólares (Citado en Comunidad Textil, 2016). La empresa asegura que el crecimiento es propulsado por las grandes cadenas de moda rápida, de las cuales seis son de Estado Unidos. El 25% de las ventas fueron vía Web, donde plasman su opinión y con frecuencia cambian tendencias. La tendencia sustentable con una actitud socialmente responsable hacia el medio ambiente está siendo adoptada, pues llega a ser lucrativa ya que los consumidores pagan más dinero por usar productos no dañinos.

De acuerdo BMI Research, Latinoamérica siendo una industria joven en la moda por su parte mueve 160\$ mil millones según la consultora. Los países que encabezan el sector son México, Brasil, Colombia y Argentina (citado en Altamirano, 2018). En cuanto a Ecuador existe crecimiento en el consumo de marcas nacionales, apareciendo diseñadores que proponen moda y dinamizan el sector. Ecuador pasa por una crisis económica evidenciada por los indicadores económicos publicados por el INE (2019), donde se muestra que la economía solo ha crecido el 0,2%. La Agencia Calificadora Moody's bajo a Ecuador de calificación estable a negativa por falta de recursos y posibles dificultades para pagar deudas.

El sector de la industria de la moda y calzado también se ven afectados por paralizaciones del sector indígena ante nuevas medidas económicas, entre estas el de quitar los subsidios de los combustibles, aunque se pretende que suban un 7,2% hasta el 2021. El sector es afectado por incremento de impuestos en la adquisición de maquinaria, materia prima e insumos. Si bien los diseñadores de moda locales ofrecen productos con calidad, exclusividad, elaboración a medida, difícilmente compiten con productos importados de Asia. El sector de calzado y prendas de moda ha disminuido, de 3 830 el

92,6% redujo la compra de artículos vestimentarios en un año, esto se debe a la creciente crisis económica (Alvarado, 2019).

Por otro lado, de acuerdo a un estudio hecho en España de AIMAC Marcas se afirma que:

A la hora de adquirir artículos de moda las motivaciones varían en función del sexo: para las mujeres es importante la moda o las ofertas y /o rebajas, los hombres tienen más en cuenta la calidad. (...) Un 40,8% de los encuestados definen un estilo como práctico, cómodo e informal. Estos datos contrastan con el 23,4% que se destacan por un estilo clásico o convencional. Los estilos que menos son adoptados por los entrevistados son el llamativo (0,4 %) y el sexy con (0,3 %). (Citado en Palacios, 2019).

Y en Ecuador no es diferente, los hombres mantienen un mercado de consumo mínimo en este sector, pocos consideran que la moda es necesaria para tener un estilo y no lucir igual al resto.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010), presenta los siguientes datos: Ecuador tiene 4 477 434 hombres en la zona urbana y cuenta con 2 726 249 en la zona rural. De ese modo los hombres representan (49,6 %) de la población, siendo 7 177 683 en total. La tasa con empleo adecuado/pleno se ubica en 43,8%, para población masculina con 14,0 puntos porcentuales mayor que de la mujer; los hombres ocupados según el nivel de instrucción son 662 963 con titulación superior universitario y en posgrados 38 484. Respecto a la ocupación del público ideal: Personal directivo, administrativo público y empresas 47 371; empleados de oficina 178 730.

Dentro de este marco la provincia de Tungurahua (3,5% de la población nacional), presenta 244 783 población masculina, es decir por cada 100 mujeres existen 94 hombres. De igual manera Ambato (159 830 hombres) con mayor número de habitantes a nivel provincial cuenta con una tasa de empleo adecuado/pleno de 50,6 puntos porcentuales ocupados en su mayoría por hombres. Existe un decremento en el target masculino con relación al femenino, sin embargo; los hombres mantienen un alto grado ocupacional

oscilando el 60,5%. Al mismo tiempo sus ingresos económicos, el cargo que ocupan son más elevados incluso la carga horaria de trabajo es menor (INEC, 2010).

Aunado a la situación, el sector industrial ambateño se dedica en mayor parte a la elaboración de prendas y accesorios para el segmento femenino. Mientras que el campo masculino ha sido poco explorado y cargado de estereotipos convirtiéndose en un reto para diseñadores, blogueros y emprendedores nacionales. La productora más grande de bolsos para hombres y mujeres provienen de los talleres artesanales de Quisapincha (Novoa, 2015). Luego de realizar un Street visión se pudo verificar que, dentro del mercado local en la ciudad de Ambato, existe el local G y M Diseño en cuero, que comercializan ropa, accesorios en cuero, en pocas cantidades para el hombre. El Mall de los Andes cuenta con una sola tienda de bolsos de cuero masculinos denominada Uomo Venetto, con precios muy elevados.

Pical es otra firma que cuenta con bolsos ejecutivos de lona, con poca variedad y cantidad de productos. Les siguen varias marcas pequeñas y poco reconocidas dedicadas a los bolsos con productos extremadamente económicos, pero de baja calidad. Esto quiere decir que los bolsos ejecutivos dirigidos al segmento masculino tendrán un amplio mercado, razón por la cual el mercado potencial no se encuentra saturado.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Ante la escasa presencia de marcas de bolsos exclusivos para hombres en el sector de Ambato, conviene el manejo adecuado del marketing. Es importante mejorar el producto, sin usar a la competencia como referencia para la comparación. En lugar de girar alrededor de la victoria de las empresas líderes se pretende implementar la innovación de valor, siendo esta la piedra angular para alcanzar un nivel óptimo de aceptación del mercado objetivo.

Es indispensable plantear estrategias que amplíen los horizontes del mercado, movimientos estratégicos, actuaciones y decisiones que produzcan nuevas trayectorias de crecimientos rentables. Sin obsoletas comparaciones entre sí, que maximizan por cierto tiempo una marca dentro de un mercado tan saturado e inducen a la producción de enseres

genéricos. Dentro del mercado existen dos océanos rojos y azules, los rojos representan los mercados saturados de competidores, realizando el mismo producto, empleando el dogma de la competencia: valor y costo. Las condiciones estructurales de una empresa ya están regidas por la competencia y se crean estrategias para vencerlas (Chan y Mauborgne, 2005).

Los océanos azules son espacios desconocidos en el mercado al que se pretende llevar un producto existente o crear uno nuevo. Su enfoque, es la innovación con valor. Es una estrategia que no se centra solo en el producto sino da un salto cualitativo en todo el proceso de obtención del mismo. Se crea diferenciación y bajo costo al tomar elementos que están fuera de las fronteras de la industria existente. Se dirige la mirada hacia los océanos rojos para debelar las variables de competencia y como las percibe el cliente. Se elimina, reduce, crea e incrementa alternativas para dibujar nuevamente el perfil estratégico de la industria (Chan y Mauborgne, 2005).

A continuación, se elaboró un cuadro estratégico que arroja a la luz, las variables alrededor de las cuales compiten las marcas de bolsos en producto, servicio y entrega, del sector de Ambato. El fin no es compararse sino obtener una guía de la cual se puede tomar algunas cosas para el producto o evitarlas y generar otras alternativas no usadas en el mercado. Posteriormente se generó una matriz donde se elimina, reduce, crea e incrementa alternativas para el desarrollo del producto. Con el afán de reconstruir elementos de valor para el comprador.

Tabla 12. Cuadro de variables de la competencia o estratégico

CRITERIOS	0	No lo considera	1	Lo considera vagamente
	2	Está bien, pero necesita mejorar	3	Muy bien implementado
MARCAS				
FACTORES	G y M	Pical	Uomo Venetto	Kisapincha
Precio competitivo	2	3	3	1

Calidad en confección	3	3	3	2
Publicidad	0	3	3	1
Cobertura en el mercado	1	2	3	1
Posicionamiento de marca	1	3	3	0
Diseño	2	2	2	1
Calidad de materiales	3	2	3	1
Tiempo de entrega	2	2	3	2
TOTAL	14	20	23	9
Plus de la marca	Descuentos Garantía	Descuentos	Descuentos	Lo considera vagamente

Fuente: (Chan y Mauborgne, 2005)

Tabla 13. Esquema de las cuatro acciones

ELIMINAR	INCREMENTAR
Marketing por encima de los niveles normales Producciones seriadas	Diseño Calidad El precio con respecto a los bolsos económicos.
REDUCIR	CREAR
Tiempos de entrega	Plus en los productos de la marca Terminados sofisticados

Fuente: (Chan y Mauborgne, 2005)

La competencia a nivel local ofrece bolsos de mujer en su mayoría, el target masculino es escasamente explorado. Las marcas emplean producción seriada, con materiales genéricos, la estrategia de mercadeo es valor y costo. La materia prima es importada en su mayoría. Mediante la guía de la tabla 12, se elaboró el esquema de las cuatro acciones para implementarlas en la marca. Por ejemplo, las marcas de bolsos locales cuidan la

calidad en la confección siendo este un punto clave al elaborar bolsos, también es necesario generar el plus de la marca, trabajando desde el diseño. En el caso de la marca KON-DOR que es un referente para el proyecto, se dedica a la fabricación de bolsos en cuero dentro del segmento femenino. Mezcla el cuero con los tejidos de las fajas, por ende, trabaja con artesanos de Otavalo, su materia prima al igual que los insumos son importados. Los precios varían desde 198,00 USD hasta 290,00 USD.

3.2. Análisis interno

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles

El presente proyecto está basado en la realización de bolsos ejecutivos masculinos inspirados en la iconografía de los *chumbis* del pueblo chibuleo, la materia prima empleada es el cuero. En lo que respecta a maquinaria, el desarrollo de estos objetos vestimentarios se lleva a cabo en un taller que elabora bolsos, cuyo propietario es el Sr. Machuca Benjamín. La materia prima será obtenida de diferentes curtidurías de la provincia Tungurahua.

3.2.2. Análisis Cadena de valor

Desde la perspectiva general de Porter, la cadena de valor es una herramienta estratégica para analizar las fuentes de ventaja competitiva que puede tener una empresa dentro de su estructura de valor. Una empresa, realiza una red de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar a cabo el mercado, entregar y apoyar sus productos. Todas esas actividades son representadas en una cadena de valor para obtener un esquema básico coherente de las mismas. Con esto se pretende identificar aquellas actividades que añaden valor al producto o servicio final y que constituyen su estructura de costes. Las cadenas de valor están relacionadas con la de los clientes y proveedores (Porter, 2008).

En la cadena de valor se establecen las actividades en dos grandes grupos, según su vinculación con el proceso productivo. Las primarias son las actividades que intervienen en la construcción física del producto, en su comercialización y postventa. Las actividades

de apoyo son aquellas que no forman parte del proceso productivo, pero las respaldan. Mientras que el margen brinda un valor agregado a la empresa. A continuación, se desarrollan los eslabones de la cadena de valor aplicada a la moda.

3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo

La investigación es la parte fundamental de cualquier proceso de diseño, ya que mediante ella se construyen las bases sobre las cuales construir y desarrollar los resultados creativos. Antes de empezar a diseñar, se debe indagar el mercado objetivo para el cual se va a diseñar y por el cual empieza el proceso creativo. Posteriormente se procede a rastrear influencias históricas o culturales, analizar tendencias, influencias, de las cuales se puede sustraer colores, texturas, formas, volúmenes, siluetas. Dicha información será recopilada en varios moodboard de diseño, los mismos que serán utilizados para el proceso creativo, que parte del bocetaje (Seivewright, 2011)

Seguido a esto, empieza el desarrollo de la colección, que inicia con el proceso bocetaje de 12 bocetos, de los cuales 8 son seleccionados para realizar propuestas de color, aquí se debe representar las texturas del material con algunos detalles de insumos. A continuación, se procede a realizar fichas técnicas de diseño plano con especificaciones de material, fichas de patronaje, fichas de ruta operacional, finalmente se procede a desarrollar los prototipos de la colección y el photobook de la colección del producto para que salga a la venta (Seivewright, 2011).

3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

La adquisición de la materia prima se realizará dentro de la provincia de Tungurahua, principalmente de la curtiembre Quisapincha, ya que cuentan con una gran variedad de materiales para la elaboración de los diferentes productos. El proveedor de insumos, hilos, agujas, instrumentos de corte del cuero, será el Centro Comercial Yolanda Salazar y el almacén Dimar. Las telas para forros serán adquiridas del almacén Editex. Por otra parte, el taller en el que se lleva a cabo la elaboración de los bolsos cuenta con proveedores de

materia prima ya establecidos, de los cuales también se hará uso, facilitando los términos de negociación de precios como el plazo de pago y entrega.

La empresa Red de Ambato será el proveedor de las marquillas en tela y etiquetas de cartón, además será el espacio en el que se desarrolle las técnicas de acabados en cuero. El espacio destinado como bodega para la recepción de los materiales será el taller del Sr. Benjamin Machuca, quien también por su experiencia, será el principal apoyo para la selección y adquisición de materia prima de calidad, con la que se pretende trabajar en los diferentes prototipos.

3.2.2.3. Eslabón de producción

El proceso productivo de este producto cuenta con tres áreas bien marcadas: Área de diseño creativos de los bolsos, área de patronaje o proceso de elaboración de moldería, área de marcado y corte de las piezas de los bolsos de cuero. Dependiendo el diseño de los bolsos antes del proceso de armado se realizan las técnicas de acabados sobre el cuero. Luego de ello en el área de producción se procede a pegar las piezas, coser las piezas, colocando los respectivos insumos funcionales y decorativos. Al ser un pequeño taller, con la única mano de obra que se cuenta es con la de su propietario.

En lo que respecta a las técnicas de los acabados sobre cuero se llevaran a cabo en diferentes lugares dependiendo de la técnica. El láser *cut* y el grabado se realizarán en el local Red de Ambato.

3.2.2.4. Eslabón de comercialización

El objetivo de toda empresa es vender, comercializar un producto con éxito, para ello es fundamental contar con la aceptación del público y obtener usuarios fieles. Por eso, el presente proyecto contara con algunas estrategias de comercialización para lanzar y lograr el reconocimiento de su marca.

- Comercialización del producto: Se pretende a largo plazo establecer un punto de venta propio.

- Valor agregado: Para que tenga mayor impacto en el mercado, se trabajarán bolsos con iconografía nacional y local, a largo plazo se pretende también trabajar con artesanos tejedores que tejan los motivos sobre las asas de los bolsos, cada asa será única para generar exclusividad y se colocaran dos por bolsa, una simple de cuero y otra tejida, en caso de pérdida. Las bolsas presentan plasmadas palabras de motivación en *kichwa*-español en diferentes partes. Con el afán de cooperar con el medio ambiente, se emplean etiquetas de ideas alternativas para usar el cuero al final de su vida útil, dentro de las cuales también a largo plazo se propondrá un programa de devolución, es decir los clientes que traigan cinco o más bolsos de la marca recibirán descuentos, dicho reciclaje servirá para el desarrollo de futuros productos de marroquinería de la marca. Se brindará una garantía de 2 reparaciones del producto en un año, para que mantenga sus bolsos en uso por más tiempo.
- Las estrategias de comunicación: Son importantes cuando se desea posesionar una nueva marca, por lo tanto, se empleará redes sociales, página web, donde se exhibirán los productos.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

Para el desarrollo del presente trabajo se requirió la contribución de dos grupos de opinión, que están directamente relacionados con el tema. El primer grupo estuvo conformado por los usuarios y el segundo por especialistas dentro de los cuales se hallan los artesanos tejedores de los *chumbis*. Para la recolección de los datos se aplicaron dos tipos de técnicas como son la encuesta y la entrevista., de las cuales se realizaron sus respectivas matrices.

La encuesta estuvo dirigida para los hombres ejecutivos de 25 a 35 años, de clase social media, personas con estudios superiores económicamente activos e independientes. Hombres contemporáneos que tienen tendencia al diseño étnico, y sobre todo que aprecian la iconografía de los pueblos indígenas como una forma de expresar su propia identidad. Por otro parte, para los tejedores de los *chumbis*, dirigentes comunitarios y a las *mamas* de Chibuleo, se realizó una matriz de entrevista semiestructurada, al ser los conocedores de la historia, técnicas de tejidos, simbología de los iconos y de los colores de las fajas.

4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista



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

Objetivo: Analizar los diferentes gustos y preferencias en cuanto a la utilización de bolsos, para la elaboración de propuestas con iconografía de los *chumbis* de Chibuleo que promueven la identidad local.

Datos de clasificación: Encuesta dirigida a hombres de 25 a 35 años de edad.

Recomendaciones: Marque con una X una de las opciones.

Profesión:

Ocupación:

Cuestionario:

1.- ¿Es de su conocimiento que cada pueblo y nacionalidad del Ecuador cuenta con diversidad iconográfica (símbolos) que en la actualidad están en desuso?

Si No

2.- ¿Conoce usted la iconografía empleada en las fajas de la vestimenta femenina de chibuleo?

Si No

3.- ¿Considera usted que es necesario emplear la iconografía de las fajas de chibuleo en productos vestimentarios para visibilizar, la identidad cultural del país?

Si No

4.- ¿Con qué perfil del consumidor se identifica? (Colocar una x en la casilla correspondiente).

a.- Integra la moda a su estilo personal, de forma discreta. Valora parte de la tradición, cultura, historia, costumbres familiares. Diferencia claramente lo masculino de lo femenino. Valora los detalles, tiene apariencia impecable, actualizado, conservador, prefiere la vestimenta casual formal.	
b.- No se deja influenciar por el entorno cercano, explora e investiga y responde a su propio criterio, deseo, estilo, experiencia. Es dinámico, intenso, versátil, actual, espontáneo. Tiene una actitud independiente, segura, de mente consciente. Adicto a los avances tecnológicos, prefiere vivir en la ciudad. No distingue géneros, prefiere la vestimenta casual informal.	
c.- Novedoso, innovador, atrevido, adopta las últimas tendencias de moda que cambian rápidamente. Busca sentirse y verse siempre diferente, indiscreto, rebelde. Le gusta la velocidad y el futuro. Su vestimenta está regida al tema o concepto de las nuevas tendencias que cambian tan rápido como su ropa.	

5.- ¿Usted considera que un bolso es de uso indispensable para el hombre actual?

Si No

6.- ¿Adquirir un bolso diseñado con iconografía local labrada sobre cuero por artesanos es para usted?

a. Muy importante b. Poco importante c. Nada importante

7.- ¿Cuándo usted adquiere un bolso, por qué lo hace?

a. Necesidad b. Apariencia c. Moda

8.- ¿Qué valora usted cuando adquiere un producto? Enumere del 1 al 5, siendo 1 lo más importante y 5 lo menos importante.

a. Calidad b. Innovación c. Precio d. Diseño e. Materiales

9.- ¿Con qué material le gustaría que este elaborado el bolso?

a. Cuero b. Material sintéticos c. Mezcla de los dos

10.- ¿Cuáles son los artículos que portaría normalmente en el bolso? Marque según corresponda.

Laptop libro Tablet carpetas Lentes Botella de agua

llaves otros indique cuales.....11.-

¿Qué tamaño de bolso le gustaría?

a. Grande b. Mediano c. Pequeño

12.- ¿Qué tipo de bolso le gustaría? (colocar una X sobre la imagen).



A. Bandolera B. Riñonera C. Maletín D. Gabol E. Mochilas F. Bolso mini
G. weekender H. tote I. Bolso puzzle J. Portafolio

13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso?

a. 65-75 b. 75-80 c. 80-85

MATRIZ DE ENTREVISTAS	
01	<p>DIRIGIDA A: Dirigentes Comunitarios de Chibuleo ENTREVISTADO: INVESTIGADOR: LUGAR:</p> <p style="text-align: right;">FECHA:</p>
OBJETIVO: Indagar sobre el origen de los chumbis de Chibuleo, y sus características específicas.	
<p>1.- ¿Cuál es el origen de la faja de Chibuleo y con qué nombre se le conoce en <i>kichwa</i>?</p> <p>2.- ¿Cuántos tipos de fajas hay y cuando se las usa?</p> <p>3.- ¿Para qué nomas se emplea el chumbi?</p> <p>4.- ¿Qué significado tiene cada dibujo del chumbi de Chibuleo?</p> <p>5.- ¿Qué colores se emplean al tejer los chumbis y qué significan?</p> <p>6.- ¿Cuáles son las partes del Chumbi?</p>	
INTERPRETACIÓN:	
OBSERVACIONES:	

MATRIZ DE ENTREVISTAS	
02	<p>DIRIGIDA A: Tejedores artesanos ENTREVISTADO: INVESTIGADOR: LUGAR:</p> <p style="text-align: right;">FECHA:</p>
OBJETIVO: Indagar sobre el origen de los chumbis de Chibuleo, sus funciones, clasificación, el significado de la iconografía y los colores	
<p>1.- ¿Cuántas clases de chumbis existen, ¿cuándo se usan y tiene algún simbolismo?</p> <p>2.- ¿Qué tipo de dibujos se puede encontrar en la faja de Chibuleo?</p> <p>3.- ¿Qué significado tiene cada dibujo de la faja de Chibuleo?</p> <p>4.- ¿Qué colores se puede encontrar en los chumbis de Chibuleo y que simbolizan?</p> <p>5.- ¿El color de hilo empleado para tejer el dibujo tiene algún simbolismo?</p> <p>6.- ¿Cuáles son los procesos de tejido del chumbi, ¿cuántos hilos se emplean?</p>	
INTERPRETACIÓN:	
OBSERVACIONES:	

MATRIZ DE ENTREVISTAS	
03	DIRIGIDA A: <i>Mamas de Chibuleo y a una comerciante de chumbis</i> ENTREVISTADO: INVESTIGADOR: LUGAR:
	FECHA:
OBJETIVO: Indagar sobre el origen de los chumbis de Chibuleo, sus funciones, clasificación, el significado de la iconografía y los colores	
1.- ¿Cuántas clases de chumbis existen y cuándo se usan? 2.- ¿Cuáles son las partes del <i>chumbi</i> ? 3.- ¿Cómo se debe colocar los <i>chumbis</i> en la cintura? 4.- ¿Qué colores se puede encontrar en el chumbi de Chibuleo y que simbolizan?	
INTERPRETACIÓN:	
OBSERVACIONES:	

4.2. Selección de la muestra

La selección de la muestra es esencial para la recolección y análisis de datos. No es más que la definición de un subconjunto de elementos que pertenecen al conjunto denominado población. Existen dos tipos: La probabilística, donde todos los elementos del subgrupo poblacional pueden ser escogidos, en forma individual o directa y se emplean encuestas. La no probabilística por su parte es una selección sobre la base del criterio o propósito del investigador. El procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad sino es generadora de materia prima, indaga casos o unidades de forma profunda. Algunos estudiosos establecieron tamaños mínimos de muestras para estudios cualitativos. En el presente trabajo se empleó los dos tipos de muestra, la probabilística para analizar los gustos del usuario y la no probabilística para recolectar la iconografía de la voz de artesanos.

Según datos del INEN de acuerdo al censo realizado en 2010, revela que, en la provincia de Tungurahua, en el cantón Ambato la población masculina está conformada por 159 830 personas de 25 a 35 años de edad. De los cuales 76 721 cuentan con empleo adecuado/pleno. Mientras que el estrato por titulación superior es de 14 877 y de posgrados 503 hombres. Según los grupos ocupacionales las cifras varían, y se ha escogido de entre estos los que serán posibles consumidores del producto desarrollado en la presente tesis. Entre los cuales tenemos: Miembros, profesionales técnicos con 7 006 hombres, empleados de oficina son 3 382 hombres, y en trabajo de los servicios 8 990. Dicho esto, el de target masculino suma 19 378 en total.

Al no tener acceso directo a los profesionales acreditados, para los usuarios se empleó una muestra por conveniencia, que son casos disponibles a los cuales se tiene acceso. Atendiendo estas consideraciones, los usuarios encuestados son 55 ejecutivos económicamente activos, de 25 a 35 años de edad que pertenecen a la generación *milleniales*, amantes de las cosas que expresen identidad nacional. Las encuestas fueron llevadas a cabo dentro de la universidad, centros de salud, notarias, compañías de construcción, unidad educativa escolar, pymes, mipymes, ya que posee un personal ejecutivo. Esto es primordial para contemplar si a los usuarios les gustaría que sus bolsos ejecutivos contengan iconografía reelaborada no transmitida de forma cotidiana y artesanal (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Póstumamente con entrevistas abiertas, los cuales son diálogos flexibles basada en preguntas sobre experiencias, opiniones, valores, creencias, emociones, hechos, percepciones, etcétera. Se procedió a entrevistar de forma abierta a tejedores artesanos que beneficiaron la tesis con información del significado de la iconografía, la esencia de la imagen; para capturar su forma y descripción simbólica en fichas. Los artesanos contribuyeron con 10 ejemplares de las fajas para su análisis y desestructuración del icono (Naranjo, Medina , y Herrera, 2014)

Mediante la técnica de análisis de contenido se analizó las fotos, videos recolectados. Por consiguiente, las 12 fajas de las *mamas* fueron capturadas a través de fotos y videos con esto se consiguió el más mínimo detalle de las imágenes de los *chumbis*, el color de

sus hilos. Los iconos de los *chumbis* son analizados sobre fichas técnicas donde consta de manera desglosada y jerárquica la figura extraída con su respectivo color, el significado de la imagen, el tipo de icono, etcétera (Milton y Rodgers, 2013).

Tabla 14. Población y muestra

Población	Muestra	T/M	Técnica	Instrumento
Usuarios / Ejecutivos de 25-35 años.	55	55	Investigación etnográfica	Encuesta
Taytas Tejedores <i>mamas</i>	9	9	Análisis de información	Entrevista
Objetos-chumbis	12	12	Análisis de imagen	Fichas de análisis iconográfico del <i>chumbi</i>
	Total	76		

Nota: T/M significa tamaño de la muestra

En la presente tesis por cuestión de la dirección del proyecto se relevaron tan solo 12 *chumbis* para su respectivo análisis. Aunque existen más, los cuales pueden ser analizados en proyectos investigativos que se desarrollen más adelante.

4.3. Técnicas de estudio

Para el análisis de 12 artefactos conceptuales (*chumbis*) se llevó a cabo el siguiente proceso de diseño.

1. Recopilación fotográfica de las fajas de las *mamas*, por la presencia de íconos.
2. Ficha de análisis visual: Se halla la descripción de datos generales, técnicos, diseño de la faja (en este punto se realiza una clasificación de los motivos que se hallen en la faja). Se puntualiza los elementos del diseño existentes; sumado a esto mediante la metodología de la reelaboración de Eduardo Gabriel Pepe se procede a vectorizar la faja en Ilustrador,

con un solo propósito, registrarla en un medio digital para sustraer los íconos. Finalmente se sustrajo las muestras de color en el sistema CMYK; el análisis visual de las categorías compositivas y las estructuras de la faja están descritas en base a la metodología de Christian Leborg. Mientras que la interrelación de las formas se narra a la luz de Wong (1991).

3. Ficha de selección de íconos: Tras la reelaboración a partir de la estilización geométrica de la forma del artefacto y los signos inscritos en estos se procedió a clasificar los motivos figurativos (zoomorfos, antropomorfos, fitomorfos), según su tipo (mamíferos, aves, peces, plantas, humanos) y abstractos (motivos geométricos como las líneas zigzag entre otras). A continuación, se analizó la composición modular del motivo tomando como partida la cuadrícula o red de construcción de Zadir Milla la cual permite observar la forma del motivo y los signos que le componen. Esta malla denominada también estructura de ordenamiento está definida a partir de la unidad, dualidad, tripartición, cuatripartición del espacio de un cuadrado, de estas se derivan más series de proporciones estáticas, como la dualidad en la tripartición, cuatripartición en la tripartición, cuatripartición en la bipartición. Finalmente se logra obtener los signos independientes del motivo.

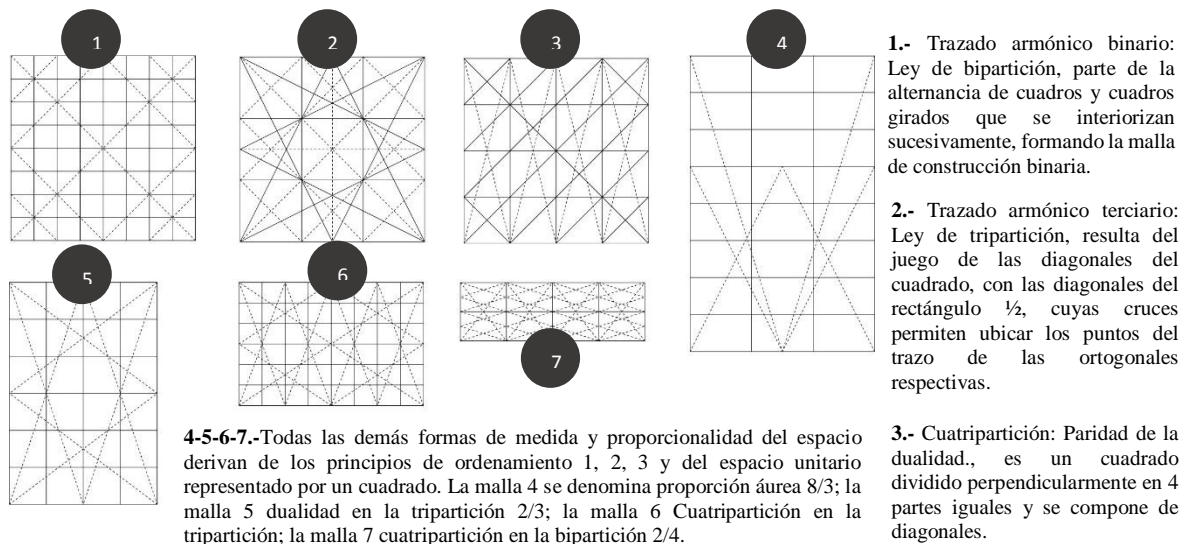


Figura 14. Estructuras de ordenamiento
Fuente: (Zadir Milla Euribe, 2008)

4. Ficha de la metodología de Pepe - Reelaboración controlada de la forma: Con los signos independientes obtenidos en la clasificación según su tipo, se procedió a generar un nuevo motivo enlazando las diferentes partes morfológicas, con los cuales se generó composiciones. Pepe (2018) menciona: “El proponer una especie de desmembramiento de las composiciones formales, indagando los signos autónomos en el análisis de su coherencia formal no tiene, de ninguna manera un fin destructivo, sino permite usar material ancestral con un criterio actual” (p. 15).

4.3.1. Cualitativas

El enfoque cualitativo, tiene como único afán describir las cualidades del fenómeno de interés. El proceso de indagación es inductivo, el investigador interactúa con los participantes, se estudia el mundo real (hechos) para establecer una teoría (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El método cualitativo en el objeto de estudio se guía en describir la iconografía de los *chumbis* de chibuleo, analizar su historia, textura, clasificación iconográfica, connotación de las figuras y colores entre otros aspectos que se presentan al acopiar la información. Así mismo se hace uso de la investigación primaria ya que el contenido simbólico de la iconografía es capturado y documentado gracias a entrevistas directas semiestructuradas y narraciones de historias clínicas. Se llevó a cabo una investigación formativa, pues para contextualizar a lo largo del proceso la literatura fue relevante, fundamentalmente al definir variables o conceptos clave del estudio.

4.3.2. Cuantitativas

La recolección de datos cuantitativos implica el uso de números para evaluar la información, sirve para probar el funcionamiento de proyectos, y realizar un seguimiento de la fuerza y dirección de los efectos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Este instrumento es utilizado con el afán de que la información sirva para determinar datos importantes para el desarrollo del proyecto. Como el tipo de producto que es requerido por el mercado objetivo, logra medir y cuantificar la acogida y posible demanda de los mismos, cual va ser el costo de producción del producto, determinar los volúmenes de producción, la materia prima. Sin dejar de lado la maquinaria y mano de obra necesaria

para la ejecución del proyecto. Para llevar a cabo este proceso se debe estructuro una encuesta con preguntas de selección múltiple y simple dirigida a ejecutivos de 25 a 35 años de edad en la ciudad de Ambato.

4.4. Elaboración e interpretación de datos

Encuesta dirigida a hombres ejecutivos de 25 a 35 años de edad de la ciudad de Ambato.

Ocupación: Los encuestados se desempeñan profesionalmente como se explica en la siguiente tabla.

Tabla 15. Ocupaciones de los profesionales encuestados

PROFESIÓN	OCUPACIÓN	C/U	C/T
Medicina	Pediatra	2	12
	Cardiólogo	1	
	Urólogo	2	
	Dentista	2	
	Radiólogo	3	
	Doctor general	1	
	Otorrinolaringólogo	1	
Administrador de empresas	Jefe de recursos humanos	1	5
	Gerente comercial	1	
	Gerente de su negocio propio	2	
	Consultor y asesor financiero	1	
Diseñador gráfico	Diseñador de publicidad	1	5
	Empresa de diseño de empaques	1	
	Diseñador de garras, estampes	1	
	<i>Freelancer</i>	2	
Enfermería	Enfermero de cuidados intensivos	1	4
	Enfermero de pediatría	2	
	Enfermero privado	1	
Técnico radiólogo	Diagnóstico de ecografías	3	3
Derecho	Abogado penal	1	5
	Abogado del estado	1	
	Abogado civil	3	
Diseñador de modas	Diseñador de pantalones <i>jeans</i>	1	1
Ciencias políticas y relaciones internacionales	Funcionario público	1	1
Arquitecto	Diseño y cálculo de instalaciones	1	2
	Diseño y cálculo de estructuras	1	
Contabilidad y auditoria	Contador de una constructora	1	2
	Consultor financiero independiente	1	
Ing. de Sistemas Computacionales e Informáticos	Soporte técnico de computadoras	1	2
	Administrar redes y sistemas de información de la policía	1	
Ing. Civil	Inspección de obras civiles	1	2
	Obras de infraestructura pública	1	
Educación básica	Licenciado de Matemáticas	1	1
Ing. Organización de empresas	Organizador de eventos	1	1
Ing. Agrónomo	Comercializar productos agrícolas	1	1
Hotelería y turismo	Gestión turística y hotelera de una agencia de viajes.	1	1
Ing. Mecatrónica	Desarrollo de sistemas biomecánicos	1	1
Ing. Comercial	Asesor de pequeñas y medianas empresas	1	1
Ing. Industrial en Procesos de Automatización.	Control y supervisión de maquinaria textil	1	1
Psicología Educativa	Psicólogo institucional	1	1

Economía	Funcionario Público	1	1
Ing. Minas	Fotogrametría	1	1
Ing. Forestal	Gestión de recursos naturales	1	1
TOTAL DE ENCUESTADOS: 55			

Cuestionario:

1.- ¿Es de su conocimiento que cada pueblo y nacionalidad del Ecuador cuenta con diversidad iconografía (símbolos) que en la actualidad están en desuso?

Tabla 16. Conocimiento de diversidad iconográfica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	43	78%
No	12	22%
TOTAL	55	100%

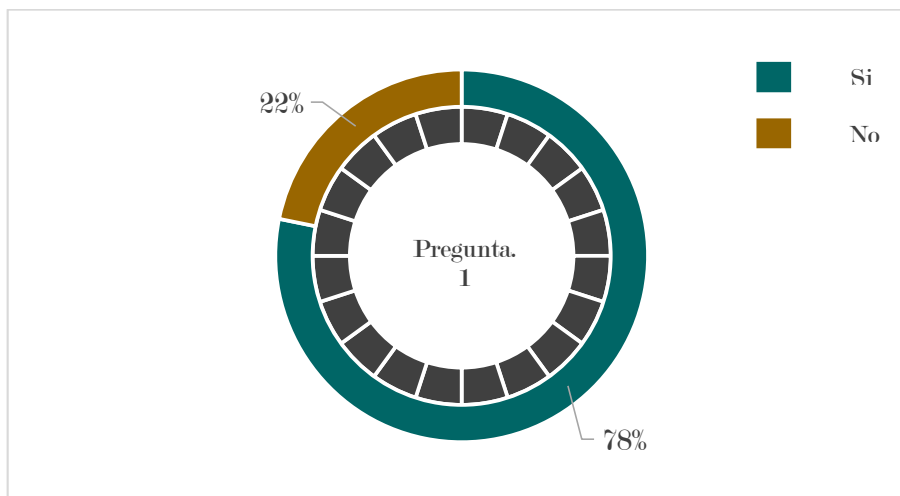


Figura 15. Conocimiento de riqueza iconográfica

Análisis: Como se puede observar en la base de datos, de 55 encuestados que representa el 100%; el 78% conoce que los pueblos y nacionalidades del Ecuador cuenta con diversidad iconografía que en la actualidad están en desuso. Y el 22% que representa la minoría lo desconoce.

Interpretación: La mayor parte de los hombres encuestados saben que cada pueblo y nacionalidad del Ecuador cuentan con iconografía propia que los diferencia entre ellos, y que la misma está en desuso. También es de su pleno conocimiento que la memoria

iconográfica es olvidada por los mismos pueblos y que es necesario revitalizarla, porque la multiforme riqueza iconográfica de nuestros pueblos es como el ADN, que devela la identidad de los ecuatorianos.

2.- ¿Conoce usted la iconografía empleada en las fajas de la vestimenta femenina de chibuleo?

Tabla 17. Conocimiento de la iconográfica de las fajas de Chibuleo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	12	22%
No	43	78%
TOTAL	55	100%

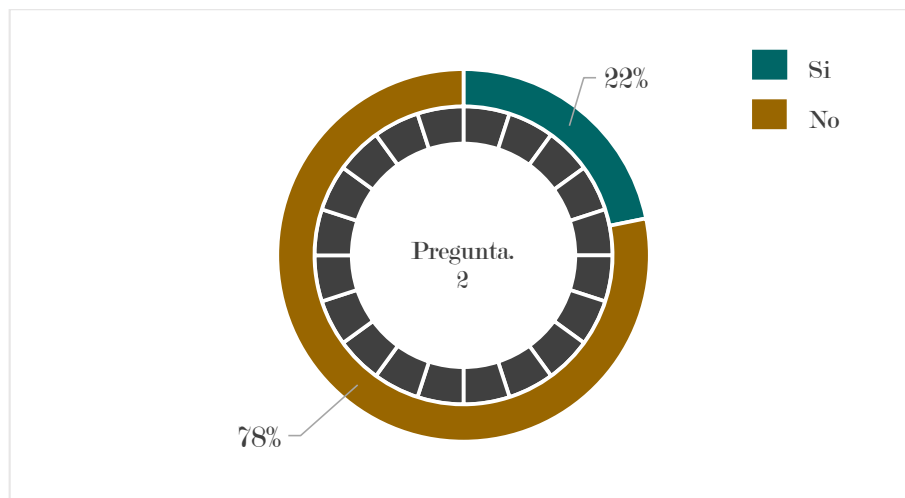


Figura 16. Conocimiento de la iconográfica de las fajas de Chibuleo.

Análisis: Como se puede inferir, tan solo el 22% del total de los encuestados reconocen las figuras tejidas en las fajas de la vestimenta femenina, mientras que el 78% lo desconocen. El expresado criterio de los encuestados recalco haberlos visto cuando la faja es portada por las mujeres de Chibuleo pero que no les causaba interés.

Interpretación: Respecto a lo analizado, es evidente que la mayoría de los participantes del muestreo no conocen la iconografía de las fajas de la vestimenta femenina de Chibuleo. Esta evidencia es significativa porque le da relevancia al proyecto, demostrando que es

importante recolectar esta información y darla a conocer de muchas formas, ya sea como escritos o sobre productos, para evitar la emulación y ser generadores de identidad.

3.- ¿Considera usted que es necesario emplear la iconografía de las fajas de chibuleo en productos vestimentarios para visibilizar, la identidad cultural del país?

Tabla 18. Iconografía de las fajas de Chibuleo en productos vestimentarios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	91%
No	5	9%
TOTAL	55	100%

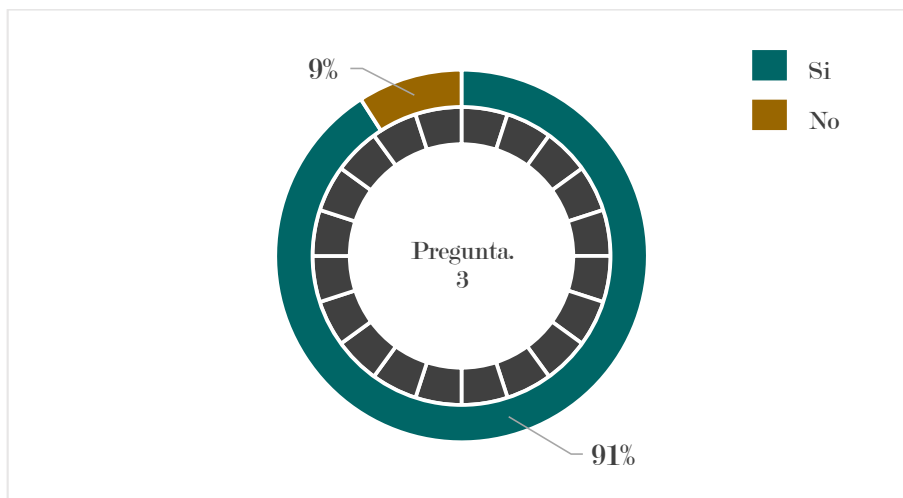


Figura 17. Iconografía de las fajas de Chibuleo en productos vestimentarios

Análisis: Los resultados reflejan que el 91% de los atestados consideran necesario emplear la iconografía de las fajas de Chibuleo en productos vestimentarios, para visibilizar la identidad cultural del país. Ante esta interrogante el 9% opinan lo contrario.

Interpretación: La mayor parte del público objetivo afirma que es preciso visibilizar la identidad cultural del país, a través del uso de la iconografía en productos vestimentarios que los identifique. La menor parte piensan que lo expuesto anteriormente no es provechoso.

4.- ¿Con qué perfil del consumidor se identifica?

Tabla 19. Perfil del consumidor.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Neotradicional	18	33%
Contemporáneo	33	60%
Moda	4	7%
TOTAL	55	100%

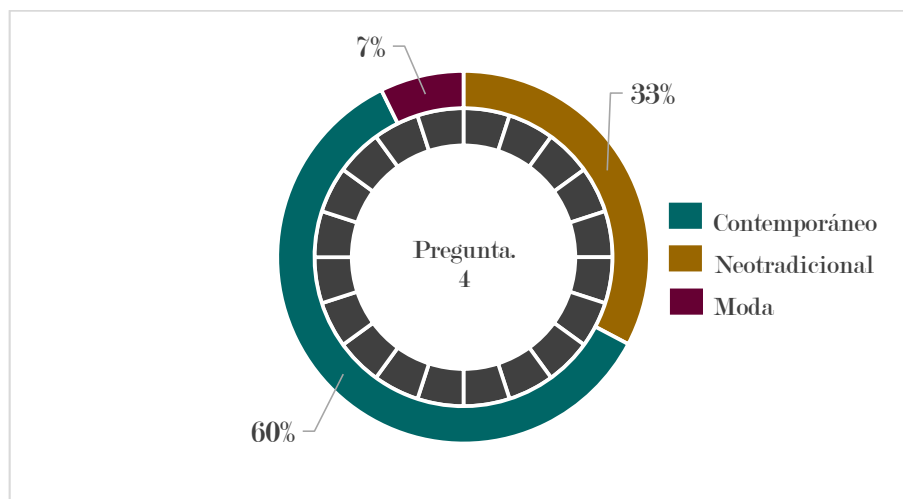


Figura 18. Perfil del consumidor

Análisis: Los datos obtenidos evidencian que el 60% de los encuestados se identifican con un perfil de consumidor contemporáneo, el 33% es Neotradicional y tan solo el 7% es moda.

