



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA**

Proyecto Integrador previo a la obtención de Título de Licenciada en  
Diseño Textil e Indumentaria

**“Diseño de una colección de accesorios en paja toquilla con la aplicación de signos  
gráficos corporales de la nacionalidad Kichwa – Napo”**

**Autora:** Hinojoza Espinoza, Leidy Andrea

**Tutor:** Ing. Betancourt Chávez, Diego Gustavo

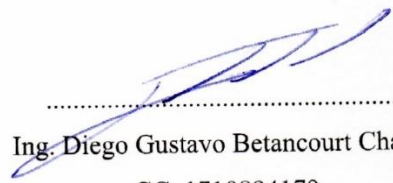
**Ambato – Ecuador**  
**Marzo, 2022**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema: **“Diseño de una colección de accesorios en paja toquilla con la aplicación de signos gráficos corporales de la nacionalidad Kichwa – Napo”** de la alumna Hinojoza Espinoza Leidy Andrea, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, 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, Marzo 2022

EL TUTOR



.....  
Ing. Diego Gustavo Betancourt Chávez  
CC: 1710894179

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de una colección de accesorios en paja toquilla con la aplicación de signos gráficos corporales de la nacionalidad Kichwa – Napo**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, Marzo 2022

LA AUTORA



.....  
Leidy Andrea Hinojoza Espinoza

CC: 1501089294

## 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, Marzo 2022

LA AUTORA



.....  
Leidy Andrea Hinojoza Espinoza

CC: 1501089294



## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador , sobre el tema **“Diseño de una colección de accesorios en paja toquilla con la aplicación de signos gráficos corporales de la nacionalidad Kichwa – Napo”** de Leidy Andrea Hinojoza Espinoza, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Marzo 2022

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

**C.C.:**

---

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

**C.C.:**

---

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

**C.C.:**

## DEDICATORIA

*Este proyecto va dedicado para Alexandra mi madre, Luis mi padre y por supuesto a Marilyn mi hermana, quienes me han acompañado día y noche en mis estudios he sentido su apoyo incondicional cada momento, han sido mi mayor soporte en todo el trayecto de mi carrera, que de alguna u otra manera me ayudaron en este recorrido de la vida, nunca me han desamparado, me han brindado su mano sin interés y por siempre guiarme hacia aquello que amo, por su amor incondicional.*

*A Dios, quien me ha dado la paciencia, fortaleza y sabiduría para seguir sin darme por vencida a cumplir mis sueños y objetivos, pero sobre todo por poner en mi camino a todas las personas que me apoyaron sin nada a cambio.*

*Leidy Andrea Hinojoza Espinoza*

## AGRADECIMIENTO

A Tena la tierra que me permitió crecer, convertirme en lo que soy actualmente y quien es mi musa en este proyecto que me permitirá poder lograr una meta más de mi vida.

De la misma manera extendo mi agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato por permitirme cursar mis estudios superiores y a los docentes quienes me han formado para ser una buena profesional y buena persona con sus consejos, en especial a mi Tutor Diego Betancourt y a Iraida Ubilluz por guiarme en lo académico y quienes han sido buenos amigos que animaron a creer en mí y nunca rendirme.

También agradezco a BOHO por permitirme pertenecer a su familia y conocer personas excepcionales que aportaron a nivel profesional y personal. Agradezco a todas las personas que entrevisté que sin nada a cambio supieron nutrirme de nuevos conocimientos que ayudaron a este proyecto. A las artesanas de paja toquilla que estuvieron predispuestas ayudar de alguna manera posible.

A mi amiga Jennifer, quien siempre ha sido mi apoyo en la universidad y me ha brindado su mano sin pago alguno, hemos compartido sueños, metas, tristezas, alegrías y que espero que perdure nuestra amistad.

Sin olvidar a Sebas, persona especial en mi vida porque también ha estado presente en este proceso, por darme su apoyo incondicional en las buenas y malas, por su conocimiento, tiempo y apoyarme a siempre estar en pie. Que sea lo que el destino lo prediga.

A esa pequeña alma Poky quien me dio calor y compañía todas las noches.

Leidy Andrea Hinojoza Espinoza

## ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO</b> .....	<b>iii</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	<b>iv</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xix</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>

## CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES.....	3
1.1 Nombre Del Proyecto .....	3
1.2 Antecedentes.....	3
1.3 Justificación .....	5
1.4 Objetivos.....	6
1.4.1 Objetivo general .....	6
1.4.2 Objetivos específicos.....	6

## CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1 Marco Conceptual.....	7
2.1.1 Semiótica .....	7
2.1.1.1 Signo.....	7
2.1.1.2 Símbolo.....	7
2.1.1.3 Ícono.....	7
2.1.1.4 Índice.....	8
2.1.2 Etnografía .....	8
2.1.2.1 Nacionalidades Indígenas del Ecuador.....	9
2.1.2.2 Nacionalidad Kichwa Amazónica.....	10
2.1.2.3 Pueblo Indígenas Del Ecuador.....	10
2.1.2.4 Saberes ancestrales.....	13
2.1.2.5 Ciudad de Tena.....	13
2.1.3 Diseño.....	14
2.1.3.1 Indumentaria.....	14
2.1.3.2 Función estética.....	14
2.1.3.3 Función simbólica.....	15
2.1.3.4 Función práctica.....	15
2.1.4 Accesorios .....	15
2.1.4.1 Bolsos.....	15
2.1.5 Merchandising.....	15
2.1.5.1 Marketing.....	16
2.1.5.2 Marketing Digital.....	16

2.1.5.3	Marketing Tradicional.....	16
2.1.5.4	Marketing Mix.....	16
2.2	Marcas Referentes y/o aspiracionales.....	19
2.2.1	Referentes.....	19
2.2.2	Aspiracionales.....	21
2.2.3	Visionario.....	22

### CAPÍTULO III

3.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	23
3.1	Análisis externo.....	23
3.1.1	Análisis PEST.....	23
3.1.1.1	Entorno político.....	23
3.1.1.2	Entorno económico.....	24
3.1.1.3	Entorno social/cultural.....	25
3.1.1.4	Entorno tecnológico.....	26
3.1.1.5	Entorno ambiental.....	27
3.1.1.6	Entorno legal.....	28
3.1.2	Tendencias de consumo.....	28
3.1.3	Segmentación del mercado potencial.....	29
3.1.4	Análisis del sector y del mercado potencial.....	29
3.1.5	Índice de saturación del mercado potencial.....	30
3.1.6	Análisis estratégico de la competencia.....	31
3.2	Análisis interno.....	32
3.2.1	Análisis de recursos propios y disponibles.....	32
3.2.1.1	Recursos tangibles.....	32
3.2.1.2	Recursos intangibles.....	33
3.2.2	Análisis cadena de valor.....	34
3.2.2.1	Actividades primarias.....	34

### CAPÍTULO IV

4.	MARCO METODOLÓGICO.....	39
4.1	Estudio de público objetivo.....	39
4.1.1	Modelo de encuesta y entrevista.....	39
4.2	Selección de la muestra.....	40

4.3	Técnicas de estudio.....	40
4.3.1	Cualitativas .....	41
4.3.2	Cuantitativas .....	41
4.4	Elaboración e interpretación de los datos .....	42
4.4.1	Interpretación de encuesta .....	42
4.4.2	Metodología Iconología de Erwin Panofsky .....	59
4.4.3	Fichas de Análisis Iconográfico .....	61
4.5	Conclusiones.....	68

## CAPÍTULO V

5.	Tecnologías Necesarias Para La Producción.....	71
5.1	Cronograma de producción.....	71
5.2	Control de calidad.....	75
5.3	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto.....	75
5.4	Requerimientos de mano de obra .....	76
5.5	Seguridad industrial y medio ambiente .....	76

## CAPÍTULO VI

6.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	78
6.1	Descripción del producto o servicio .....	78
6.1.1	Brain storming (lluvia de ideas) .....	79
6.2	Perfil del cliente.....	80
6.2.1	Moodboard del perfil del cliente .....	85
6.3	Identidad de marca.....	86
6.4	Uso de la marca. ....	88
6.5	Análisis de color de la propuesta .....	94
6.5.1	Paleta de color de la propuesta .....	94
6.6	Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).....	94
6.6.1	Análisis de los signos gráficos corporales.....	95
6.7	Concepto de la propuesta.....	100
6.7.1	Metodología de Zadir Millar .....	100
6.7.2	Aplicación de Metodologías.....	101
6.7.3	Fichas de Trazado Armónico.....	102
6.8	Elementos del diseño .....	108

6.8.1	Siluetas .....	108
6.8.2	Proporción y línea.....	110
6.8.3	Función .....	110
6.8.4	Detalles .....	110
6.8.5	Estilo.....	111
6.8.6	Estampados, bordados y acabados, terminados.....	113
6.9	Materiales e insumos. ....	113
6.10	Sketch o bocetos .....	116
6.10.1	Diseños Planos por Referencia.....	116
6.10.2	Materiales E Insumos, Usos Y Cuidados Para La Propuesta .....	122
6.10.3	Ilustraciones.....	123
6.11	Fichas técnicas .....	125
6.12	Photobook.....	153
6.13	Costos de producción.....	158
6.13.1	Costos fijos .....	158
6.13.2	Costos variables.....	159
6.13.3	Fichas de Costo.....	161
<b>CAPÍTULO VII</b>		
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	165
7.1	Conclusiones.....	165
7.2	Recomendaciones .....	167
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		168
ANEXOS .....		172