Interpretación: Dentro de esta perspectiva, el perfil de consumidor con el que se identifica el *target* masculino encuestado, en su mayoría es el contemporáneo. Quienes prefieren la vestimenta casual informal, son fieles a las marcas y de mente consciente. De esta manera se establece que el presente proyecto que culmina con la elaboración de un producto, está dirigido a este tipo de perfil.

5.- ¿Usted considera que un bolso es de uso indispensable para el hombre actual?

Tabla 20. Preferencia de los bolsos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	47	85%
No	8	15%
TOTAL	55	100%

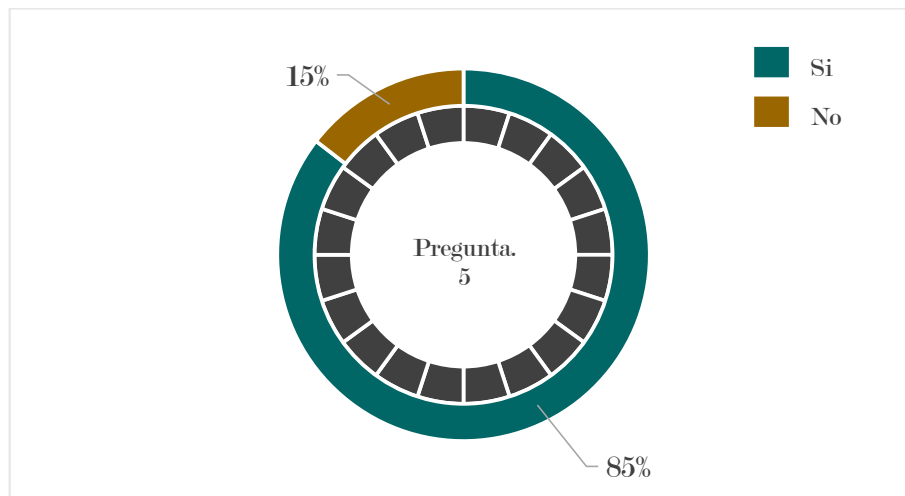


Figura 19. Preferencia de los bolsos

Análisis: Del 100% de los hombres ejecutivos encuestados, el 85% admite que el uso de bolsos es indispensable para el hombre actual. Por otro lado, el 15% prefiere no usarlos. Los encuestados que no los usan mencionan que prefieren una mochila.

Interpretación: Con relación a los datos presentados, se denota que los bolsos son imprescindibles para los hombres. Básicamente el uso de estos no es dictado por la moda, la realidad es que los bolsillos de pantalones, chaquetas, se quedan pequeños para portar tantas cosas. Los datos arrojan un nicho de mercado que puede seguir siendo explorado y aprovechado.

6.- ¿Adquirir un bolso diseñado con iconografía local labrada sobre cuero por artesanos es para usted?

Tabla 21. Importancia de los bolsos con iconografía local.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	27	49%
Poco importante	24	44%
Nada importante	4	7%
TOTAL	55	100%

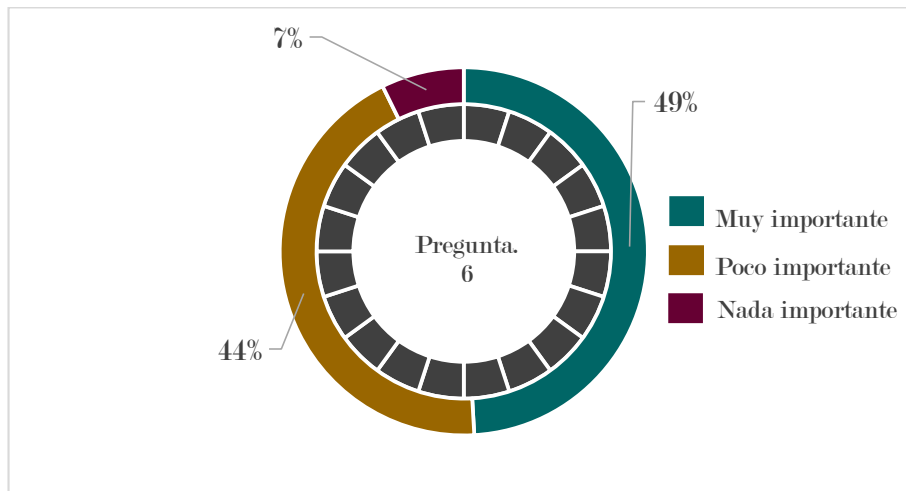


Figura 20. Importancia de los bolsos con iconografía local

Análisis: Del 100% de los ejecutivos encuestados el 49% considera que es muy importante adquirir un bolso diseñado con iconografía local, labrada sobre el accesorio por artesanos. El asunto es considerado poco importante por el 44% mientras que el 7% del total opina que es nada importante.

Interpretación: Resulta claro que por un leve marco de diferencia los participantes del muestreo consideran muy importante adquirir un bolso diseñado con iconografía local, la cual esta labrada por un artesano. Pues el trabajo de un profesional con un artesano es provechoso, porque el artesano le aporta conocimiento al profesional o viceversa. Y con una mutua colaboración se puede generar nuevos productos para el mercado.

7.- ¿Cuándo usted adquiere un bolso, por qué lo hace?

Tabla 22. Motivo de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Necesidad	41	75%
Apariencia	4	7%
Moda	10	18%
TOTAL	55	100%

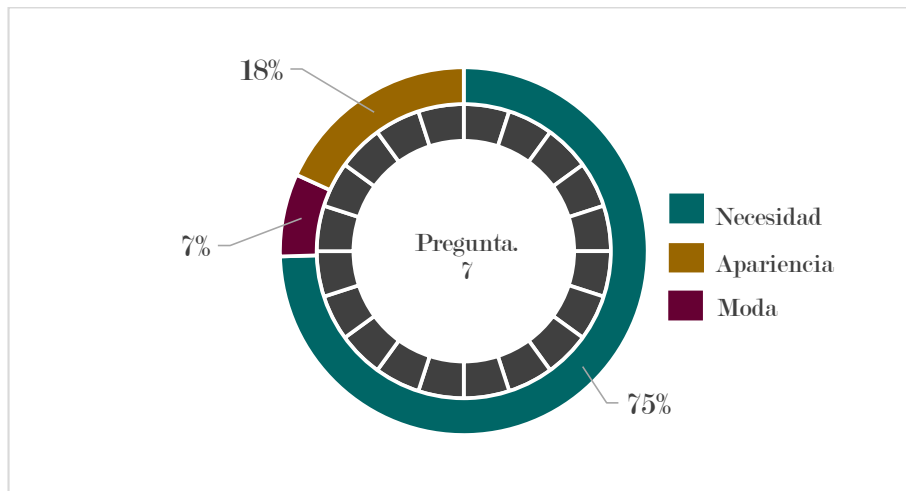


Figura 21. Motivo de compra

Análisis: Se observa que el 75% del total de encuestados adquiere bolsos por necesidad, el 18% responde a la moda y tan solo el 4% lo hace por apariencia, es decir le atrajo el producto ya sea por su diseño, color, textura, forma o precio y lo adquiere.

Interpretación: Con relación a los datos resulta claro que los hombres adquieren sus productos por necesidad en mayor parte, ese es su comportamiento de compra. Aunque son atraídos también por la moda y por la apariencia en menor cantidad.

8.- Al momento de adquirir un bolso ¿Qué es lo primero que usted valora?

Tabla 23. Adquisición de un bolso

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diseño	18	33%
Innovación	13	24%
Calidad	10	18%
Precio	8	15%
Materiales	6	11%
TOTAL	55	100%

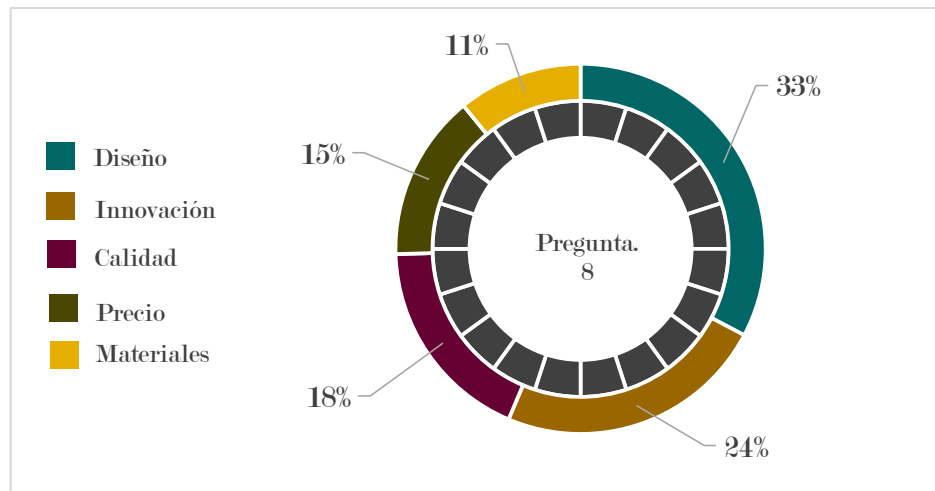


Figura 22. Adquisición de un bolso

Análisis: Los encuestados al adquirir un bolso valoran el diseño que representa el 33%, de igual forma les parece muy importante la innovación con el 24%. Después se fijan en la calidad que representa el 18% es decir poco relevante. El material con el 11% y el precio con 15% están catalogados como los menos importantes al ocupar los últimos lugares.

Interpretación: De los 55 encuestados 18 personas respondieron que el diseño es lo que primero valoran al comprar y lo ubican en una categoría muy importante. Por su parte 13 personas valoran la innovación; 10 encuestados miran a la calidad como relevante. Y por último se fijan en el precio y en el tipo de material.

9.- ¿Con qué material le gustaría que este elaborado el bolso?

Tabla 24. Preferencia del material

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuero	41	78%
Material sintético	4	5%
Mezcla de los dos	10	16%
TOTAL	55	100%

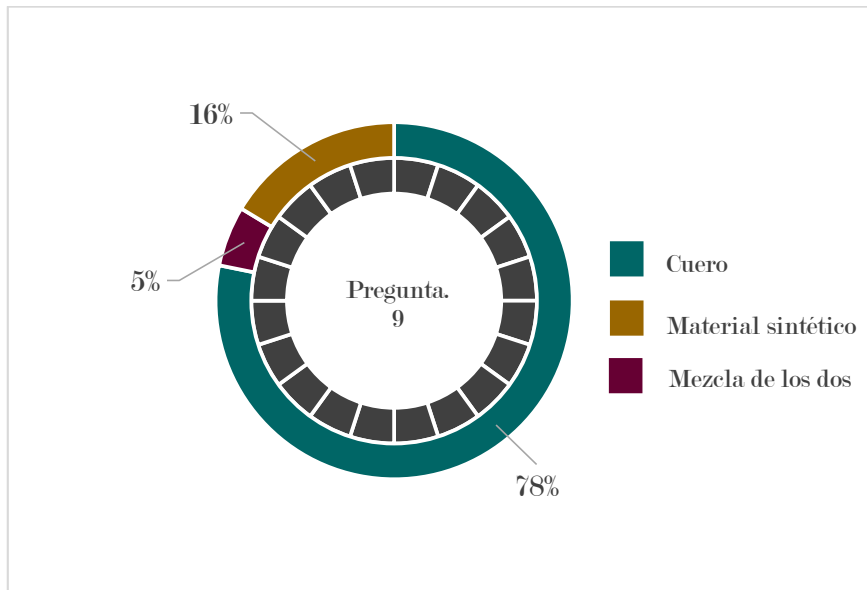


Figura 23. Preferencia del material

Análisis: El 78% del público objetivo encuestado prefiere el cuero para los bolsos, el 16% material sintético y el 5% una combinación de los dos materiales.

Interpretación: Los datos revelan que el cuero es un material preferido, pues denota elegancia y buen gusto. Al ser un material muy contaminante en su obtención, se lo puede utilizarlo al máximo o hasta reciclarlo. Además el cuero es flexible, hipo alérgico y duradero.

10.- ¿Cuáles son los artículos que portaría normalmente en el bolso?

Tabla 25. Artículos portables

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Laptop	17	8%
Libros	20	9%
Tablet	12	5%
Carpetas	31	14%
Lentes	34	15%
Botella de agua	38	17%
Llaves	38	17%
Otros	34	15%
TOTAL	224	100%

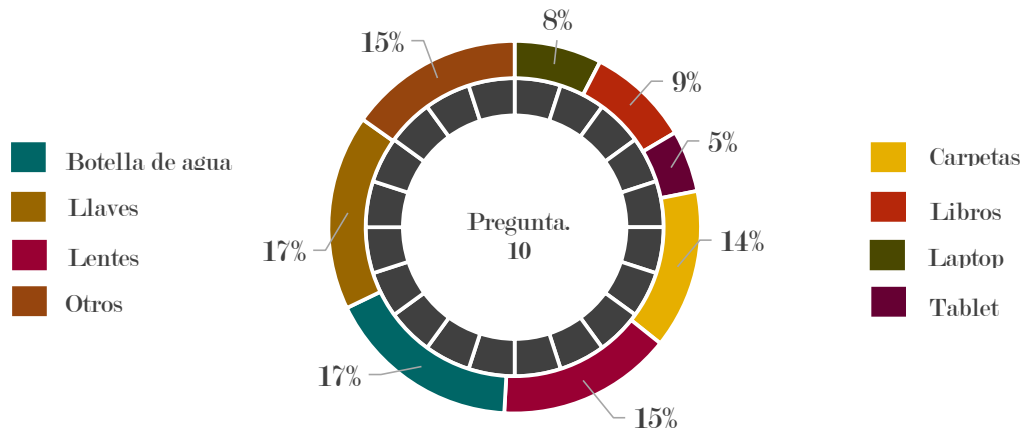


Figura 24. Objetos que se portan en el bolso

Análisis: El 17% de los encuestados transportan agua, el 17% llevan llaves, el 15% guardan lentes. El 14% transportan carpetas hasta sus lugares de trabajo, el 9% llevan libros y un 8% dicen transportar sus laptops. El 15% de los encuestados mencionan portar otros objetos.

Interpretación: La mayoría de los hombres encuestados transporta agua, llaves, lentes y carpetas. Un bajo porcentaje portan libros y laptops; mientras que, varios hacen mención de los objetos que comúnmente llevan como: Gafas, cargador de celular, bocadillos,

tarjetas, documentos personales, billetera, *smartphone*, cámara, audífonos grandes, protector solar, *ipod*, una muda de ropa, hojas sueltas de test, dinero, cuaderno, bolígrafos, planos, discos, algunos instrumentos médicos, mandil, correas, guantes.

11.- ¿Qué tamaño de bolso le gustaría?

Tabla 26. Tamaño del bolso

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Grande	18	33%
Mediano	34	62%
Pequeño	3	5%
TOTAL	55	100%

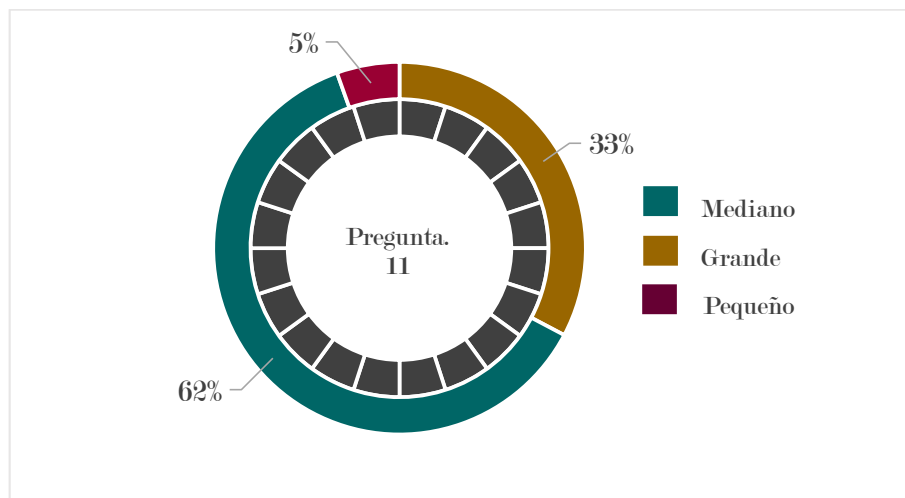


Figura 25. Tamaño del bolso

Análisis: Del 100% de los encuestados el 62% opta por bolsos de tamaño mediano, el 33% prefiere los de grande dimensión y tan solo el 5% escoge bolsos pequeños.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede inferir que el mayor porcentaje de hombres encuestados priorizaron los bolsos de tamaño mediano. Pues mencionan que son cómodos, seguros, fáciles de llevar y de encontrar los objetos de valor guardados en ellos. Por otro lado, el mínimo porcentaje opta por bolsos pequeños o *necesers*, que sirven para portar objetos pequeños en la mano.

12.- ¿Qué tipo de bolso le gustaría?

Tabla 27. Tipos de bolsos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bandolera	19	35%
Riñonera	0	0%
Maletín	1	2%
Gabol	12	22%
Mochilas	9	16%
Bolso mini	1	2%
Weekender	3	5%
Tote	2	4%
Bolso puzzle	4	7%
Portafolio	4	7%
TOTAL	55	100%

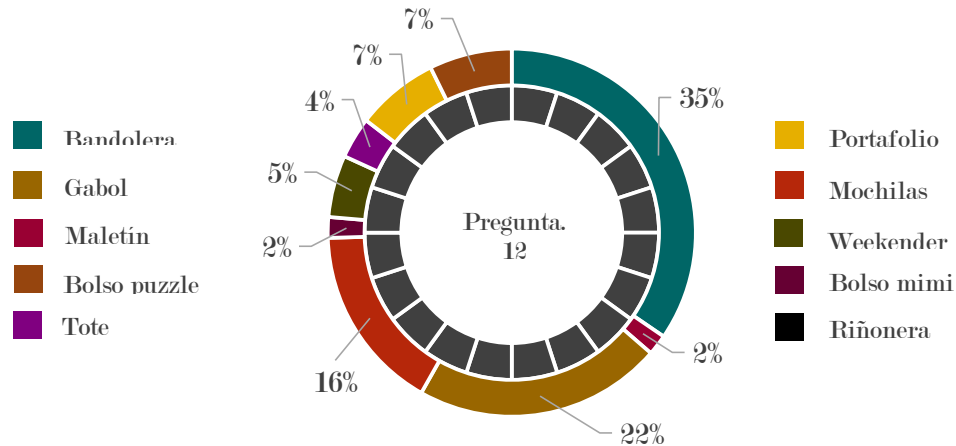


Figura 26. Tipos de bolsos

Análisis: El 35% de los encuestados prefieren un bolso bandolera, el 22% eligen el gabol o bolsa de camarógrafo, el 16% opta por una mochila, el portafolio de mano junto con el bolso puzzle son preferidos una puntuación del 7% cada uno. El 5% elige un bolso Weekender, el maletín y el bolso mini son escogidos en un 2% cada uno, mientras que la riñonera no fue escogida.

Interpretación: Se puede definir en los resultados que el mayor porcentaje de encuestados prefieren un bolso bandolera por su versatilidad, ya que se puede llevar a la mano o colgado del hombro. El bolso gabol o de camarógrafo también es considerado con alto puntaje, pues su tamaño inferior a la bandolera facilita llevar cosas como una cámara. En menor porcentaje optan por bolsos pequeños.

13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso?

Tabla 28. Costo por bolso

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
65-75	33	60%
75-80	20	36%
80-85	2	4%
TOTAL	55	100%

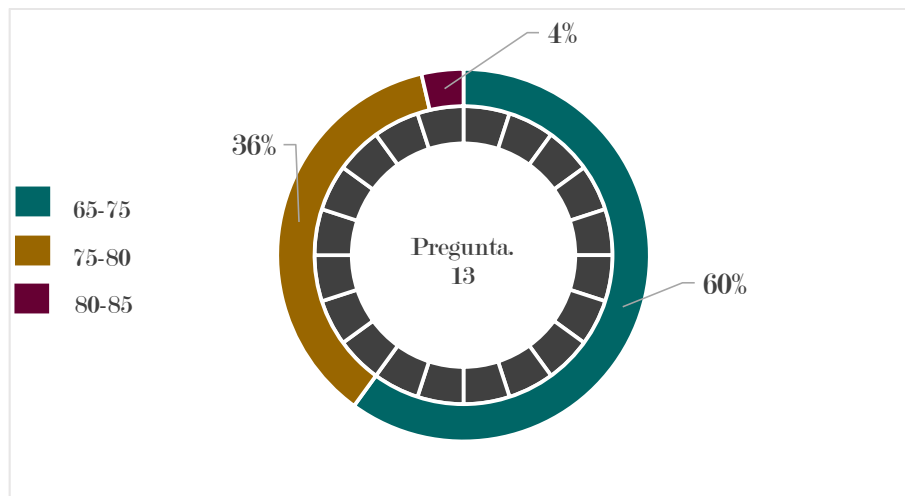


Figura 27. Costo por bolso

Análisis: El 60% de los encuestados están dispuestos a pagar de 65 a 75 dólares por un bolso, el 36% está dispuesto a pagar 75 a 80 dólares y tan solo el 4% pagaran 80 a 85 dólares.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos se puede identificar que el mayor porcentaje de los hombres ejecutivos encuestados están dispuestos a pagar 65 a 75 dólares americanos por un bolso, estableciendo de esta manera el precio promedio al que se debe

llegar. Por otro lado, en menor cantidad hay quienes pagan 75 a 80 dólares y en una mínima cantidad 80 a 85 dólares, los dos últimos mencionan que hay que valorar los productos con contenido artesanal (hecho a mano siguiendo técnicas artesanales).

4.4.1. Resultado de entrevistas dirigidas a artesanos tejedores de los chumbis de Chibuleo con su iconografía.

1. ¿Cuál es el origen de la faja de Chibuleo y con qué nombre se le conoce en *kichwa*?

Jorge Sisa, artesano tejedor de las fajas de Chibuleo, enfatizo que la faja ha estado presente en la vestimenta femenina de Chibuleo desde hace muchos años atrás. “Contaban los *taitas* y las *mamas*¹⁰ que todas estaban elaboradas a mano y el hilo era tinturado de forma natural” (Entrevista a Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Miguel Tisalema, interesado en la investigación cultural, manifiesta que “una es la historia de la vestimenta antes de la llegada de los españoles y otra muy diferente cuando nos conquistaron” y que en la actualidad solos se imponen ropa o costumbres que no les pertenecen.

Considera que “los *chumbis*, son originarios de Perú, los incas trajeron a estas tierras igual de su lengua y cuando llegaron los españoles el *chumbi* cambio en materiales, los dibujos también cambiaron”, aunque dicha aseveración no es legítimamente comprobada. (Entrevista a Miguel Tisalema, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

Para este pueblo que tejer es el arte de dar vida, las cosas están cambiando, Petrona Baltazar artesana de la comunidad San Francisco relata que:

En la actualidad la inclinación de la gente a otras actividades, el abandono de la vestimenta común de un Chibuleo, el alto costo de materiales y el lento proceso de obtención de la faja a comparación de la faja tejida de forma industrial, ha generado que pocos artesanos la sigan elaborando en mínimas cantidades o es peor solo bajo pedido” (Entrevista a Petrona Baltazar, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019).

¹⁰ Mamas: Se refiere a la tipología de mujeres identificadas en Chibuleo según Medina (2020).

También se asevera que las mujeres que se dedicaban a tejer fajas han abandonado este oficio porque no producía muchas ganancias, los tejedores se mueren y los hijos no han aprendido el oficio de tejer, se teje el *chumbi* en Otavalo, Riobamba, por eso la faja de las mamas ha sido modificada en forma, en colores, en material, tamaño, técnica de tejido. (Entrevista a Juan José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

Por otro lado, el nombre que la faja recibe en *kichwa*, es “*chumpi* (al escribir) y *chumbi* (al pronunciar), pues al pretender representar los sonidos del *kichwa* al idioma español este no tenía todas las vocales, ni consonantes presentes en el español” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Aunque en la actualidad también “el idioma ha sido alterado, algunas palabras en español son adaptadas como si fuesen parte del *kichwa*; y el *kichwa* nativo también es reemplazado, y es que al ser una lengua que no habla mucha gente tiende a ser olvidada” (Entrevista a Juan José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

2. ¿Cuántas clases de fajas existen y cuando se las utiliza?

Según la forma de producción existe el “*maki chumbi* y plaza *chumbi*” (Entrevista a Juan José Chango, Chibuleo San Luis, 2019). Respecto a la categoría de *maki chumbi* nuestro colaborador relató:

Son todas las fajas hechas a mano, de doble faz, tejidas en telar de cintura. El material es hilo de algodón tinturado con acrílico. Las fajas que contienen las figuras tejidas tienen el ancho de 7, 5 cm y 2,68 m de largo que alcanza para dar dos vueltas en la cintura, y estas pueden variar dependiendo del contorno de cintura de la portadora. Los extremos de las fajas terminan sin cortar ningún icono” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019).

La plaza *chumbi*, son las fajas hechas para vender en la plaza, las compran también los mestizos para la danza folklórica. “Son hechas de forma industrial”, con materiales sintéticos (hilo acrílico) y en mucha cantidad. La iconografía son solo formas geométricas como rombos, triángulos, líneas rectas, verticales, zigzag, de diferentes grosores, o tejen Dios es amor. Tiene el largo de 2, 20 y el ancho de 7 cm, las figuras no logran ser distribuidas al largo total de la faja por ello “cuando termina el largo de la faja existen

figuras cortadas por la mitad” (Entrevista a Juan José Chango, Chibuleo San Luis. Diciembre de 2019).

Jenny Ainaguano, propietaria de una tienda de ropa indígena especialmente de chibuleo, menciona que “las fajas han sido estilizadas”, tienen el ancho de tres fajas normales y el largo del contorno de la cintura de las mujeres, estas poseen figuras geométricas o los colores del poncho, son amarrados con broches, imperdibles, bichungas con cordón. Son tejidas por los tejedores de los ponchos o adaptadas de las tejidas de forma industrial (Entrevista a Jenny Ainaguano, Ambato. Febrero de 2020).

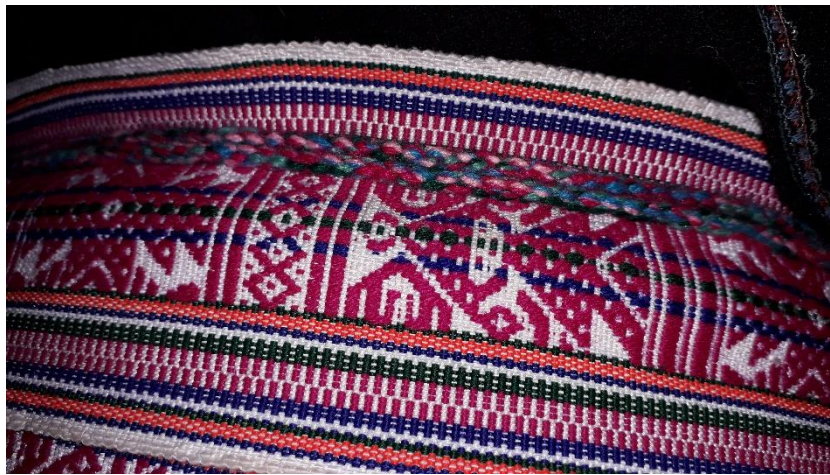


Figura 28. Chumbi para fiesta

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)

Por la ocasión de uso el *maki chumbi* se clasifica en festivo, cotidiano y de adorno. “Las fajas festivas son las más llamativas, los colores que predominan son violeta, rosado, azul sobre el fondo blanco, son tejidas de forma artesanal, se usan en las fiestas principales y estas son: Killa Raymi, Reyes magos, Inti Raymi” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Por su parte, Rosario Baltazar Huashco, mujer de la tercera edad de Chibuleo, menciona que antes para las fiestas “se usaba las fajas con dibujos de danzantes de color rosado, aunque el color original de chibuleo es el morado, se las usaba junto a blusas con cuello en V” (Entrevista a Rosario Baltazar, Chibuleo San Alfonso. Enero de 2020).

Las fajas son también de uso cotidiano pues “sirven para sujetar el anaco” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Andrea Pakari Huashco, mujer de la tercera de edad de chibuleo y esposa del *Taita* José Lligalo cuenta:

Las mujeres usan tres fajas, mi mamacita decía que hay que fajarse bien para tener fuerza cargado las cargas de hierba, algunas usan doble faja, yo ahora uso solo una, me dicen porque no usa las tres fajas vaya a caer el anaco, pero a mí no me gusta me ajusta demasiado, me ajusto con el *watu* nomas (Entrevista a Andrea Pakari, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

Sumado a la descripción, agregé que para el trabajo se usan las fajas más baratas o las fajas viejas. Estas si presentan iconos especialmente las fajas de las *mamas* y los colores son contrastantes, pero prima el color verde (Entrevista a Andrea Pakari, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).



Figura 29. Chumbi de uso cotidiano

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)

Jorge Sisa, menciona que hay fajas usadas como adorno, “las fajas de adorno con dibujos son tejidas de diferentes anchos para utilizarlas como cintas para las mujeres que son elegidas para algún cargo o son colocadas como soporte de las shigras” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Mientras que la plaza *chumbi* se usa de forma cotidiana y de adorno. “Se los emplea para trabajar, las mujeres emplean más estas por su precio económico. El intercambio cultural ha generado que las mujeres de Chibuleo usen fajas de los pueblos Cañari y Puruhá” (Entrevista a Miguel Tisalema,

Chibuleo San Francisco. Enero de 2020). Las fajas estilizadas son usadas principalmente por las mujeres jóvenes que trabajan en cooperativas en la ciudad.



Figura 30. Chumbi en forma de corsé

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)

El *maki chumbi* también se divide por dar a entender el estado civil de la mujer que lo porta, “la faja que contenga una sola figura es usada por las mujeres solteras, las fajas con íconos pares las emplean las mujeres casadas”, aunque el anillo también diferencia a las mujeres casadas de las solteras. “Las fajas que poseen iconos de la luna, ollas de barro, estrella, sol, son usadas por las mujeres que han enviudado” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019).



Figura 31. Chumbi de la mujer soltera

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)



Figura 32. Chumbi de la mujer casada
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Luis, 2019)



Figura 33. Chumbi de la mujer viuda
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)

3. ¿Qué función cumple la faja?

La faja desempeña como función práctica, sujetar el anaco; según Andrea Pakari, también “se usaba antes para envolver el cuerpo de los recién nacidos, ahora no se si lo sigan haciendo, era para que sus huesos se formen bien y sean fuertes, esto se hacía desde el nacimiento hasta los tres meses, para evitar que el niño tenga las piernas arqueadas” (Entrevista a Andrea Pakari, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020). Con referencia a esto, hablando medicamente Olivera (2017) en su artículo, El fajado de los *wawas* en el mundo andino y moderno menciona que “este hábito provoca dislocación de la cadera (displasia) o disminuye la capacidad de despertarse del *wawa*” (párr. 6). Por otra parte, Juan José Chango añade, “a las mujeres que dan a luz, les envuelven el vientre para que la piel estirada vuelva a su lugar” (Entrevista a Juan José Chango, Chibuleo San Luis, 2019).

Al mismo tiempo, el *chumbi* tiene un valor connotativo social muy grande dentro de Chibuleo, pues cuando la mujer usa el *maki chumbi*, simboliza estatus. Andrea Pakari, menciona “hacer tejer el *maki chumbi* es caro” (Entrevista a Andrea Pakari, Chibuleo San

Francisco. Enero de 2020). A lo que su esposo José Lligalo acota “las mujeres que tiene varias fajas o bien, visten con toda la vestimenta de la mujer de Chibuleo es porque su familia tiene estabilidad económica” (Entrevista a Juan José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

Otro informante comento que “las fajas únicamente usan las mujeres y se diferencian de las demás indígenas porque las fajas de Chibuleo tienen dibujos de animales, personas y plantas y también por el color rosado y morado”. Añadió que los hombres también usaban fajas y que con el apareamiento de la correa estas desaparecieron. Acotó también que “a las mujeres de lejos se podía reconocer si eran casadas, solteras o viudas” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibueo San Francisco. Diciembre de 2019). Es decir, marca además el sexo pues solo las mujeres lo portan, la identidad étnica, y representa el estado civil de la mujer según el tipo de iconos tejidos y la cantidad de estos.

Miguel Tisalema, afirma que simboliza “fertilidad por proteger al útero, cuando la faja es envuelta en la cintura en espiral, simboliza la continuidad de la vida dentro de la cosmovisión andina, también se la relaciona con la serpiente (*amaru*), que representa energía, fuerza, seguridad y poder” (Entrevista a Miguel Tisalema, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020). Otro aspecto mágico religiosos es que los iconos tejidos fueron considerados como “protectores contra espíritus malignos y maldiciones” (Entrevista a Juan José Chango, Chibuleo San Luis. Diciembre de 2019).

4. ¿Cuáles son las partes del *chumbi* y cómo se coloca?

La faja va más allá de solo formar parte de la vestimenta indígena, para el artesano tejedor cada faja tejida en los telares es similar a dar vida a un ser viviente. Porque se empieza preparando el material, organizando los colores de trama y urdimbre, se selecciona la composición de iconos a tejer, y “se procede a tejer teniendo una visualización mental de cómo va a quedar la faja, no es un proceso simple” (Entrevista Juan José Chango, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Por ello al connotar a un ser vivo, en una lectura transversal a la dirección de la urdimbre, los y las tejedoras identifican las siguientes partes:

La cabeza denominada *uma*, son las flecaduras en los límites de la faja y miden aproximadamente 14 cm. Luego está el borde blanco u orillo de la faja conocido como *manya* que mide 0,4 cm, formada por cuatro hilos de trama, sus medidas suelen variar. A continuación, están los *ñawi* que significan ojos, es la primera banda muy angosta, por lo general contiene diseños geométricos, líneas. La sección central longitudinal se denomina *aycha* o cuerpo, es donde se ubican los iconos de diferentes colores denominados *shuyu* (dibujo cuadrado) y mide 6,4 cm (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

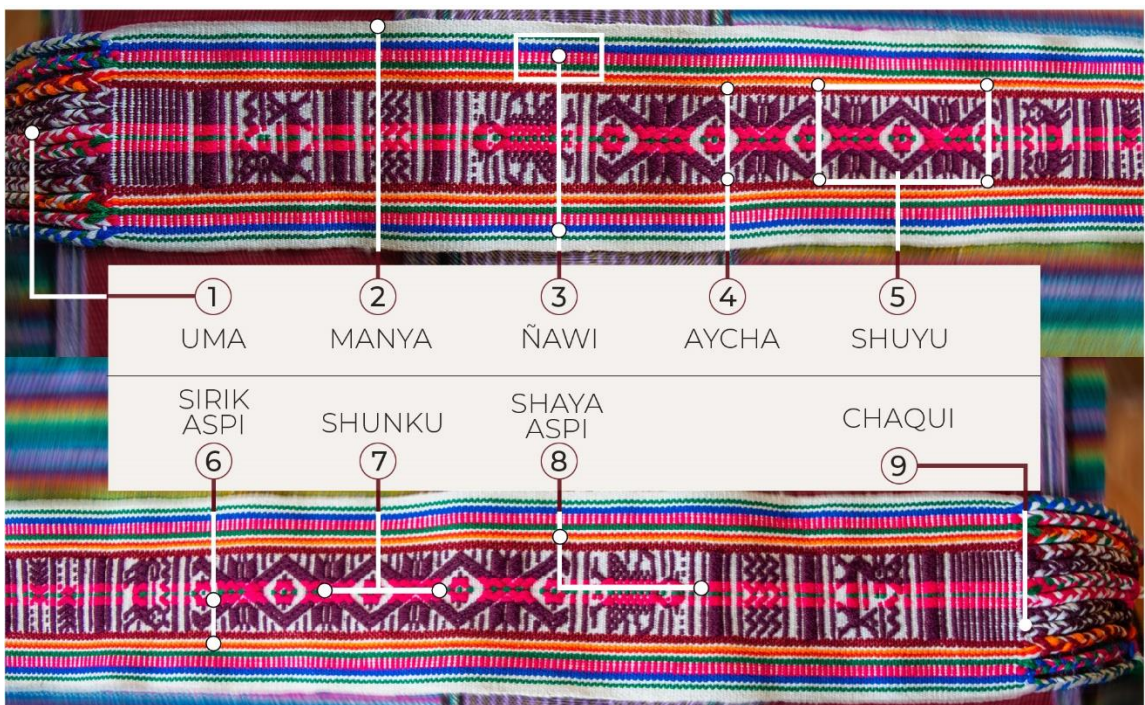


Figura 34. Partes de la faja con denominación en kichwa
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)

En cuanto a las líneas de diferentes colores se les denomina “*Sirik* (línea u horizontal) *shuyu*, a las líneas horizontales se les conoce como *sirik aspi* (raya), y a las verticales como *shayak aspi*”. En la parte central del *aycha* o cuerpo se destaca una línea central de color diferenciado que organiza los colores y diseños hacia ambos lados de la faja se denomina *shunku* o corazón. En el otro extremo se encuentra el *chaki* o cola que mide aproximadamente 20 cm y son los excedentes de trama torcidos entre sí, generando cordoncillos trenzados denominados *chimbass* (Entrevista Juan José Chango, Chibuleo San

Francisco. Diciembre de 2019). Andrea Pakari, menciona que la faja tiene una parte denominada “*watu* que es un cordel largo y trenzado en un extremo de las *chimbas* y el *chumpi watupi* que es un cordel trenzado amarrado de forma circular a las puntas de la *chimba* del otro extremo de la faja, sirven para ajustar la faja, ya que es colocada sobre la faja” (Entrevista a Andrea Pakari, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).



Figura 35. Partes de la faja con denominación en kichwa
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)

Partiendo de las afirmaciones anteriores, a juicio de Andrea Pakari, *mama* de la comunidad San Francisco, “antiguamente se usaban tres *chumbis*, el primer *chumbi* que mantiene contacto directo con el anaco solía ser más ancho que los dos siguientes”. Para ceñirse hay que sostener el *uma* o cabeza en la mitad del frente de la cintura, mientras el *aycha* o cuerpo inicia la primera vuelta por el lado derecho, se hace dos a tres vueltas dependiendo del contorno de la cintura, al final las *chimbas* del *chaki* o cola se empuja con los dedos entre la faja y el anaco; las *chimbas* de la cabeza de la faja evitan que la faja se resbale o afloje (Entrevista a Andrea Pakari, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

Por otra parte, Rosario Baltazar, *mama* de la comunidad San Alfonso relata que el segundo *chumbi* “debe ser envuelto cubriendo totalmente el primer *chumbi*, de abajo hacia arriba y de arriba hacia abajo”. Se empieza colocando el *uma* al costado derecho y empujando con los dedos las *chimbas* debajo del primer *chumbi*, mientras el *aycha* o

cuerpo inicia la primera vuelta por el lado izquierdo, al final las *chimb*as del *chaki* o cola se empuja con los dedos debajo de la faja y el anaco (Entrevista a Rosario Baltazar, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).



Figura 36. Rosario Pakari-tres Chumbis
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Alfonso, 2020)

Rosario Baltazar, considera que el tercer *chumbi*, se inicia colocando el *uma* al costado izquierdo dejando colgado el *chumpi watupi* mientras el *aycha* o cuerpo inicia la primera vuelta por el lado derecho, se cubre totalmente la segunda faja y al final donde están las *chimb*as se halla el *watu*, este cordón trenzado se mete por el *chumpi watupi* del *uma* y se ajusta dando varias vueltas sobre la última faja (Entrevista a Rosario Baltazar, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020). Sumado a las descripciones anteriores de los informantes Jenny Ainaguano menciona que “solo las mujeres adultas y ancianas usan tres fajas, las jovencitas usan solo una” (Entrevista a Ainaguano, Ambato. Febrero 2020).

5. ¿Qué colores se emplean al tejer las fajas y que significan?

Jorge Chango, menciona lo siguiente “todas las fajas están tejidas con sentido a la naturaleza, y los colores son tomados de ahí, de la madre tierra” (Entrevista a Juan Chango, Chibuleo San Luis. Diciembre de 2019). “Así como la tierra es productiva, la mujer también, por eso su faja tiene esos colores como símbolo de la fertilidad” (Entrevista a José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2020). Petrona Baltazar, por su parte afirma “el color morado era propio de Chibuleo antiguamente, luego se empezó a usar el rosado. Ahora para tejer se usa también el color verde, azul, negro, naranja,

amarillo, celeste” (Entrevista a Petrona Blatazar, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019).

A estas afirmaciones otro tejedor añade que “el fondo de la faja es blanco” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Al mantener una relación implícita la materia prima con los colores, estos últimos también han cambiado, pues se han aumentado más colores que en la antigüedad no se usaban. Por su parte Chango asevera, “las fajas antiguas eran hechas de lana de borrego blanco o pintadas de color verde, rosado, luego se empezó a pintar los hilos con plantas de aquí, haciendo el color amarillo, rojo y violeta. Hoy en día por el uso de hilo industrial se cuenta con una infinidad de colores” (Entrevista a Juan Chango, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019).

En cuanto al significado de cada color, Sisa indicó, asimismo, “el blanco simboliza la pureza, la paz; el negro y café representa a la madre tierra; el verde la naturaleza, las plantas; el rosado el florecimiento de las plantas del campo; el violeta simboliza el florecimiento de las ocas; el azul simboliza la fuerza” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Vinculado a este aspecto, uno de los *taitas* de Chibuleo expresa “el blanco representa la pureza de la mujer, respeto, solidaridad, amistad, identidad, y la paz; el negro y café simbolizan la madre tierra que nos da de comer, beber y trabajar; el verde representa los campos sembrados, los montes; el rosado y amarillo simbolizan el campo de flores y la alegría de la vida; el violeta simboliza el florecimiento de la oca, papa; el azul simboliza poder, fuerza, protección” (Entrevista a José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

Por otra parte, “el color de hilo empleado para tejer el dibujo no significa nada, la combinación de colores depende del tejedor, él es quien combina” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Con las afirmaciones anteriores se generó la siguiente ficha informativa.