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1: Nacionalidades del Ecuador</b> .....	<b>9</b>
<b>Tabla 2: Pueblos Indígenas</b> .....	<b>11</b>
<b>Tabla 3: Género del turista en Tena</b> .....	<b>42</b>
<b>Tabla 4: Nivel en Formación Académica</b> .....	<b>43</b>
<b>Tabla 5: Conocimiento de productos en paja toquilla</b> .....	<b>44</b>
<b>Tabla 6: Disposición en compra del turista</b> .....	<b>45</b>
<b>Tabla 7: Preferencia en adquisición de accesorios</b> .....	<b>46</b>
<b>Tabla 8: Preferencia de tamaño</b> .....	<b>47</b>
<b>Tabla 9: Forma de accesorios</b> .....	<b>48</b>
<b>Tabla 10: Preferencia de compra</b> .....	<b>49</b>
<b>Tabla 11: Gusto por diseño en accesorios</b> .....	<b>51</b>
<b>Tabla 12: Combinación de textiles</b> .....	<b>52</b>
<b>Tabla 13: Análisis de Signos Gráficos Corporales de la Cultura Kichwa- Napo</b> .....	<b>53</b>
<b>Tabla 14: Entrevistas – Etnohistoria</b> .....	<b>55</b>
<b>Tabla 15: Catálogo de Signo Gráficos Corporales Seleccionados</b> .....	<b>60</b>
<b>Tabla 16: Ficha Iconográfico 1: Tigre</b> .....	<b>61</b>
<b>Tabla 17: Ficha Iconográfico 2: Culebra X</b> .....	<b>63</b>
<b>Tabla 18: Ficha Iconográfico 3: Caracol</b> .....	<b>64</b>
<b>Tabla 19: Ficha Iconográfico 4: Tortuga</b> .....	<b>65</b>
<b>Tabla 20: Ficha Iconográfico 5: Boa</b> .....	<b>66</b>
<b>Tabla 21: Ficha Iconográfico 6: Reflejo del Sol</b> .....	<b>67</b>
<b>Tabla 22: Plan de Producción General</b> .....	<b>71</b>
<b>Tabla 23: Plan de Producción de Bolsos</b> .....	<b>73</b>
<b>Tabla 24: Plan de Producción de carteras</b> .....	<b>74</b>
<b>Tabla 25: Matriz de análisis de Usuario</b> .....	<b>81</b>
<b>Tabla 26: Catálogo de Signos Gráficos Corporales</b> .....	<b>96</b>
<b>Tabla 27: Ficha Trazado Armónico 1: Tigre</b> .....	<b>102</b>
<b>Tabla 28: Ficha Trazado Armónico 2: Culebra X</b> .....	<b>103</b>
<b>Tabla 29: Ficha Trazado Armónico 3: Caracol</b> .....	<b>104</b>
<b>Tabla 30: Ficha Trazado Armónico 4: Tortuga</b> .....	<b>105</b>
<b>Tabla 31: Ficha Trazado Armónico 4: Boa</b> .....	<b>106</b>

<b>Tabla 32: <i>Ficha Iconográfico 3: Reflejo del Sol</i></b> .....	<b>107</b>
<b>Tabla 33: <i>Ficha Textiles</i></b> .....	<b>113</b>
<b>Tabla 34: <i>Ficha insumos o avíos</i></b> .....	<b>114</b>
<b>Tabla 35: <i>Ficha de Insumos de Packaging</i></b> .....	<b>115</b>
<b>Tabla 36: <i>Usos y Cuidados de Textiles</i></b> .....	<b>122</b>
<b>Tabla 37: <i>Usos y Cuidados de Insumos</i></b> .....	<b>122</b>
<b>Tabla 38: <i>Costos fijos de producción</i></b> .....	<b>158</b>
<b>Tabla 39: <i>Costos Variables de Producción</i></b> .....	<b>159</b>
<b>Tabla 40: <i>Ficha de Costos Cartera 1</i></b> .....	<b>161</b>
<b>Tabla 41: <i>Ficha de Costos Cartera 2</i></b> .....	<b>162</b>
<b>Tabla 42: <i>Ficha de Costos Bolso 1</i></b> .....	<b>163</b>
<b>Tabla 43: <i>Ficha de Costos Bolso 2</i></b> .....	<b>164</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1: Marca Pecunia .....</b>	<b>19</b>
<b>Figura 2: Marca Unibell.....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 3: Marca Pausayu.....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 4: Género de Turistas que visitan Tena .....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 5: Nivel de Formación Académica de Turistas .....</b>	<b>43</b>
<b>Figura 6: Nivel de conocimiento .....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 7: Deseo de adquisición del producto .....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 8: Preferencia de productos .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 9: Preferencia en tamaño del accesorio.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 10: Preferencia en forma del accesorio .....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 11: Preferencia al Momento de Adquirir el Producto.....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 12: Gusto por carga de diseño en producto .....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 13: Mezcla de textiles.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 14: Ilustración de infraestructura.....</b>	<b>76</b>
<b>Figura 15: Brain storming.....</b>	<b>79</b>
<b>Figura 16: Moodboard del Perfil del Cliente.....</b>	<b>85</b>
<b>Figura 17: Logo de Marca.....</b>	<b>87</b>
<b>Figura 18: Uso de Marca 1.....</b>	<b>88</b>
<b>Figura 19: Uso de Marca 2.....</b>	<b>89</b>
<b>Figura 20: Uso de Marca 3.....</b>	<b>90</b>
<b>Figura 21: Uso de Marca 4.....</b>	<b>91</b>
<b>Figura 22: Uso de Marca 5.....</b>	<b>92</b>
<b>Figura 23: Uso de Marca 6.....</b>	<b>93</b>
<b>Figura 24: Paleta de color de la propuesta .....</b>	<b>94</b>
<b>Figura 25: Mallas de Bipartición .....</b>	<b>100</b>
<b>Figura 26: Mallas de Tripartición.....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 27: Tipo de cartera: Bandolera .....</b>	<b>109</b>
<b>Figura 28: Tipo de Bolso: Tote .....</b>	<b>109</b>
<b>Figura 29: Moodboard Boho Chic .....</b>	<b>112</b>
<b>Figura 30: Diseño Plano De Bolsos 1 .....</b>	<b>116</b>
<b>Figura 31: Diseño Plano De Bolsos 2.....</b>	<b>117</b>