Tabla 29. Significado de los colores

SIGNIFICADO DE LOS COLORES	
En el mundo andino los colores son vida, estos son tomados del arcoiris, por eso los tejidos son vivaces, llamativos. Se emplean siete colores, los cuales son utilizados en la actualidad como emblema de los pueblos indígenas llamado <i>wiphala</i> . Y en las fajas también se usan esos siete colores, entre otros más; en general los colores son tomados de todo lo que nos rodea así como los dibujos de las fajas, porque la cosmovisión andina es como un círculo donde todos necesitamos de todos para vivir en armonía. (Entrevista a Tisalema, Chibuleo San Francisco, 2020).	
COLORES	SIGNIFICADO
 <p>Valentía, coraje, fuerza, heroísmo del indígena ante la conquista, sangre.</p> <p>PUKA ROJO</p>	 <p>Energía pura y divina del taita inti, el oro y la riqueza.</p> <p>KILLU AMARILLO</p>
 <p>Alegria, vida.</p> <p>KISHPU NARANJA</p>	 <p>Florecimiento, flores del campo.</p> <p>WAMINSI ROSADO</p>
 <p>Época de granos tiernos, la esperanza, naturaleza, montes y siembra.</p> <p>WAYLLA VERDE</p>	 <p>Poder, protección, fuerza, el cielo, el conocimiento de los astros para la siembra, cosecha.</p> <p>ANKAS AZUL</p>
 <p>Flores de ocas, papas.</p> <p>MAYWA VIOLETA</p>	 <p>Madre tierra que nos da comida, trabajo y bebida.</p> <p>YANA NEGRO</p>
 <p>Nuevo amanecer, el día, la justicia, pureza</p> <p>YURAK BLANCO</p>	 <p>Tristeza, dolor, la noche y la allpa Mama o Madre Tierra.</p> <p>YANA NEGRO</p>
<p>ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019) INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena</p>	
<p>COLORES 1</p>	

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

6. ¿Qué tipo de iconos se puede encontrar en la faja?

Jorge Sisa, asevera que los “iconos son tejidos conforme a imágenes tomadas de animales, plantas, creencias religiosas del lugar en el que vive el artesano” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). La tipología iconográfica es variada y los tejedores tienen preferencias y estilos al tejer por ende generan un patrón de faja que los identifique. Juan José Lligalo, menciona que “los tejedores ya saben que dibujos nomas hay y ellos escogen que dibujos tejer, las figuras cambian por faja, no son siempre las mismas. Había tejedores que formaban bonito las figuras y combinaban los colores” (Entrevista a Juan José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020).

Juan José Chango, por su parte acota que los tejedores establecen variaciones en los cánones establecidos especialmente de “color, ancho y largo ya que con frecuencia el comprador menciona sus preferencias, pues se trabaja bajo pedido” (Entrevista a Juan José Chango, Chibuleo San Luis. Diciembre de 2019). Jorge Sisa, asevera que en la faja se registran “figuras de animales como llama, venado, burro, ganso, gallina, gato, perro, pájaro, pato, cabra, lagartija, pavo, sapo, búho, y otros más” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Este tipo de figuras son denominados zoomorfos dentro de los cuales en efecto se encuentran mamíferos, aves.

Existen además iconos fitomorfos, que tienen figuras geométricas de aspecto religioso, entre ellas están “plantas como maíz, cebada, ramas, flores (mashua, papa, oca, rosa, guanto, llanshi, lengua de vaca), canteros y huertos” (Entrevista a Juan José Lligalo, Chibuleo San Francisco. Enero de 2020). Se presentan también imágenes de personas catalogadas como iconos antropomorfos entre ellas están “mujeres embarazadas, danzantes, niñas” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). A continuación, se generó fichas de registro donde se clasifican los iconos y son identificados cada uno con sus respectivos nombres por los artesanos tejedores del lugar.

ÍCONOS ANTROPOMORFOS

Hay íconos de personas de sexo masculino y femenino, el masculino representa el trabajo en el campo mientras que el femenino simboliza la fertilidad y la abundancia. También se puede visualizar bailarinas o danzantes que son personajes del Inti Raymi estas últimas son identificadas por los adornos que porta en la cabeza y por la vestimenta, connotan el movimiento de la serpiente que simboliza sabiduría.

PERSONAS



Par de niñas



Niña



Mujer embarazada



Danzante

ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019)
INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

FIGURATIVOS

2

Figura 37. Iconos antropomorfos/personas

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

ÍCONOS ZOOMORFOS

Los animales son seres importantes dentro de la cosmovisión andina, son símbolos de guía, protección y poder. Se puede considerarlos sabios pues se aprende de ellos determinados valores para la vida, además porque tienen una relación más armónica con la naturaleza. Son considerados seres que permiten la comunicación entre los tres mundos, el de abajo, el de aquí y el mundo de arriba incluso la posición de las estrellas tienen forma de animales. Los animales más representativos son el jaguar (poderoso), venado, llama.

MAMÍFEROS



Venado hembra



Jaguar pantera



Venado macho



Perro

ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019)
INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

FIGURATIVOS

3

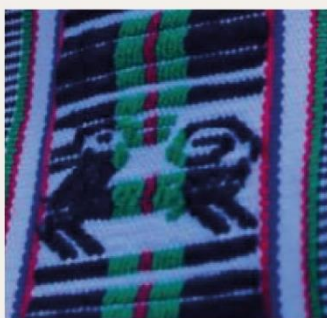
Figura 38. Iconos zoomorfos/mamíferos

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

ÍCONOS ZOOMORFOS

Entre los mamíferos que comúnmente tejen los artesanos se encuentran: El venado, el perro, la cabra, el burro, la llama, gatos y toros, ya que estos animales habitan en la zona. Sin embargo el animal más representativo y valorado es la llama por su antigüedad y beneficios, este animal fue introducido por los incas de Perú a estos territorios, de éstos se extrajeron materia prima para tejer, antes de la llegada de los españoles quienes trajeron la lana y el algodón. Por eso este animal esta presente en varios objetos e incluso cerámicas que pertenecen a varias culturas antiguas y a algunas etnias indígenas del Ecuador.

MAMÍFEROS



Llama



Gatos



Toros



Conejos

ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019)
INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

FIGURATIVOS

4

Figura 39. Iconos zoomorfos/mamíferos

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

ÍCONOS ZOOMORFOS

Sus relaciones con la naturaleza hizo que consideraran a las aves como seres superiores, espirituales. Las domésticas y las salvajes tienen diferentes usos y simbolismo. Las domésticas por sus plumas son protectoras de malos espíritus, las salvajes como el cóndor son veneradas por su capacidad de volar muy alto, representan poder de la visión, fuerza y valor aunque estas afirmaciones no precisan veracidad. También existen mitos que cuando vuela atrae la lluvia al igual que los sapos cuando croan.

AVES



Ganso



Pavo real macho



Pájaro curiwingui



Pavo real hembra

ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019)
INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

FIGURATIVOS

5

Figura 40. Iconos zoomorfos/aves

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

ÍCONOS ZOOMORFOS

AVES



Ganso



Patos



Pato

ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019)
INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

FIGURATIVOS

6

Figura 41. Iconos zoomorfos/aves

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

ÍCONOS FITOMORFOS

El pueblo indígena por muchos años ha considerado a las plantas como sagradas, por su poder para sanar, proteger, y porque algunas sirven de alimento. El más representativo es el maíz (sara), porque antiguamente era la principal fuente de alimentación. Entre las plantas del lugar también están las flores de la papa y la cebada.

AGRICULTURA



Maíz



Cebada

COLORES



Flores de papa

ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019)
INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

FIGURATIVOS

7

Figura 42. Iconos fitomorfos/agricultura

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

ÍCONOS GEOMÉTRICOS

AGRICULTURA



Montañas



Canteros



Huerto



Huerto



Flores de mashua

ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019)
INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

ABSTRACTOS

8

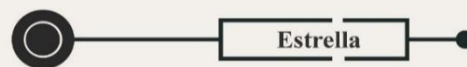
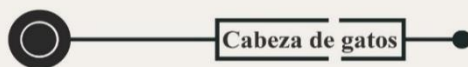
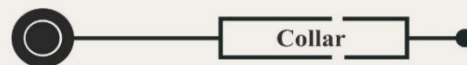
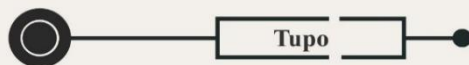
Figura 43. Iconos geométricos/agricultura

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

ÍCONOS GEOMÉTRICOS

Los diseños abstractos de carácter geométrico tejidos son de dos tipos, los relacionados a la vestimenta y aquellos que mantienen relación con la agricultura. Porque están construidas con líneas, círculos, rombos, cuadrados, **triángulos**.

VESTIMENTA



ENTREVISTADOS: Tejedores (Sisa, Espín, Baltazar & Chango, 2019)
INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

ABSTRACTOS

9

Figura 44. Iconos geométricos/vestimenta

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, Chibuleo San Luis, Chibuleo San Alfonso, 2019)

7. ¿Qué significado tiene cada ícono de la faja?

En cuanto a los elementos iconográficos de los *chumbis* nuestro interés ha sido explorar su significado desde la perspectiva de los tejedores. Ya que según De Rojas Silva (2008), después del *kipu* que permite hacer cálculos matemáticos, el *tokapu* fue utilizado antiguamente para transmitir mensajes. Este sistema jeroglífico constituido de figuras geométricas, enmarcadas dentro de cuadros que pueden estar aislados (siendo únicos), o estar alineados en fajas de sucesión horizontal, vertical o diagonal, aplicadas en forma de damero¹¹ se hallan en tejidos de vestimentas (p. 30).

Según el cronista Felipe Guamán Poma de Ayala (1613), existen también *tokapu* rectangular y rombo. El contenido de los cuadritos está compuesto de puntos, líneas, círculos, triángulos, cruces, fajas, bandas, marcos; y en ocasiones no se hallan figuras solo de forma geométrica sino también representaciones naturales algo estilizadas, en amplia creación de colores contrastantes para su destaque (citado en De Rojas Silva, 2008, p. 31). Esta repetición de imágenes en los textiles, al parecer daba información sobre jerarquías incas, y hacen pensar a los investigadores que se trata de signos específicos que expresan ideas concretas que hoy en día, se desconoce con exactitud su significado.

En palabras de Fiadone (2014), “(...) las comunidades actuales hacen uso parcial de estos sistemas o dan nuevos significados a símbolos antiguos, valorándose por su origen ancestral y no por su significado original, que se desconoce (p. 35). El investigador Juan Bottasso (2015), fundador del centro Cultural Abya Ayala, investigador interesado en las culturas indígenas comenta:

Han sido sometidos a una nueva religión, forzados a cambiar sus formas de relación social, hasta su economía. Toda su historia es una mezcla de sincretismo, de aculturaciones, de encuentro de elementos; sin embargo, muchas de las costumbres de los antiguos perduran y forman parte de nuestro *folklore* y cultura tradicional. Por esto no hay que tener la obsesión de encontrar lo auténtico lo puro. (citado en Arevalo, 2018, p. 181).

¹¹ Cualquier cosa que tenga una planta constituida por cuadros

En cambio, Arnold (2017) manifiesta que “la mayoría de las fuentes usadas ya fueron contextualizadas en cada época por la interpretación de foráneos con la intención de entender y probablemente cambiar los intereses religiosos al fondo de las poblaciones regionales” (p. 8). Una de las cosas que llama la atención en los tejedores y tejedoras de Chibuleo es que su vestimenta se ha transmitido de generación a generación, pero no así los hechos, en su mayoría no conocen el significado de su vestimenta, y más aún de los iconos tejidos en estos.

En esta investigación se ha llegado a asignar con distintos nombres a un mismo icono del *chumbi*, según el tejedor que elabora el tejido. A los entrevistados se les pidió información sobre el significado de los iconos más representativos de los *chumbis* propios de Chibuleo y solo manifestaron que “son figuras antiguas” (Entrevista a Petrona Baltazar, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). En muchos casos no ofrecieron mayor explicación pues se concretan a indicar que los “tejen porque así lo percibe la costumbre” (Entrevista a Juan José Chango, Chibuleo San Luis. Enero de 2020).


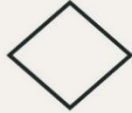













De acuerdo con el criterio del tejedor Jorge Sisa “todas las figuras tejidas expresan la cosmovisión andina, la forma en que diariamente el indígena se relaciona con todo el universo” (Entrevista a Jorge Sisa, Chibuleo San Francisco. Diciembre de 2019). Y los jóvenes en buen número de casos ignoran el simbolismo de las figuras. Los entrevistados no ofrecieron una explicación precisa. Además, hay que tener en cuenta, como lo expresa Annis (1987), “las tejedoras no tienen necesariamente (...) las palabras para explicarlo. Sus composiciones gráficas son un producto que deriva de sus conocimientos colectivos” (p. 116).

Por otra parte, para la formación de los símbolos dentro del tejido del *chumbi*, desde el punto de vista del diseño, se lleva a cabo un proceso compositivo. Este repertorio de elementos compositivos parte del uso imprescindible de las formas básicas, las mismas que van transformando hasta originar el diseño de la figura. Un claro ejemplo es que todo elemento compositivo empieza desde un cuadrado; pues al momento de atravesar las fibras de algodón con el aguijón se visualiza claramente la forma básica formada en cada punto, el cual al seguir el proceso de tejido va construyendo un patrón generando un

tramado de iconos completos. Para Juan José Chango, dedicado desde su juventud a tejer, los motivos tejidos en las fajas de la mujer tienen el siguiente significado:

SIGNIFICADO DE LOS MOTIVOS

Para entrar a considerar el significado de los motivos es pertinente comprender la relación entre el hombre y el mundo. Mastandrea (2012), describe:
 [...] El hombre crea un mundo cosmogónico que le permite comprender su finitud, afrontar sus temores frente a lo desconocido, y encontrar un marco de seguridad para su fragilidad. Así va elaborando un bagaje de símbolos que emplea en ritos celebrados para favorecer la caza, apaciguar las fuerzas de la naturaleza, ofrendar a los dioses o acompañar el viaje de los difuntos hacia el más allá. Todo ello recreado mediante imágenes que vuelcan en sus pinturas, primero en las rocas, luego en los cueros con los que construye sus viviendas o cubre su cuerpo, y posteriormente en los utensilios y vasijas y en el tejido de sus mantas y prendas. (Mastandrea, 2012, p. 07)

NOMBRE		FIGURA	
 Rombo	● — ●	Son denominados <i>cocos</i> o <i>ñawis</i> , están asociados a la creación. El cielo y la tierra con sus cuatro lados y esquinas.	
 Triángulo	● — ●	Representa la trinidad espiritual. En el cristianismo representa padre, hijo y espíritu santo. Representa la familia, el hogar.	
 Cuadrado  Trapezoide	● — ●	En la naturaleza es el lago y la montaña, en el cosmos la luna y el sol, representa un complemento armónico al unir dos contrarios como el hombre y la mujer.	
 Forma Escalonada	● — ●	Representa jerarquía, exaltación, poder, reinado. Es el paso entre los mundos, significa el avance del pueblo indígena hacia una nueva vida.	
COLORES			
 Quingo o Línea quebrada	● — ●	Simboliza dos caminos que llegan a un solo trayecto o dirección. Estas líneas se usan para expresar ramas o el maíz, ríos, rayos, serpientes y caminos.	
 Estrella Chasca	● — ●	Es una parte del mundo astral y representan a los hijos del sol y la luna que juntos son la gran familia astral. Y es también el indicador del tiempo nocturno.	
 Serpiente Amaru	● — ●	Representa la fertilidad y estas por lo general se tejen como colas de los animales. Aunque en la actualidad la serpiente simboliza problemas o muerte.	

ENTREVISTADO: Tejedor Juan José Chango, 2019
 INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena










ENTREVISTA

10

Figura 45. Significado de los motivos

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Luis, 2019)

SIGNIFICADO DE LOS MOTIVOS

NOMBRE		FIGURA
Cruz	Representa los puntos cardinales, las cuatro estaciones del año. Y se la relaciona con la cruz cristiana.	
Ave	Simboliza libertad, altitud, los animales son sagrados y en general son la fuerza natural donde acontece la fertilidad y el nacimiento de la vida.	
Cuadrado	Es difícil representar el círculo en el tejido, se lo adapta a un cuadrado y este cuando rota forma el rombo. El cuadrado es de donde surge todo, es la unidad.	
Línea Horizontal	Representa la vida tranquila que lleva el indígena al mantener una amistad con la pacha-mama, los animales y las demás personas del pueblo.	
Línea Vertical	Representa división, separación entre dos cosas, es empleada en el tejido para expresar los wachos de los terrenos fértiles.	
Figura Humana	Representa poder espiritual, en cuanto a lo religioso. Con los brazos hacia arriba simboliza un espíritu bueno.	
Figura Humana	Símbolo de un espíritu malo, que hace daño a las personas y les causa enfermedades o hasta la muerte.	
Rectángulo	Es empleado para hacer dibujos más grandes como el danzante simboliza orden.	
Chacana	Es la representación del mundo, la forma de vida que lleva el indígena al mantener armonía con todo lo que le rodea.	

ENTREVISTADO: Tejedor Juan José Chango, 2019
 INVESTIGADORA: Paucar Azogue Lorena

ENTREVISTA

11

Figura 46. Significado de los motivos

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Luis, 2019)

4.4.2. Fichas de análisis visual de la faja

Ficha de análisis de la faja
Código: CHA001

Datos generales

Provincia: Tungurahua
Grupo étnico: Chibuleo
Género: Femenino
Utilidad: Protección al útero
Descripción: *Chumbi* de las *mamas*.
Artesano: José Francisco Espín

Datos técnicos

Materia prima: hilo de algodón
Tintes: anilinas
Instrumento: telar de cintura
Técnica: doble faz
Largo: 2,23 m
Ancho: 8 cm
Precio: 25 dólares

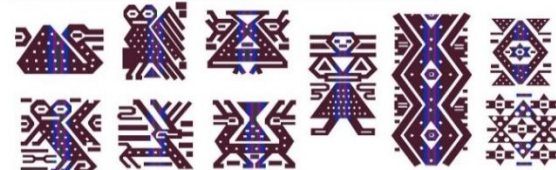
Diseño de la faja









Portadoras: mujeres solteras
Ocasión de uso: cotidiano
Tipo de faja
Por sus características: *wawa chumbi*
Por su forma de producción: *maki chumbi*
Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
Zoomorfos: #2 Ave; patos; mamífero: gato
Fitomorfos: #1 huertos
Geométricos: #1 Zigzag
Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
Concretos:
Figura: figuras geométricas
Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
Color: secundarios, acromáticos con aspecto oscuro/fresco
Textura: áspera
Relación: Interrelación de la forma y ubicación
Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía



	RGB: # 4C1D2F		RGB: # 00592E
	RGB: # E02020		RGB: # 0039B7
	RGB: # 5006019		RGB: # B70076
			RGB: # FF7F00
			RGB: # 0081BA

Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), simetría, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de profundidad por los colores fríos), coordinación, distancia (lejanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono. Composición pesada de color y forma.

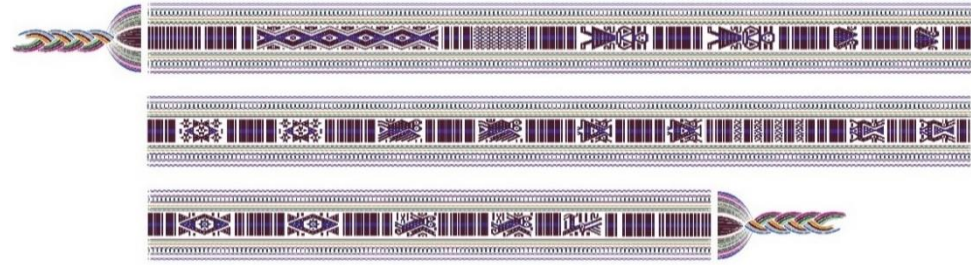
Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja






Figura 47. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHA001)

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)



Datos generales

Provincia: Tungurahua
 Grupo étnico: Chibuleo
 Género: Femenino
 Utilidad: Protección al útero
 Descripción: *Chumbi* de las *mamas*
 Artesano: Rosario Baltazar

Datos técnicos

Materia prima: hilo nylon
 Tintes: Verde, azul, rojo, rosado, celeste, negro
 Instrumento: telar de cintura
 Técnica: doble faz
 Largo: 2, 5 m
 Ancho: 8 cm
 Precio: 30 dólares

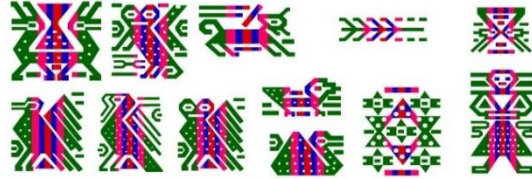
Diseño de la faja

Portadoras: mujeres casada
 Ocasión de uso: festivo
 Tipo de faja
 Por sus características: *wawa chumbi*
 Por su forma de producción: *maki chumbi*
 Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
 Zoomorfos: #8 Ave: loro, pájaro, lechuza, pollo, pato; mamífero: venado, mono, burro
 Fitomorfos: #1 maíz
 Antropomorfos: #2 danzante, niño
 Geométricos: #1 estrellas
 Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
 Concretos:
 Figura: figuras geométricas
 Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
 Color: primarios y secundarios, acromáticos, aspecto saturados/brillantes, con máximo contraste.
 Textura: áspera
 Relación: Interrelación de la forma y ubicación
 Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de apertura y alargamiento), coordinación, distancia (ceranía), combinación de color, modificación de forma de círculo a hexágono. Composición pesada de color y forma.

Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja

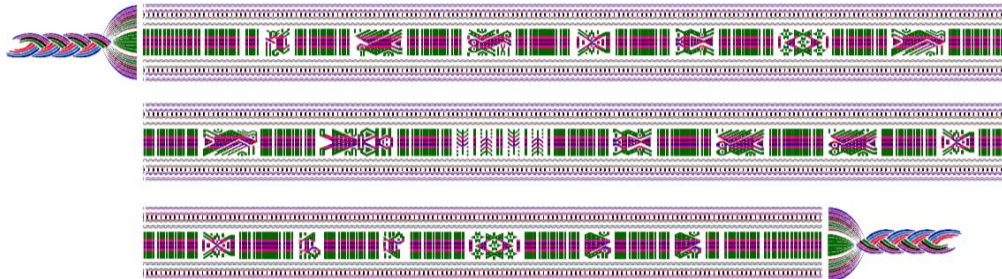



Figura 48. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHB002)
 Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Alfonso, 2020)

Ficha de análisis de la faja
Código: CHC003



Datos generales

Provincia: Tungurahua
Grupo étnico: Chibuleo
Género: Femenino
Utilidad: Protección al útero
Descripción: *Chumbi* de las *mamas*
Artesano: Rosario Baltazar

Datos técnicos

Materia prima: hilo nylon
Tintes: Verde, azul, rojo, rosado, celeste, negro
Instrumento: telar de cintura
Técnica: doble faz
Largo: 2, 5 m
Ancho: 8 cm
Precio: 30 dólares


Diseño de la faja

Portadoras: mujeres casada
Ocasión de uso: festivo
Tipo de faja
Por sus características: *wawa chumbi*
Por su forma de producción: *maki chumbi*
Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
Zoomorfos: #7 Ave: loro, lechuza, pato, pava; mamífero: mono, llama, venado macho
Fitomorfos: #1 montañas
Antropomorfos: #1 danzante
Geométricos: #1 estrellas, rombos
Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
Concretos:
Figura: figuras geométricas
Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
Color: primarios y secundarios, acromáticos, aspecto saturados/brillantes, con máximo contraste.
Textura: áspera
Relación: Interrelación de la forma y ubicación
Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



RGB: # 006600	RGB: # 0000CC	RGB: # 0082AF
RGB: # FF0066	RGB: # E00000	RGB: # 000000
RGB: # FFBC00		

Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de profundidad por los colores fríos), coordinación, distancia (lejanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a hexágono. Composición pesada de color y forma.

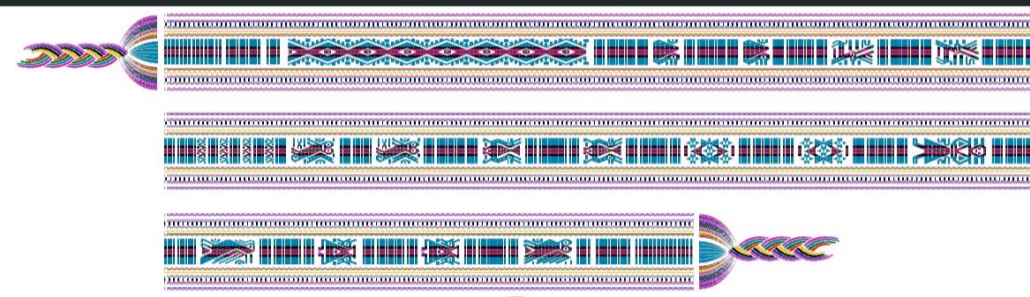
Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja



03

Figura 49. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHC003)
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Alfonso, 2020)



Datos generales

Provincia: Tungurahua
 Grupo étnico: Chibuleo
 Género: Femenino
 Utilidad: Protección al útero
 Descripción: *Chumbi de las mamas*
 Artesano: Andrea Baltazar

Datos técnicos

Materia prima: hilo nylón
 Tintes: Verde, rojo púrpuro, naranja, rosado, escarlata, borgoña (marrón púrpuro).
 Instrumento: telar de cintura
 Técnica: doble faz
 Largo: 2, 13 m
 Ancho: 7 cm
 Precio: 30 dólares

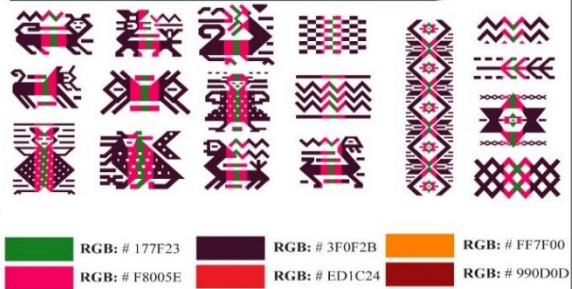
Diseño de la faja

Portadoras: mujeres casada
 Ocasión de uso: festivo
 Tipo de faja
 Por sus características: *wawa chumbi*
 Por su forma de producción: *maki chumbi*
 Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
 Zoomorfos: #8 Ave: pato, ; mamífero: perro, burro, liebre (conejo de monte), venado, conejos, borrego, llama, caballo
 Fitomorfos: #1 maíz,
 Antropomorfos: #1 Mujer
 Geométricos: #6 rombos, estrellas, dameros, zigzag (montañas)
 Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
 Concretos:
 Figura: figuras geométricas
 Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
 Color: secundarios, saturado intermedio/brillo intermedio
 Textura: áspera
 Relación: Interrelación de la forma y ubicación
 Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de apertura y alargamiento), coordinación, distancia (cercanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono. Composición pesada de color y forma.

Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja

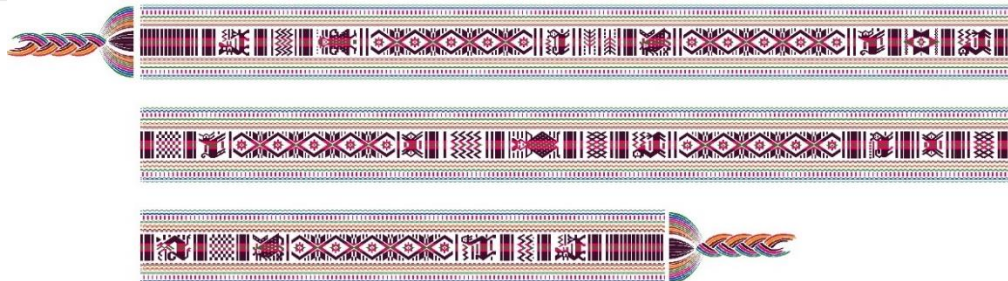



Figura 50. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHCH004)
 Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2020)

Ficha de análisis de la faja
Código: CHD005



Datos generales

Provincia: Tungurahua
 Grupo étnico: Chibuleo
 Género: Femenino
 Utilidad: Protección al útero
 Descripción: *Chumbi de las mamas*
 Artesano: Andrea Baltazar

Datos técnicos

Materia prima: hilo nylon
 Tintes: Rosado, negro
 Instrumento: Telar de cintura
 Técnica: Doble faz
 Largo: 2, 5 m
 Ancho: 8 cm
 Precio: 35 dólares


Diseño de la faja

Portadoras: Mujeres casada
 Ocasión de uso: Cotidiano
 Tipo de faja
 Por sus características: *wawa chumbi*
 Por su forma de producción: *maki chumbi*
 Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
 Zoomorfos: #11 Ave: pájaro, ganso, pollos, pato; mamífero: venado, llama, toro, perro, toro arando, gato; acuáticos: peces
 Fitomorfos: #1 ramas
 Antropomorfos: #2 danzante, niños
 Geométricos: #9 Zigzag, cocos o ñawis, damero, cruces
 Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
 Concretos:
 Figura: figuras geométricas
 Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
 Color: secundarios, acromáticos, saturados intensos; aspecto: Tibieza intimidatoria
 Textura: áspera
 Relación: Interrelación de la forma y ubicación
 Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



RGB: # 177F23
 RGB: # FF0086

Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de apertura y alargamiento), coordinación, distancia (cercanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono y corazón. Composición pesada de color y forma.

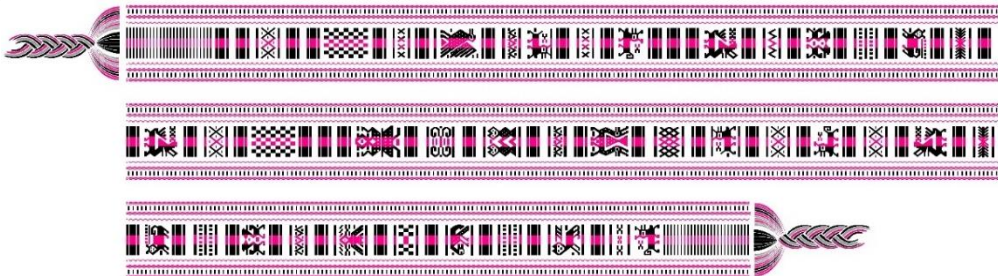
Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja



05

Figura 51. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHD005)
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Alfonso, 2020)



Datos generales

Provincia: Tungurahua
Grupo étnico: Chibuleo
Género: Femenino
Utilidad: Protección al útero
Descripción: *Chumbi* de las *mamas*, sus motivos son zoomorfos, fitomorfos, antropomorfos y religiosos. Posee flecos en los extremos formados por los hilos de trama y urdimbre.
Artesano: José Francisco Espín

Datos técnicos

Materia prima: hilo nylon
Tintes: Verde, azul, naranja, rojo, rosado, celeste
Instrumento: telar de cintura
Técnica: doble faz
Largo: 2, 18 m
Ancho: 6,5 cm
Precio: 30 dólares

Diseño de la faja

Portadoras: mujeres casada
Ocasión de uso: festivo
Tipo de faja
 Por sus características: *wawa chumbi*
 Por su forma de producción: *maki chumbi*
Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
Geométricos: #3 coco o ñawi, chacana, sendero
Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
Concretos:
Figura: figuras geométricas
Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
Color: primarios, secundarios, terciarios, complementarios, saturado intermedio/brillo intermedio; aspecto: frescura y calidez
Textura: áspera
Relación: Interrelación de la forma y ubicación
Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



	RGB: # 007F33		RGB: # 094CAD		RGB: # FF9100
	RGB: # ED1C24		RGB: # CF0378		RGB: # 00A8BA

Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), simetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de apertura y alargamiento), coordinación, distancia (cercanía), combinación de color, composición pesada de color y forma.

Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque, superposición
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretas: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja

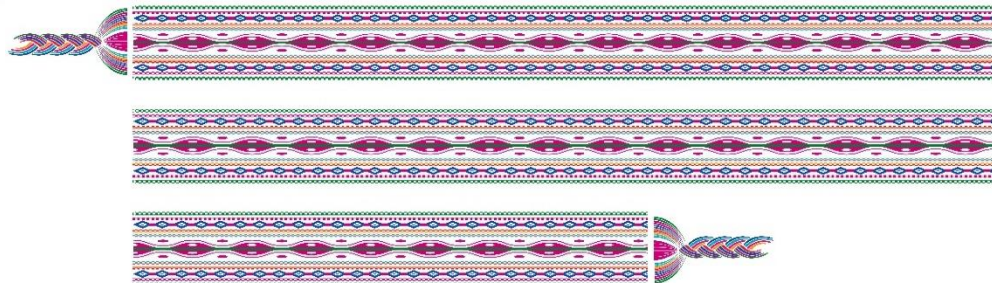


Figura 52. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHE006)
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2020)



Datos generales

Provincia: Tungurahua
Grupo étnico: Chibuleo
Género: Femenino
Utilidad: Protección al útero
Descripción: *Chumbi* de las *mamas*, sus motivos son zoomorfos, fitomorfos, antropomorfos y religiosos. Posee flecos en los extremos formados por los hilos de trama.
Artesano: José Francisco Espín

Datos técnicos

Materia prima: Lana de borrego
Tintes: Violeta
Instrumento: telar de cintura
Técnica: doble faz
Largo: 2, 05 m
Ancho: 8 cm
Precio: 25 dólares

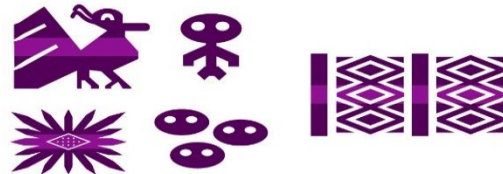
Diseño de la faja

Portadoras: mujeres viuda
Ocasión de uso: Cotidiano, fúnebre
Tipo de faja
 Por sus características: *wawa chumbi*
 Por su forma de producción: *maki chumbi*
Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
Zoomorfos: #1 Ave: gallinazo
Antropomorfos: #1 hombre
Geométricos: #3 sol, cabezas, *cocos* o *ñawis*
Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
Concretos:
Figura: figuras geométricas
Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
Color: monocromía; saturado intermedio/brillo intermedio; aspecto: sombras frescas
Textura: áspera
Relación: Interrelación de la forma y ubicación
Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



RGB: # 901193 RGB: # 540059

Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de profundidad por los colores fríos), coordinación, distancia (lejanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono. Composición pesada de color y forma.

Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja

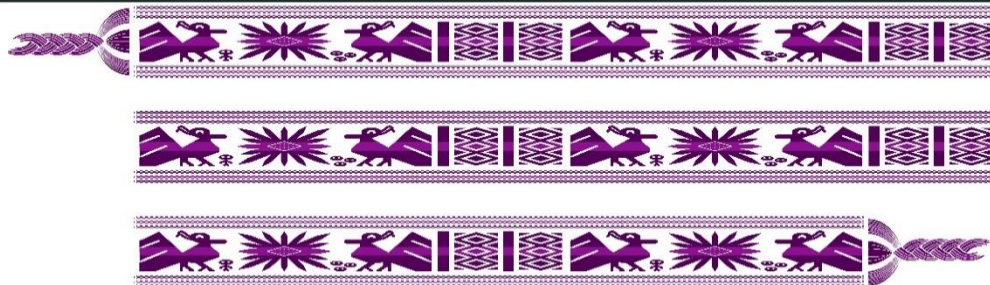



Figura 53. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHF007)
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)

Ficha de análisis de la faja
Código: CHG008



Datos generales

Provincia: Tungurahua
Grupo étnico: Chibuleo
Género: Femenino
Utilidad: Protección al útero
Descripción: *Chumbi de las mamas*
Artesano: Juan José Chango

Datos técnicos

Materia prima: Lana de borrego
Tintes: Verde, azul, carmesí, celeste
Instrumento: telar de cintura
Técnica: doble faz
Largo: 2, 10 m
Ancho: 8 cm
Precio: 25 dólares

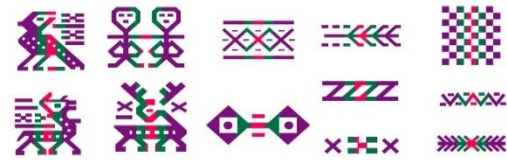
Diseño de la faja

Portadoras: mujeres casada
Ocasión de uso: festivo
Tipo de faja
Por sus características: *wawa chumbi*
Por su forma de producción: *maki chumbi*
Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
Zoomorfos: #4 Ave: pájaro; mamífero: venado hembra y macho; acuático: peces
Fitomorfos: #2 maíz, ramas
Geométricos: #5 ñawis o cocos, damero, cruz, zigzag
Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
Concretos:
Figura: figuras geométricas
Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
Color: secundarios, acromáticos, saturado intermedio/brillo intermedio; aspecto: serenidad y frescura
Textura: áspera
Relación: Interrelación de la forma y ubicación
Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



RGB: # 007F33	RGB: # 094CAD
RGB: # ED1C24	RGB: # CF0378

Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de apertura y alargamiento), coordinación, distancia (cercanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono. Composición pesada de color y forma.

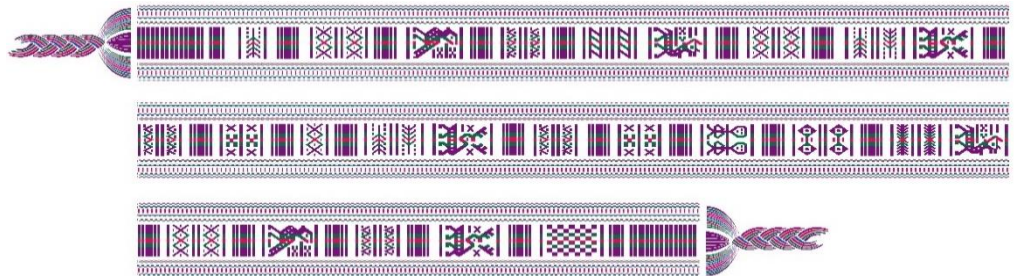
Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja



08

Figura 54. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHG008)

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Luis, 2019)



Datos generales

Provincia: Tungurahua
 Grupo étnico: Chibuleo
 Género: Femenino
 Utilidad: Protección al útero
 Descripción: *Chumbi de las mamas*
 Artesano: Juan José Chango

Datos técnicos

Materia prima: hilo nylón
 Tintes: Verde, naranja, bermellón, rosado, celeste, negro
 Instrumento: telar de cintura
 Técnica: doble faz
 Largo: 2, 13 m
 Ancho: 7 cm
 Precio: 30 dólares

Diseño de la faja

Portadoras: mujeres casada
 Ocasión de uso: festivo
 Tipo de faja
 Por sus características: *wawa chumbi*
 Por su forma de producción: *maki chumbi*
 Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
 Zoomorfos: #6 Ave: pájaro curiwingue, loro, lechuza, pava; mamífero: mono, llama
 Fitomorfos: #1 ramas
 Antropomorfos: #1 mujer
 Geométricos: #3 estrellas, zigzag
 Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
 Concretos:
 Figura: figuras geométricas
 Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
 Color: secundarios, terciarios, acromáticos, saturados, brillantes; aspecto de calidez y tibieza
 Textura: áspera
 Relación: Interrelación de la forma y ubicación
 Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de profundidad por los colores fríos), coordinación, distancia (lejanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono. Composición pesada de color y forma.

Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja

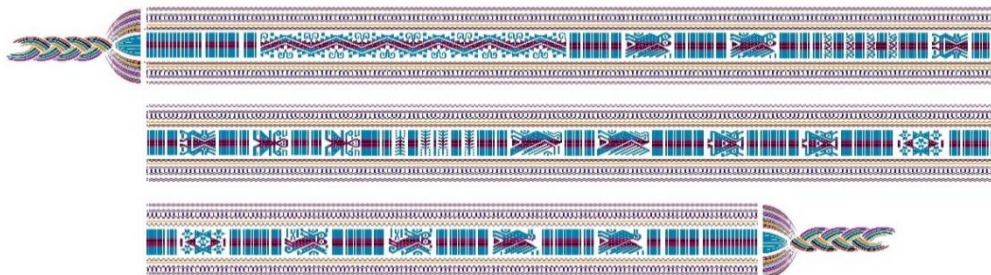


Figura 55. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHH009)

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Luis, 2019)



Datos generales

Provincia: Tungurahua
Grupo étnico: Chibuleo
Género: Femenino
Utilidad: Protección al útero
Descripción: *Chumbi* de las *mamas*, posee flecos en los extremos formados por los hilos de trama y urdimbre.
Artesano: Jorge Sisa

Datos técnicos

Materia prima: hilo nylon
Tintes: Verde, violeta, negro
Instrumento: telar de cintura
Técnica: doble faz
Largo: 2, 13 m
Ancho: 8 cm
Precio: 30 dólares

Diseño de la faja

Portadoras: mujeres viudas
Ocasión de uso: cotidiano
Tipo de faja
 Por sus características: *wawa chumbi*
 Por su forma de producción: *maki chumbi*
Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
Fitomorfos: #1 pondo (olla) de barro
Antropomorfos: #3 danzantes
Geométricos: #1 zigzag
Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
Concretos:
Figura: figuras geométricas
Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
Color: secundarios, acromáticos, aspecto frío/distante y fresco
Textura: áspera
Relación: Interrelación de la forma y ubicación
Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



RGB: # 007025 RGB: # 000000 RGB: # 7D307E

Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de profundidad por los colores fríos), coordinación, distancia (lejanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono y hexágono. Composición pesada de color y forma.

Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuro), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja

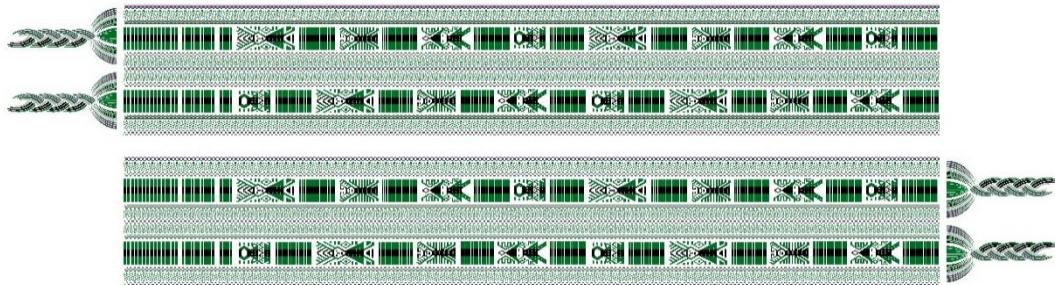


Figura 56. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHI010)
Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)



Datos generales

Provincia: Tungurahua
 Grupo étnico: Chibuleo
 Género: Femenino
 Utilidad: Protección al útero
 Descripción: *Chumbi* de las *mamas*
 Artesano: Jorge Sisa

Datos técnicos

Materia prima: hilo nylón
 Tintes: Verde, azul, violeta, negro
 Instrumento: telar de cintura
 Técnica: doble faz
 Largo: 2, 3 m
 Ancho: 7 cm
 Precio: 25 dólares

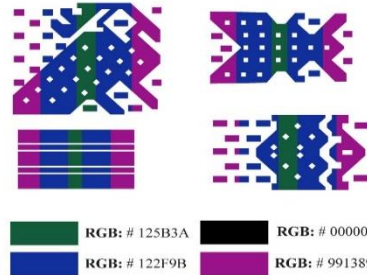
Diseño de la faja

Portadoras: mujeres soltera
 Ocasión de uso: Cotidiano
 Tipo de faja
 Por sus características: *wawa chumbi*
 Por su forma de producción: *maki chumbi*
 Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
 Zoomorfos: #3 Ave: pavo real macho; Insecto: catzo; anfibio: sapo
 Geométricos: #1 huertos (líneas gruesas)
 Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varia por el grosor del hilo).
 Concretos:
 Figura: figuras geométricas
 Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
 Color: Acromáticos, terciarios, complementarios; aspecto de frescura y serenidad,
 Textura: áspera
 Relación: Interrelación de la forma y ubicación
 Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía y de color



Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), asimetría, reflexión, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de profundidad por los colores fríos), coordinación, distancia (lejanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono. Composición pesada de color y forma.

Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos: Submódulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño
Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono, forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja

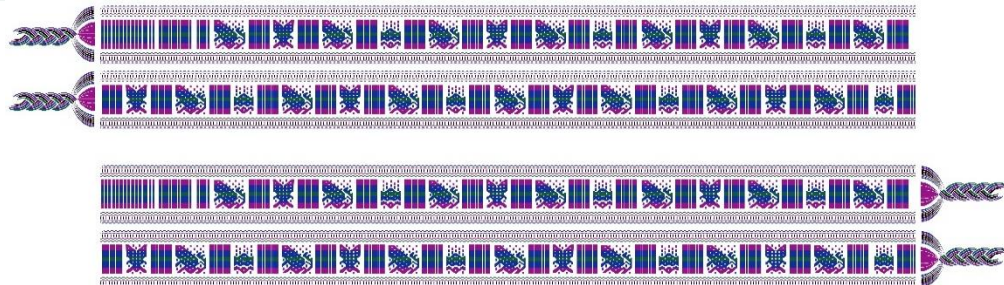


Figura 57. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHJ011)
 Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)



Datos generales

Provincia: Tungurahua
Grupo étnico: Chibuleo
Género: Femenino
Utilidad: Protección al útero
Descripción: *Chumbi de las mamas.*
Artesano: José Francisco Espín

Datos técnicos

Materia prima: hilo de algodón
Tintes: anilinas
Instrumento: telar de cintura
Técnica: doble faz
Largo: 2,23 m
Ancho: 8 cm
Precio: 25 dólares

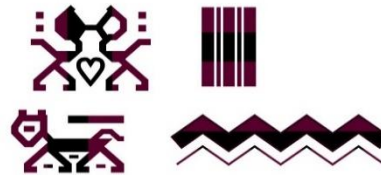
Diseño de la faja

Portadoras: mujeres solteras
Ocasión de uso: cotidiano
Tipo de faja
Por sus características: *wawa chumbi*
Por su forma de producción: *maki chumbi*
Tipo de motivo: Figurativo naturalista y abstracta
Zoomorfos: #2 Ave: patos; mamífero: gato
Fitomorfos: #1 huertos
Geométricos: #1 Zigzag
Estilo de diseño: Purista

Elementos del diseño

Abstractos: Punto, línea, plano, superficie, volumen ilusorio, formato por escala de medición (varía por el grosor del hilo).
Concretos:
Figura: figuras geométricas
Forma: bi-dimensional, figurativa natural y abstracta, compuesta, súper unitaria.
Color: secundarios, acromáticos con aspecto oscuro/fresco
Textura: áspera
Relación: Interrelación de la forma y ubicación
Prácticos: Representación estilizada, significado.

Sustracción de iconografía



Análisis visual

Categorías compositivas
 Dirección, espacio (ralos entre módulos), simetría, tamaño, ritmo, escala, equilibrio, fondo (impresión de profundidad por los colores fríos), coordinación, distancia (lejanía), combinación de color, modificación de forma de círculo a pentágono. Composición pesada de color y forma.

Forma:
Interrelación: distanciamiento, unión, toque
Dirección: repetidas, alternadas

Módulos, disposición lineal y cuadrada

Estructuras:
Abstractas: estructuras formales: gradación.
Concretos: estructuras visibles, estructuras activas, textural formal y en gradación, estructura gruesa.

Fundamentos del diseño

Repetición: figura, tamaño, color, textura, dirección, posición
Similitud: asociación
Contraste: figura (simple/compleja), tono (luminoso/oscuras), forma (natural/abstracta)
Textura: visual táctil decorativa

Re-elaboración del gráfico de la faja

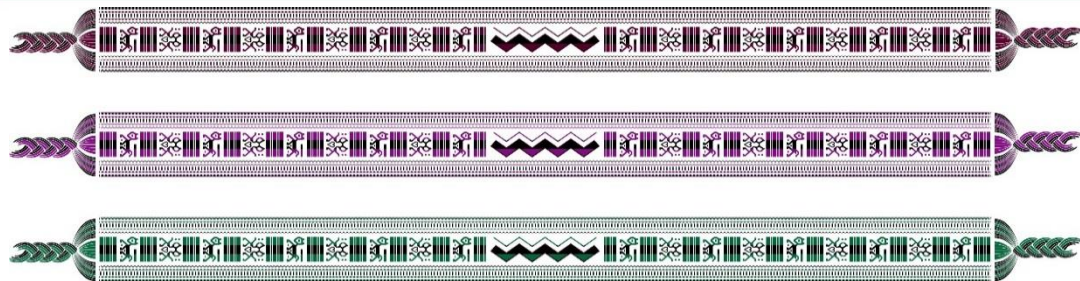


Figura 58. Ficha de análisis del chumbi de las mamas (CHK012)

Fuente: Elaboración propia (Chibuleo San Francisco, 2019)

4.4.3. Fichas de análisis iconográfico del *chumbi*

Selección de iconos		Zoomorfos: Mamíferos	Tipo: Gatos	Selección: A
Código	Estructura de ordenamiento	Composición	Signos independientes	
A1				
A2				
A3				
A4				
A5				
A6				
A7				

Interpretación

Estructura de ordenamiento: A1, A2, A3, A4, A5, A6 Cuatripartición en la tripartición; A7 Dualidad en la tripartición.
 Estructura de formación: Diagonal, escalonado, triángulo, espiral, polígonos irregulares, cuadrado, rectángulo, cruz escalonada.
 Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes.



Figura 59. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos-gatos
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Zoomorfos: Mamíferos	Tipo: Venado	Selección: B
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
B1				
B2				
B3				
B4				
B5				
B6				
B7				

Figura 60. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos venados
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Zoomorfos: Mamíferos		Tipo: Venado		Selección: B	
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Composición modular	Composición modular	Signos independientes	Signos independientes	Signos independientes
B8							
B9							
Interpretación							
<p>Estructura de ordenamiento: B1, B5, B8 tripartición; B2, B3 Cuatritipartición en la tripartición; B4 Cuatritipartición; B6, B7, B9 Dualidad en la tripartición.</p> <p>Estructura de formación: Diagonal, pirámide escalonada, triángulo, espiral, polígonos irregulares, rectángulo, cruz</p> <p>Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes.</p>							
Selección de iconos		Zoomorfos: Mamíferos		Tipo: Llama		Selección: C	
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Composición modular	Composición modular	Signos independientes	Signos independientes	Signos independientes
C1							
C2							
C3							
Interpretación							
<p>Estructura de ordenamiento: C1 Y C3 Bipartición; C2 Cuatritipartición</p> <p>Estructura de formación: Diagonal, pirámide escalonada, triángulo, espiral, polígonos irregulares, rectángulo, cruz</p> <p>Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes.</p>							

Figura 61. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos venados y llamas
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

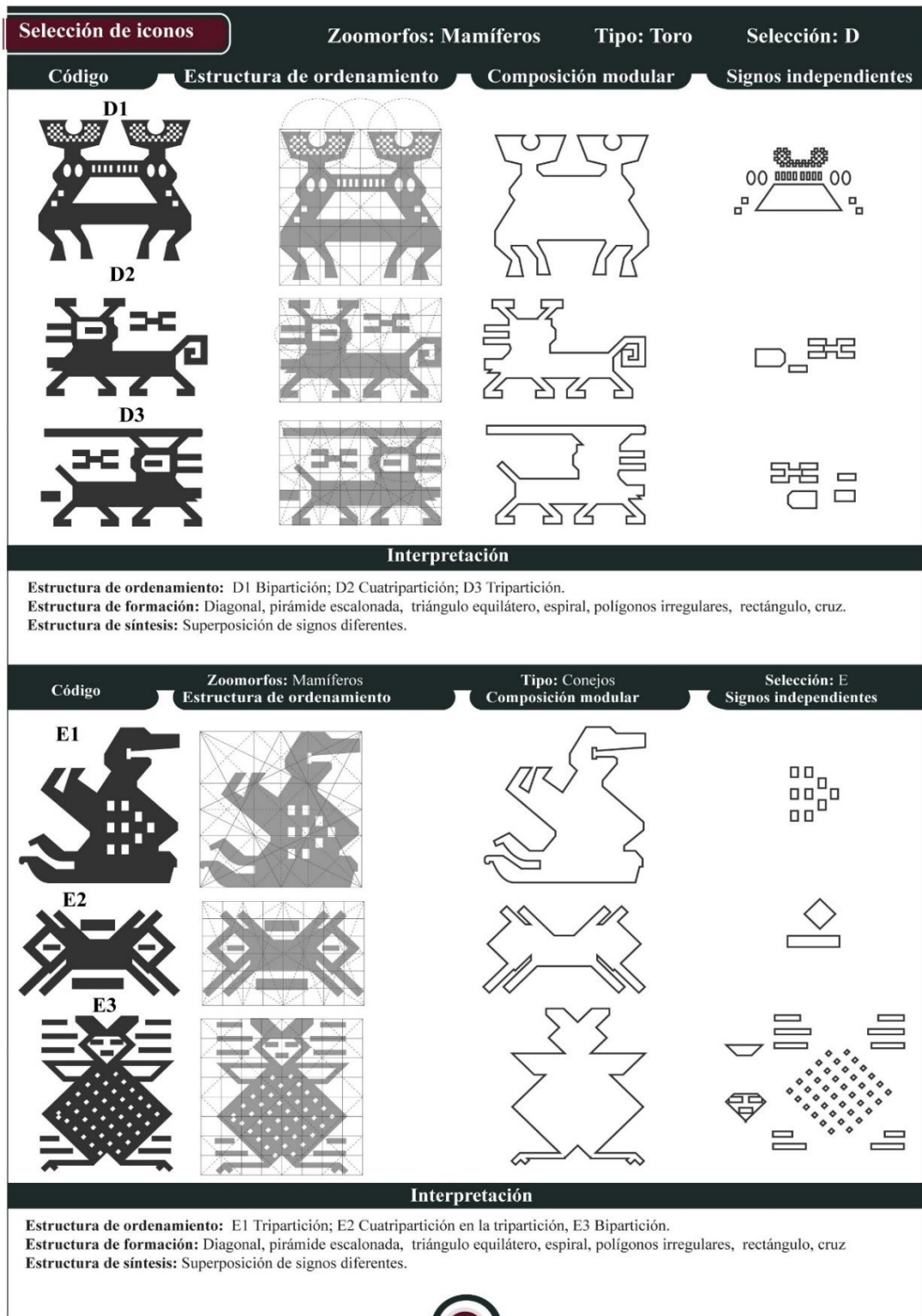


Figura 62. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos toros y conejos
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

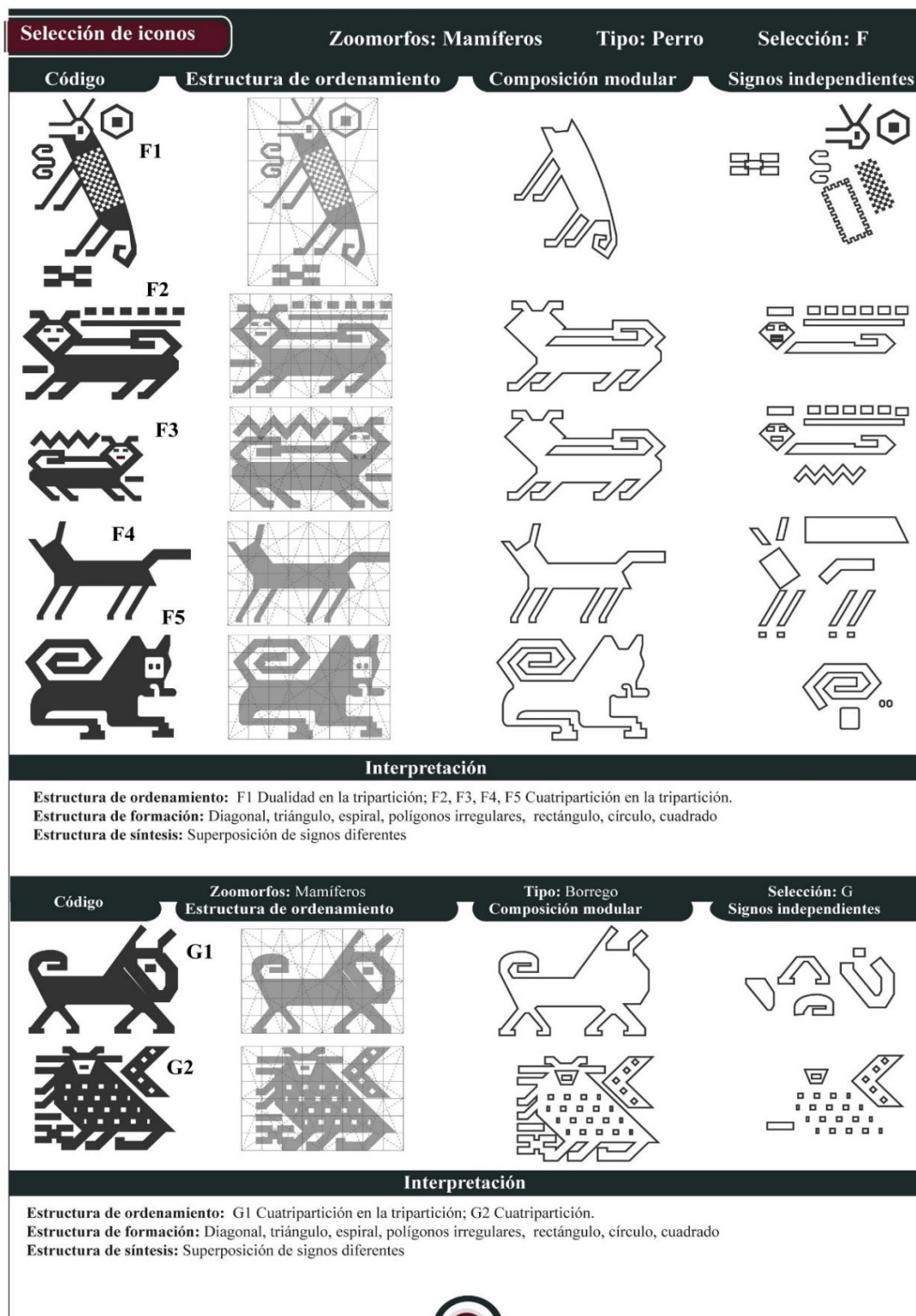


Figura 63. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos perros y ovejas
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Zoomorfos: Mamíferos	Tipo: Burro	Selección: H
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
H1				
H2				
Interpretación				
<p>Estructura de ordenamiento: H1, H2 Cuatritipartición en la tripartición. Estructura de formación: Diagonal, espiral, rectángulo, cuadrado Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes</p>				
Código	Zoomorfos: Mamíferos Estructura de ordenamiento	Tipo: Composición modular	Selección: I Signos independientes	
I1				
I2				
I3				
I4				
Interpretación				
<p>Estructura de ordenamiento: I1 Cuatritipartición en la tripartición; I2 Cuatritipartición; I3 Tripartición; I4 Bipartición Estructura de formación: Diagonal, pirámide, espiral, polígonos rectángulo, rombo, círculo, cuadrado, zigzag Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes</p>				


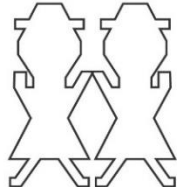
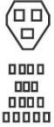
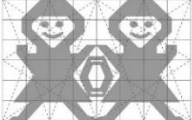
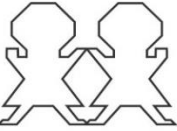

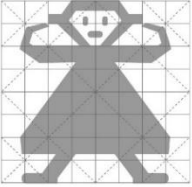


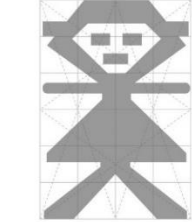
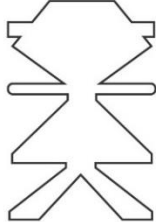
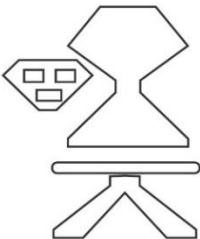
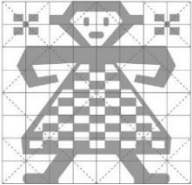

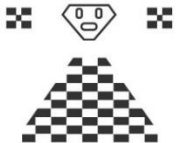
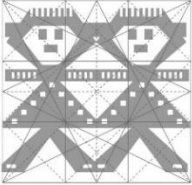
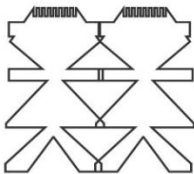
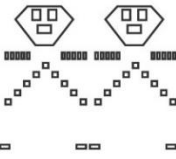
Figura 64. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos mamíferos
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Antropomorfos: Mamíferos	Tipo: humano	Selección: J
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
J1				
J2				
J3				
J4				
J5				
J6				

Figura 65. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/antropomorfos
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Antropomorfos: Mamíferos	Tipo: humano	Selección: J
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
J7				
J8				
J9				
J10				
J11				
J12				

Figura 66. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/antropomorfos
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Antropomorfos: Mamíferos	Tipo: humano	Selección: J
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
J13				
J14				
J15				
J16				
J17				
J18				

Interpretación

Estructura de ordenamiento: J1, J14 Cuatripartición en la tripartición; J2, J5, J7, J13, J18 Tripartición; J3, J11 Proporción áurea; J4, J6, J7, J8, J15, J17 Bipartición; J16 Dualidad en la tripartición; J12 Cuatripartición.
Estructura de formación: Diagonal, pirámide, espiral, polígonos rectángulo, rombo, círculo, cuadrado, zigzag, triángulo, paralelogramo, cruz.
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes



Figura 67. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/antropomorfos
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)


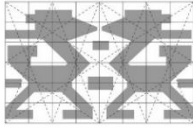

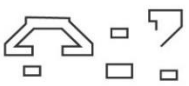


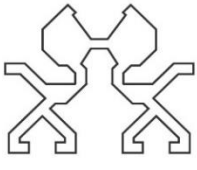
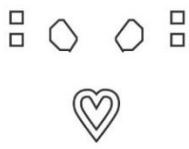

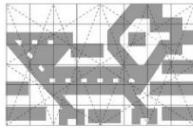
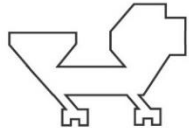
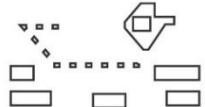

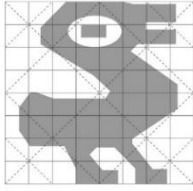
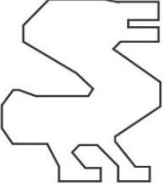


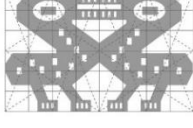
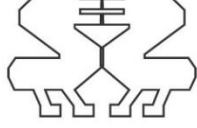
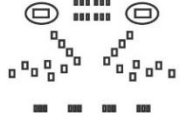

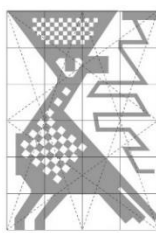
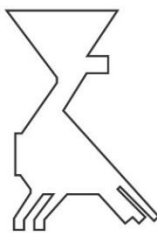
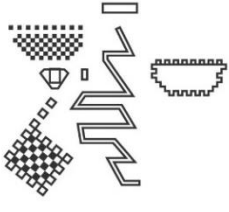
Selección de iconos		Zoomorfos: Aves	Tipo: pollos	Selección: k
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
 K1				
 K2				
 K3				
 K4				
 K5				
Interpretación				
Estructura de ordenamiento: K1, K3, K5, Cuatripartición en la tripartición; K2 Cuatripartición; K4 Bipartición.				
Estructura de formación: Diagonal, rectángulo, cuadrado, ovalado, corazón, polígonos irregulares.				
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes				
Código	Zoomorfos: Aves	Tipo: Pavos y pavas	Selección: L	
	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
 L1				

Figura 68. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos aves
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

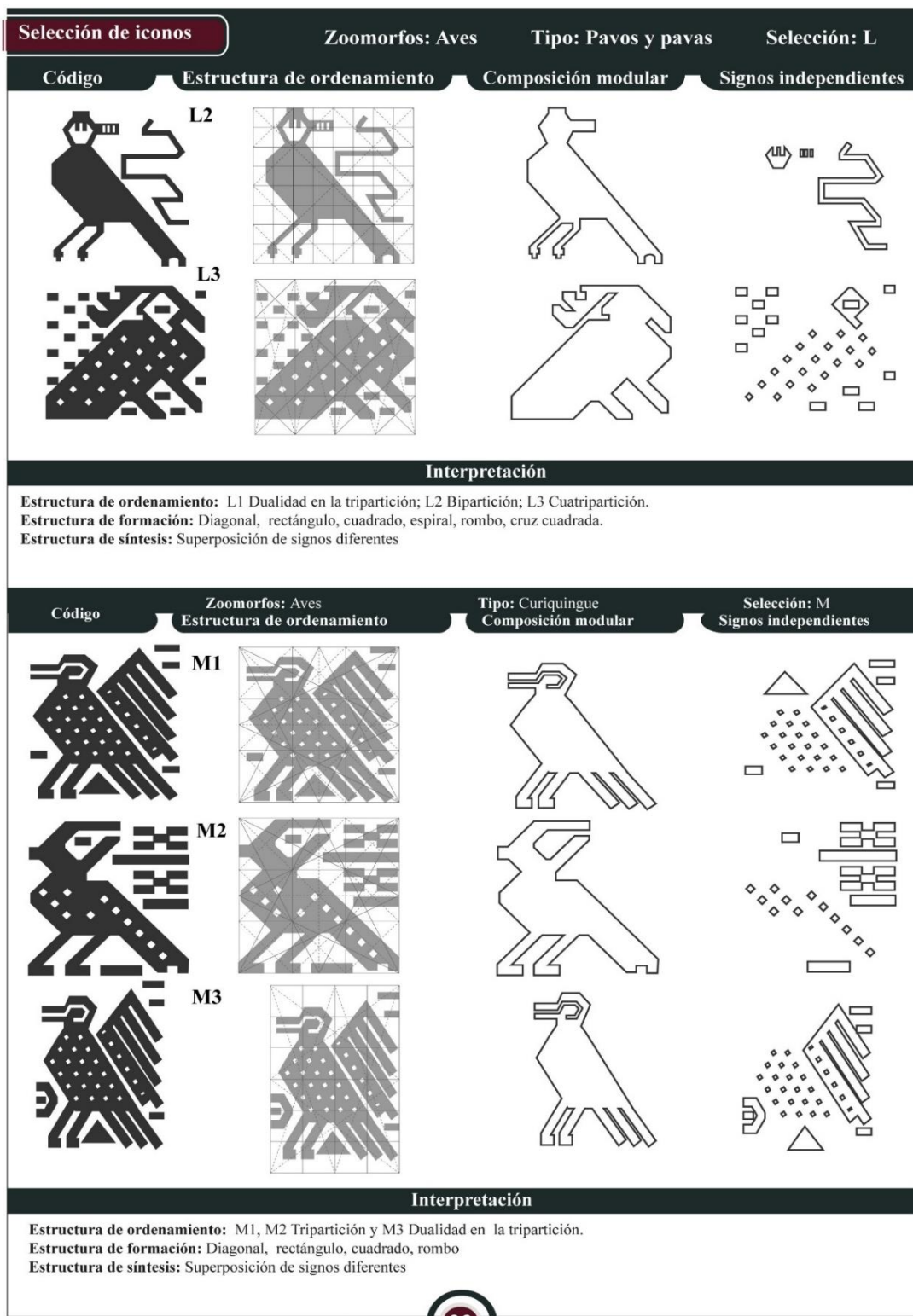


Figura 69. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos aves
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Zoomorfos: aves	Tipo: pato y ganso	Selección: N
Código: B	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
N1				
N2				
N3				
N4				
N5				
N6				
N7				

Interpretación

Estructura de ordenamiento: N1, N7 Tripartición; N2, N3, N4, N5 Cuatripartición en la tripartición; N76 Bipartición.
 Estructura de formación: Rectángulo, zigzag, rombo, cuadrado, polígonos, cruz.
 Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes



Figura 70. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos aves
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)


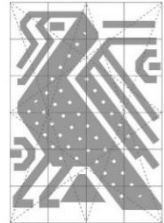
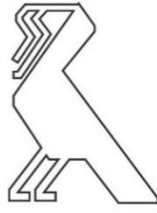
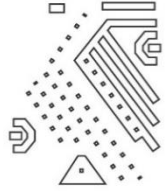

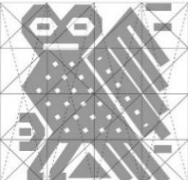
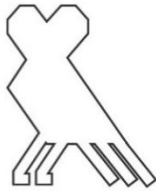
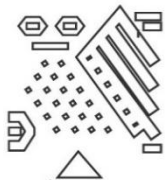

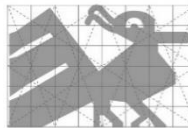
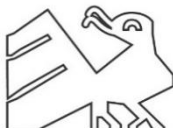


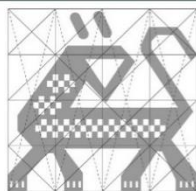
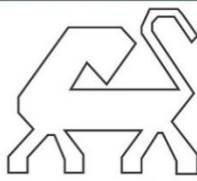
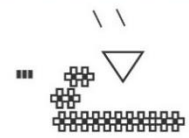
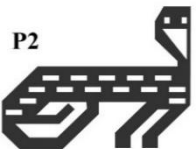
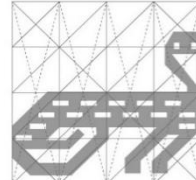
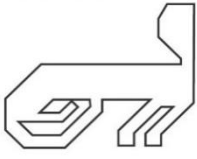


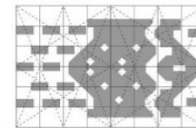
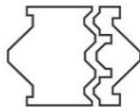
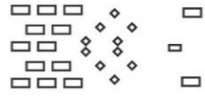
Selección de iconos		Zoomorfos: Aves	Tipo: Loro, lechuza, gallinazo	Selección: O
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
 O1				
 O2				
 O3				
Interpretación				
Estructura de ordenamiento: O1 Dualidad en la tripartición; O2 Cuatripartición; O3 Cuatripartición en la tripartición.				
Estructura de formación: Diagonal, rectángulo, cuadrado, rombo, polígonos.				
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes				
Código	Zoomorfos: Anfibios	Tipo: Lagartija y sapo	Selección: P	
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
 P1				
 P2				
 P3				
Interpretación				
Estructura de ordenamiento: P1, P2 Cuatripartición; P3 Cuatripartición en la tripartición.				
Estructura de formación: Diagonal, triángulo, rombo, rectángulo.				
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes				

Figura 71. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/zoomorfos aves y anfibios
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

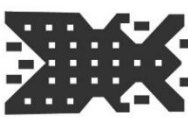

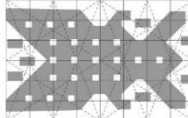
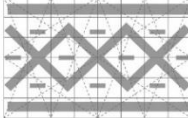
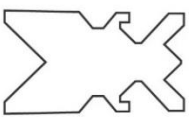
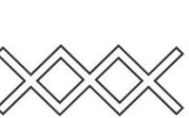
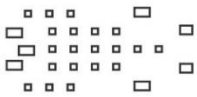
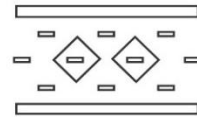












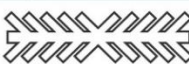








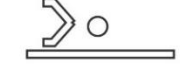














Selección de iconos		Zoomorfos: insecto, acuático		Tipo: Catzo, pez		Selección: Q	
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	Interpretación			
 Q1  Q2	 	 	 	<p>Estructura de ordenamiento: Q1, Q2 Cuatritipación en la tripartición Estructura de formación: Rectángulo, cuadrado, rombo. Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes</p>			
Código	Fitomorfos: Agricultura Estructura de ordenamiento	Tipo: Ramas Composición modular	Selección: R Signos independientes	Interpretación			
 R1  R2  R3  R4  R5  R6	     	     	     	<p>Estructura de ordenamiento: R1, R2, R3, R4, R6 Cuatritipación en la bipartición; R5 Cuatritipación en la tripartición. Estructura de formación: Rectángulo, cruz, círculo. Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes</p>			
Código	Motivos geométricos: Rombo Estructura de ordenamiento	Tipo: ñawis o cocos Composición modular	Selección: S Signos independientes	Interpretación			
 S1  S2  S3	  	  	  				

Figura 72. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/fitomorfos agricultura
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Motivo geométrico: rombo	Tipo: Ñawi o coco	Selección: S
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
R4				
R5				
R6				
R7				
R8				
R9				
R10				
R11				
Interpretación				
Estructura de ordenamiento: R1, R2, R3, R6, R7, R8, R9, R10 Cuatripartición en la bipartición; R4, R6, R11 Cuatripartición en la tripartición.				
Estructura de formación: Rectángulo, cuadrado, rombo, ovalo.				
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes				
Selección de iconos		Motivos geométricos: Agricultura	Tipo: Montañas	Selección: T
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
T1				
T2				
T3				
T4				
T5				

Figura 73. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/geométricos agricultura
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Motivos geométricos: Agricultura		Tipo: Montaña		Selección: T	
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes				
T6							
T7							
Interpretación							
Estructura de ordenamiento: T1, T2, T3, T4, T7 Cuatripartición en la bipartición; T5 Y T6 Cuatripartición en la tripartición.							
Estructura de formación: Espiral, rectángulo, zigzag.							
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes							
Motivos geométricos: Astros		Tipo: Estrella y sol		Selección: U			
Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes					
U1							
U2							
U3							
U4							
Interpretación							
Estructura de ordenamiento: U1, U2, U3 Tripartición; U4 Cuatripartición en la tripartición.							
Estructura de formación: Rectángulo, cuadrado, rombo, círculo.							
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes							

Figura 74. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/geométricos-astros
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Fitomorfos: Agricultura	Tipo: Flores	Selección: V
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
V1				
V2				
V3				
V4				
Interpretación				
Estructura de ordenamiento: V1, V2, V3, V4 cuatripartición en la Bipartición.				
Estructura de formación: Rectángulo, cuadrado, rombo.				
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes				
Código	Motivos geométricos: Cruz Estructura de ordenamiento	Tipo: Cruz Composición modular	Selección: W Signos independientes	
W1				
W2				
W3				
W4				
W5				
W6				
Interpretación				
Estructura de ordenamiento: W1, W4, W5 Cuatripartición en la bipartición; W2, W3, W6 Cuatripartición en la tripartición.				
Estructura de formación: Rectángulo, espiral, cruz.				
Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes				

Figura 75. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/geométricos-cruz
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

Selección de iconos		Motivos geométricos: Vestimenta		Tipo: tupu, pondo	Selección: X
Código	Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes		
X1					
X2					
X3					
X4					
Interpretación					
<p>Estructura de ordenamiento: X1, X2, X3 Cuatripartición en la bipartición; X4 Bipartición. Estructura de formación: Rectángulo, cuadrado, hexágono, estrella, zigzag Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes</p>					
Código		Motivos geométricos: Agricultura	Tipo: Huertos	Selección: Y	
		Estructura de ordenamiento	Composición modular	Signos independientes	
Y1					
Y2					
Y3					
Y4					
Y5					
Y6					
Y7					
Interpretación					
<p>Estructura de ordenamiento: Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6 Cuatripartición en la bipartición; Y7 Bipartición. Estructura de formación: Rectángulo, cuadrado, equilátero, polígonos. Estructura de síntesis: Superposición de signos diferentes</p>					

Figura 76. Ficha de análisis iconográfico del chumbi/geométricos-vestimenta
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Zadir Milla, 2008)

4.4.4. Fichas de reelaboración iconográfica basado en el estudio de Pepe

Ficha de reelaboración iconográfica del chumbi		
Fitomorfos: Agricultura	Tipo: Ramas	Selección: R
Elementos elegidos para la reelaboración		Creación controlada de la forma
		<p>1</p>
Motivo reelaborado		<p>2</p>
Motivos geométricos: Rombo		Tipo: Ñawi o coco Selección: S
Elementos elegidos para la reelaboración		Creación controlada de la forma
		<p>1</p>
Motivo reelaborado		<p>2</p>

Figura 77. Ficha de reelaboración iconográfica

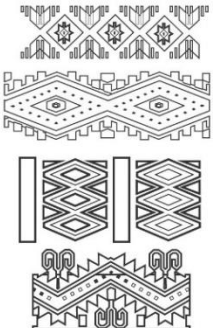
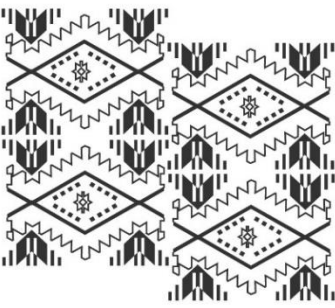
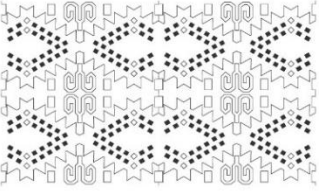

Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Eduardo Gabriel Pepe, 2018)

Ficha de reelaboración iconográfica del chumbi

Zoomorfo: Mamífero		Tipo: Venado	Selección: B
Elementos elegidos para la reelaboración		Creación controlada de la forma	
		<p>1</p>	
Motivo reelaborado		<p>2</p>	
Motivos geométricos: Agricultura		Tipo: Montañas	Selección: T
Elementos elegidos para la reelaboración		Creación controlada de la forma	
		<p>1</p>	
Motivo reelaborado			

Figura 78. Ficha de reelaboración iconográfica
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Eduardo Gabriel Pepe, 2018)

Ficha de reelaboración iconográfica del chumbi

<p>Motivo geométrico: Rombo</p>	<p>Tipo:Ñawis</p>	<p>Selección: S</p>
<p>Elementos elegidos para la reelaboración</p>	<p>Creación controlada de la forma</p>	
	<p>1</p> 	
<p>Motivo reelaborado</p>	<p>2</p> 	
		

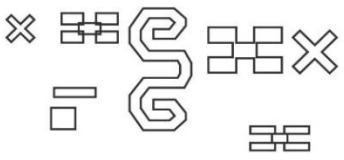
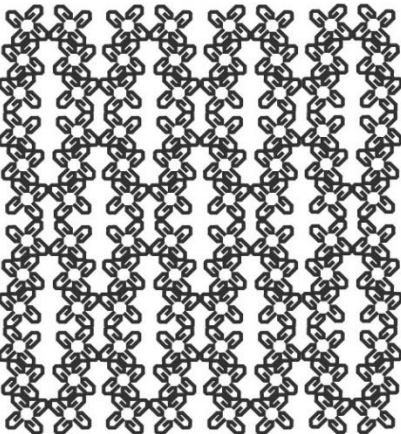

<p>Motivos geométricos: Cruz</p>	<p>Tipo: Cruz</p>	<p>Selección: W</p>
<p>Elementos elegidos para la reelaboración</p>	<p>Creación controlada de la forma</p>	
	<p>1</p> 	
<p>Motivo reelaborado</p>		

Figura 79. Ficha de reelaboración iconográfica
Fuente: Elaboración propia (basada en la metodología de Eduardo Gabriel Pepe, 2018)

Ciertamente Chibuleo posee una diversidad iconográfica magnífica, que bien puede ser usada dentro del diseño, con diferentes fines. Por ello, la presente tesis a partir del análisis de la iconografía de 12 *chumbis*, se desarrollaron siete fichas con íconos como legado para próximos proyectos de diseño, las cuales fueron recopiladas gracias a los entrevistados y a la contribución de Gladys Iza, Inés Iza, Martha Maliza, mujeres jóvenes pertenecientes a la comunidad e interesadas en preservar la memoria iconográfica tejida en los *chumbis*. Sin embargo, por cuestiones del enfoque del proyecto, para hacer las mallas compositivas se escogieron los motivos más representativos de los *chumbis* de Chibuleo como las ramas, los ñawis o cocos, las montañas y de los animales los venados. De los cuales se generaron diez composiciones partiendo de los motivos reelaborados.

4.5. Conclusiones

Los hombres de 25 a 35 años de edad encuestados, en su mayoría tienen el pleno conocimiento de que existe diversidad iconográfica en cada pueblo y nacionalidad del Ecuador; sin embargo, desconocen la iconografía empleada en las fajas de la vestimenta femenina de Chibuleo. Por ello consideran que es importante visibilizar la iconografía en objetos vestimentarios. El producto desarrollado en la presente tesis está dirigido para ejecutivos profesionales en medicina, enfermería, derecho, diseño gráfico, diseño de modas, admiración de empresas, arquitectos, ingenieros en sistemas, agrónomos, ingenieros en minas, mecatrónica, ingenieros forestales, con un perfil de consumidor contemporáneo, que prefiere el universo del vestuario casual formal, porque son parte del personal ejecutivo de una empresa.

Los encuestados consideran imperante la necesidad de utilizar un bolso de cuero cómodo, versátil donde prime el diseño y la innovación para portar llaves, botella de agua, lentes, laptop, etc. Prefieren las bandoleras de tamaño medio y grade, para que sea fácil hallar las cosas guardadas en los mismos.

En lo referente al levantamiento de la información iconográfica, después del análisis y comparación de cada una de las fichas se nota que su inspiración es la vida cotidiana, la interrelación de la cosmovisión (relaciones) y la cosmogonía (experiencias). Los motivos

se clasificaron en cuatro grupos: Antropomorfos (hombres, mujeres, niñas, danzantes. Zoomorfas (aves: curiquinge, lechuza, patos, ganso, pavo, guarro, pollos; mamíferos: gato, perro, burro, toro, venado, llama, borrego, conejo; anfibios: lagartijas, sapo; acuáticos: peces; insectos: catzo). Fitomorfos (flores, ramas) y los Geométricos (montañas, huertos, línea zigzag, rombos, cuadrados, rectángulos).

La faja posee un estilo de diseño purista con colores contrastantes, acromáticos, complementarios, de aspecto oscuro y fresco. La categoría compositiva de los íconos posee dirección, simetría, ritmo en distribución, escala, composición pesada de color y forma. Los íconos al conformarse se interrelacionan, tiene distanciamiento, toque y unión. Los módulos tienen disposición lineal y cuadrada con estructuras abstractas y concretas. En la fundamentación de diseño encontramos repetición de figura, tamaño, dirección, color, posición, textura. Similitud en todas las fajas en la manera de asociación, presentan contraste entre figura y tono dando al observador una sensación armónica y proporcionando una textura táctil y decorativa.

Las principales formas empleadas por los tejedores para formar los motivos son: el cuadrado, rectángulo, rombo, paralelogramo con el que se forman los cuerpos de los animales, el círculo que al no poder tejerlo redondo se convierte en polígonos irregulares.

CAPÍTULO V

TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1.Cronograma de Producción

El cronograma de producción es la gestión que busca organizar las actividades que se deben llevar a cabo para cumplir con los objetivos de producción y transformación de un producto, en este caso bolsos. La programación estará acorde a los tiempos de entrega y a las secuencias de las actividades; se debe tomar en cuenta la capacidad de producción por operación, la disposición del personal a cargo de cada actividad, los insumos, materiales y maquinaria indispensable para el desarrollo del producto (Rojas, 2014).

Gimmel, es una marca de bolsos para hombres, producto en el que se aplicara diferentes técnicas en cuero para plasmar la iconografía de los chumbis de Chibuleo. Dicha marca aspira a la producción de cuatro colecciones al año, es decir se distribuirá los diferentes procesos de producción para tres meses. En ese lapso se abarcará actividades como investigación del mercado, informe de tendencias, bocetaje de propuestas, etc. Para cada etapa de producción se desarrollarán series cortas, inspiradas en las iconografías de los pueblos indígenas del Ecuador, ya que esto es la impronta de la marca. La principal causa para realizar una producción en serie limitada es cooperar con la moda sostenible que en la actualidad sigue siendo irrisoria, para reducir huellas ambientales. Y también porque se trabaja con artesanos, que contribuyen con sus conocimientos en la elaboración de ciertas piezas de los bolsos, trabajo que requiere de la inversión de cierto tiempo hasta llegar su fase final.

Tabla 30. Diagrama de Gantt.

PERIODO	ENERO				FEBRERO				MARZO			
ACTIVIDADES	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
Investigación												
Desarrollo de bocetos de la colección												
Selección de prototipos												
Abastecimiento de insumos y materiales												
Producción												

Control de calidad y empaquetado													
Entrega al cliente													

Fuente: (Rojas, 2014)

Tabla 31. Actividades vs. Tiempo

ESLABÓN	ACTIVIDAD	DETALLE	TIEMPO
Investigación	Investigación	Búsqueda de tendencias e inspiración	40 horas
	Diseño	Desarrollo de bocetos de la colección	40 horas
Abastecimiento	Programación de insumos y bases textiles	Propuesta de materiales e insumos	8 horas
		Selección y abastecimiento de las telas e insumos para la colección	16 horas
		Preparación de los insumos para la confección	16 horas
Producción	Patronaje	Elaboración de la mordería	40 horas
	Corte	Marcada y corte de la colección	40 horas
	Confección	Elaboración de técnicas decorativas sobre algunas piezas antes de coser	16 horas
		Desarrollo de las muestras de la colección	84 horas
	Pruebas	Control de calidad aleatorio	8 horas
	Terminados	Pulido y empackado de los bolsos	8 horas
	Presentación	Colección de 3 bolsos acompañados con su respectivo set de laptop y billetera.	4 horas
Comercialización	Distribución	Entrega de la colección al departamento de ventas	16 horas
		Venta	24 horas
Nota: Los tiempos establecidos son para las muestras de la colección, que consta de tres bolsos con su <i>set</i> de porta laptop y una billetera. Las horas, están establecidas de acuerdo a las 8 horas reglamentarias de trabajo.			

Fuente: (Rojas, 2014)

5.2. Control de calidad

La implementación de sistemas de control de calidad, es la clave para poder innovar y garantizar una mejora continua del producto, para implementar una propia normativa de control de calidad es necesario conocer la organización de la empresa, su infraestructura y los procesos operativos del producto. Para ello se debe contar con la ficha técnica del producto como herramienta básica para controlar la calidad, hacer uso de instrumentos,

normativas nacionales o internacionales (dependiendo del alcance del producto) que ayuden a medir la calidad (Martínez, 2012, p. 77)

El control de calidad del producto del presente proyecto ha de tomar en cuenta las normativas de calidad establecidas por el instituto de Normalización (INEN), la reglamentación ISO 9001:2000 cláusula 7 realización del producto, junto con parámetros sostenibles establecidos por la marca. Al ser una marca nueva en el mercado se adaptó la normalización de control de calidad responsable propuesta por el profesional en industria textil y moda, Farías (2016). Y se realizó una ficha de control de calidad, inspeccionando todos los estadios de la fabricación donde se incluyen acciones preventivas, la matriz esta detallada de la siguiente forma:

Tabla 32. Ficha de requerimientos para el control de calidad

FICHA DE CONTROL DE CALIDAD	
Elaborado por: Paucar Lorena	
N° de ficha: 001	
Pre-producción	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de tendencias, inspiración, tipos de bolsos en el mercado, avances en la materia prima e insumos. • Diseño de bocetos para la colección. • Selección de los bocetos con ayuda de tres profesionales en diseño • Elaboración y manejo de fichas técnicas con las respectivas especificaciones necesarias, como colores, materiales, medidas. • Revisión de las piezas que van decoradas con iconografía • Inventario de materia prima • Revisión de materiales e insumos
Producción	<p>Mordería</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar la calidad de los moldes con las respectivas medidas, rotulación de referencias al derecho y al revés al realizar un patronaje manual, optimizar el uso del material. • Analizar los diferentes patrones en los que se puede descomponer un modelo (más piezas pequeñas menos desperdicio de cuero). • Realizar el pietaje (sistema de distribución de patrones antes de la marcada y corte, para optimización y rendimiento de la piel), colocar todas las piezas del bolso sobre la mesa de trazo y calcular el cuero a emplear, colocando 10% de aumento si el cuero es de baja calidad, y el 5% si es de alta calidad. <p>Tendido</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar anomalías del cuero, para la distribución de las piezas en la marcada <p>Marcada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Separación de las piezas por material y distribución de los patrones sobre el material con el objetivo de tener un porcentaje mínimo de desperdicio. • Respetar la señalización del hilo en cada molde dependiendo del material destinado <p>Corte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento preventivo de la maquinaria y utillaje básico del corte del tejido o piel con arreglo al tipo de corte y extendido de la materia prima, dejándolos en situaciones operativas. • Cortar por distintos procedimientos el material a usar, basándose en los patrones dados y controlar la calidad de corte para evitar desviaciones. • Mediante el sistema de identificación, clasificar y ordenar los componentes cortados. <p>Confección</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ficha técnica de la ruta operativa, donde se analiza y describe los procesos de ensamblaje • Al ensamblar respetar las medidas de tolerancia o costuras

	<ul style="list-style-type: none"> • Poner a punto las máquinas de preparación y de ensamblaje de tejido o piel, conforme al tipo de costura o unión y exigencia de los materiales. • Usar las agujas especializadas para cuero de punta cortante pala, diamante o triangular que darán el aspecto de la costura, de grosor 100/16; 110/18; 120/20. Punta bola para ferrería.
	<ul style="list-style-type: none"> • Correctas puntadas por pulgadas: 2mm del borde y sean 8 puntadas por pulgada. • El grosor del hilo dependerá del tipo de costura y el grosor de la aguja (10, 20, 30, 40, 60). Uso de hilo nylon. El color depende del material.
Post-producción	<p>Terminado y empaçado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad de las costuras interiores y exteriores, pulir hilos y verificar imperfecciones de marcas, manchas, cortes lo cual genera un reproceso. • Posición de la marquilla: Las etiquetas permanentes serán colocadas en la producción y las no permanentes o colgantes al final, con información verídica en español. La etiqueta permanente contendrá la composición del material que constituya el 80% del producto en %. El RUC y nombre del productor, país de origen, instrucciones de cuidado y conservación. Las etiquetas no permanentes contendrán información de la marca. • Inspección final aleatoria de todos los productos terminados mientras se empaqueta.

Fuente: Tarí y Molina (2005), INEN (2016), Farias (2016)¹²

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Para efectuar la elaboración de los accesorios se requiere de un espacio adecuado que cuente con la respectiva señalización de seguridad que se requiere dentro de cada área con sensores y extinguidores de humo.

Tabla 33. Equipos e infraestructura

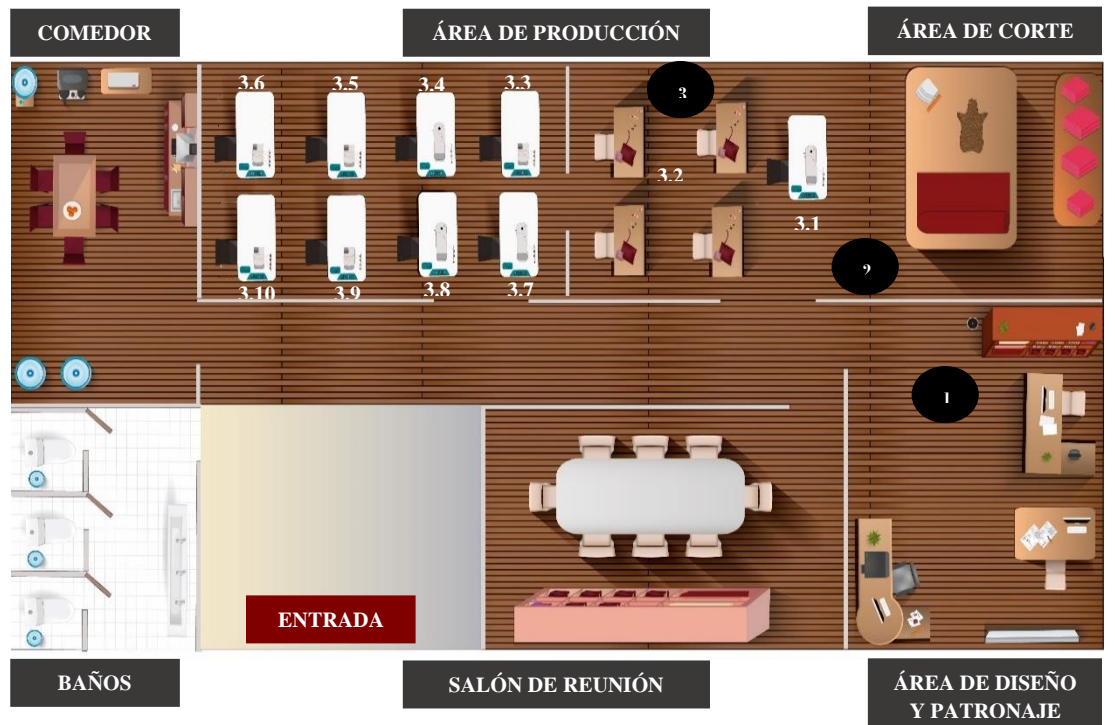
INFRAESTRUCTURA	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS
Área de investigación y diseño	Computadora, impresora, escritorio.
Área de patronaje y corte	Mesa de trazo, corte y herramientas como cuchillas de corte, tijeras.
Área de producción	Máquina recta de una y dos agujas, máquina zigzag, overlock, máquina de cañón con triple arrastre, maquina ametralladora o cerradora de tres agujas, maquina envivadora, destalladora, máquina de láser <i>cut</i> .
Terminados	Herramientas como tijeras, pulidoras.
Control de calidad y empaquetado	Mesas, empaques, etiquetas colgantes.
Bodega	Estantería, computadora.
Área de compras	Teléfono, computador, vitrinas de catálogos de materia prima.
Área de ventas	Teléfono, Computador, escritorio y vitrinas.

Fuente: (Rojas, 2014)

5.3.1. Infraestructura

Se elaboró un *layout* con la distribución de la maquinaria por áreas y se representó el flujo de la producción.

¹² **Nota:** Es necesario identificar todos los procesos que afecten a la calidad en las diferentes operaciones y asegurarse de que existan los controles apropiados y equipo idóneo para su fin. (Ficha de cumplimiento del control de calidad en anexos).



BAÑOS

- 1. Área de investigación, diseño
- 1.1 Salón de reunión
- 1.2 Área de patronaje
- 2. Corte
- 3. Producción

SALÓN DE REUNIÓN

- 3.1. Máquina destalladora
- 3.2. Mesas para pegado de piezas
- 3.3. Máquina de cañón con triple arrastre
- 3.4. Máquina cerradora de tres agujas
- 3.5. Remachadora

ÁREA DE DISEÑO Y PATRONAJE

- 3.6 Recta envivadora
- 3.7 Máquina zigzag
- 3.8 Overlock
- 3.9. Recta de una aguja
- 3.10 Recta de dos agujas

ÁREA DE VENTAS



- 4. Área de terminado
- 4.1 Control de calidad

EMPAQUETADO



- 4.1 Coger fallas (Retroseso)
- 5. Empaquetado (Etiquetado)

TERMINADOS



- 6. Área de ventas
- 7. Área de compras (Bodega)

Figura 80. Layout

5.4.Requerimientos de mano de obra

El presente proyecto trabajará en cada una de las áreas con personal capacitado, para el desarrollo eficaz de cada uno de los procesos de producción. Para la producción de la colección de bolsos Gimmel se requerirá:

Tabla 34. Requerimientos de mano de obra

Cantidad	Personal	Actividad
1	Diseñador grafico	Diseño de papelería de la marca, empaques, etiquetas
1	Diseñador de indumentaria	Investigación para el desarrollo de la producción Diseño de propuestas de bolsos para las cuatro colecciones anuales Selección de materiales Patronaje, marcada
2	Artesanos tejedores	Tejido de asas o de algunas piezas dependiendo el diseño
1	Artesano marroquiner	Decoración de piezas de cuero con la iconografía
1	Confección	Hacer muestras y elaborar los accesorios
2	Pulidor	Pulido de productos, corte de hilos
2	Empacador	Empacado del producto

5.5.Seguridad industrial y medio ambiente

Resguardar la seguridad del personal es primordial, y responsabilidad de cada empresario, para lo cual se establecen normas que deben ser acatadas por cada miembro del establecimiento. Referencias como OHSAS 18001 (plantea normas estándar de seguridad) y la ley SART de Ecuador (evalúa y certifica mediante auditorias), se enmarcan en la prevención de riesgos laborales de las organizaciones para velar por la integridad, salud y seguridad de todos los trabajadores (ISO Tools, 2018).

Igualmente, las normas ISO 14000, son también un estándar de gestión ambiental internacional, sirven para demostrar y obtener un desempeño ambiental correcto, controlando el impacto de sus actividades y productos en el medio ambiente que es altamente valorado por toda la sociedad en general (Tarí y Molina, 2005). Por ello las normas de seguridad industrial y medio ambiente son las siguientes:

Para el trabajador

- Conocer el uso de la señalética y las precauciones básicas de seguridad
- Los empleados deben portar uniformes adecuados para el área en la que se desempeñan, además de implementos de protección como mascarillas, protectores de oídos y calzado adecuado.
- Acatar las prohibiciones en las diferentes zonas de trabajo como evitar fumar, uso de distractores como celulares, comida que dañe la maquinaria, trabajar en estado de embriagues entre otros. Mantener el centro de trabajo limpio y organizado.

Para el empleador

- Capacitación de los empleados en conocimientos del uso de la señalética, normas de seguridad personal, la importancia del uso de los diferentes implementos de protección.
- Adquirir maquinaria segura y dar los respectivos mantenimientos a las mismas.
- Dotar de uniforme correspondiente al personal.
- Colocar la señalética apropiada y legible en toda la empresa
- Colocar extintores.
- Controlar las instalaciones eléctricas que cumplan con la seguridad pertinente, verificar el uso adecuado de la iluminación en los puestos de trabajo.
- Generar orden en el área de trabajo para evitar aglutinaciones de material u objetos peligrosos.
- Dotar al personal de asientos ergonómicos y evitar el sobre esfuerzo del trabajador
- Equipar la zona de trabajo que emita humo u otras sustancias con ventiladores.
- Es primordial que la empresa cuente como mínimo con un botiquín de primeros auxilios.

En lo referente al medio ambiente se promueve el reciclaje de materiales, papel, cartón, plástico, vidrio. Reutilización de residuos textiles en la creación de accesorios útiles como cojines para el empleado. Los desperdicios serán destinados para artículos pequeños, o vender a otros empresarios que elaboran otros productos como laminas aislantes sonoras que son producidas al moler los retales, o para cielos rasos, entre otros.

CAPÍTULO VI

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1.Descripción del producto o servicio

6.1.1. Brain storming (lluvia de ideas)

“La moda gira en torno a las últimas tendencias, pero su industria es la más atrasada en el movimiento global que más nos debería importar, el cambio de los patrones de consumo garantiza la supervivencia del planeta” (ONU, 2016). Bajo la luz de ideas promotoras como estas, Gimmel desarrolla las bases de su marca. Es una firma que entre sus objetivos está contribuir a la sostenibilidad, por ello en parte de su colección se emplea materia prima sobrante de los almacenes que en muchas ocasiones es desechada. Además, al patronar los residuos o retazos sobrantes son destinados para elaborar artículos pequeños decorativos de los bolsos como llaveros, monederos. Se pretende además como meta a largo plazo, promover el reciclaje de los bolsos de cuero entre sus clientes con técnicas de marketing.

Gimmel, como marca se destaca por elaborar bolsos casuales para hombres ejecutivos de 25 a 35 años de edad, de la ciudad de Ambato. Los accesorios están diseñado en cuero, y contienen iconografía de los *chumbis* de Chibuleo grabada gracias a la técnica artesanal del pirograbado, para resaltar el trabajo del artesano nacional. También se hace uso de otras técnicas como el láser cut, y el sublimado. Sus asas son desmontables, en su interior el forro contiene mallas sublimadas de iconografía. Con la misión de crear bolsos que hagan lucir bien por dentro y por fuera al usuario se decidió transmitir frases emotivas en diferentes partes del bolso en kichwa-español.

6.2.Perfil del cliente.

Hombres de 25 a 35 años de edad, de la ciudad de Ambato, con un perfil contemporáneo. El cual se caracteriza por mantener un equilibrio, entre lo clásico y las nuevas propuestas que dosifica para crear y mantener su propio estilo. No se deja influenciar por el entorno cercano, explora e investiga y responde a su propio criterio. Su

habitus (Bourdieu, 1991) es estructurado por ser autónomo, independiente, dinámico, intenso y por la sensibilidad al cambio. Le interesan las propuestas de moda, pero las selecciona y edita según su criterio, son usuarios selectivos y sofisticados de mente consiente. Respecto al hábito de vestuario, prefiere el casual – informal e integra accesorios novedosos con expresiones artísticas y étnicas. Al momento de comprar eligen productos que sean versátiles, funcionales, cómodos, poco comunes; y permanecen fieles a las marcas que los identifiquen. Llevan una vida activa e independiente, integra en sus opciones de formación nuevas disciplinas e ideologías.

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente



Figura 81. Moodboard

6.3. Identidad de marca.

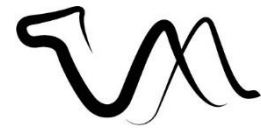
La marca

GIMMEL es una marca de bolsos ejecutivos dirigido al público masculino, que admira el trabajo artesanal y lo usan para identificarse. Siendo esta la base sobre la cual se fundamenta la imagen de la firma, su tratamiento y aplicación requiere de un manejo cuidadoso y detallado, sin importar su utilización ni el lugar o material en donde se lo aplique. La siguiente explicación técnica, es una guía elaborada con normas y reglas que servirán como báculo para la utilización y reproducción del isotipo de la agencia GIMMEL.



El símbolo

El símbolo empleado para el identificador de la marca, utiliza como referente principal el hecho de crear objetos en técnicas tradicionales, es decir lo hecho a mano. Es también la síntesis del juego de forma de un caminante que alude viaje y la tercera letra hebrea gamal que significa camello aludiendo a transporte, carga y al alcance internacional, que a largo plazo pretende llegar la marca. Consta de un refuerzo o frase de anclaje en su parte inferior; el concepto planteado para la selección del nombre es, intelecto, conciencia, comienzo, interpretación y perfección de la creación de un bolso masculino.



El logotipo

El componente tipográfico del logotipo soporta su estructura gráfica, complementando la simetría empleada en el mismo. En la parte inferior se encuentra la frase de anclaje **VERSIÓN**, que hace énfasis en el modo (promocionar iconografía local) que tiene la marca de desarrollar sus productos. Respecto a 5780, es el comienzo del año lunar en el que la marca inicia su trayecto.

—VERSIÓN 5780—

Tipografía



La tipografía ailerons es la principal de la marca se caracteriza por ser sencilla, justo su simplicidad permite lograr dinámicas o juegos con colores y tamaños de fuente sin que se vea muy cargado. Brinda una sensación de regularidad, legibilidad y armoniza con el concepto de viajes. Como tipografía secundaria y para la utilización en distintos soportes gráficos e impresos se usa una tipografía arkitech light, que facilita la lectura y contribuye con la estética del entorno.

Color corporativo

El modelo cromático se denomina marca neutra, sin color corporativo por cuatro motivos específicos:

- 1.-Por necesidad estilística: Cada marca necesita expresar un estilo particular, usar un color determinado, aunque sea con fines identificatorios condiciona el aspecto y por lo tanto el estilo de la marca. La neutralidad cromática termina siendo una opción estilística en sí misma, no tener color le da a la marca una onda diferente. Además, las marcas del mundo de la moda generalmente son neutras, no tienen ningún color definido, esa neutralidad les permite moverse con mucha libertad y cambiar los colores de sus colecciones en todas las temporadas manteniendo su marca muy estable a lo largo del tiempo.
- 2.-Para no llamar la atención: La neutralidad cromática reduce el llamado de atención, cuando no hace falta, y evita ser confundido con una marca de perfil más comercial en el contexto hipercompetitivo, permitiendo así mantener un perfil discreto, serio y contundente.
- 3.-Por las necesidades de uso clave de la marca: La neutralidad cromática permite aplicar la marca en diferentes condiciones, materiales y superficies.
- 4.-Para diferenciarse en un contexto colorido: Este modelo cromático conviene usarlo sobre fondos de cualquier color, sin perder o mezclar su identidad.

Por ello se recreó un formato de fondos para visualizar la imagen de la marca sobre distintos fondos. La tonalidad acromática blanca y negra serán los más usados dentro de la marca pues connotan elegancia, limpieza y evitar la contaminación visual.

Fondos permitidos

No hay límites respecto al uso de los fondos, variarán conforme al soporte, material, concepto de diseño, estaciones del año.



Negro sobre blanco



Blanco sobre negro



Sobre otro color



Efecto de láser cut
sobre otro color



Positivo y negativo
de otro color



Sobre otro color

Aplicaciones no permitidas

Alterar el orden de los elementos



Alterar la proporción y distorsionar el tamaño.



Cambiar la tipografía



Cambiar los colores corporativos desaturados a colores saturados.



Eliminar elementos o alterar el grosor de las líneas.

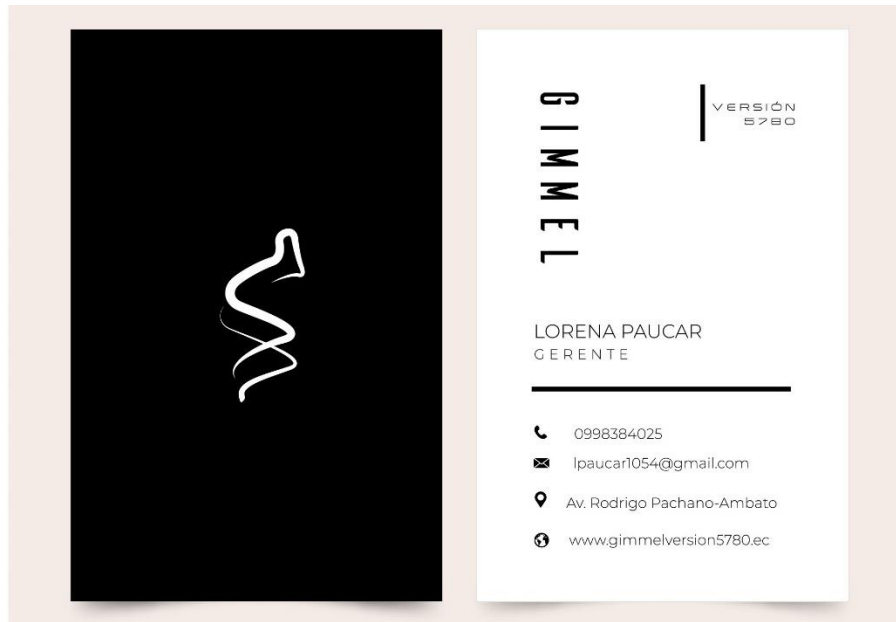


Aplicaciones

Carpeta y hoja membretada



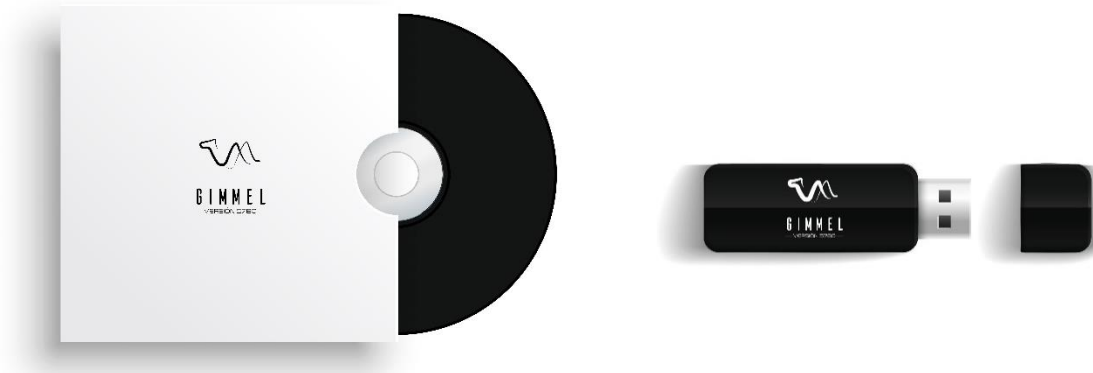
Tarjeta de presentación



Formato sobre



Formato DVD / CD / flash



6.4. Uso de la marca.

Etiqueta

Etiqueta no permanente es aquella que va colgada en el bolso, según el artículo 3.1.6 Etiqueta no permanente es “aquella que está colocada a un producto en forma de etiqueta adhesiva, etiqueta colgante u otro medio u otro medio análogo que pueda retirarse del producto o que figure en su empaque o envase” (INEN, 2017). La etiqueta tendrá la información del fabricante o importador o cualquier otra información que el fabricante considere necesario. Los productos llevarán una etiqueta de cartón blanco de 50mm x 80mm, con el logo de la marca y con el fondo blanco/negro o dependiendo de los colores de la colección. Serán colgadas con cuerdas de yute u otros materiales que concuerden con la colección.



Figura 82. Uso de la marca

Marquilla

Etiqueta permanente que es cosida, adherida o fijada en los bolsos, basada en las normas INEN. De acuerdo al artículo 4.1 de requisitos de etiquetado para objetos de marroquinería-bolsos, la etiqueta permanente contiene la composición de los materiales

predominantes en %; la identificación del fabricante o importador; marcas comerciales o logotipo opcional; el país de origen precedido de la palabra “hecho en/elaborado en”; las instrucciones de cuidado y conservación es opcional (INEN, 2017). El producto lleva la marquilla impresa junto con la etiqueta de instrucciones de cuidado

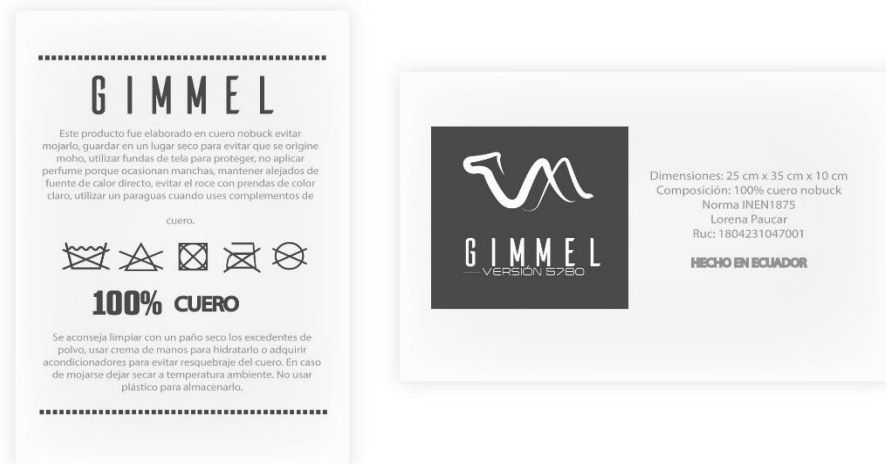


Figura 83. Marquilla

Empaque

El empaque será conforme al art. 5.1.8 que menciona “los productos que se comercializan en empaques (envases) sellados, deben llevar en su empaque la información mínima requerida del numeral 5.1.3, sin perjuicio de que se presente la misma información en la etiqueta permanente” (INEN, 2017). El producto se comercializará en empaques de cartón.





Figura 84. Empaque

6.5. Tendencia: macro y micro tendencia

6.5.1. Macrotendencia

Entendida también como tendencia de larga duración ya que comprende un lapso de 10 a 20 años. Son tendencias globales que perduran en el tiempo, se imponen como un estilo de vida y afectan al futuro de los negocios. WSGN es la autoridad global en análisis, previsión de tendencias y color, con más de dos años de anticipación dentro de la industria de la moda. Determinan los temas que predominarán en los próximos años, su efecto en el modo en que las marcas producen, vende y como consumen los compradores (WSGN, 2020).

Para la temporada otoño/invierno 20-21, las actitudes del consumo se denominan la era de los sistemas, pues se puede conectar con el consumidor vía internet, lo cual demanda rapidez en las entregas de los productos. El poder transformador de la naturaleza toma especial protagonismo, los diseñadores crean una visión sostenible del futuro reconciliando el pasado y el presente; las luces y las sombras; la naturaleza y la tecnología. Además, el trabajo artesanal gozará de una nueva interpretación vinculada al

minimalismo y se crean nuevas realidades mediante el diseño físico con un prisma digital (Intermoda, 2020).

Villanueva (2020), representante de la WSGN menciona que los cambios en la actitud del consumo, análisis complejos del mercado y una exhaustiva investigación en arte, proyectos emergentes, startups, hasta cultura callejera, permiten hacer pronósticos de conceptos para la temporada otoño-invierno 2020-2011, la que estará regida a partir de tres corrientes: Legado Reconstruido, Tec-tilidad y Comodidad Estudiada. La presente tesis hizo uso de la macro tendencia Legado Reconstruido porque se conecta con el perfil del consumidor nacional. Legado Reconstruido se caracteriza por reinterpretar el pasado pensando en un futuro más sostenible, en una era de saturación total, se buscan prendas que duren mucho tiempo.

Los clásicos se pueden reinventar y revender como parte de una economía circular, o simplemente se puede volver a usar una y otra vez. Legado reconstruido tiene una estética vintage, inspiración en sastrería un poco elegante, con una tendencia vaquera renovada. En esta tendencia existe el regreso de las formas clásicas, cerámicas, tejidos abiertos; se usa una combinación de colores retro, como los pálidos, colores sweets combinados con grises o con algo más oscuro. Es adaptado el estilo punk, con sus rasgados, técnica de grafitis, uso de lentejuelas, glitter, líneas anchas, se juega con estampados de tipografía. Para el mercado contemporáneo se generan efectos de desgastado, reciclado, recuperado, se emplean pigmentos como naturales sobre prendas y objetos (Intermoda, 2020).

Legado reconstruido, también adapta un estilo campestre de excursionista en lo deportivo; se manejan looks ecuestres con texturas marmoleados. Para la moda al aire libre se usan toques romántico combinados con lo campestre, como las colecciones hippies o bohemias combinadas con prendas masculinas para generar un contraste entre algo súper rudo con un toque femenino. Los consumidores son conocedores de todo el mundo, que gustan de las experiencias, los viajes, y buscan tener un look que tengan recuerdos de estas; por eso en esta tendencia Europa del este y Sudamérica junto con los años 70, son referentes para buscar estampas y materiales usados como inspiración para esta tendencia (Intermoda, 2020).

Lafayette (2019), al ser los pronosticadores de tendencia más cercanos en Latinoamérica, las tendencias que se visualizan para otoño-invierno 20-21 son tres: Artefacto, Me, Terrarium; la tendencia que se empleó porque se relaciona con el perfil del usuario en este caso es Artefacto.

Artefacto (emocional y colectivo): En el mundo contemporáneo, la posibilidad de aprender está al alcance de la mano, a la velocidad de un clic. El fácil acceso al conocimiento y el incremento constante de la tecnología aplicada a procesos creativos nos permite hackear objetos creados en técnicas tradicionales y mejorarlos. Artefacto, es una dirección creativa que nos lleva por su definición misma, la obra mecánica hecha con arte, valorando de nuevo la mano del artesano, pero elevándola desde el conocimiento técnico. En el que cualquier objeto, concebido bajo este término es igual de valioso tanto funcional como simbólicamente. Diseño democrático, concebido para ser replicado en cualquier lugar del mundo, apoyando no solo la difusión de la idea original del inventor sino también las economías locales (Lafayette, 2019).

Los elementos clave de esta tendencia son:

Concepto central: Hacker artesanal, formada por economía de cuidado, trabajo y propósito, siendo la más colectiva y emocional. Mantiene una referencia fuerte del pasado, busca conectarse, crear redes y ser más social. Colores: En esta tendencia son densos y naturales de frutos secos, maderas y arcillas rojizas con marrones lujosos. Tonos que rescatan las cualidades artesanales de los materiales combinados con acentos metálicos como el color rosa, plateado y dorado, otorgando el componente tecnológico a la historia. Textiles: En fibras naturales mezclados con hilos lurex y hebras en acentos artificiales, entramados complejos que revelan combinaciones de origen mixto. Jacquares pesados que recuerdan el pasado pero que se emulan en máquinas de impresión 3D. Clásicos suavizados con cualidades aterciopeladas se adaptan a usos más utilitarios en donde el hacer condiciona la elección de materiales. Grafías: Son rayas onduladas inspiradas en las vetas de la madera y texturas naturales que se han formado por años, como cortezas y capas geológicas se emulan desde medios digitales. Exploración de gráficas de diferentes

y con los preferidos por los usuarios; dichos colores son tomados con diferentes valores del tono original.

6.6.1. Paleta de color de la propuesta



Figura 87. Paleta de color de la propuesta

6.7. Concepto de la propuesta.

La propuesta del presente proyecto se centra básicamente en el diseño identitario de bolsos ejecutivos masculinos, en los cuales se plasmaron elementos iconográficos de los *chumbis* chibuleo, reelaborados tras el proceso de investigación. A su vez dicha iconografía es aplicada sobre el cuero mediante láser cut y pirograbado.

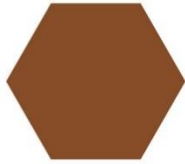
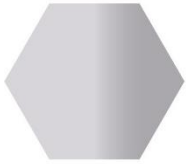

Como lo mencionamos con anterioridad dentro de la propuesta se aplicaron los iconos más representativos de Chibuleo que son realizados por los artesanos para representar la

naturaleza, la *pachamama* y el medio que los rodea. La relación coexistente entre el hombre y la naturaleza describían su forma de vida y eran convertidas en representaciones de su diario vivir. Las formas, colores y texturas son el símbolo de la riqueza cultural local, dichos motivos al ser empleados en cada producto hacen que cada uno de los diseños sean piezas únicas por ser elaboradas a mano.

Tabla 35. Ficha conceptual de la colección

FICHA CONCEPTUAL DE LA COLECCIÓN		
Colección: Pachasofía	Universo del vestuario: Casual Formal	Cliente: Ejecutivos
Temporada: Otoño-Invierno 20-21	Nivel de mercado: Pret-a porter	Elaborado por: Lorena Paucar Fecha: 2020/06/22
TENDENCIA		
<p>Macro tendencia: Legado Reconstruido Legado reconstruido se caracteriza por reinterpretar el pasado pensando en un futuro más sostenible. En esta tendencia se buscan los estilos de herencia, los clásicos que funcionen en la actualidad y se rediseñan. Se busca producir menos y los productos deben tener una mejor calidad. En esta tendencia se rescatan los tejidos naturales y prendas resistentes para usar en la naturaleza. Es adaptado el estilo <i>punk</i> con sus rasgados, desgastados, remiendos; la tendencia vaquera renovada con el uso de cuero ya sea este reusado, reciclado o renovado; también adapta el estilo campestre de excursionista con el uso de estampas culturales. Los colores son pálidos, <i>sweet</i> combinados con grises y tonos oscuros, generando contraste entre lo suave y lo rudo. Las siluetas son de un solo conjunto, monocromático, <i>oversize</i>.</p> <p>Micro tendencia: Artefacto Esta tendencia mantiene una referencia fuerte del pasado, busca conectarse, crear redes y ser más social. Valora lo artesanal, opta por grafías de vetas de la madera y texturas naturales que se han formado por años, como cortezas y capas geológicas se emulan desde medios digitales., capas. Empleo de fibras naturales con mezclas sutiles de fibras sintéticas. Exploración de gráficas de diferentes épocas. Los colores en esta tendencia son naturales, que rescatan las cualidades artesanales de los materiales como tonos de frutos secos, maderas y arcillas rojizas con marrones lujosos, combinados con acentos metálicos como el color rosa, plateado y dorado que dan un efecto tecnológico. Las siluetas son clásicas renovadas con toques <i>oversize</i>.</p>		
USUARIO	CONTEXTO	SIMBOLISMO
Prototipo: Masculino de 25 a 35 años de edad	Espacial: Ciudad de Ambato; Zona urbana; Clima templado	Conexión: sentir, vivir Conexión con lo cultural, con la identidad propia.
Generación: <i>Millenials</i>	Temporada: Se genera una visión sostenible reconciliando el pasado y el presente, la naturaleza y la tecnología. El trabajo artesanal es reinterpretado con una visión minimalista.	
Perfil del consumidor: Contemporáneo	AMBITO SOCIAL	INSPIRACIÓN
Estilo del consumidor:	Medio socio económico:	Nombre: <i>Chumbis</i> Chibuleo

Bohemio	Usuarios que pertenecen al área ejecutiva de una empresa, de clase social media, personas con estudios superiores económicamente activas e independientes.	Elementos inspiracionales: Iconografía
FUNCIÓN	ESTÉTICO	TÉCNICO
Ocasión de uso: Día a día: Trabajo	Siluetas: amplias, rectangular y trapecio.	Materiales: Género textil no tejido: Cuero de superficie suave: Cuero plena flor Genero textil: Tejido plano-forro poliéster: Forro Carola
Tipología de accesorios: Bolso bandolera, gabol, mochila.	Proporción y línea: Las proporciones de la bolsa bandolera, más ancha que larga y del gabol más alto que ancho, mientras que la mochila armoniza la relación visual vertical del cuerpo. Los bolsos tienen líneas, limpias y minimalista que armonizan con las graffas curvilíneas de los motivos. El cuerpo de los bolsos en sí mismo expresan una sutil silueta rectangular.	Insumos: Cierre, broche, deslizadores, broche imán, remaches, argollas, medias lunas, hebillas, cerradura, hebilla con pasantes, mosquetón, ojalillos, torniquete.
Funcionalidad: Utilidad y modernidad-actualidad Categorías funcionales: Rebatible en las tapas. Desmontable en las asas para hacer uso de mañillas. Articulable: asas para usar como mochila.	Tipos de accesorios: Bolso bandolera rectangular con los bordes ondulados, más largo que alto. Bolso gabol trapecio con borde rectos más alto que largo. Mochila con silueta trapecio más ancha que las dos anteriores.	Tipos de costura: Costura tradicional invisible Costura tradicional con pespunte de adorno. Costura tradicional con doble pespunte de adorno. Costura solapada Costura solapada con dobles
	Detalles claves: Graffas de los iconos del <i>chumbi</i> pirograbadas en las tapas de los bolsos, tapa con cierre interno, forros sublimados, asas regulables	Maquinaria: Maquina recta de calibre pesado de una y dos agujas. overlock, máquina de cañón con dos agujas, destalladora, remachadora, sublimadora, pirograbador, máquina de láser cut.
	Texturas: Grabado, pirograbado	
	Color: azul mediterráneo (Azul rey nombre comercial), cuero óxido (color miel nombre comercial).	
PALETA DE COLOR		
Base	Acento	Complemento

		
<p>Explicación técnica de los colores Los colores sustraídos surgen de los propuestos en la tendencia, combinados con los colores fríos de los <i>chumbis</i> que se ajustan a la temporada otoño-invierno. También se toma en cuenta que dichos tonos concuerden con los preferidos por el género y el perfil del cliente. Como base se tomó el color de cuero óxido (denominación comercial), para el complemento el azul mediterráneo y como acento el plateado.</p>		
FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS DEL DISEÑO		
<p>Elementos (forma): Punto, línea, plano, volumen, dimensión,</p>	<p>Principio: Gradación paralela Reflejo</p>	<p>Articulación de planos: Superficie de los planos Contraste de planos por textura (planos limpios y planos con iconografía)</p>
<p>Elementos visuales: Figuras: Geométricas, orgánicas Tamaño: Grafías mediana y pequeñas Color: Complementarios divididos grises y monocromía Aspecto del color: Fríos Textura: Artificial táctil suave del cuero, artificial visual rústico por el grabado y artificial táctil lisa, suave en el forro.</p>	<p>Interrelaciones: Toque entre las piezas del bolso Superposición en las piezas cosidas Distanciamiento en apliques y detalles Unión de las formas generan la forma general del bolso Positivo negativo o sustracción en los motivos por efecto del láser cut.</p>	<p>Planos uniformes en color Planos opuestos en forma, dimensión Unión de los planos Uniones cerradas Escisión entre planos crea focos de tensión al ampliar la dimensión de la línea Planos pegados superpuestos y cosidos con uniones continuas y por puntos o articulada (asas)</p>

Fuente: Cátedras de diseño de indumentaria Medina (2019) y Cátedra de diseño Básico Aplicado Suárez (2019)

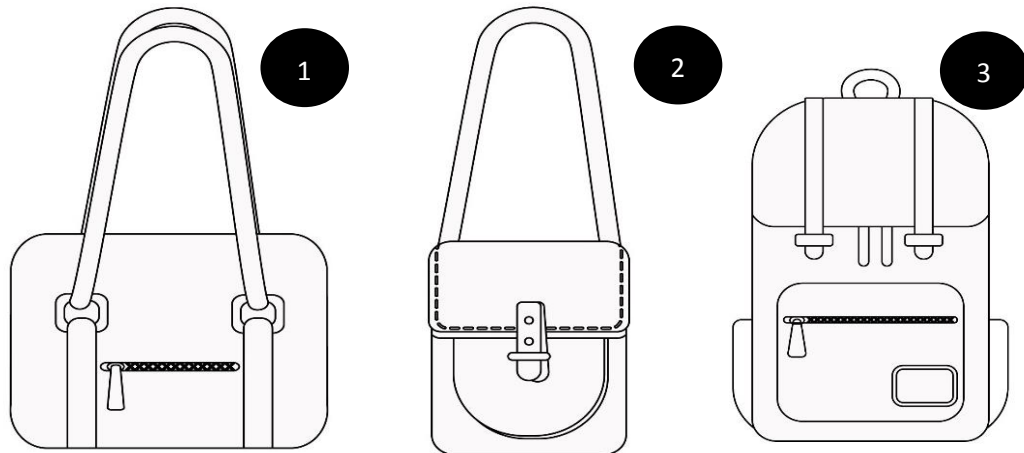
6.8. Elementos del diseño

La investigación es el inicio en la aventura de diseñar colecciones en profundidad, de forma innovadora y creativa. Permite al diseñador que está bajo la constante presión del ciclo de cada temporada recrear algo nuevo, al alimentar su imaginación. Le ayuda a ir cada vez más lejos en busca de nuevas ideas y nuevas formas de interpretarlas en sus colecciones. Esta investigación gira alrededor de un conjunto de elementos o componentes imprescindible, que definen la orientación creativa que toma la colección. Además, ayudan a transformar las ideas en las formas y detalles de las prendas y tener una

comprensión profunda de la colección y del concepto que se desarrolla (Seivewright, 2011). Estos elementos son desarrollados a continuación.

6.8.1. Siluetas y tipologías de bolsos

Bandolera: Es un bolso rectangular funcional y versátil, que antiguamente fue diseñado principalmente para transportar armas, y se puso de moda en los años 70 con el movimiento hippie. Se puede cargarlo sobre el hombro o cruzado sobre el pecho y la espalda descendiendo hasta la cadera opuesta, brindando así libertad de movimiento y beneficiando al transporte de objetos semipesados. Su amplitud interna brinda comodidad para organizar los objetos a transportar.



1.-Bandolera 2.-Gabol 3.-Mochila

Figura 88. Siluetas

Gabol: Denominado bolso de camarógrafo, son rectangulares, por lo general mide la mitad de una bandolera y son similares a estos. Se caracterizan por ser bolsos cómodos con multi bolsillos para tener todo bien organizado, son bolsos prácticos para el día a día o para el viaje. Para los diseños de la presente tesis se utilizó una silueta trapecio, por motivo de la inspiración.

Mochila: Morral de silueta rectangular, con diferentes tamaños, se sujeta a la espalda por medio de correas que pasan por los hombros y se atan a la cintura. Son preferidas para transportar cargas pesadas en largos periodos de tiempo, ya que los hombros soportan más

el peso que las manos. Las mochilas son funcionales porque descargan la mayor parte del peso en cinturones que rodean las caderas, dejando las bandas que pasan por los hombros sola para estabilizar la carga, pues las caderas son más fuertes que los hombros y mejora la agilidad y el equilibrio. Ayuda a descargar la columna vertebral de carga que la puede dañar. Para los diseños de la presente tesis se utilizó una silueta trapecio, por motivo de la inspiración.

6.8.2. Proporción y línea

Para el diseño de cada bolso se usaron líneas minimalistas. Líneas horizontales, y verticales en los cortes de las piezas y costuras que expresan la sutil silueta rectangular de los bolsos. Se usaron líneas rectas y curvas que proporcionan movimiento y ritmo visual. También se optó por diferentes grosores de líneas, visualizadas entre la costura y el borde de las piezas y en las grafías de los iconos plasmados. En cuanto a la calidad de la línea se usaron líneas claras y oscuras que se observan en la profundidad de las grafías plasmadas por medio de laser cut; delgadas y gruesas para generar una sensación de contraste entre lo suave y lo rígido. Las líneas dibujadas en el textil cuero, tiene un aspecto rudo, preciso, que se difumina con las curvas de los bordes de la silueta logrando un aspecto suave (Volpintesta, 2015).

En cuanto a la proporción de los bolsos, esta es juzgada viéndola sobre el cuerpo y optando por lo que mejor se adapta a su forma. Las proporciones de la bolsa bandolera y gabol dividen al cuerpo con líneas verticales, horizontales y diagonales de sus siluetas, logrando equilibrar y estabilizar las formas corporales altas. La mochila se armoniza con el cuerpo con líneas verticales producidas por las cargaderas en la parte frontal, mientras que en lo posterior genera una división horizontal, esto armoniza las formas corporales pequeñas. La bolsa bandolera es más ancha que altas benefician en el aspecto estético a las personas altas y delgadas. El gabol por ser más alto que ancho beneficia a las personas con aspecto pequeño. Mientras que la mochila presenta una proporción híbrida que genera una justa y armoniosa relación visual (Seivewright, 2011).