<b>Figura 32: <i>Diseño Plano De Bolsos 3</i></b> .....	<b>118</b>
<b>Figura 33: <i>Diseño Plano De Carteras 1</i></b> .....	<b>119</b>
<b>Figura 34: <i>Diseño Plano De Carteras 2</i></b> .....	<b>120</b>
<b>Figura 35: <i>Diseño Plano De Carteras 3</i></b> .....	<b>121</b>
<b>Figura 36: <i>Ilustraciones de Colección Ayllu</i></b> .....	<b>123</b>
<b>Figura 37: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>125</b>
<b>Figura 38: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>126</b>
<b>Figura 39: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>127</b>
<b>Figura 40: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>128</b>
<b>Figura 41: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>129</b>
<b>Figura 42: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>130</b>
<b>Figura 43: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>131</b>
<b>Figura 44: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>132</b>
<b>Figura 45: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>133</b>
<b>Figura 46: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>134</b>
<b>Figura 47: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>135</b>
<b>Figura 48: <i>Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras</i></b> .....	<b>136</b>
<b>Figura 49: <i>Ficha de Patronaje Materializados</i></b> .....	<b>137</b>
<b>Figura 50: <i>Ficha de Patronaje Materializados</i></b> .....	<b>138</b>
<b>Figura 51: <i>Ficha de Patronaje Materializados</i></b> .....	<b>139</b>
<b>Figura 52: <i>Ficha de Patronaje Materializados</i></b> .....	<b>140</b>
<b>Figura 53: <i>Ficha de Despiece Materializados</i></b> .....	<b>141</b>
<b>Figura 54: <i>Ficha de Despiece Materializados</i></b> .....	<b>142</b>
<b>Figura 55: <i>Ficha de Despiece Materializados</i></b> .....	<b>143</b>
<b>Figura 56: <i>Ficha de Despiece Materializados</i></b> .....	<b>144</b>
<b>Figura 57: <i>Ficha de Ruta Operacional Materializados</i></b> .....	<b>145</b>
<b>Figura 58: <i>Ficha de Ruta Operacional Materializados</i></b> .....	<b>146</b>
<b>Figura 59: <i>Ficha de Ruta Operacional Materializados</i></b> .....	<b>147</b>
<b>Figura 60: <i>Ficha de Ruta Operacional Materializados</i></b> .....	<b>148</b>
<b>Figura 61: <i>Ficha de Módulos</i></b> .....	<b>149</b>
<b>Figura 62: <i>Ficha de Módulos</i></b> .....	<b>150</b>
<b>Figura 63: <i>Ficha de Módulos</i></b> .....	<b>151</b>

<b>Figura 64: <i>Ficha de Módulos</i></b> .....	<b>152</b>
<b>Figura 65: <i>Fotografía Bolso 1</i></b> .....	<b>153</b>
<b>Figura 66: <i>Fotografía Bolso 2</i></b> .....	<b>154</b>
<b>Figura 67: <i>Fotografía Cartera 3</i></b> .....	<b>156</b>
<b>Figura 68: <i>Fotografía Cartera 4</i></b> .....	<b>157</b>
<b>Figura 69: <i>Variable Social</i></b> .....	<b>172</b>
<b>Figura 70: <i>Variable Técnica</i></b> .....	<b>172</b>
<b>Figura 71: <i>Red de variable social</i></b> .....	<b>173</b>
<b>Figura 72: <i>Red de variable técnica</i></b> .....	<b>174</b>

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Los signos gráficos corporales de la nacionalidad kichwa Amazónica se siguen representando por personas pertenecientes a la nacionalidad, aunque en una medida más baja debido a los nuevos intereses que tienen las actuales generaciones cada signo corporal tiene simbolismo y aporta identidad a las comunidades. Se analiza cada signo mediante la metodología iconológica de Edwin Panofsky en sus tres niveles de estudio, pre iconográfica, iconográfico, e iconológico que permite conocer el significado más allá de su forma, mientras que el trazado armónico propuesto por Zadir Milla permite generar módulos primarios y secundarios de los gráficos corporales por medio de las leyes formativas, la bipartición y tripartición del espacio, donde existe una alternancia de cuadrados, rombos y rectángulos formando mallas, una vez generados los módulos junto con los fundamentos de diseño se forman un conjunto de patrones combinados, los mismos que son aplicados en las propuestas.