6.8.3. Función

En la actualidad los bolsos no indican ninguna condición sexual, de hecho, se han convertido en un indispensable para el hombre que poco a poco está tomando un papel fundamental en el mundo de la moda. Los bolsos responden a las exigencias de transportar objetos para el día a día de los trabajos o para viajes en tiempos libres. La comodidad al transportar objetos de forma organizada, es una de las razones por las que el hombre debe invertir en este tipo de complemento. Por otro lado, los bolsos de la presente tesis poseen funcionalidad en todos sus compartimentos contando con un espacio suficiente, son rebatibles por la presencia de otro tipo de textil en la parte interna y desmontable porque se pueden quitar las asas. Todos los cierres usados en la propuesta son funcionales para brindar comodidad a los usuarios (Seivewright, 2011).

6.8.4. Detalles

Entre los detalles usados en la propuesta está la utilización de cierres funcionales, bolsillos parchados, la superficie del cuero está diseñada con iconografía impregnada con láser cut y pirograbado. Se emplearon insumos con acabados niquelados, pespuntos rectos, costuras logradas con hilos del mismo tono del cuero, tapas con cierres, tabiques con cajoncillos o monedero, solapas de bolsillos internos con frases emotivas. La cabeza de los cierres con detalles en cuero.

6.8.5. Estilo

Se aplicó el estilo bohemio chic en la propuesta, por ser un estilo que incorpora el uso de accesorios de carácter étnico, en cuanto a los colores, los tonos terrosos son la base de este estilo, marrones, beige, la gama de colores que se alejan de los vibrantes y llamativos. Términos como lo menos es más se dejan en segundo plano, no buscan la exclusividad, sino lo asequible visualmente alejado de la burguesía. Es un estilo con fuerte deseo de diferenciarse, que persiguen su propia idea de arte, comunidad, política. Todo lo que es valorado como un éxito por la sociedad es relativizado por los bohemios. En lugar de seguir el aspecto práctico de la moda de la clase media, tiende a ir contra ella. Este estilo, que en la actualidad tiene mucha acogida es adecuado, porque permite recrear objetos

atemporales, con valor étnico y ético, con consumidores conscientes conocidos por su individualidad, de mente abierta, que abrazan influencias de otras culturas.

Moodboard del estilo

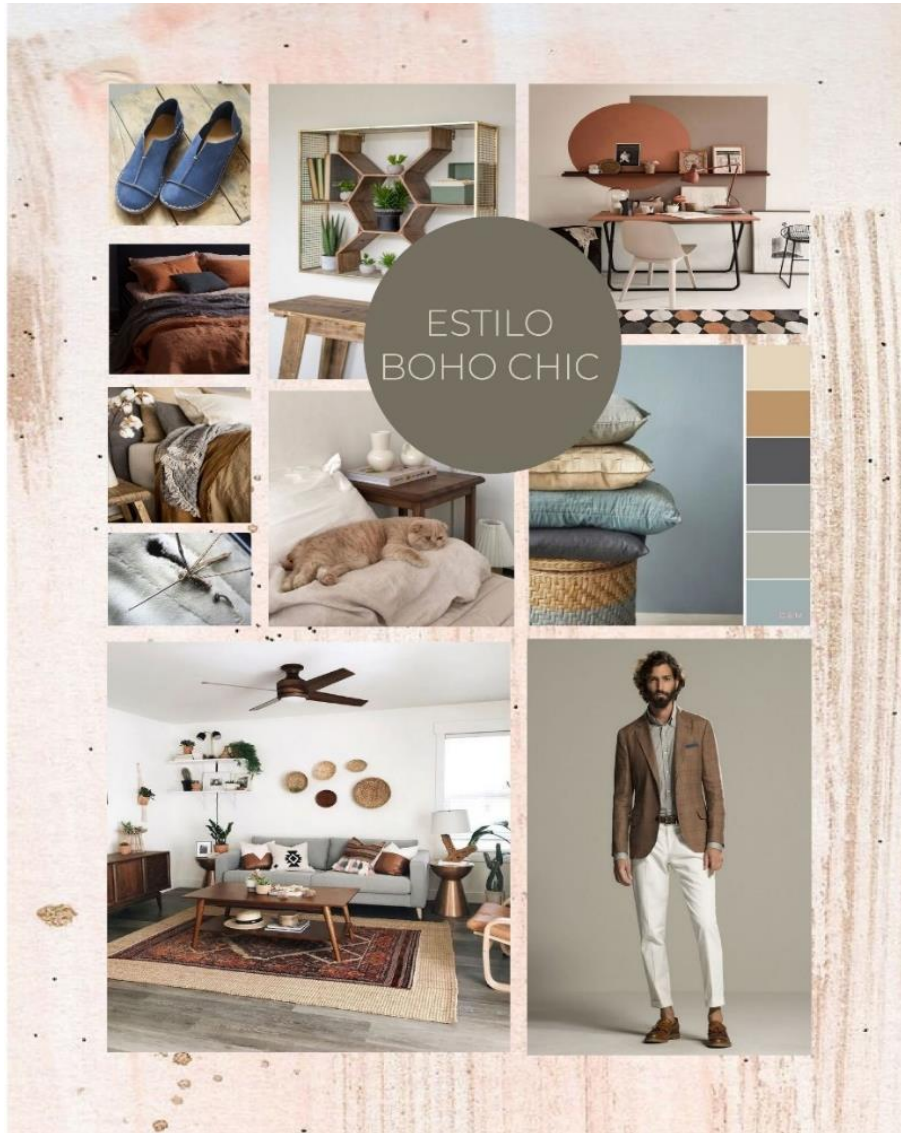


Figura 89. Moodboard del estilo

6.8.6. Estampados, acabados y terminados

El forro de los bolsos posee la marca sublimada, diferentes partes exteriores de los bolsos presenta iconografía representativa de la cultura local. La composición de los motivos se realizó en la técnica artesana pirograbado tomando en cuenta la maleabilidad

del cuero, también se empleó acabados en láser cut. Como valor agregado de la marca, Gimmel a partir del presente proyecto siempre optará por métodos artesanales para el desarrollo de sus productos, pues de esta manera se puede trabajar y contribuir de forma compartida con artesanos locales y a su vez todo esto contribuye al diseño de autor al que se enfoca la marca.

6.9. Materiales e insumos.

Tabla 36. Bases textiles

TEXTIL	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR	OBSERVACIONES
Base no textil: Cuero	Piel de ganado bovino, que dura mucho tiempo y gana una pátina agradable a medida que envejece. Con los cuidados adecuados este material puede durar 10 a 20 años. El cuero genuino es difícil de rasgar y perforar, posee rasgos hipo alérgicos.	Belenic	Cuero de superficie lisa
Tela poliéster	Sirve como forro, este textil es liviano, absorbe menos humedad, no se deforma, ni se estira, ni se encoje, se puede combinar con otros materiales aumentando la calidad del producto final.	Edimatex	Sublimada con iconografía

Tabla 37. Insumos o avíos

INSUMO	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR	OBSERVACIÓN
Cierre	Las cremalleras continuas son útiles por su practicidad y se adaptan al largo que se necesita.	Yolanda Salazar	5mm
Deslizadores	Son las cabezas de los cierres o carros que pueden ser articulados con jaladoras de cuero.	Yolanda Salazar	Metálico
Broche imán externo	Existen dos tipos: los de coser y los de enganche a presión, que son cómodos y prácticos de poner para bolsos hechos a mano en cualquier material.	Almacén G y M	Metálico
Broche imán interno	Son los que no se ven para que lo importante sea el bolso	Almacén G y M	Metálico
Remaches	Es un sistema de fijación, sirve para ajustar de forma resistente y segura aquellas piezas que se desean unir.	Almacén G y M	Metálico
Argollas	Se pueden usar como sistema de cierre o para conectar las asas con los bolsos, existen en diferentes formas: cuadradas, redondas, medias lunas.	Almacén G y M	Metálico
Hebillas cerradura	Sistema de cierre metálico, pueden ser tictac o con combinación.	Almacén G y M	Metálico
Hebilla con pasante	Este sistema permite cerrar correas, es muy seguro, por lo general se usan en bolsillos con tapa.	Almacén G y M	Metálico
Mosquetón	Se usan como broches para sostener los tirantes, el sistema retráctil de este permite abrir de forma sencilla el morral, o desmontar piezas del bolso.	Almacén G y M	Metálico
Ojillos	Sirven para realizar puntos de salida de cordón sobre el cuero, o se los usa como decorativos, se lo puede	Almacén G y M	Metálico

	usar como sistema de cierre para atar cordones alrededor.		
Tachas bombe	Son usadas con fines decorativos, sobre los bolsos.	Yolanda Salazar	Metálico
Torniquete	Herraje que le da profesionalismo al bolso, fácil de colocar, sirve para abrir y cerrar el bolso.	Almacén G y M	Metálico
Hilos	Hilo multifilamento de poliéster 6.6, por su tolerancia térmica y de poliéster.	Yolanda Salazar	De acuerdo a la tela
Marquillas	De cuero y plásticas.	Agencia de diseño Red	Blanca

Panel de materiales e insumos

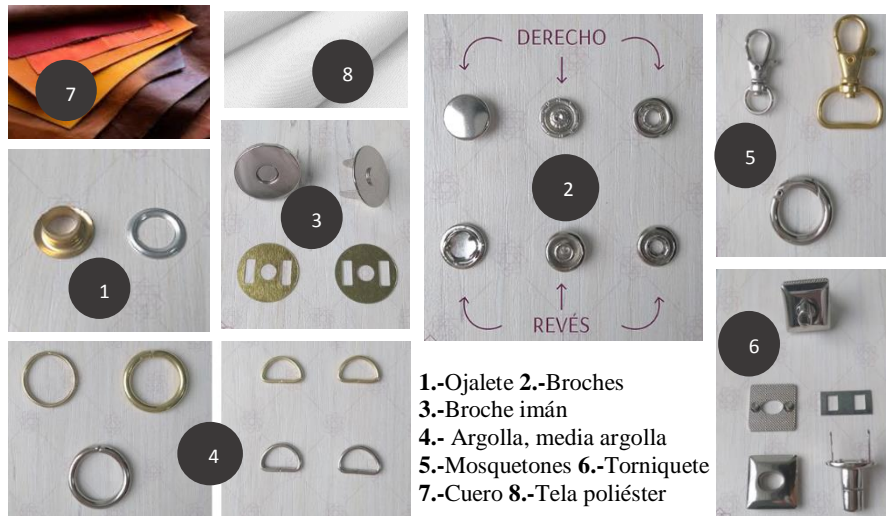


Figura 90. Insumos.

Tabla 38. Insumo para empaques.

INSUMO	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR	OBSERVACIÓN
Bolsas	25 X 35	Agencia de diseño Red	De papel reciclado
Cajas	Grandes para una unidad	Agencia de diseño Red	Cartulina blanca
Cordones	Para colocar etiquetas	Basar Marcela	Yute, algodón

6.10. Fichas de Producción

6.10.1. Ficha de bocetos

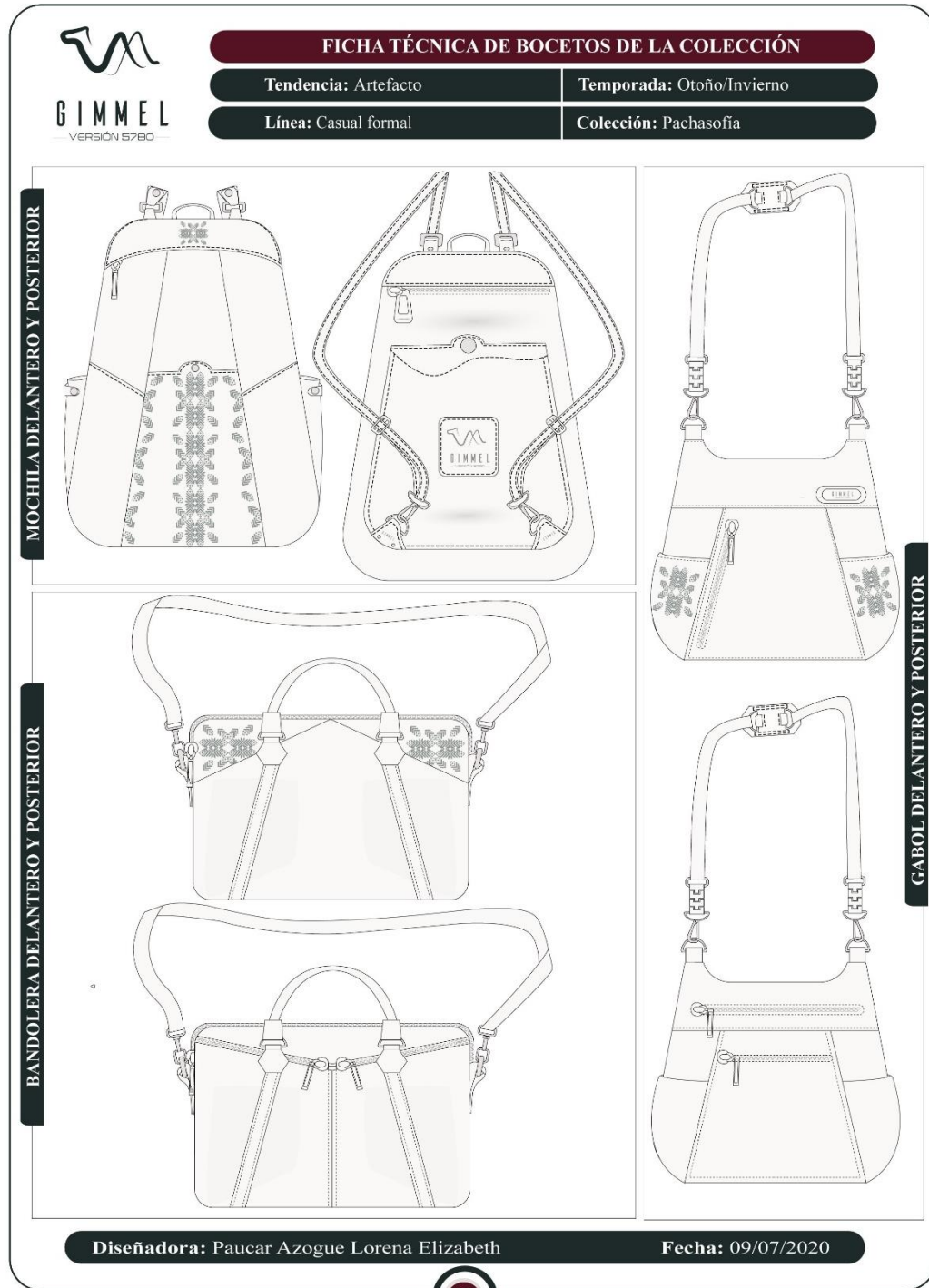


Figura 91. Ficha de bocetos



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

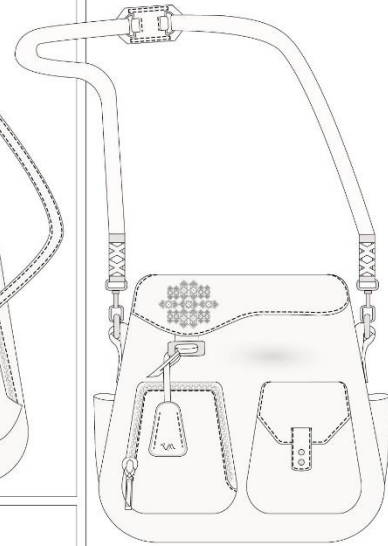
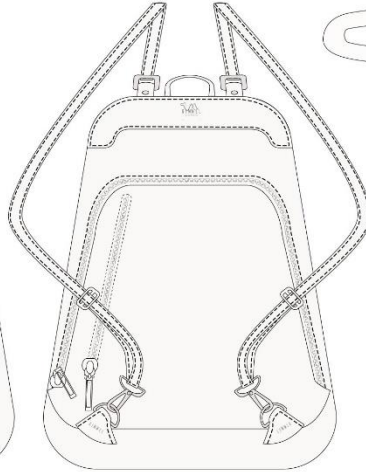
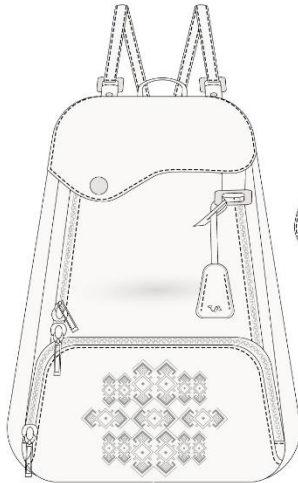
Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

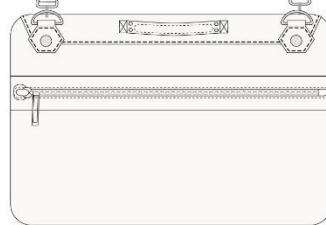
Línea: Casual formal

Colección: Pachasofía

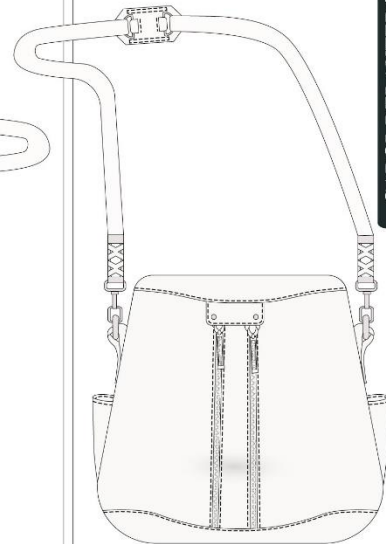
MOCHILA DELANTERO Y POSTERIOR



BANDOLERA DELANTERO Y POSTERIOR



GABOL DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 09/07/2020



Figura 92. Ficha de bocetos



GIMMEL
— VERSIÓN 5780

FICHA TÉCNICA DE BOCETOS DE LA COLECCIÓN

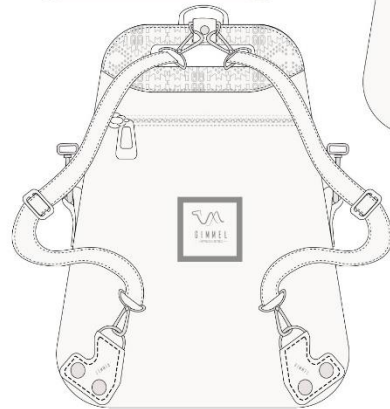
Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Línea: Casual formal

Colección: Pachasofía

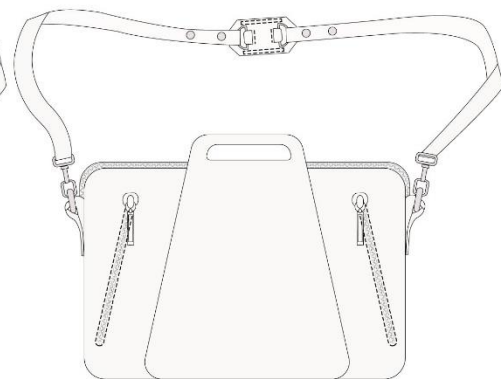
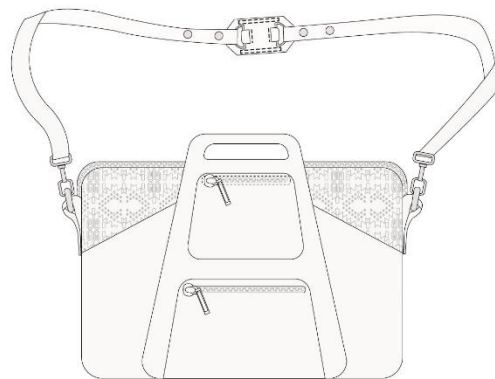
MOCHILA DELANTERO Y POSTERIOR



GABOL DELANTERO Y POSTERIOR



BANDOLERA



Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 09/07/2020



Figura 93. Ficha de bocetos

6.10.2. Ficha de ilustración



GIMMEL
VERSIÓN 5780

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Artefacto	Temporada: Otoño/Invierno
Línea: Casual formal	Colección: Pachasofía

MOCHILA DELANTERO Y POSTERIOR





BANDOLERA DELANTERO Y POSTERIOR



GABOL DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 25/07/2020



Figura 94. Ficha de ilustraciones



GIMMEL
VERSIÓN 5780

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Línea: Casual formal

Colección: Pachasofía

MOCHILA DELANTERO Y POSTERIOR



BANDOLERA DELANTERO Y POSTERIOR



GABOL DELANTERO Y POSTERIOR



Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 25/07/2020

05

Figura 95. Ficha de ilustraciones



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Línea: Casual formal

Colección: Pachasofia

MOCHILA DELANTERO Y POSTERIOR



GABOL DELANTERO Y POSTERIOR



BANDOLERA



Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 25/07/2020



Figura 96. Ficha de ilustraciones

6.10.2.1. Fichas de ilustración de bolsos elegidos



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Artefacto	Temporada: Otoño/Invierno
Línea: Casual formal	Referencia: 01MS012020



DELANTERO



POSTERIOR



LATERAL

CROMÁTICA

	BASE
	COMPLEMENTO
	ACENTO

Paucar Azogue Lorena Elizabeth Fecha: 25/07/2020

07

Figura 97. Ficha de ilustración mochila
200



FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Línea: Casual formal

Referencia: 01BS022020



DELANTERO



POSTERIOR

LATERAL



CROMÁTICA



BASE



COMPLEMENTO



ACENTO

Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 25/07/2020



Figura 98. Ficha de ilustración bandolera



GIMMEL
—VERSIÓN 5780—

FICHA TÉCNICA DE ILUSTRACIÓN

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Línea: Casual formal

Referencia: 01GS032020



DELANTERO



POSTERIOR

LATERAL



CROMÁTICA



BASE



COMPLEMENTO



ACENTO

Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 25/07/2020



Figura 99. Ficha de ilustración gabol

6.10.2.2. Fichas de materiales e insumos

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS															
	Tendencia: Artefacto	Temporada: Otoño/Invierno													
	Línea: Casual formal	Usuario: Boho/hombres													
	Descripción: Mochila shuyu con bolsillo canguro	Referencia: 01MS012020													
	CARACTERÍSTICAS GENERALES														
	<table border="1"> <tr><td>Nombre comercial: Flor de piel</td></tr> <tr><td>Tipo de tejido: Base no textil</td></tr> <tr><td>Composición: 100% Cuero</td></tr> <tr><td>Grosor: 1.4mm</td></tr> <tr><td>Color comercial: Miel con prensa</td></tr> <tr><td>Proveedor: Belenic</td></tr> <tr><td>Cantidad: 16 pies</td></tr> <tr><td>Precio: 1.45 el pie</td></tr> </table>	Nombre comercial: Flor de piel	Tipo de tejido: Base no textil	Composición: 100% Cuero	Grosor: 1.4mm	Color comercial: Miel con prensa	Proveedor: Belenic	Cantidad: 16 pies	Precio: 1.45 el pie						
Nombre comercial: Flor de piel															
Tipo de tejido: Base no textil															
Composición: 100% Cuero															
Grosor: 1.4mm															
Color comercial: Miel con prensa															
Proveedor: Belenic															
Cantidad: 16 pies															
Precio: 1.45 el pie															
	CARACTERÍSTICAS GENERALES														
	<table border="1"> <tr><td>Nombre comercial: Forro Carola</td></tr> <tr><td>Tipo de tejido: Plano tafetán</td></tr> <tr><td>Composición: 100% poliéster</td></tr> <tr><td>Peso: 70-130 gr por metro</td></tr> <tr><td>Color comercial: Blanco</td></tr> <tr><td>Proveedor: Edimatex</td></tr> <tr><td>Ancho: 1.52m Cantidad: 53.94cm</td></tr> <tr><td>Precio: 1.30</td></tr> </table>	Nombre comercial: Forro Carola	Tipo de tejido: Plano tafetán	Composición: 100% poliéster	Peso: 70-130 gr por metro	Color comercial: Blanco	Proveedor: Edimatex	Ancho: 1.52m Cantidad: 53.94cm	Precio: 1.30						
Nombre comercial: Forro Carola															
Tipo de tejido: Plano tafetán															
Composición: 100% poliéster															
Peso: 70-130 gr por metro															
Color comercial: Blanco															
Proveedor: Edimatex															
Ancho: 1.52m Cantidad: 53.94cm															
Precio: 1.30															
INSUMOS/COMPLEMENTOS															
<table border="1"> <tr><td>Nombre: Broche imán</td></tr> <tr><td>Cantidad: 4 unidades</td></tr> <tr><td>Tamaño: 14mm</td></tr> <tr><td>Color comercial: Níquel</td></tr> <tr><td>Proveedor: G y M</td></tr> <tr><td>Precio: 0.10 ctvs</td></tr> </table>	Nombre: Broche imán	Cantidad: 4 unidades	Tamaño: 14mm	Color comercial: Níquel	Proveedor: G y M	Precio: 0.10 ctvs		<table border="1"> <tr><td>Nombre: Cierre</td></tr> <tr><td>Cantidad: 2.30 metros</td></tr> <tr><td>Tamaño: 5 mm-ancho</td></tr> <tr><td>Color comercial: Café claro</td></tr> <tr><td>Proveedor: Yolanda Salazar</td></tr> <tr><td>Precio: 0.35 ctvs el metro</td></tr> </table>	Nombre: Cierre	Cantidad: 2.30 metros	Tamaño: 5 mm-ancho	Color comercial: Café claro	Proveedor: Yolanda Salazar	Precio: 0.35 ctvs el metro	
Nombre: Broche imán															
Cantidad: 4 unidades															
Tamaño: 14mm															
Color comercial: Níquel															
Proveedor: G y M															
Precio: 0.10 ctvs															
Nombre: Cierre															
Cantidad: 2.30 metros															
Tamaño: 5 mm-ancho															
Color comercial: Café claro															
Proveedor: Yolanda Salazar															
Precio: 0.35 ctvs el metro															
<table border="1"> <tr><td>Nombre: Remaches</td></tr> <tr><td>Cantidad: 4 unidades</td></tr> <tr><td>Tamaño: 14x6x7mm</td></tr> <tr><td>Color comercial: Níquel</td></tr> <tr><td>Proveedor: G y M</td></tr> <tr><td>Precio: 0.02 ctvs</td></tr> </table>	Nombre: Remaches	Cantidad: 4 unidades	Tamaño: 14x6x7mm	Color comercial: Níquel	Proveedor: G y M	Precio: 0.02 ctvs		<table border="1"> <tr><td>Nombre: Llave de cierre Toy</td></tr> <tr><td>Cantidad: 7</td></tr> <tr><td>Tamaño: 5mm</td></tr> <tr><td>Color comercial: Níquel</td></tr> <tr><td>Proveedor: Yolanda Salazar</td></tr> <tr><td>Precio: 0.10 ctvs</td></tr> </table>	Nombre: Llave de cierre Toy	Cantidad: 7	Tamaño: 5mm	Color comercial: Níquel	Proveedor: Yolanda Salazar	Precio: 0.10 ctvs	
Nombre: Remaches															
Cantidad: 4 unidades															
Tamaño: 14x6x7mm															
Color comercial: Níquel															
Proveedor: G y M															
Precio: 0.02 ctvs															
Nombre: Llave de cierre Toy															
Cantidad: 7															
Tamaño: 5mm															
Color comercial: Níquel															
Proveedor: Yolanda Salazar															
Precio: 0.10 ctvs															
<table border="1"> <tr><td>Nombre: Mosquetones</td></tr> <tr><td>Cantidad: 4 unidades</td></tr> <tr><td>Tamaño: 13x50mm</td></tr> <tr><td>Color comercial: Níquel</td></tr> <tr><td>Proveedor: G y M</td></tr> <tr><td>Precio: 0.10ctvs</td></tr> </table>	Nombre: Mosquetones	Cantidad: 4 unidades	Tamaño: 13x50mm	Color comercial: Níquel	Proveedor: G y M	Precio: 0.10ctvs		<table border="1"> <tr><td>Nombre: Argolla media luna</td></tr> <tr><td>Cantidad: 5</td></tr> <tr><td>Tamaño: 30mm</td></tr> <tr><td>Color comercial: Níquel</td></tr> <tr><td>Proveedor: Yolanda Salazar</td></tr> <tr><td>Precio: 0.10</td></tr> </table>	Nombre: Argolla media luna	Cantidad: 5	Tamaño: 30mm	Color comercial: Níquel	Proveedor: Yolanda Salazar	Precio: 0.10	
Nombre: Mosquetones															
Cantidad: 4 unidades															
Tamaño: 13x50mm															
Color comercial: Níquel															
Proveedor: G y M															
Precio: 0.10ctvs															
Nombre: Argolla media luna															
Cantidad: 5															
Tamaño: 30mm															
Color comercial: Níquel															
Proveedor: Yolanda Salazar															
Precio: 0.10															
HILOS		Observaciones:													
		<p>Se usó un cono pequeño de hilo encerado para coser cada bolso de cuero su precio es de 1.30 la unidad Se empleó un cono de hilo de poliéster para coser los forros de los tres bolsos su precio es de 2.50</p>													
Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth		Fecha: 09/07/2020													



Figura 100. Ficha de materiales e insumos mochila



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS

Tendencia: Artefacto **Temporada:** Otoño/Invierno **Colección:** Pachasofia

Línea: Casual formal **Usuario:** Boho/hombres **Accesorio:** Bandolera

Descripción: Bandolera shuyu con tapa **Referencia:** 01BS022020



CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre comercial: Flor de piel
Tipo de tejido: Base no textil
Composición: 100% Cuero
Grosor: 1.4mm
Color comercial: Miel con prensa
Proveedor: Belenic
Cantidad: 15 pies
Precio: 1.45 el pie

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre comercial: Forro Carola
Tipo de tejido: Plano tafetán
Composición: 100% poliéster
Peso: 70-130 gr por metro
Color comercial: Blanco
Proveedor: Edimatex
Ancho: 1,52m **Cantidad:** 56,53cm
Precio: 1.30



INSUMOS/COMPLEMENTOS

Nombre: Broche imán
Cantidad: 1 unidad
Tamaño: 14mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: G y M cuero
Precio: 0.10 ctvs

Nombre: Remaches
Cantidad: 4 unidades
Tamaño: 14x6x7mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: GyM cuero
Precio: 0.02 ctvs

Nombre: Mosquetones
Cantidad: 2 unidades
Tamaño: 13x50mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: G y M cuero
Precio: 0.10ctvs



Nombre: Cierre
Cantidad: 1.38 metros
Tamaño: 5mm-ancho
Color comercial: café claro
Proveedor: Yolanda Salazar
Precio: 0.35 ctvs el metro

Nombre: Llave de cierre Toy
Cantidad: 4
Tamaño: 15mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: Yolanda Salazar
Precio: 0.10 ctvs

Nombre: Argolla media luna
Cantidad: 7
Tamaño: 30mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: Yolanda Salazar
Precio: 0.10



HILOS



Observaciones:

Se usó un cono pequeño de hilo encerado para coser cada bolso de cuero su precio es de 1.30 la unidad
Se empleó un cono de hilo de poliéster para coser los forros de los tres bolsos su precio es de 2.50

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 09/07/2020



Figura 101. Ficha de materiales e insumos bandolera



GIMMEL
— VERSIÓN 5780

FICHA TÉCNICA DE MATERIALES E INSUMOS

Tendencia: Artefacto **Temporada:** Otoño/Invierno **Colección:** Pachasofia

Línea: Casual formal **Usuario:** Boho/hombres **Accesorio:** Gabol

Descripción: Gabol shuyu con tapa **Referencia:** 01GS032020



CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre comercial: Flor de piel
Tipo de tejido: Base no textil
Composición: 100% Cuero
Grosor: 1.4mm
Color comercial: Miel con prensa
Proveedor: Belenic
Cantidad: 14 pies
Precio: 1.45 el pie



CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre comercial: Forro Carola
Tipo de tejido: Plano tafetán
Composición: 100% poliéster
Peso: 70-130 gr por metro
Color comercial: Blanco
Proveedor: Edimatex
Ancho: 1,52m **Cantidad:** 30,8cm
Precio: 1.30



INSUMOS/COMPLEMENTOS

Nombre: Broche imán
Cantidad: 1 unidad
Tamaño: 14mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: G y M cuero
Precio: 0.10 ctvs

Nombre: Remaches
Cantidad: 4 unidades
Tamaño: 14x6x7mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: G y M cuero
Precio: 0.02 ctvs

Nombre: Mosquetones
Cantidad: 2 unidades
Tamaño: 13x50mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: G y M cuero
Precio: 0.10ctvs



Nombre: Cierre
Cantidad: 1,70 metros
Tamaño: 5mm -ancho
Color comercial: café claro
Proveedor: Yolanda Salazar
Precio: 0.35 ctvs el metro

Nombre: Llave de cierre Toy
Cantidad: 4
Tamaño: 5mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: Yolanda Salazar
Precio: 0.10ctvs

Nombre: Argolla media luna
Cantidad: 3
Tamaño: 30mm
Color comercial: Níquel
Proveedor: Yolanda Salazar
Precio: 0.10



HILOS



Observaciones:

Se usó un cono pequeño de hilo encerado para coser cada bolso de cuero su precio es de 1.30 la unidad
Se empleó un cono de hilo de poliéster para coser los forros de los tres bolsos su precio es de 2.50

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 09/07/2020



Figura 102. Ficha de materiales e insumos gabol

6.10.3. Fichas de diseño plano

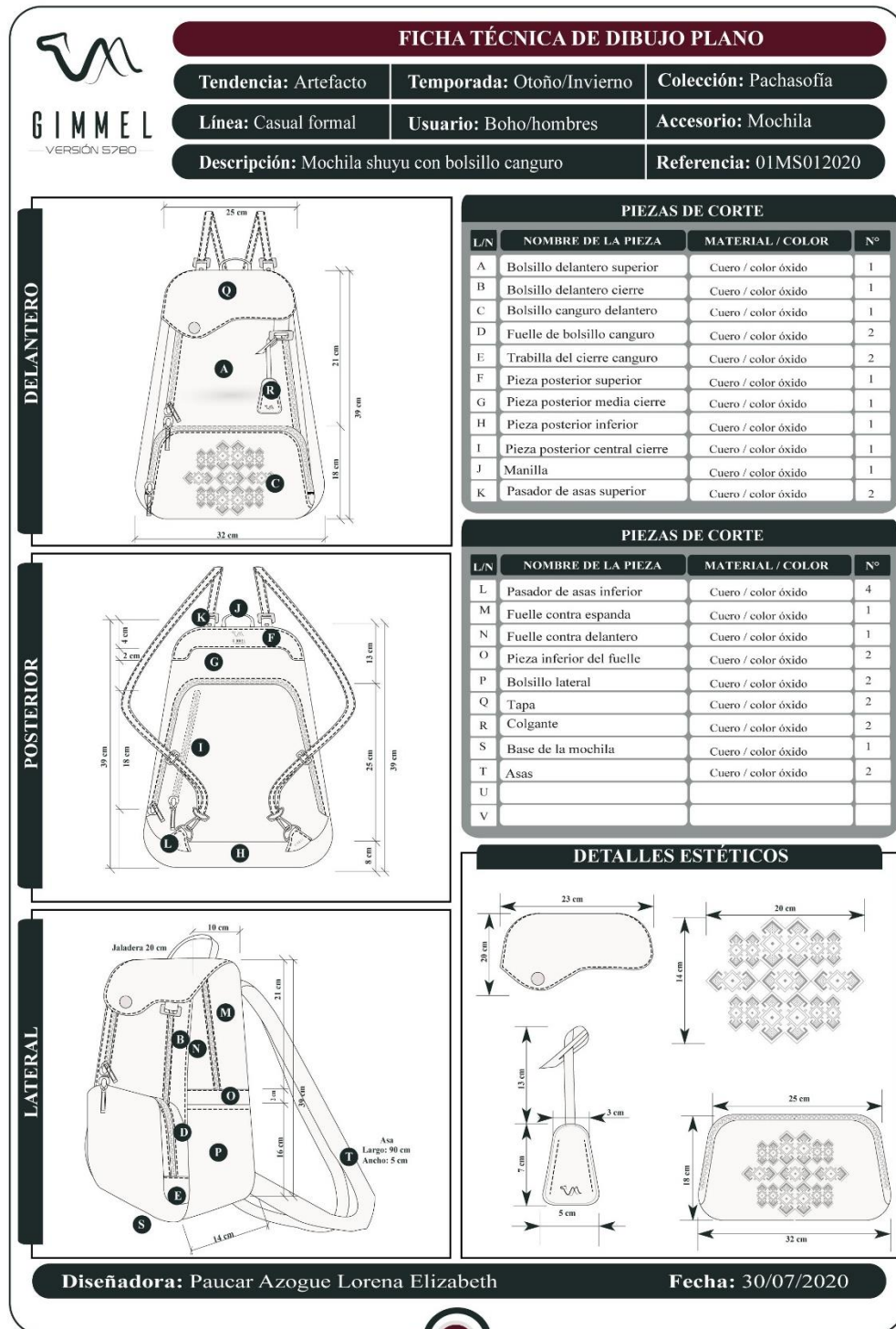


Figura 103. Ficha de dibujo plano mochila



GIMMEL
— VERSIÓN 5780

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Colección: Pachasofia

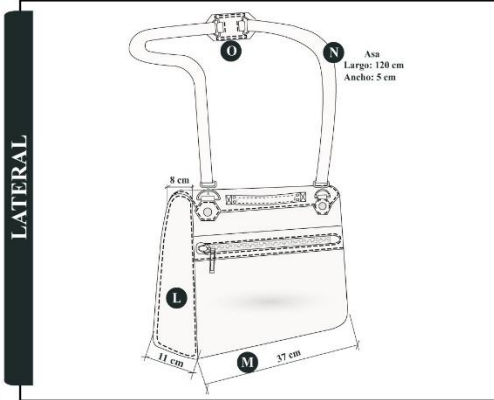
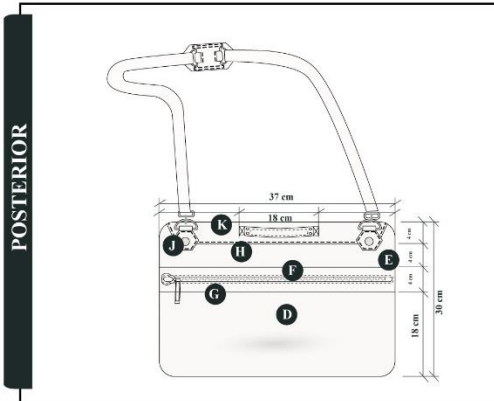
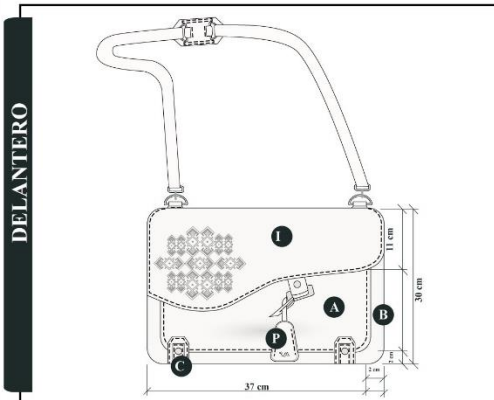
Línea: Casual formal

Usuario: Boho/hombres

Accesorio: Bandolera

Descripción: Bandolera shuyu

Referencia: 01BS022020



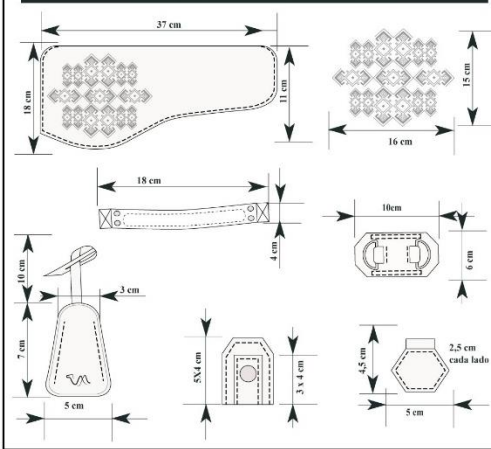
PIEZAS DE CORTE

L/N	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Bolsillo delantero	Cuero / color óxido	1
B	Pieza delantera completa	Cuero / color óxido	1
C	Pieza delantera inferior	Cuero / color óxido	1
D	Bolsillo posterior	Cuero / color óxido	1
E	Trabilla de cierre posterior	Cuero / color óxido	2
F	Vista de bolsillo posterior	Cuero / color óxido	1
G	Vista de bolsillo posterior	Cuero / color óxido	1
H	Pieza posterior completa	Cuero / color óxido	1
I	Tapa	Cuero / color óxido	2
J	Pasador de asas	Cuero / color óxido	2
K	Manilla	Cuero / color óxido	1

PIEZAS DE CORTE

L/N	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
L	Fuelle o pieza lateralar/costado	Cuero / color óxido	2
M	Base o asiento	Cuero / color óxido	1
N	Asas	Cuero / color óxido	2
O	Sujetador de asas	Cuero / color óxido	2
P	Colgante	Cuero / color óxido	2
Q			
R			
S			
T			
U			
V			

DETALLES ESTÉTICOS



Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 30/07/2020



Figura 104. Ficha de dibujo plano bandolera



GIMMEL
—VERSIÓN S780—

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Colección: Pachasofia

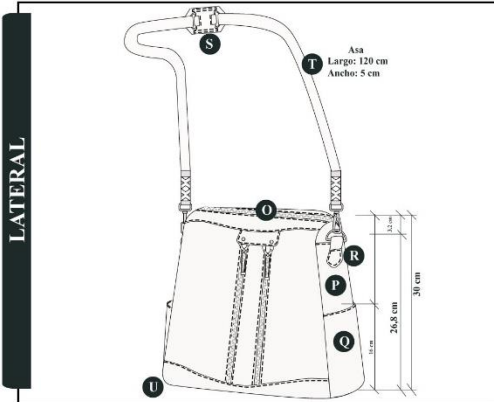
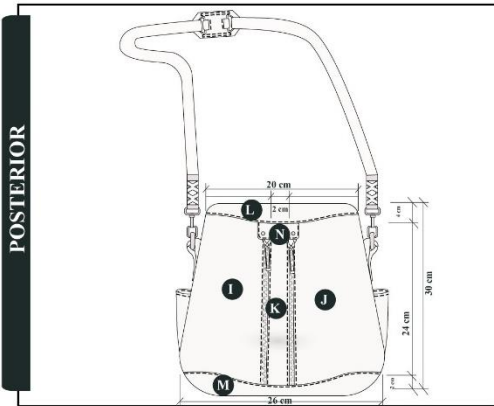
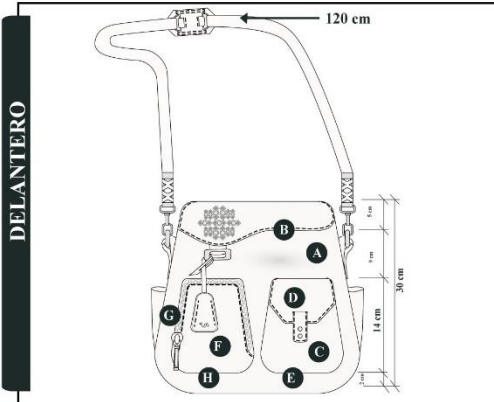
Línea: Casual formal

Usuario: Boho/hombres

Accesorio: Gabol

Descripción: Gabol shuyu con dos bolsillos canguro

Referencia: 01GS032020



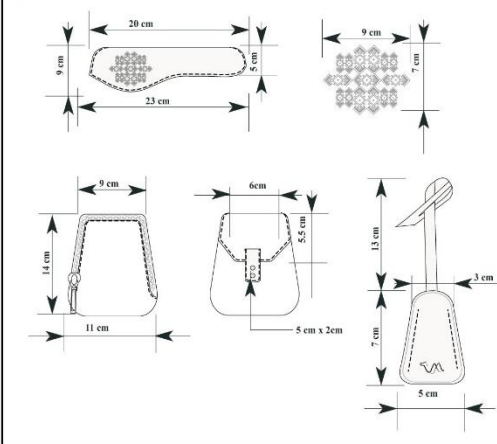
PIEZAS DE CORTE

L/N	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
A	Delantero o escudete	Cuero / color óxido	1
B	Cierre del escudete	Cuero / color óxido	1
C	Bolsillo derecho	Cuero / color óxido	1
D	tapa del bolsillo derecho	Cuero / color óxido	2
E	Fuelle del bolsillo derecho	Cuero / color óxido	1
F	Bolsillo izquierdo	Cuero / color óxido	1
G	Cierre del bolsillo izquierdo	Cuero / color óxido	1
H	Fuelle del bolsillo izquierdo	Cuero / color óxido	1
I	Pieza posterior izquierda	Cuero / color óxido	1
J	Pieza posterior derecha	Cuero / color óxido	1
K	Pieza posterior central	Cuero / color óxido	1

PIEZAS DE CORTE

L/N	NOMBRE DE LA PIEZA	MATERIAL / COLOR	Nº
L	Pieza posterior superior	Cuero / color óxido	1
M	Pieza posterior inferior	Cuero / color óxido	1
N	Detalle posterior	Cuero / color óxido	1
O	Tapa con cierre	Cuero / color óxido	2
P	Fuelle	Cuero / color óxido	2
Q	Bolsillo lateral	Cuero / color óxido	2
R	Pasador de asas	Cuero / color óxido	2
S	Sujetador de asas	Cuero / color óxido	1
T	Asas	Cuero / color óxido	2
U	Base	Cuero / color óxido	1
V			

DETALLES ESTÉTICOS



Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 30/07/2020



Figura 105. Ficha de dibujo plano gabol

6.10.4. Ficha de plano de patronaje

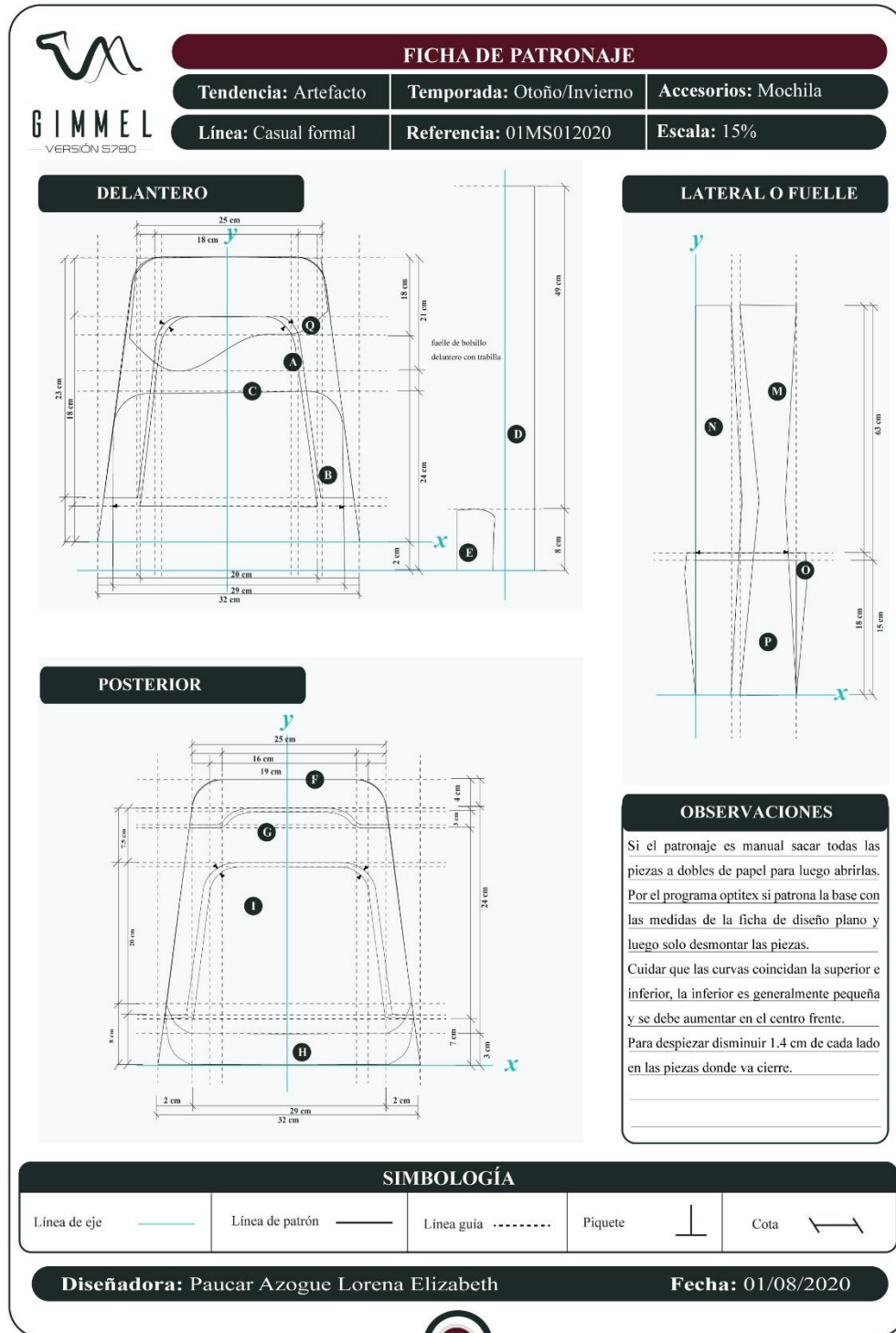


Figura 106. Ficha de patronaje de la mochila



GIMMEL
—VERSIÓN 5780—

FICHA DE PLANO DE PATRONAJE

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

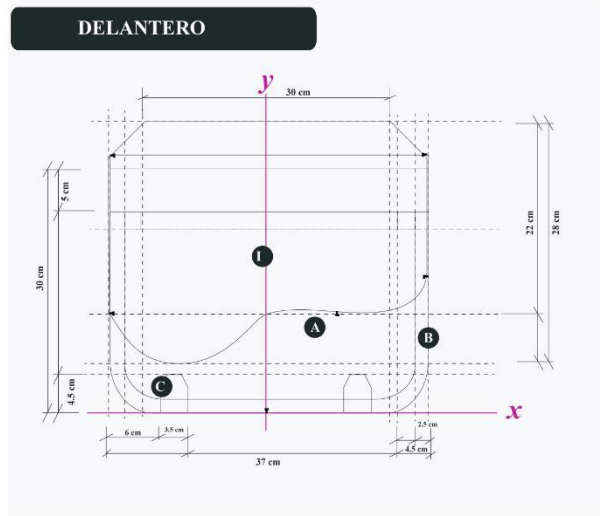
Accesorios: Bandolera

Línea: Casual formal

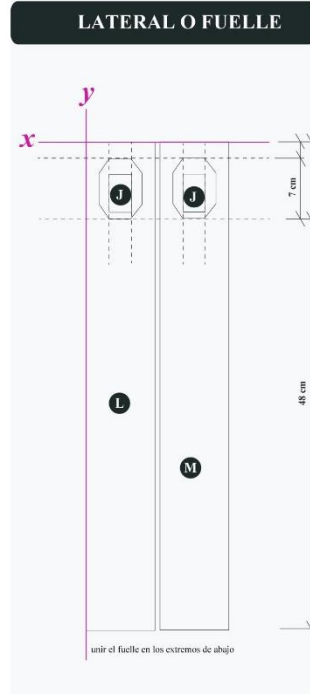
Referencia: 01BS022020

Escala: 15%

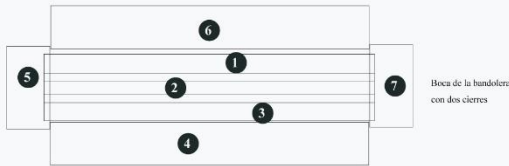
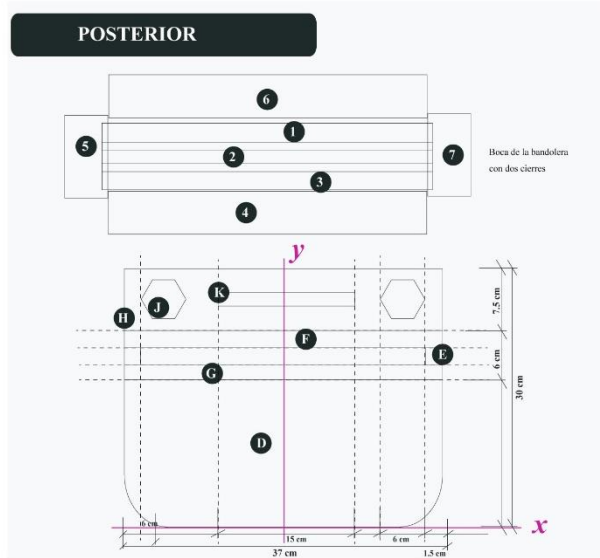
DELANTERO



LATERAL O FUELLE



POSTERIOR



OBSERVACIONES

Patronar la boca de la bandolera y según el tamaño de esta sacar el forro interno.
Disminuir entre las piezas de la boca de la bandolera el ancho de los dos cierres 2,8 cm

SIMBOLOGÍA

Línea de eje		Línea de patrón		Línea guía		Piquete		Cota	
--------------	--	-----------------	--	------------	--	---------	--	------	--

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 01/08/2020



Figura 107. Ficha de patronaje de la bandolera



GIMMEL
— VERSIÓN 5780

FICHA DE PLANO DE PATRONAJE

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

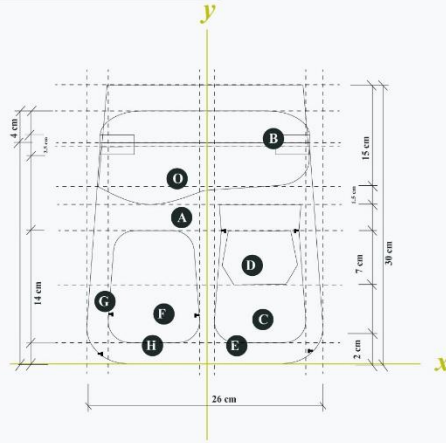
Accesorios: Gabol

Línea: Casual formal

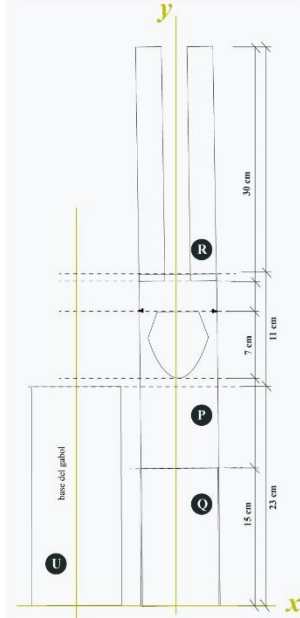
Referencia: 01GS032020

Escala: 15%

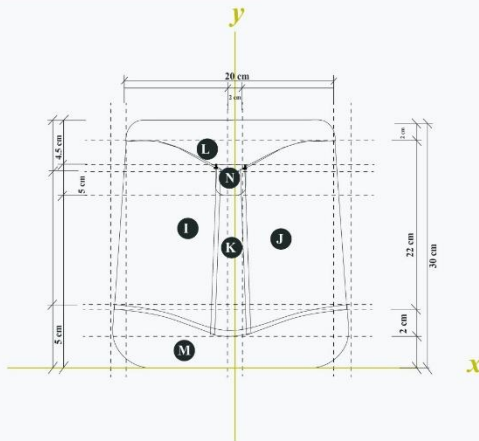
DELANTERO



LATERAL O FUELLE



POSTERIOR



OBSERVACIONES

Si el patronaje es manual sacar todas las piezas a dobles de papel para luego abrirlas.

Para despiezar disminuir 1.4 cm de cada lado en las piezas donde va cierre.

El fuelle es la medida total del contorno del gabol y se corta la base en los extremos inferiores del gabol para meter los bolsillos laterales.

SIMBOLOGÍA

Línea de eje



Línea de patrón



Línea guía



Piquete



Cota




Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 01/08T/2020

15

Figura 108. Ficha de patronaje del gabol

6.10.5. Ficha de despiece de la moldería



FICHA TÉCNICA DE DESPIECE DE MOLDERÍA

Tendencia: Artefacto

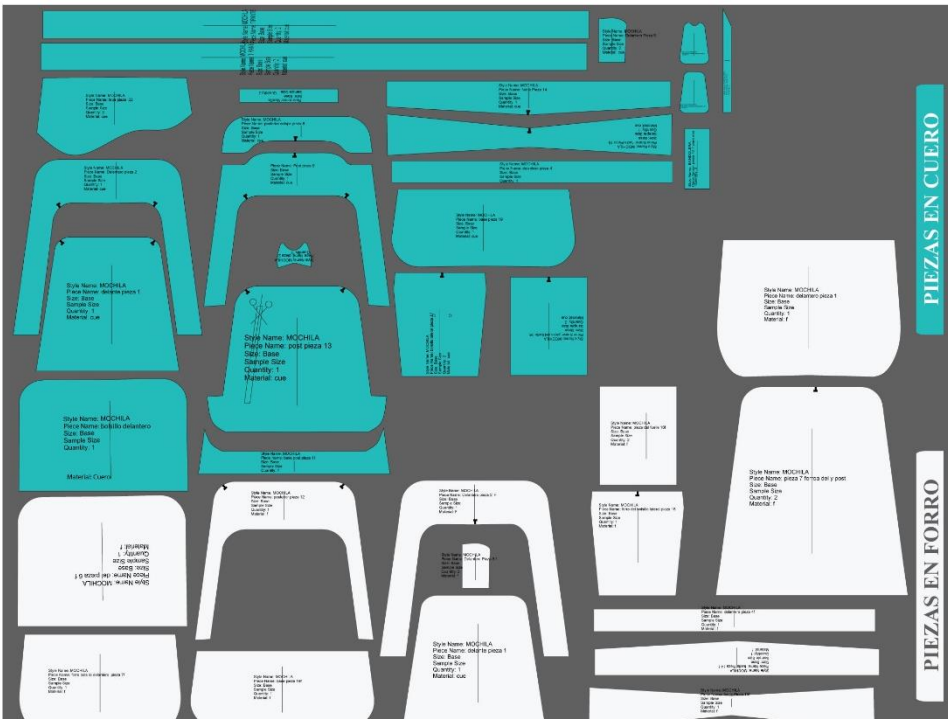
Temporada: Otoño/Invierno

Accesorios: Mochila

Línea: Casual formal

Referencia: 01MS012020

Escala: 15%



NOMBRE DE LA PIEZA	Nº PIEZAS
Pieza delantero A bolsillo	1C-1F
Pieza delantero B bolsillo	1C-1F
Pieza delantero C entera	1F-1C
Pieza delantero D fuelle bolsillo	1C-1F
Pieza delantero E trabilla	2F-2C
Pieza delantero C forro interno	1F
Forro entero delantero interno	1F
Posterior solapa pieza F	1C
Posterior pieza G cierre	1C
Pieza I bolsillo posterior	1C
Pieza posterior inferior H	1C

NOMBRE DE LA PIEZA	Nº PIEZAS
Posterior forro completo	1F
Pieza I bolsillo posterior	2F
Pieza M fuelle cierre	1C-1F
Pieza N fuelle cierre	1C-1F
Pieza O costado fuelle	2F-2C
Pieza P bolsillo lateral	2C
Forro bolsillo lateral (P)	2F
Pieza S base de la mochila	1C-1F
Pieza T-K-J asas	6C
Pieza L soporte de asas	2C
Pieza Q Ttapa	2C

Nº TOTAL DE PATRONES	
Delantero:	14
Posterior:	7
Fuelle:	24
Total:	45

Nº TOTAL DE PIEZAS	
Cuero:	27
Forro:	18
Otros:	0
Total:	45

SIMBOLOGÍA O CONVERSIONES

Al hilo

Línea de corte

Piquete

OBSERVACIONES:
Los moldes tienen incluida la costura

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 03/08/2020




Figura 109. Ficha de despiece de la mochila



GIMMEL
VERSIÓN 5780

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE DE MOLDERÍA

Tendencia: Artefacto

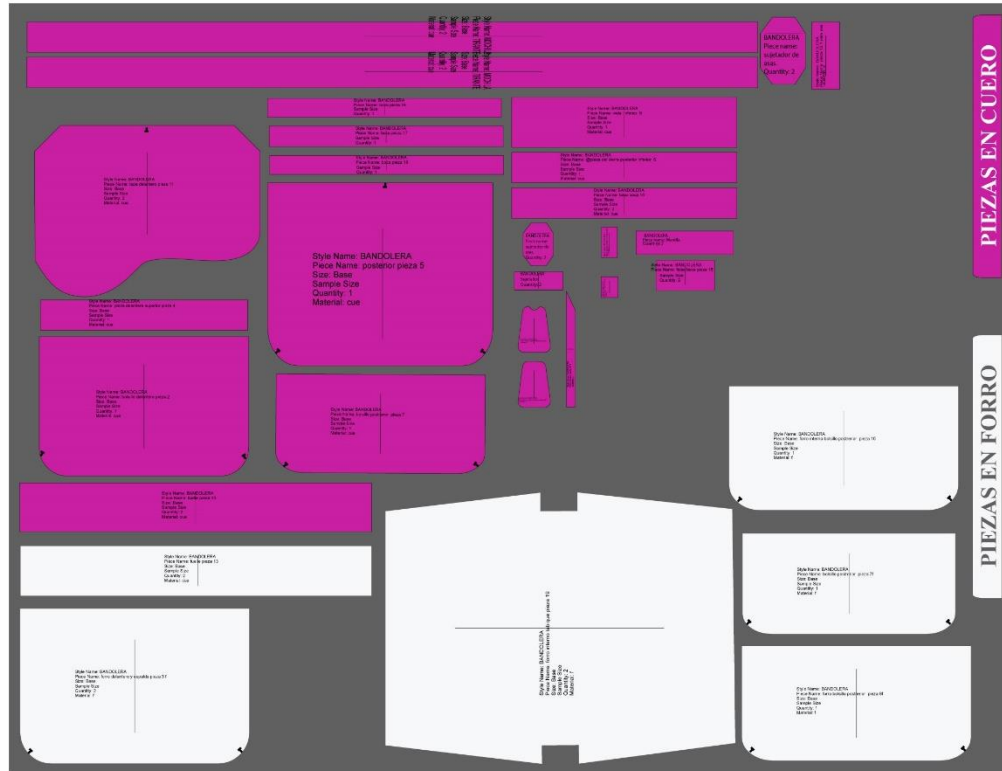
Temporada: Otoño/Invierno

Accesorio: Bandolera

Línea: Casual formal

Referencia: 01BS022020

Escala: 15%



PIEZAS EN CUERO

PIEZAS EN FORRO

NOMBRE DE LA PIEZA	Nº PIEZAS
Pieza A Bolsillo delantero	6C
Pieza B delantero completo	1C
Forro completo interno	2F
Pieza C delantera inferior	2C
Pieza D bolsillo posterior	1C
Pieza E trabillas	4C
Pieza F vista de bolsillo	1C
Forro interno bolsillo atrás	2F
Pieza G vista bolsillo atrás	1C
Pieza H posterior completo	1C
Pieza I tapa	2C

NOMBRE DE LA PIEZA	Nº PIEZAS
Pieza J para asas	10C
Pieza K manilla	2C
Pieza L-M fuelle o lateral	2C
Pieza falso de boca horizontal	2C
Pieza falso de la boca laterales	2C
Pieza boca central cierre	1C
Pieza boca frente y atrás cierre	2C
Pieza forro interno tabique	1F
Pieza N-O asas	3C
Pieza 21 colgante frente	3C
Pieza 22 colgante atrás	3C

Nº TOTAL DE PATRONES	
Delantero:	11
Posterior:	24
Fuelle:	19
Total:	54

Nº TOTAL DE PIEZAS	
Cuero:	43
Forro:	5
Otros:	0
Total:	54

SIMBOLOGÍA O CONVERSIONES

Al hilo	Línea de corte	Piquete	OBSERVACIONES: Los moldes tienen incluida la costura
---------	----------------	---------	--

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth **Fecha:** 03/08/2020



Figura 110. Ficha de despiece de la bandolera



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE DE MOLDERÍA

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Accesorio: Gabol

Línea: Casual formal

Referencia: 01GS032020

Escala: 15%



PIEZAS EN CUERO

PIEZAS EN FORRO

NOMBRE DE LA PIEZA	Nº PIEZAS	NOMBRE DE LA PIEZA	Nº PIEZAS	Nº TOTAL DE PATRONES	
Pieza delantera A bolsillo	1C-2F	Pieza L posterior superior	1C	Delantero:	15
Pieza A trabilla del cierre	4C	Pieza M posterior inferior	1C	Posterior:	13
Pieza B superior del cierre	1C	Pieza forro posterior	1F	Fuelle:	16
Pieza C bolsillo derecho	1C	Pieza forro delantero y atrás	2F	Total:	44
Pieza D tapa bolsillo delantero	2C	Pieza forro interno delante	1F	Nº TOTAL DE PIEZAS	
Pieza E fuelle bolsillo derecho	1C	Pieza O tapa	2C	Cuero:	33
Pieza F bolsillo izquierdo	1C	Pieza U base	1C	Forro:	11
Pieza G fuelle bolsillo izquierdo	1C	Pieza P fuelle costado	2C	Otros:	0
Pieza H fuelle bolsillo lateral	1C	Pieza P fuelle boca	2C-2F	Total:	44
Pieza I-J bolsillo posterior	2C-2F	Pieza P fuelle entero forro	1F		
Pieza N posterior centro cierre	1C	Pieza R-L asas	8C		

SIMBOLOGÍA O CONVERSIONES

Al hilo	Línea de corte	Piquete	OBSERVACIONES:
			Los moldes tienen incluida la costura


Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 03/08/2020



Figura 111. Ficha de despiece del gabol


6.10.6. Fichas de tendido



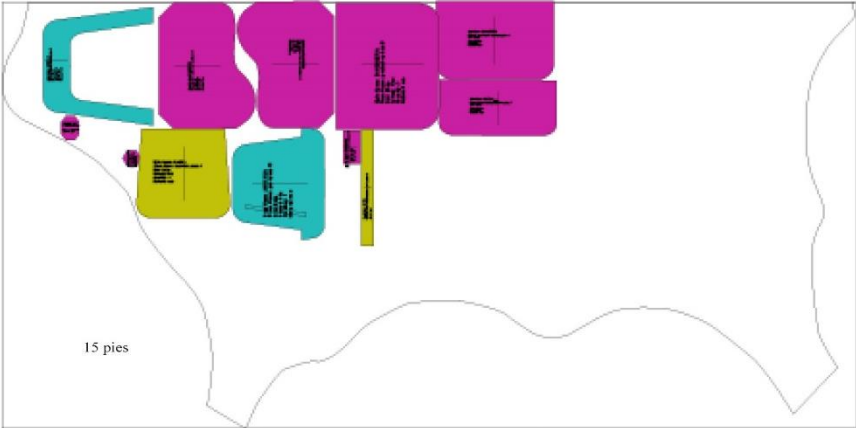
FICHA DE TENDIDO

Tendencia: Artefacto	Temporada: Otoño/Invierno	Accesorios: G-B-M
Línea: Casual formal	Referencia: 2	Escala: 4%

Material: Cuero de ganado vacuno



30 pies



15 pies

Detalle del tendido

Material	Piel de flor	Cantidad	1 banda y media	Largo de tendido	45 pies	Grosor o calibre	1.4mm
Eficiencia	80%	Rendimiento	6,9	Número de piezas	93	Observaciones	Despiece de tres bolsos

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 05/08/2020




Figura 112. Ficha de tendido del cuero



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

FICHA DE TENDIDO

Tendencia: Artefacto

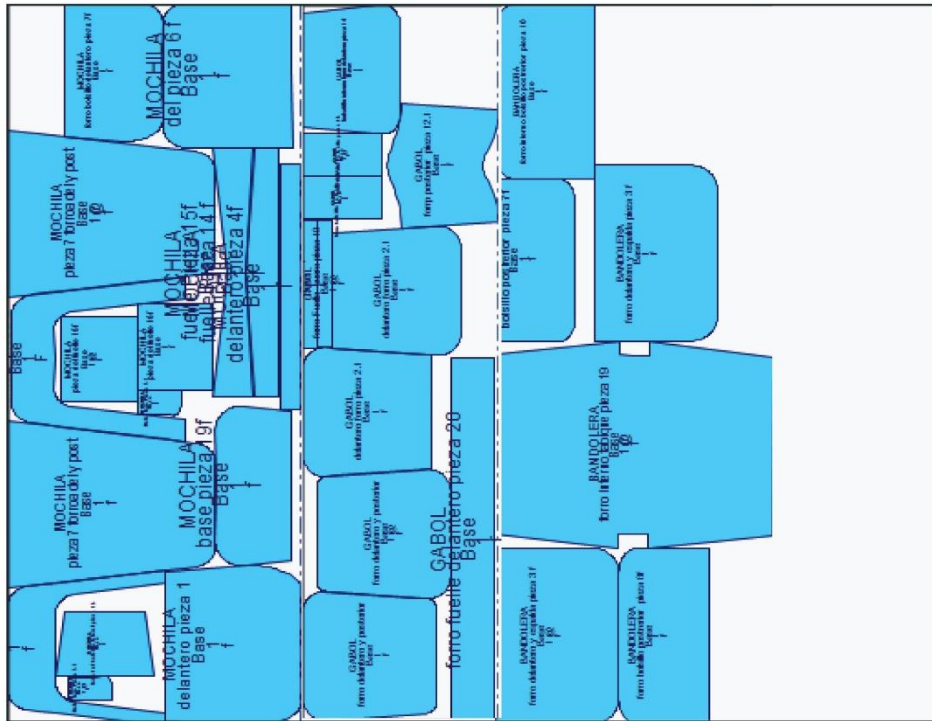
Temporada: Otoño/Invierno

Accesorios: G-B-M

Línea: Casual formal

Referencia: 01

Escala: 4%



Detalle del tendido

Material	Forro	Ancho	152cm	Largo de tendido	200cm	Grosor o calibre	----
Eficiencia	85,66%	Rendimiento	157.74cm	Número de piezas	32	Observaciones	Tendido total en forro de los tres bolsos


Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 05/08/2020



Figura 113. Ficha de tendido del forro

6.10.7. Ficha de ruta operacional




FICHA DE RUTA OPERACIONAL

Tendencia: Artefacto	Temporada: Otoño/Invierno	Accesorios: Mochila
Línea: Casual formal	Referencia: 01MS012020	Material: Cuero y poliéster

Descripción	Puntada	Máquina	P.P.P	Nº Aguja	Tiempo
1. Destallar las piezas	Ninguna	Destalladora	Ninguna	Ninguna	20 mim
2. Doblar las costuras, pegar y martillar de piezas delanteras y posterior	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	15 mim
3. Armar bolsillo delantero superior con los forros (A con B) y pegar cierre	301	Recta	6-7	110	15 mim
4. Armar bolsillo canguro delantero (Unir E a D y a C)	301	Recta	6-7	110	10 mim
5. Embolsar bolsillo interno delantero	301	Recta	6-7	110	10 mim
6. Unir pieza posterior (F a G) y (H a I)	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	10 mim
7. Pegar el cierre el la pieza I	301	Recta	6-7	110	10 mim
8. Armar pieza F-G y I-H con sus forros y unir las con cierre	301	Recta	6-7	110	15 mim
9. Coser al posterior los pasadores de asas (K y L) y la pieza J	301	Recta	6-7	110	5 mim
10. Colocar el broche imán en la tapa	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	5 mim
11. Armar la tapa y pegarla al posterior	301	Recta	6-7	110	5 mim
12. Armado del fuelle uniendo pieza M y N con el cierre y respuntar	301	Recta	6-7	110	10 mim
13. Sobre pieza M-N sobre montar pieza O	301	Recta	6-7	110	3 mim
14. Poner broche en el bolsillo lateral (P) y en la M y N	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	7 mim
15. Pegar el bolsillo lateral sobre pieza M-N-O	301	Recta	6-7	110	3 mim
16. Unir el delantero con el fuelle	301	Recta	6-7	110	12 mim
17. Unir el posterior con el fuelle	301	Recta	6-7	110	12 mim
18. Preparar la base con cartón	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	6 mim
19. Unir todo las piezas armadas con la base	301	Recta	6-7	110	7 mim
20. Coser las asas y colocarlas en la mochila con mosquetones	301	Recta	6-7	110	10 mim
21					
22					
23					
24					
25					
TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN					3 h-10 min

DISEÑOS PLANOS DELANTERO Y POSTERIOR



OBSERVACIONES

La base de la mochila está confeccionada con Cartón para darle forma y durabilidad.

Colocar los remaches en las binchas de las asas para firmeza de la pieza.

La etiqueta plástica se colocará en los forros internos.

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth
Fecha: 05/08/2020




Figura 114. Ficha de ruta operacional de la mochila



GIMMEL
VERSIÓN 5780

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

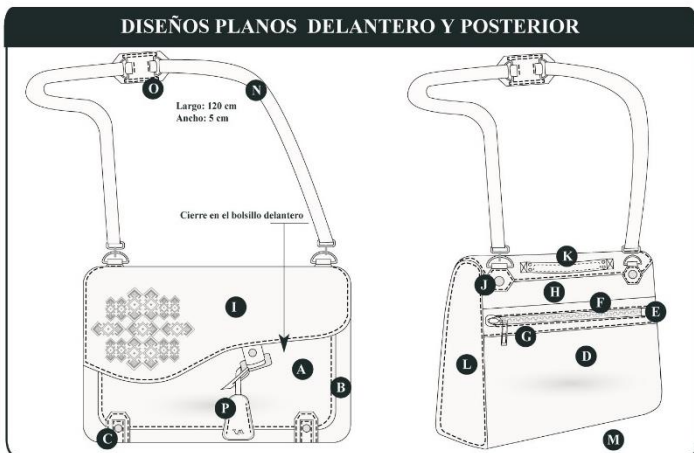
Accesorio: Bandolera

Línea: Casual formal

Referencia: 01BS022020

Mterial: Cuero y poliéster

Descripción	Puntada	Máquina	P.P.P	Nº Aguja	Tiempo
1. Destallar las piezas	Ninguna	Destalladora	Ninguna	Ninguna	30 mim
2. Doblar las costuras, pegar y martillar de piezas delanteras y posterior	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	15 mim
3. Pegar trabillas al cierre y sobremontar con la pieza A con doble costura	301	Recta	6-7	110	4 mim
4. Sobre montar la pieza A sobre la B con un pespunte	301	Recta	6-7	110	4 mim
5. Sobre montar la pieza A-B pieza superior del delantero y pieza C	301	Recta	6-7	110	2 mim
6. Pegar trabillas en el cierre (E)	301	Recta	6-7	110	2 mim
7. Unir la pieza D-G con un pespunte	301	Recta	6-7	110	7 mim
8. Unir pieza D-G con cierre y forro	301	Recta	6-7	110	10 mim
9. Pegar forro interno en la pieza F	301	Recta	6-7	110	2 mim
10. Aplastar el cierre de G-D con la vista F con un solo despunte	301	Recta	6-7	110	5 mim
11. Colocar el broche imán en la tapa	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	3 mim
12. Armar la tapa y pegar sobre el posterior	301	Recta	6-7	110	5 mim
13. Pegar el pasador de asas (J) y la manilla (K)	301	Recta	6-7	110	5 mim
14. Pegar en los fuelles pasadores de asas (J)	301	Recta	6-7	180	2 mim
15. Remachar pasadores de asas (J)	Ninguna	Remachadora	Ninguna	Ninguna	5 mim
16. Coser el fuelle al delantero	301	Recta	6-7	110	6 mim
17. Coser el fuelle al posterior	301	Recta	6-7	110	17 mim
18. Armar la boca del bolso colocando dos cierres	301	Recta	6-7	110	7 mim
19. Armar los falsos de la boca del bolso	301	Recta	6-7	110	2 mim
20. Coser sobre la pieza del los dos cierre dos forros interno	301	Recta	6-7	110	10 mim
21. Unir pieza de la boca con cierres con los falsos de la boca	301	Recta	6-7	110	10 mim
22. Embolsar parte interna y externa con un pespunte	301	Recta	6-7	110	15 mim
23. Armar las asas N-O con las medias lunas y los mosquetones	301	Recta	6-7	110	7 mim
24. Armar colgante (P)	301	Recta	6-7	110	10 mim
TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN					3h -5 mim



OBSERVACIONES

La base de la mochila está confeccionada con cartón (impermeable) para darle forma y estabilidad a la base.

Pegar los porta asas según el gráfico y pespuntar, colocar remaches, mosquetones en los extremos de las asas.

El fuelle tiene unión en la base de la bandolera.

La etiqueta plástica se colocará en los forros internos.

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth **Fecha:** 05/08/2020



Figura 115. Ficha de ruta operacional de la bandolera



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

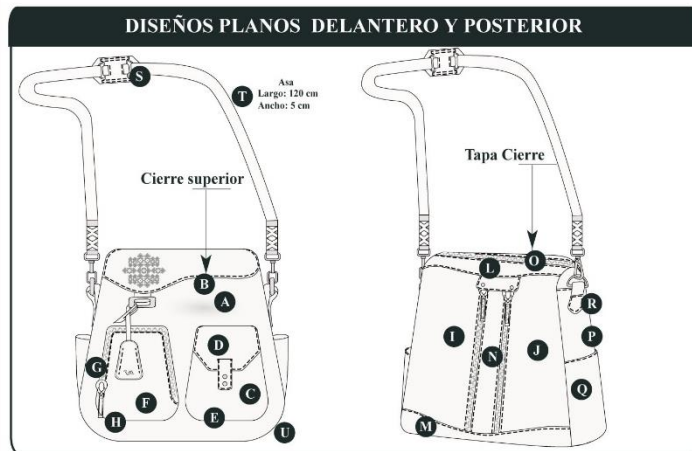
Modelo: Gabol

Línea: Casual formal

Referencia: 01GB032020

Material: Cuero y poliéster

Descripción	Puntada	Máquina	P.P.P	N° Aguja	Tiempo
1. Destallar las piezas	Ninguna	Destalladora	Ninguna	Ninguna	30 mim
2. Doblar las costuras, pegar y martillar de piezas delanteras y posterior	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	15 mim
3. Armar bolsillo izquierdo uniendo G-H y F	301	Recta	6-7	110	7 mim
4. Armar bolsillo derecho uniendo C-E	301	Recta	6-7	110	11 mim
5. Pegar tapa y correa del bolsillo C	301	Recta	6-7	110	7 mim
6. Sobre montar bolsillo sobre pieza A	301	Recta	6-7	110	15 mim
7. Armar cierre con las trabillas y pegar en la pieza A con su forro	301	Recta	6-7	110	7 mim
8. Pizar el cierre de la A con pieza superior junto con su forro	301	Recta	6-7	110	5 mim
9. Armar pieza I con su forro y cierre respuntando dos veces	301	Recta	6-7	110	5 mim
10. Armar pieza J con forro y cierre respuntando dos veces	301	Recta	6-7	110	6 mim
11. Aplastar los cierres de I y J con un respunte en la pieza K	301	Recta	6-7	110	10 mim
12. Colocar la pieza L aplastando N contra pieza I-J-K por dos respuntes	301	Recta	6-7	110	10 mim
13. Aplastar pieza I-J-K con dos respuntes en la pieza M	301	Recta	6-7	110	6 mim
14. Pegar el cierre en la tapa	301	Recta	6-7	110	8 mim
15. Colocar el broche imán en la tapa	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	3 mim
16. Pegar la tapa al posterior	301	Recta	6-7	110	3 mim
17. Pegar el cierre en el fuelle (boca del gabol)	Ninguna	Remachadora	Ninguna	Ninguna	9 mim
18. Colocar los bolsillos sobre fuelle P	Ninguna	Manual	Ninguna	Ninguna	4 mim
19. Unir pieza P con la base (U) sujetando sus respectivos forros	301	Recta	6-7	110	4 mim
20. Completar el fuelle con la pieza del fuelle con cierre con dos costuras	301	Recta	6-7	110	3 mim
21. Sobre montar pieza R a los dos lados del fuelle	301	Recta	6-7	110	5 mim
22. Unir delantero con el fuelle	301	Recta	6-7	110	6 mim
23. Unir posterior con el fuelle	301	Recta	6-7	110	7 mim
24. Armar las asas	301	Recta	6-7	110	7 mim
25. Armar los colgantes	301	Recta	6-7	110	9 mim
TIEMPO TOTAL DE FABRICACIÓN					3h-22 min



OBSERVACIONES

La base de la mochila está confeccionada con cartón para darle forma y durabilidad.

La pieza I - J se arma dos veces, uno para el lado derecho y otro para el izquierdo; luego unir con la pieza 10 , al pasar el respunte a ambos lados de la pieza N pizar el forro interno para generar la respectiva división de los dos bolsillos.


La etiqueta plástica se colocará en los forros internos.

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth **Fecha:** 05/08/2020



Figura 116. Ficha de ruta operacional del gabol

6.10.8. Especificaciones técnicas de artes



GIMMEL
— VERSIÓN S7E0

ESPECIFICACIÓN TÉCNICA DE ARTES

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Colección: Pachasofia

Línea: Casual formal

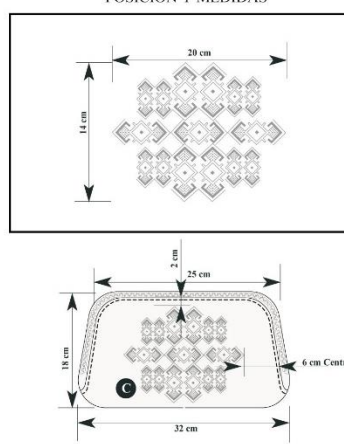
Usuario: Boho/hombres

Accesorio: Mochila

Descripción: Mochila shuyu con bolsillo canguro

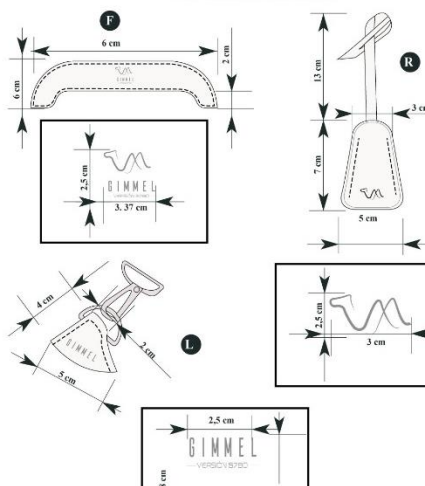
Referencia: 01MS012020

POSICIÓN Y MEDIDAS



CARTA CROMÁTICA: ■ Cód: 601D03

POSICIÓN Y MEDIDAS



CARTA CROMÁTICA: ■ Cód: 601D03

TÉCNICA: PIROGRABADO

Ubicación

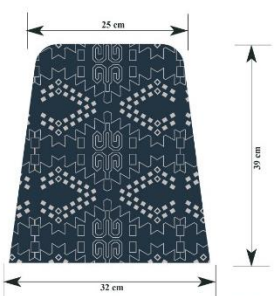
Colores de la técnica

L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
C	Bolsillo canguro delantero	Cuero / color óxido	1

Observaciones

Cantidad total
Tiempo total

POSICIÓN Y MEDIDAS



CARTA CROMÁTICA: ■ Cód: C4C0BF ■ Cód: 233543

TÉCNICA: GRABADO A LASÉR

Ubicación

Colores de la técnica

L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
F	Pieza posterior superior	Cuero / color óxido	1
L	Pasador de asas inferior	Cuero / color óxido	1
R	Colgante	Cuero / color óxido	1

Observaciones

Cantidad total
Tiempo total

TÉCNICA: SUBLIMADO

Ubicación

Colores de la técnica

L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
U	Forros interno	poliéster / azul mediterráneo	2

Observaciones

Cantidad total
Tiempo total

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth **Fecha:** 06/08/2020


Figura 117. Ficha de especificaciones técnicas de la mochila



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

ESPECIFICACIÓN TÉCNICA DE ARTES

Tendencia: Artefacto	Temporada: Otoño/Invierno	Colección: Pachasofia
Línea: Casual formal	Usuario: Boho/hombres	Accesorio: Bandolera
Descripción: Bandolera shuyu con bolsillo parche delantero		Referencia: 01BS022020

POSICIÓN Y MEDIDAS

CARTA CROMÁTICA: ■ Cód: 601D03

POSICIÓN Y MEDIDAS

DERECHO K 18 cm
REVÉS 18 cm
Tipografía: Biloxi Script

CARTA CROMÁTICA: ■ Cód: 601D03

TÉCNICA: PIROGRADADO

Ubicación	Delantero		
Colores de la técnica		Color del material quemado	
L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
F	Pieza posterior superior	Cuero / color óxido	1
Observaciones		Del mismo material	Cantidad total 1
			Tiempo total 30 min

TÉCNICA: GRABADO A LASÉR

Ubicación	Delantero y posterior		
Colores de la técnica		Color del material quemado	
L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
K	Manilla	Cuero / color óxido	1
P	Colgante	Cuero / color óxido	1
Observaciones		No distorsionar el logotipo	Cantidad total 2
			Tiempo total 30 min

CARTA CROMÁTICA: ■ Cód: C4C0BF ■ Cód: 233543

TÉCNICA: SUBLIMADO

Ubicación	Forro delantero y posterior de largo completo		
Colores de la técnica		Gris grafito en línea y plata en la forma	
L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
Q	Forros interno	poliéster / azul mediterráneo	2
Observaciones		Línea de 0,1 pt	Cantidad total 2
			Tiempo total 15 min

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth **Fecha:** 06/08/2020



Figura 118. Ficha de especificaciones técnicas de la bandolera



GIMMEL
—VERSIÓN 5780—

ESPECIFICACIÓN TÉCNICA DE ARTES

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Colección: Pachasofia

Línea: Casual formal

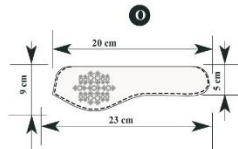
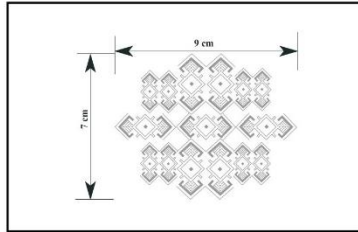
Usuario: Boho/hombres

Accesorio: Gabol

Descripción: Gabol shuyu con dos bolsillos canguro

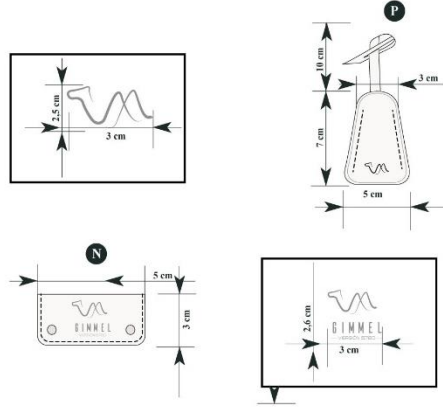
Referencia: 01GS032020

POSICIÓN Y MEDIDAS



CARTA CROMÁTICA: Cód: 601D03

POSICIÓN Y MEDIDAS



CARTA CROMÁTICA: Cód: 601D03

TÉCNICA: PIROGRABADO

Ubicación: Delantero			
Colores de la técnica		Color del material quemado	
L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
O	Tapa	Cuero / color óxido	1
Observaciones: Del mismo material			
Cantidad total			1
Tiempo total			30 min



CARTA CROMÁTICA: Cód: BBBBBB Cód: 233543

TÉCNICA: GRABADO A LASÉR

Ubicación: Delantero y posterior			
Colores de la técnica		Color del material quemado	
L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
N	Detalle posterior	Cuero / color óxido	1
P	Colgante	Cuero / color óxido	1
Observaciones: No distorcionar el logotipo			
Cantidad total			2
Tiempo total			30 min

TÉCNICA: SUBLIMADO

Ubicación: Forro delantero y posterior de largo completo			
Colores de la técnica		Gris grafito en línea y plata en forma	
L/N	Nombre de la pieza	Material y color	Nº
U	Forros interno	poliéster / azul mediterráneo	2
Observaciones: Línea de 0,1 pt			
Cantidad total			2
Tiempo total			15 min

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 06/08/2020



Figura 119. Ficha de especificaciones técnicas del gabol

6.10.9. Photobook



Figura 120. Photobook de la mochila

PHOTOBOOK

ACCESORIO: Bandolera



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —



DELANTERO



POSTERIOR

Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 25/07/2020



Figura 121. Photobook de la bandolera

PHOTOBOOK

ACCESORIO: Gabol



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —



DELANTERO



POSTERIOR

Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 25/07/2020

26

Figura 122. Photobook del gabol

6.11. Costos de producción

6.11.1. Costos fijos

Son aquellos que permanecen sin variación ante los cambios en los niveles de producción y se deben pagar produzca o no.