El mercado de diseño de accesorios ha tenido un ligero cambio en cuanto a gusto y preferencia del consumidor, en la actualidad existe inclinación por ayudar al medio ambiente incluso comunidad pero sin dejar de lado la comodidad al igual que funcionalidad del accesorio, es por eso que se desarrollan propuestas de bolsos y carteras en fibra de paja toquilla con diferentes patrones que muestran la cosmovisión kichwa amazónica junto con cualidades estéticas, funcionales y estructurales, asimismo los acabados y detalles que se realizan son materiales locales como las semillas. Mediante estas propuestas se aporta a la revalorización de la cultura y tradiciones kichwa amazónica.

**PALABRAS CLAVE: KICHWA\_AMAZÓNICO/  
BOLSOS/PAJA\_TOQUILLA/NAPO/SIGNOS\_CORPORALES**

## **ABSTRACT**

The corporal graphic signs of the Amazonian Kichwa nationality are still represented by people belonging to the nationality, although to a lesser extent due to the new interests of the current generations, each corporal sign has symbolism and brings identity to the communities. Each sign is analyzed by means of the iconological methodology of Edwin Panofsky in its three levels of study, pre iconographic, iconographic, and iconological that allows to know the meaning beyond its form, while the harmonic layout proposed by Zadir Milla allows to generate primary and secondary modules of the corporal graphics by means of the formative laws, the bipartition and tripartition of space, where there is an alternation of squares, diamonds and rectangles forming meshes, once the modules are generated together with the fundamentals of design a set of combined patterns are formed, the same that are applied in the proposals.

The accessories design market has had a slight change in terms of taste and consumer preference, currently there is an inclination to help the environment even community but without neglecting the comfort as well as functionality of the accessory, that is why we develop proposals for bags and purses in toquilla straw fiber with different patterns that show the Amazonian Kichwa worldview along with aesthetic, functional and structural qualities, also the finishes and details that are made are local materials such as seeds. These proposals contribute to the revaluation of the Amazonian Kichwa culture and traditions.

**KEYWORDS: KICHWA\_AMAZONIAN/  
HANDBAGS/PAJA\_TOQUILLA/NAPO/CORPORAL\_SIGNS**

## INTRODUCCIÓN

La nacionalidad Kichwa Amazónica se encuentra distribuida en las provincias de Sucumbíos, Orellana, Napo y Pastaza, quienes comparten en cierta cantidad las misma cultura, tradiciones y costumbres. El proyecto investiga, analiza y presenta una propuesta inspirada en los signos gráficos representados corporalmente por la cultura Kichwa asentada en el territorio de Tena- Napo, donde la mayoría de su población se autoidentifica como indígena Kichwa amazónico, de acuerdo al Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC). Se enfoca en generar propuestas que sean de aporte para el fortalecimiento económico de la ciudad de tena como para la difusión y revalorización de la cosmovisión indígenas Kichwa amazónica, su cultura ancestral, costumbres y tradiciones.

El proyecto integrador se estructura en seis capítulos donde consta el procedimiento que se tomó para la elaboración de las propuestas.

Capítulo I, se expone los antecedentes sobre investigaciones, tesis o libros de diferentes autores, con contenido acerca de la cultura Kichwa amazónica que permite ampliar el conocimiento y conocer más a profundidad sobre su cultura, territorio costumbres, tradiciones, signo y símbolos faciales, pintura facial o corporal , vestimenta, cosmovisión, ancestros, entre otros, y plantear los objetivos del proyecto que permiten direccionar mejor el estudio.

Capítulo II, el marco referencial o conceptual abarca conceptos importantes como, la semiótica, etnografía, las nacionalidad y pueblos indígenas cuales son y el territorio que ocupan. También se aborda los tipos de funciones, accesorios, marketing mix, sin olvidar el análisis de las marcas referentes, aspiracional y visionaria.

Capítulo III, es importante la investigación del mercado, el análisis externo conocer sobre el entorno político ecuatoriano liderado por el nuevo mandatario Guillermo Lasso, sus nuevas políticas económica, sociales, entre otros , como busca mejorar la crisis en la que se está viviendo en el país. Como se presenta el entorno social, tecnológico, ambiental y legal. De la misma manera se analiza las nuevas tendencias de consumo de nuestros usuarios, cual es el mercado potencial del proyecto donde se definen mujeres de 20 a 45 años de edad con preferencias de consumo ligado a lo medio ambiental y sensible.



De la misma manera se realiza un análisis interno, los recursos internos y externos que se necesitan para la realización del proyecto.