Tabla 39. Costos físicos

Arriendo	150
Costos fijos - servicios básicos	
Descripción	Frecuencia de pago
	Cantidad
Agua	Pago mensual
Luz	Pago mensual
Teléfono-Internet	Pago mensual
Subtotal	\$64

Tabla 40. Costos fijos - personal administrativo

Cantidad	Descripción	Frecuencia de pago	Valor
1	Contador	Pago mensual	\$450
1	Diseñador de modas	Pago por colección (6 bolsos) a 40 c/u.	\$240 Trimestrales \$80 mensuales
1	Acabados, empaquetado y bodega	Pago mensual	\$394
Subtotal			\$924

Tabla 41. Materiales indirectos

Descripción	Valor
Materiales de oficina	\$10
Materiales de patronaje	\$20
Movilidad	\$20
Subtotal	\$50

Tabla 42. Resumen de costos fijos mensuales

Descripción	Costo
Arriendo	\$150
Servicios básicos	\$64
Costos de personal administrativo	\$924
Materiales indirectos	\$50
Subtotal	\$1188

6.11.1. Costos variables

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

Tabla 43. Materiales e insumos (3u)

Descripción	Unidad	Cantidad	C. Unitario	Costo total
Cuero	Pies	45	\$1.20	\$54
Forro tafetán	Metro	2	\$1.30	\$2.60
Remaches	Docena	12	\$0.02	\$0.24
Medias lunas	Docena	15	\$0.05	\$0.75
Cierre	Metros	5.75	\$0.35	\$2.01
Mosquetón	Docena	8	\$0.10	\$0.80
Hilo encerado para cuero	Cono	3	\$1.30	\$3.90
Hilo poliéster	Metros	900	\$0.00083	\$0.75
Cabezas de cierre	Docena	15	\$0.10	\$1.50
Broche imán	Docena	6	\$0.10	\$0.60
Marquillas	Docena	6	\$0.06	\$0.36
Cordones	Metros	0.36	\$0.15	\$0.05
Empaques	Unidad	3	\$0.90	\$2.70
Subtotal				\$70.26


Tabla 44. Mano de obra (3u)

Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo Total
Pirograbado	\$0.75	3	\$2.25
Láser cut	\$0.05	8	\$0.40
Sublimado	\$1.20	2	\$2.40
Artésano	\$12	3	\$36
Subtotal			\$41.05

Tabla 45. Costos Directos (3u)

Descripción	Costo
Materia prima	\$70.26
Mano de obra	\$41.05
Subtotal	\$111.31

6.11.2. Fichas de costos



FICHA DE COSTOS

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Colección: Pachasofía

Línea: Casual formal

Accesorio: Mochila

Referencia: 01MS012020

COSTOS DIRECTOS

A.- MATERIA PRIMA E INSUMOS

DETALLE DE MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Cuero Flor de piel	Belenic	No tejido	Pies	1.20	16	19.20
Forro Carola	Edimatex	Blanco	Metro	1.30	0.75	0.98
Remaches	G y M	Nikel	Docena	0.02	4	0.08
Medias lunas	Yolanda Salazar	Nikel	Docena	0.05	5	0.25
Cierre	Yolanda Salazar	Café	Metro	0.35	2.5	0.87
Mosquetón	G y M	Nikel	Docena	0.10	4	0.40
Hilo encerado para cuero	Edimar	Color miel-1500m	Cono	1.30	1	1.30
Hilo poliéster	El Globo	Azul rey-3000 m	Metros	0.00083	300/10%	0.25
Llave de cierre Toy	Yolanda Salazar	Nikel	Unidad	0.10	7	0.70
Broche imán	G y M	Nikel	Docena	0.10	4	0.40
Marquilla	Lienzo	Cinta gro	Metros	0.06	2	0.12
Cordones	Bazar Marcela	Yute-7m	Metros	0.15	0.12	0.02
Empaque	Redagency	Bolsa de papel	Unidad	0.90	1	0.90
TOTAL DE COSTOS (A)						25.47

B.- MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE DE MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Pirograbado	Caldigra	Gráficos	Tamaño	0.75	1	0.75
Láser cut	Redagency	Grabado	Tamaño	0.05	4	0.20
Sublimado	Lienzo	Gráficos	Metro	1.20	0.75	0.90
Corte y armado-Artesano	G y M Diseño	Armado bandolera	Cantidad	12	1	12
TOTAL DE COSTOS (B)						13.85
C.- TOTAL DE COSTO DIRECTO (A+B)						39.32

D.- TOTAL COSTOS FIJOS/200	5.94
E.- TOTAL DE COSTOS (C+D)	45.26
F.- UTILIDAD DEL 30%	13.58
G.- UTILIDAD DEL 40%	18.10
H.- I.V.A 12%	5.43
TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad 30%) (E+F+H)	64.27
TOTAL PRECIO VENTA(Utilidad 40%) (E+GH)	68.79

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 09/07/2020




Figura 123. Ficha de costos de la mochila



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

FICHA DE COSTOS

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Colección: Pachasofía

Línea: Casual formal

Accesorio: Bandolera

Referencia: 01BS022020

COSTOS DIRECTOS

A.-MATERIA PRIMA E INSUMOS

DETALLE DE MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Cuero Flor de piel	Belenic	No tejido	Pies	1.20	15	18
Forro Carola	Edimatex	Blanco	Metro	1.30	0.75	0.96
Remaches	G y M	Nikel	Docena	0.02	4	0.08
Medias lunas	Yolanda Salazar	Nikel	Docena	0.05	7	0.35
Cierre	Yolanda Salazar	Café	Metro	0.35	1.5	0.53
Mosquetón	G y M	Nikel	Docena	0.10	2	0.20
Hilo encerado para cuero	Edimar	Color miel-1500m	Cono	1.30	1	1.30
Hilo poliéster	El Globo	Azul rey-3000 m	Metros	0.00083	300/10%	0.25
Llave de cierre Toy	Yolanda Salazar	Nikel	Unidad	0.10	4	0.40
Broche imán	G y M	Nikel	Docena	0.10	1	0.10
Marquilla	Lienzo	Cinta gro	Metros	0.06	2	0.12
Cordones	Bazar Marcela	Yute-7m	Metros	0.15	0.12	0.02
Empaque	Redagency	Bolsa de papel		0.90	1	0.90
TOTAL DE COSTOS (A)						23.21

B.- MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE DE MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Pirograbado	Caldigra	Gráficos	Tamaño	0.75	1	0.75
Láser cut	Redagency	Grabado	Tamaño	0.05	2	0.10
Sublimado	Lienzo	Gráficos	Metro	1.20	0.75	0.90
Corte y armado-Artesano	G y M Diseño	Armado bandolera	Cantidad	12	1	12
TOTAL DE COSTOS (B)						13.75
C.- TOTAL DE COSTO DIRECTO (A+B)						36.96

D.- TOTAL COSTOS FIJOS/200

5.94

E.- TOTAL DE COSTOS (C+D)

42.90

F.- UTILIDAD DEL 30%

12.87

G.- UTILIDAD DEL 40%

17.16

H.- I.V.A 12%

5.14

TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad 30%) (E+F+H)

60.91

TOTAL PRECIO VENTA(Utilidad 40%) (E+GH)

65.20

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 09/07/2020

Figura 124. Ficha de costos de la bandolera



GIMMEL
— VERSIÓN 5780 —

FICHA DE COSTOS

Tendencia: Artefacto

Temporada: Otoño/Invierno

Colección: Pachasofia

Línea: Casual formal

Accesorio: Gabol

Referencia: 01GS032020

COSTOS DIRECTOS

A.- MATERIA PRIMA E INSUMOS

DETALLE DE MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Cuero Flor de piel	Belenic	No tejido	Pies	1.20	14	16.80
Forro Carola	Edimatex	Blanco	Metro	1.30	0.50	0.65
Remaches	G y M	Nikel	Docena	0.02	4	0.08
Medias lunas	Yolanda Salazar	Nikel	Docena	0.05	3	0.15
Cierre	Yolanda Salazar	Café	Metro	0.35	1.75	0.61
Mosquetón	G y M	Nikel	Docena	0.10	2	0.20
Hilo encerado para cuero	Edimar	Color miel-1500m	Cono	1.30	1	1.30
Hilo poliéster	El Globo	Azul rey-3000 m	Metros	0.00083	300/10%	0.25
Llave de cierre Toy	Yolanda Salazar	Nikel	Unidad	0.10	4	0.40
Broche imán	G y M	Nikel	Docena	0.10	1	0.10
Marquilla	Lienzo	Cinta gro	Metros	0.06	2	0.12
Cordones	Bazar Marcela	Yute-7m	Metros	0.15	0.12	0.02
Empaque	Redagency	Bolsa de papel		0.90	1	0.90
TOTAL DE COSTOS (A)						21.58

B.- MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE DE MATERIALES	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CONSUMO	COSTO TOTAL
Pirograbado	Caldigra	Gráficos	Tamaño	0.75	1	0.75
Láser cut	Redagency	Grabado	Tamaño	0.05	2	0.10
Sublimado	Lienzo	Gráficos	Metro	1.20	0.50	0.60
Corte y armado-Artesano	G y M Diseño	Armado bandolera	Cantidad	12	1	12
TOTAL DE COSTOS (B)						13.45
C.- TOTAL DE COSTO DIRECTO (A+B)						35.03

D.- TOTAL COSTOS FIJOS/200

5.94

E.- TOTAL DE COSTOS (C+D)

40.97

F.- UTILIDAD DEL 30%

12.30

G.- UTILIDAD DEL 40%

16.39

H.- I.V.A 12%

4.92

TOTAL PRECIO VENTA (Utilidad 30%) (E+F+H)

58.19

TOTAL PRECIO VENTA(Utilidad 40%) (E+GH)

62.28

Diseñadora: Paucar Azogue Lorena Elizabeth

Fecha: 09/07/2020



Figura 125. Ficha de costos del gabol

6.12. Punto de Equilibrio

Es fundamental calcular el punto de equilibrio para obtener los costos fijos, y visualizar claramente cuanto se necesita vender para obtener un lucro. En este caso se detalla los costos aplicados a tres productos desarrollados dentro del proyecto. (Resultados basados en la utilidad de 40%).

$$P.E = \frac{\text{Total Costo Fijo}}{\text{Precio de venta} - \text{Costos variables}}$$

$$P.E = \frac{1188}{65.42 - 37.10}$$

$$P.E = 41.94 \quad P.E = 42 \text{ bolsos}$$

Valores:

Total costo fijo: 1188

Precio de venta (40%): $196.27/3=65.42$

Costos variables: $111.31/3=37.10$

Punto de equilibrio por mes: 42 bolsos

Los cuarenta y dos bolsos por mes no serán del mismo tipo o con el mismo diseño, pues se pretende manejar como marca el diseño de autor, estos irán variando a largo plazo incluso en el material.

Tabla 46. Ganancias por mes (Utilidad de 40%)

Referencia	Ganancia por unidad	Cantidad	Total de utilidad
01MS012020	\$18.10	50	\$905
01BS022020	\$17.16	50	\$858
01GS032020	\$16.39	50	\$819.5
TOTAL			\$ 2582.50

Tabla 47. Ganancias aspiracionales

Referencia	Ganancia por unidad	Cantidad	Total de utilidad
01MS012020	\$17.22	170	\$2927.4
01BS022020	\$17.22	200	\$3444
01GS032020	\$17.22	230	\$3960.6
TOTAL			\$10332

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Tras participar en la cotidianidad junto a los tejedores chibuleo se pudo conocer que este pueblo está lleno de una vasta diversidad cultural, histórica, organizativa, política, que conforma su memoria colectiva.
- La iconografía de los *chumbis* chibuleo tejida a doble faz es muy diversa, desde el diseño existen diferentes formas de aprovecharla, ya sea reelaborandola para generar nuevos elementos con características y propiedades similares que eviten alterar su significado. Los cuales pueden ser plasmados sobre prendas o accesorios. También pueden ser usadas para generar la identidad de nuevas empresas.
- La elaboración de bolsos en cuero plasmados con iconografía del *chumbi* chibuleo, puede ser el motor de la creación de nuevas empresas, o generar fuentes de trabajo para pequeños artesanos ya que existen diferentes formas de plasmar los motivos, como el pirograbado que es empleado en el producto de la tesis, el repujado, sublimado, la serigrafía, el estampado o hasta tejido que se hacen de forma manual.
- El diseño iconográfico producido por los tejedores es una herencia cultural muy rica, una fuente de inspiración para realizar diseño de autor o pequeñas colecciones de accesorios o prendas que destaquen la identidad cultural nacional y local. Además, permite generar diseños de accesorios dirigidos a diferentes segmentos del mercado, siempre y cuando se respete los parámetros de diseño.

Recomendaciones

- Conocer de dónde venimos como sociedad local para valorar y reforzar lo que somos es la clave para preservar la identidad cultural de un pueblo. Por ello es importante continuar recopilando información de las comunidades, pueblos indígenas, valorando a los mayores como fuente de conocimiento y esencia de identidad.

- Buscar inspiración en los pueblos indígenas para generar proyectos de diseño, pues son un abanico abierto de oportunidades para realizar diseños con identidad local, ya que somos entes que podemos ayudar a la revalorización de su riqueza inmaterial, respetando sus derechos y apoyando a sus programas de desarrollo.
- La tecnología hoy en día es un medio de difusión importante para dar a conocer la identidad cultural ya sea por medio de productos que pueden ser vendidos a otros lugares tanto nacionales como internacionales.
- En cuanto a la producción de bolsos en cuero, es necesario centrarse en el control de calidad de los productos, en los acabados, detalles, pues esto repercute en la obtención final de los productos. Ya que al presentar resultados excelentes en la calidad se asegura de cierta forma la fidelidad y confianza de los clientes.
- Es preciso entender que el cuero es un material reutilizable, reciclable, las marcas que trabajen con este material deberían realizar alianzas con otras empresas que trabajen con residuos de cuero o a su vez generar alternativas para evitar su desperdicio.
- Para evitar desperdicios o daños en el material es necesario realizar los prototipos con anterioridad, porque generalmente aparecen desajustes en moldería o detalles que es preferible modificarlos antes de cortar las piezas sobre cuero.
- Así también, es preciso la actualización constante de la información, en cuanto a gustos y preferencias, macrotendencias, microtendencias, saturación de productos, nuevos nichos de mercado, diferentes formas de innovación para realizar el producto, entre otros factores, ya que estos conducen a la empresa en línea paralela con la acogida de la producción.
- Finalmente, se recomienda explorar diferentes alternativas en la elaboración de accesorios, teniendo presente la innovación y calidad, con el afán de crear nuevas micro-empresas para incrementar las fuentes de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, C., Possso, M., & Carrascal, R. (2016). *La iconografía de los pueblos ancestrales de Imbabura*. Ibarra, Ecuador: Ediciones digitales, Universidad Técnica del Norte.
- Annis, S. (God and Production in a Guatemalan Town). 1987. Austin: University of Texas Press.
- Anónimo. (1586). *Arte y vocabulario en la lengua general del Perú llamada quichua y en la lengua española*. Lima, Perú: Antonio Ricardo.
- Arnold, D. (2017). Una reconsideración metodológica de los estudios iconográficos de los Andes. *Estudios Sociales del NOA*, 18.
- Arnold, D. (2018). *Informe de investigación N° 9: Los productos textiles de los andes sur-centrales: guía ontológica centrada en la región aymara hablante*. Bolivia, La Paz: ILCA.
- Asensio, O. (2011). *El gran libro del cuero*. Barcelona, España: Lexus Editores.
- Benítez, L., & Garcés, A. (2014). *Culturas ecuatorianas ayer y hoy (2da ed.)*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Borrás, D. (2019, Octubre 25). *GQ*. Obtenido de Tipo de bolsos que todo hombre debe llevar: <https://www.revistagq.com/moda/relojes-y-accesorios/galerias/bolsos-para-hombre-tendencias-moda/11068>
- Bourdieu, P. (1991). *La distinción: Criterios y bases del gusto*. Madrid: Taurus.
- Burke, P. (2005). *Visto y no visto: El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, España: CRÍTICA Barcelona.
- Bustos, G., & Pilco, M. (1987). *Chumbi: Diseños de fajas*. Chimborazo, Ecuador: Aby Ayala.
- Caluña, N., Tisalema, M., & Caluña, T. (2008). *Los chibuleos: origen, identidad, desarrollo y justicia de un pueblo indígena en los andes ecuatorianos*. Quito, Ecuador: Artes gráficas Silva.
- Campos, E., & Garrón, M. (2013). *Preparacion de articulos de marroquineria*. Andalucía, España: IC Editorial.

- CARE, Ciespal y Casa Ochun. (2014). *Etnohistoria de los pueblos y nacionalidades originarias de Ecuador*. Obtenido de <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2016/02/Modulo-2.pdf>
- CENDAF. (2009, Agosto 19). *Centro de documentacion defensa y apoyo al folklore peruano*. Obtenido de Ministerio de cultura: <http://cendafperu.blogspot.com/2009/08/exposicion-chuspas-bolsas-y-chumpis.html>
- Chaves, S. (2011). El cuero como soporte alternativo para realizar planchas de huco grabado. *Redalyc*, 68.
- Chimbo, J., Shiguango, E., & Ullauri, M. (2007). *Shimiyukkamo: Diccionario kichwa-español*. Sucumbios: Imprefep.
- CODENPE. (s.f.). El concejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblo del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.
- De la Calle, B., González, J., & Hernández, M. (2005, enero 15). *Piel y Cuero*. Obtenido de Recursos Didácticos: http://www.educa.jcyl.es/educacyl/cm/gallery/recursos_jcyl/am/5_34pielycuero/index.htm
- De Rojas Silva, D. (2008). *Los tocapus: graficación de la emblemática inca*. Lima, Perú: Cima.
- De Vidas, A. A. (2002). *Memoria textil e industria del recuerdo en los andes* (1ra ed.). Quito, Ecuador: Ediciones Abya - Ayala.
- Del Solar, M. (2016). La recreación del challpi wathrako en la identidad wanka desde las primeras décadas del siglo XX: Producción de fajas tejidas en el valle del Mantaro, Junín, Perú. *Mundos Nuevos*, 51.
- Escandon, C. (2017, junio 19). *Departamento de inversiones*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mastercepsa/2017/06/19/factores-economicos-en-inversiones-pest/>
- Estermann, J. (2006). *Filosofía Andina: Sabiduría indígena para un nuevo mundo*. La Paz, Bolivia: Instituto Superior Ecuménico de Teología ISEAT.
- Farias, G. (2016, Diciembre 1). *Blog Aprovisionamiento y Sourcing*. Obtenido de Calidad y reciclaje para una industria textil responsable:

<https://gabrielfariasiribarren.com/calidad-y-reciclaje-para-una-industria-textil-responsable/>

- Fiadone, A. (2014). *El diseño indígena argentino : una aproximación estética a la iconografía precolombina*. Buenos Aires, Argentina: Biblioteca de la Mirada.
- Fischer, E. (2011). Los tejidos andinos, indicadores de cambio: Apuntes sobre su rol y significado en una comunidad rural. *Chungará, Revista de antropología chilena.*, 282.
- Flores, G. (2018, septiembre 17). La chakana y los saberes ancestrales del pueblo Cyambi. Quito, Pinchincha, Sierra.
- Galvez, C., & Rocchietti, A. (2014). *Patrimonio cultural del Perú: Humanidad Andina*. Lima, Perú: REUN.
- García, J. (1999). La interpretación iconográfica, o la reivindicación de la iconografía como método en la historia del arte. *Revista de extremadura*, 158.
- Gavilán, V., Álvarez, I., & Cisternas, K. (2016). Los conceptos pampa /ch'uru en la manufactura de las fajas confeccionadas por mujeres aymara del norte chileno. *Revista de antropología chilena*, 440.
- Grim, J. (1892). *Gramática quichua: Dialecto de la Republica del Ecuador*. Quito, Ecuador: Friburgo de Brisgovia.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Hoces, S., & Brugnoli, P. (2006). *Manual de técnicas textiles andinas: Terminaciones*. Santiago de Chile: Foncety.
- Holgín, F. D. (1608). *Vocabulario en la lengua general de todo el Perú llamada lengua Qquichua, o del inca*. Lima, Perú: Francisco del Canto.
- INEC. (2006, Noviembre). *La población indígena del Ecuador: Análisis de estadísticas sociodemográficas*. Quito, Ecuador: Talleres Gráficos del INEC.
- INEN. (2016). *Enunciado general del currículo: Industria de la confección*. Quito, Ecuador: Ministerio de Educación.
- Inexmoda. (2019, enero 3). *Prensa Inexmoda*. Obtenido de Conoce, conectate y tranformate: 157076557-Perfiles-de-Consumidor-de-Inexmoda.pdf

- ISO Tools. (2018, Agosto 3). *Plataforma tecnológica para la gestión de la excelencia*. Obtenido de Los sistemas de gestión de riesgos laborales y de medio ambiente: <https://www.isotools.org/2015/08/03/los-sistemas-de-gestion-de-riesgos-laborales/>
- Jaramillo, A. (2010). *Perfil del consumidor*. Medellín, Colombia: ISCI.
- Jenkyn Jones, S. (2013). *Diseño de moda*. Barcelona, España: Blume.
- Jijón y Caamaño, J. (1940). *El Ecuador interandino y occidental antes de la conquista castellana* (Vol. II). Quito: Editorial ecuatoriana Abya - Yala.
- Korovkin, T. (2002). *Comunidades Indígenas, Economía del Mercado y Democracia en los Andes Ecuatorianos*. Quito, Ecuador: CEDIME.
- Larrea, A. (2018). Modificación de la producción gráfica Salasaca y su expresión en el tapiz. *Diseño y patrimonio · investigación*, 174-181. Obtenido de <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/2648/larrea-andrea.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lau, J. (2013). *Manual de diseño de modas: Diseño de accesorios*. Barcelona, España: Gustavo Gili, SL.
- Llamazares , A. M. (2011). *Del reloj a la flor de loto*. Buenos Aires, Argentina: Editorial del nuevo extremo.
- López, G. (2016, Noviembre 4). *Portafolio*. Obtenido de Ejecutivos a vestirse: www.portafolio.co/economia/finanzas/ejecutivos-vestirse-394696
- Martínez, G. (2012). *La ingeniería en la industria de la confección* . México, Trillas: Programas educativos, S. A. de C. V.
- Marulanda, G. (2007). *Cartilla de marroquinería: Modelaje de bolsos masculinos*. Colombia, Bogotá: SENA.
- Medina, A. (2020). El chumbi andino. Reflexiones entorno a la potencialidad de su estudio desde las funciones del vestido. *Revista Inclusiones*, 96-116.
- Meyers, A. (1998). *Los incas en el Ecuador: Analisis de los restos materiales*. Quito, Ecuador: Ediciones del Banco Central del Ecuador.
- Milla Villena, C. (2002). *Ayni Introduccion a la paleosemiotica:Ley de la reciprocidad*. Perú: UNUK-KAUSAY.

- Milla, C. (1989). *Genesis de la cultura andina*. Perú: Fondo Editorial C.A.P Coleccion Bional.
- Milla, Z. (2008). *Introducción a la semiótica del diseño andino precolombino*. Lima, Perú: Asociación de investigación y comunicación cultural Amaru Wayra.
- Milton, A., & Rodgers, P. (2013). *Métodos de investigación para el diseño de producto*. Barcelona, España: BLUME.
- Ministerio de Educacion. (2009). *Kichwa: Yachakukkunapa Shimiyuk Kamu*. Quito, Ecuador: Bicentenario.
- Ministerio de Turismo. (2013). *Mitología de los pueblos indígenas de Tungurahua*. Tungurahua, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Murra, J. (1975). *Formas economicas y politicas del mundo andino*. Lima, Perú: IEP Ediciones.
- Museo de Textil Bolivariano. (2018, Agosto 13). *Museo de textiles andinos bolivariano*. Obtenido de <https://www.museodetextiles/photos/el-chumpi-faja-es-una-prenda-muy-importante-ya-que-en-esta-se-emplean-colores-e-/2099730916728138/>
- Naranjo, G., Medina , A., & Herrera, L. (2014). *Tutoría de la investigación Científica (5ta ed.)*. Ambato, Ecuador: Maxtudio.
- Olivera, L. (2017, 11 20). *Culture of the Andes*. Obtenido de El fajado de los wawas en el mundo andino y moderno: <http://cuzcoeats.com/37156the-fajado-of-the-babies-or-wawas-in-the-andean-world-vs-the-modern-world/#>
- Panofsky , E. (1962). *Estudios sobre iconología*. Titivillus.
- Pepe, E. G. (2018). *Diseño Indígena Argentino*. Buenos Aires, Argentina: Utopía.
- Pepe, E. G. (2018). *Diseño Indígena Argentino: Estudio de la coherencia formal como principio de reelaboración*. Buenos Aires, Argentina: Redargenta-CommTOOLS.
- Picón, C. (2004). *Pueblos indígenas y educación n° 54*. Quito, Ecuador: Abya - Yala.
- PNUD. (2010, Abril 19). *Programa de las naciones unidas para el desarrollo*. Obtenido de <https://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/desarrollo%20con%20cultura%20e%20identidadS.pdf>

- Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva: Tecnicas de analisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Procuraduria de la republica. (2011, Mayo 12). *Manual de organización y funciones*. Obtenido de OAS Juridico: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_reptom_manual.pdf
- Qhapaq Amaru, J. (2012). *Inka pachaqaway: Cosmovición andina*. Lima: Investigaciones y estudios inkasicos.
- Reino, P. (1988). *Los Panzaleos, una vision historica - linguistica, Ed.* Ambato, Ecuador: Ediciones Universidad y Sociedad.
- Rojas, C. (2014). *Industria de la moda: Produccion y materiales*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Rowe, A., Miller, L., & Meisch, L. (2007). *Weaving and dyeing in highland ecuador*. United States of America: The textil museum.
- s.n. (2019, noviembre 13). *El chumbi es un icono sagrado*.
- Salomon, F. (1983). El quichua de los andes ecuatoriales: Algunos aportes recientes. *Revista Andina*, 394-405.
- Sanchez, K. (2012, Diciembre 12). *Caminos de Wayra*. Obtenido de Hacia la transformacion definitiva: <https://caminoswayra.wordpress.com/category/tradiciones-andinas/animales-de-poder/>
- Saulquin, S. (2010). *Muerte de la moda, el dia despues*. Buenos Aires, Argentina: Páidos.
- Saulquin, S. (2014). *Politica de las apariencias*. Buenos Aires, Argentina: Páidos.
- Schiffman, L., Lazar, L., & Wisenblit, J. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.
- Seivewright, S. (2011). *Manual de diseño de moda: Diseño e investigación*. Barcelona, España: Gustavo Gili, SL.
- Seivewright, S. (2011). *Manual de diseño de moda: Diseño e investigación*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Sisa, J. (2019, 12 18). Partes de la faja con denominación en kichwa. (L. P. A, Entrevistador)

- Sisa, J., & Chango, J. (2019, 12 18). función práctica y simbólica de la faja. (L. Paucar, Entrevistador)
- Sondereguer, C. (2003). *Manual de iconografía precolombina y su análisis morfológico, cronológico, estético*. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.
- Stivelman, A. (2016). *Introducción a la cosmovisión andina*. Buenos Aires, Argentina: Humano Films S.A.
- Tarí, J., & Molina, J. (2005). Sistema de gestión de calidad según ISO 9001:2000. *Revista de dirección, organización y administración de empresas, ISSN 1132-175X, N° 29*, 153-159.
- Tomás, F. D. (1560). *Lexicon o vocabulario de la lengua general del Perú*. Lima, Perú: Centro Nacional de Cultura.
- UNICEF. (2004). *Nacionalidades y pueblos indígenas y políticas interculturales en Ecuador: Una mirada desde la educación*. Quito, Ecuador: Aviles.
- Vallejos, L. (s.f). *Manual básico para marroquinería*. Colombia: s. ed.
- Vega, A., & Guerra, N. (2015). Fajar/ceñir/envolver. Chumpi y fajas. Objetos y prácticas vestimentarias de indias y guaguas en Potosí y La Plata siglos XVI y XVII. *Fronteras de la historia: Revista de historia colonial latinoamericana*, 229.
- Volpintesta, L. (2015). *Fundamentos del diseño de moda: Los 26 principios que todo diseñador de moda debe saber*. Madrid, España: Promopress.
- Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*. España: G. Gili.
- Wong, W. (1997). *Fundamentos del diseño*. España: Gustavo Gili.
- Wong, W. (1999). *Principios del Diseño en Color: Diseñar con Colores Electronicos*. España: G. Gili.
- Zenteno Brun, H. (2009). Acercamiento a la visión cósmica del mundo andino. *Punto Cero*, 83-89.
- Zuñiga, V. (2006). *Aproximación a un vocabulario andino* (tesis de maestría). Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

ANEXOS

Anexo 1. Categorías fundamentales (mándalas)

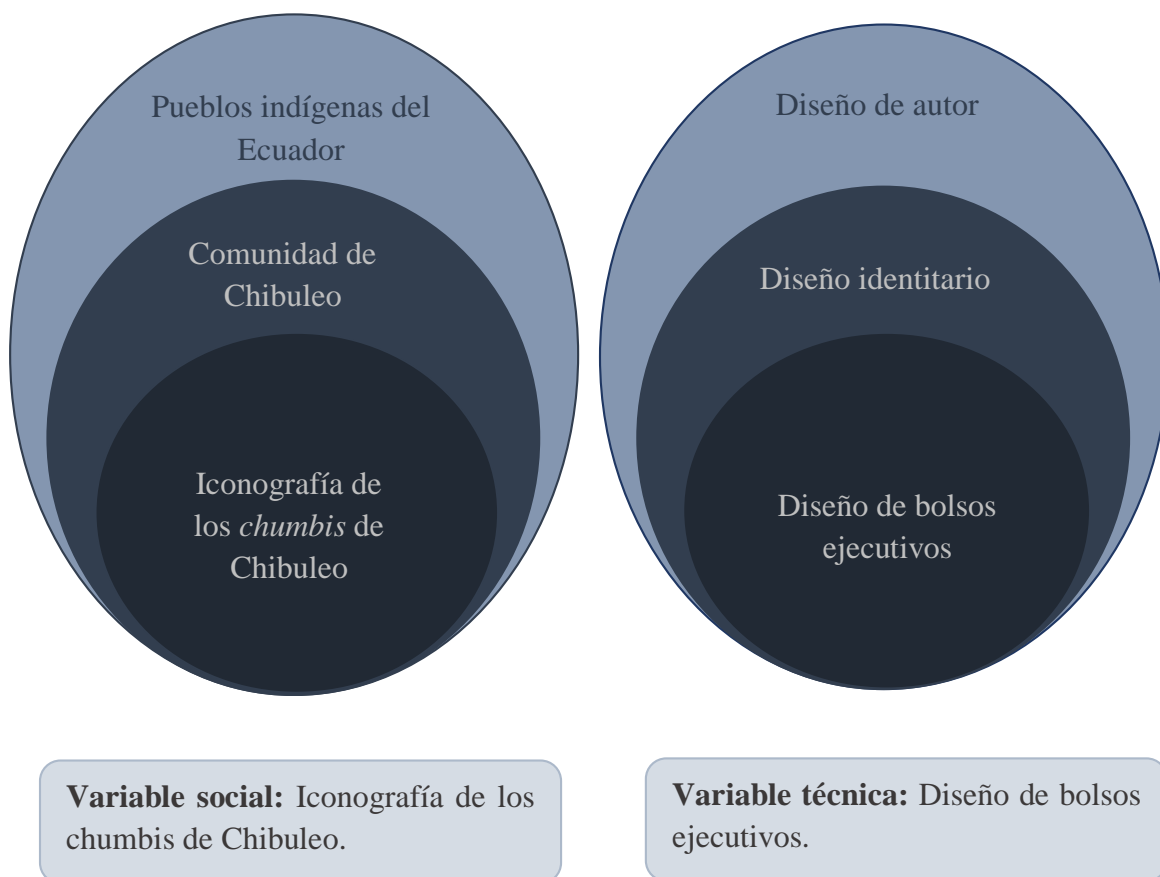


Figura 126. Categorías fundamentales (mándalas)

Anexo 2. Red de variables

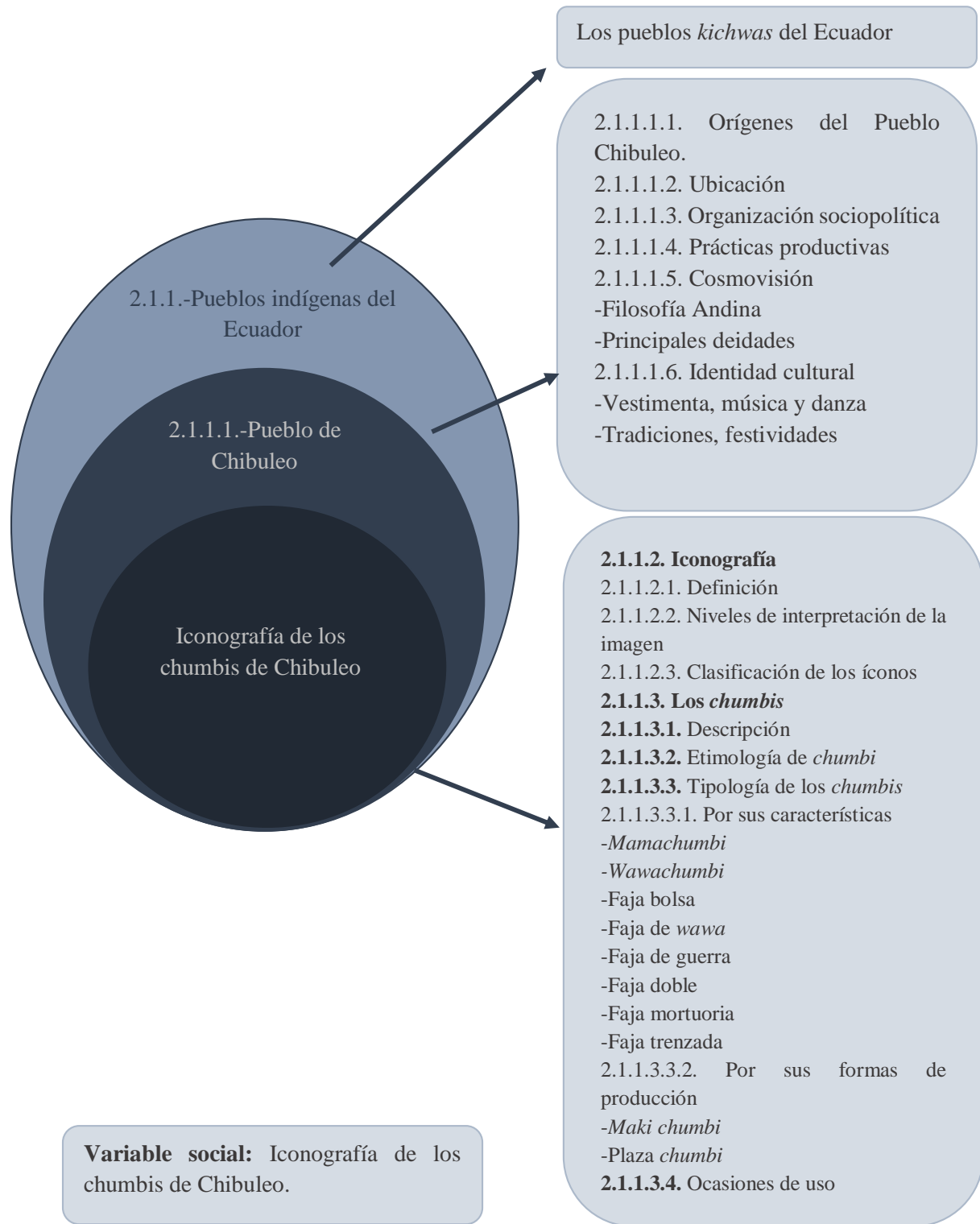
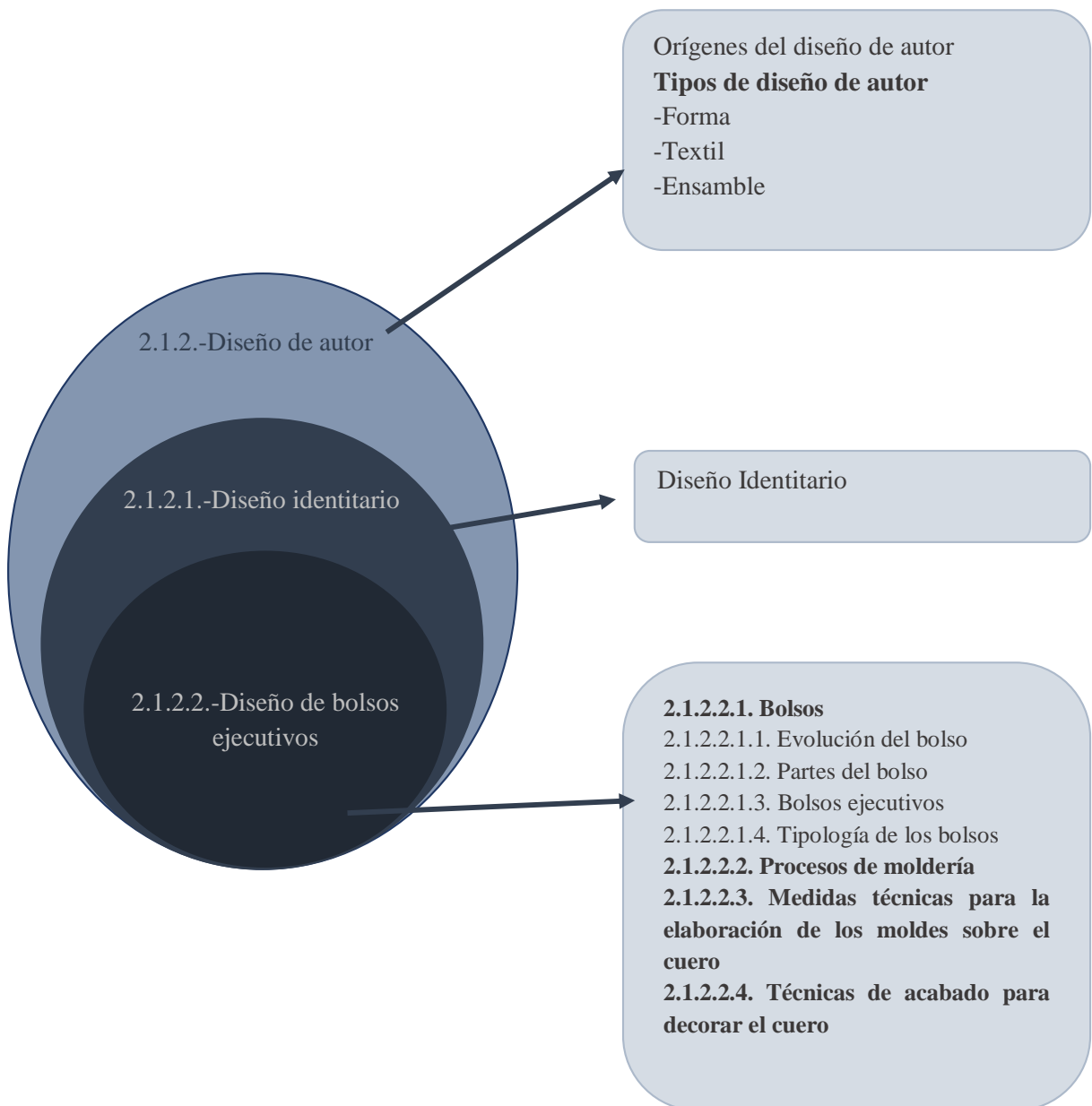


Figura 127. Red de variable de social



Variable técnica: Diseño de bolsos ejecutivos.

Figura 128. Red de variable técnica