Capítulo IV, se realiza el estudio del público objetivo seleccionando la muestra para posteriormente aplicar el modelo de encuestas y entrevistas, una vez aplicadas se tabula los datos e interpretan.

Capítulo V, las tecnologías necesarias para la producción se desarrollan los cronogramas de producción, el procedimiento para la producción general y por producto, el control que se llevara para un óptimo desempeño y producto final. Los equipos e infraestructura necesaria para el proyecto, se aborda la importancia de la mano de obra y la seguridad industrial como medio ambiental.

Capítulo VI, se presenta el producto final propuesta y todo su procedimiento hasta llegar a eso. Se explica el producto a desarrollar, el perfil del cliente al que va destinado, así como su moodboard. Se desarrolla la identidad de marca y su uso. Se analiza la propuesta de color, la paleta que se usa en el producto final. Así mismo aquí se aborda el análisis de los signos gráficos corporales expuesto a manera de catálogo. Para el concepto de la propuesta se aplica se aplican las metodologías (Edwin Panofsky y Zadir Milla) que permiten la selección y modificación de los signos. Elementos de diseño aplicados, detalles, fichas técnicas, dibujos planos, ilustraciones, costos y por último un photobook de las propuestas materializadas.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES GENERALES

### 1.1 Nombre Del Proyecto

Diseño de una colección de accesorios en paja toquilla con la aplicación de signos gráficos corporales de la nacionalidad Kichwa – Napo.

### 1.2 Antecedentes

En el tomo II de la serie Sabiduría Amazónica de la cultura Kichwa de la Amazonia Ecuatoriana de Alvarado, A (2012) aborda otras expresiones o manifestaciones de la cultura Kichwa en 5 áreas de estudios divididos: estudios socioculturales, cosmovisión, ciencias naturales y desarrollo sustentable, etnobotánica, etnomedicina. El área que sirve para mayor sustento del proyecto es estudios socioculturales, pues esta nos presenta información desde la geografía pasando por sus orígenes, organizaciones de la comunidad haciendo un pequeño énfasis en su cosmovisión, pero sobre todo nos habla de los símbolos faciales y sus significados, aplicados por los kichwas de la amazonia.

Nos presenta algunos diseños encontrados, su significado desde la cosmovisión Kichwa que viene relacionado con mitos y leyendas. De igual manera nos habla de los materiales que se usan para la representación de signos y símbolos faciales. Se da a conocer también algunas prácticas, tradiciones y pensamientos de la cultura Kichwa de la amazonia ecuatoriana. Toda esta investigación se realizó con la finalidad de que sirva como sustento para docentes, estudiantes, alumnos, y se utilice para posteriores investigaciones más a profundidad de los kichwas amazónicos (Alvarado, Calapucha, & Calapucha, 2012)

En la siguiente tesis se aborda “la importancia de la pintura natural, específicamente en cultura indígena.” Cisneros, H (2008). Este realiza un análisis sobre la pintura natural de la cultura Kichwa amazónica y su significado que esta presenta para los habitantes, mediante la representación de figuras o símbolos en pintura corporal, hasta los colores que son usados y cuál es el proceso para la obtención. Se analiza y se estudian también costumbres , tradiciones y cosmovisión del pueblo indígena Sarayaku, que se

encuentra ubicado en la provincia de Pastaza y pertenecen a la nacionalidad Kichwa amazónica. Se realiza un énfasis en el uso de la pintura corporal, en que actividades se usa y cuales son; se comenta en existen varias figuras o representaciones que son tomadas en su mayoría de la naturaleza, “se hacen diferentes diseños como: trazo de boa, tigre, lagarto, kinku, bagre, alacrán, tortuga, caracol, etc.”. Se menciona que algunas de las actividades en donde se realizan pintura corporal son: fiestas de cacería, siembra ,etc. y bailes. Utilizan estos diferentes tintes naturales como el Wituk, achiote y karawira sobre su cabello o cuerpo como representación del valor cultural , actos muy importantes y tradiciones de los antepasados. Este estudio permite ampliar los conocimientos en signos gráficos corporales al igual que su significado. (Cisneros, 2008)

En el presente trabajo de titulación “Arte y Lenguajes: Estudio de la simbología cultural del Valle Sagrado de Cotundo aplicado en la obra de arte” , se realiza una búsqueda de simbologías corporales y su identificación como cultura en una de las comunidades con mayor riqueza de simbología Kichwa Amazónica ecuatoriana que es Cotundo o su nombre completo Valle Sagrado de Cotundo. Abordando desde el campo del arte se realiza una exploración sobre los símbolos , el ritual y el cuerpo, observando la forma en que dicha comunidad percibe a cada uno de los elementos, la importancia que tienen estas representaciones en su desarrollo cultural, la identidad que poseen como nacionalidad indígena y su diario vivir. (De La Cruz, 2015, pág. 1)

De La Cruz nos presenta un estudio exhaustivo en varios aspectos de la cultural, estructural, contextual, decoraciones que abarca la vestimenta y la aplicación de la pintura facial y corporal donde se enfatiza la cosmovisión de la cultura Kichwa y como estas manifestaciones al juntarse se relaciona con la parte espiritual. En su mayoría los símbolos plasmados representan la flora y fauna que los rodea, incluso en deidades y elementos de la naturaleza importantes como el agua, el sol y la tierra.

Se presenta como gran aporte para la actual tesis puesto que en la interpretación de datos recolectados nos muestra símbolos (diseños) junto con su descripción sobre su significado en la cultura, siendo algunos tomados para el posterior análisis e interpretación.

### 1.3 Justificación

El Ecuador de acuerdo a la Constitución del 2008 es reconocido como un estado pluricultural y multiétnico mostrando así la diversidad de pueblos, nacionalidades y etnias indígenas que han convivido durante siglos en el territorio, llevando consigo un contexto lleno de saberes ancestrales, historia, enseñanza, lengua, valores, tradiciones y cosmovisión.

El Consejo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE) que en la actualidad es el Consejo Nacional para la Igualdad de Pueblos y Nacionalidades (CNIPN), señala que en Ecuador existen 14 nacionalidades y 18 pueblos. Cada una de estas nacionalidades como pueblos presentan una de las mayores riquezas del país por su diversidad cultural ancestral. El presente estudio se centra en la región Amazónica, provincia de Napo y cantón Tena con su nacionalidad y pueblo Kichwa Amazónico.

“Los pueblos aborígenes de Napo alcanzaron un significativo nivel cultural. Sus técnicas de caza, pesca, manejo de la tierra, su mundo espiritual, sus tácticas de guerra, su comportamiento social, etc. estaban ligados a la naturaleza.” (Guevara, 1995). Durante mucho tiempo los pueblos de Napo han trabajado arduamente para poder crecer cultural y económicamente, dedicando su vida al trabajo de siembra, cultivo, artesanía y turismo.

La riqueza cultural del pueblo indígena de tena se ve plasmado en cada rincón y labor siendo algunos la caza, el turismo, la danza, rituales, artesanías, cerámicas, música que permite mantener viva sus tradiciones y saberes ancestrales.

Es importante comenzar a generar aportes que nos permitan conocer la riqueza de nuestro pueblo y revalorizar los conocimientos transmitidos que son legado de los antepasados y así no dejar que se desvanezca con el tiempo. Es por eso que el presente proyecto es relevante e innovador por que se presenta propuestas de diseño que llevan como inspiración los signos gráficos corporales de la nacionalidad kichwa de Tena importantes para la cultura pues representa su cosmovisión y por ende mantiene un significado intrínseco que aporta identidad.

Mediante los signos gráficos plasmados en cada uno de los accesorios se mostrará en cada producto adquirido por el consumidor los signos de la cultura kichwa junto con

su significado enriqueciendo el conocimiento sobre la identidad cultural indígena amazónica.

El presente proyecto es factible ya a que, en la actualidad, las preferencias del consumidor están ligadas al consumo local y cuidado del medio ambiente por ende a la compra de productos artesanales que no generen impacto ambiental, debido a eso las propuestas están ligadas al uso de fibras naturales de paja toquilla con procesos 100% artesanales aportando beneficio económico a la localidad.

Los beneficiarios directos son las comunidades indígenas kichwa de Tena como la población ecuatoriana, debido a que se genera conocimientos sobre la identidad indígena kichwa para aportar a la revalorización y preservación de saberes ancestrales. “Para que los ecuatorianos puedan recuperar su identidad, deber tener conocimiento de su propia cultura ancestral y darle el verdadero valor a su gran patrimonio” (Guerrero, Pilaquinga, & Guerrero, 2021)

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivo general***

Diseñar una colección de accesorios en paja toquilla para impulsar la revalorización cultural mediante la aplicación de signos gráficos corporales del pueblo Kichwa - Napo.

### ***1.4.2 Objetivos específicos***

- Determinar los signos gráficos corporales del pueblo Kichwa para su posterior análisis a través de un registro visual.
- Analizar los códigos semióticos corporales representados por signos gráficos utilizados por el pueblo Kichwa, para impulsar la revalorización cultural, mediante la metodología de Edwin Panofsky.
- Definir los signos gráficos corporales Kichwa para establecer su aplicación en las propuestas de diseño, a través de las leyes de bipartición y tripartición.
- Diseñar las propuestas de accesorios para la realización de la colección con paja toquilla mediante la incorporación de los elementos gráficos del pueblo Kichwa

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 Marco Conceptual

##### 2.1.1 *Semiótica*

La semiótica permite el estudio de la semiosis la misma que se presenta como el instrumento para el conocimiento de la realidad, de acuerdo con Pierce existen tres instancias llamado también como proceso triádico, en el cual un signo (Representamen) se le asigna un objeto a partir de otro signo (interpretante) que envía al mismo objeto. (Vitale, 2004, pág. 10).

##### 2.1.1.1 **Signo.**

De acuerdo a Pierce recibe el nombre de representamen una “cualidad material” (una secuencia de letras o de sonidos, una forma, un color, un olor, etc.). El signo es algo que se refiere a otra cosa en algún aspecto o carácter y que cumple ciertas cualidades como que sea fácil de distinguir, debe tener un objeto y ser reconocido como el signo de un objeto por un interpretante; al dirigirse a alguien crea en la mente otra cosa equivalente a aquello que está observando. El signo está en lugar de algo, su objeto. (Vitale, 2004, pág. 13)

##### 2.1.1.2 **Símbolo.**

El símbolo es un representamen que se refiere a su objeto dinámico por convención, hábito o ley. Los signos que integran un sistema convencional, que responden a una ley que les asigna un interpretante y los relaciona con un objeto, son símbolos: los signos de la escritura de los sistemas de señalización, los signos utilizados en las diferentes disciplinas (álgebra, química o física). (Vitale, 2004, pág. 40)

##### 2.1.1.3 **Ícono.**

Un ícono es un signo que entabla una relación con su objeto de semejanza por ejemplo una fotografía, o un dibujo, es decir es un signo que mantiene una similitud con otra cosa parecida. (Cobley & Jansz, 2003)

Un ícono nos permite mantener una observación directa y descubrir características no previstas del objeto, de la misma manera existen iconos básicos a mencionar como 1. Las imágenes, 2. Los diagramas, 3. Las metáforas. (Vitale, 2004, pág. 34).

#### **2.1.1.4 Índice.**

Pierce: “un índice es un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de ser realmente afectado por aquel objeto”. Índice es un signo que entabla con el objeto una relación existencial, de modo que participan los dos de una misma experiencia, es decir que si no existe uno no puede existir el otro, ejemplo: las nubes negras en el cielo sería un índice de una tormenta. (Arellano, 2016)

#### **2.1.2 Etnografía**

Werner y Schoepfle (1987 a, 1987b) ... La etnografía es cualquier descripción parcial o total de un grupo etno (gentes) y graphy (descripción), una descripción de las gentes. (Morse, 2005, pág. 213)

“Por un lado la etnografía se entiende como un conjunto de técnicas para recolecta, analizar y presentar datos (observación participante, entrevista abierta, análisis cualitativo, descripción narrativa), por otro lado, la etnografía se entiende más como procedimiento para la investigación socio-cultural, los cuales integran necesariamente técnica con una perspectiva analítico-explicativa.” (Paraíso, 1994, pág. 73).

Según la acepción de Malinowski, la etnografía es aquella rama de la antropología que estudia descriptivamente las culturas. Etimológicamente, el término etnografía significa la descripción (grafé) del estilo de vida de un grupo de personas habituadas a vivir juntas (ethnos). Por tanto, el ethnos, que sería la unidad de análisis para el investigador, no sólo podría ser una nación, un grupo lingüístico, una región o una comunidad, sino también cualquier grupo humano que constituya una entidad cuyas relaciones estén reguladas por la costumbre o por ciertos derechos y obligaciones recíprocos. (Miguélez, 2005, pág. 2).

### 2.1.2.1 Nacionalidades Indígenas del Ecuador.

Según la definición adoptada por el CODENPE “se entiende por nacionalidad al pueblo o conjunto de pueblos milenarios anteriores y constitutivos del Estado ecuatoriano, que se autodefinen como tales, tienen una común identidad histórica, idioma, cultura, que viven en un territorio determinado, mediante sus instituciones y formas tradicionales de organización social, económica, jurídica, política y ejercicio de autoridad propia” (Chisaguano, 2006, pág. 14).

De acuerdo al Consejo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), existen en el país 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas. (FLACSO Ecuador, 2016, pág. 13).

**Tabla 1**

*Nacionalidades del Ecuador*

REGIÓN	NACIONALIDAD	PROVINCIAS
COSTA	Awá	Carchi, Esmeraldas, Imbabura
	Chachis	Esmeraldas
	Épera	Esmeraldas
	Tsa’chila	Santo Domingo de los Tsa’chila
AMAZONÍA	Achuar	Pastaza y Morona
	Andoa	Pastaza
	Cofán	Sucumbíos
	Huaorani	Orellana, Pastaza y Napo
	Secoya	Sucumbíos
	Shiwiar	Pastaza



	Shuar	Morona, Zamora, Pastaza, Napo, Orellana, Sucumbíos, Guayas, Esmeraldas.
	Siona	Sucumbíos
	Zápara	Pastaza
	Kichwa (Amazonía)	Sucumbíos, Orellana, Napo y Pastaza
<b>SIERRA</b>	Kichwa (Sierra)	Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Cañar, Azuay, Chimborazo, Loja, Zamora, Napo.

*Nota.* Esta tabla muestra todas las nacionalidades que existen en Ecuador.

Fuente: (FLACSO Ecuador, 2016)

### **2.1.2.2 Nacionalidad Kichwa Amazónica.**

La Nacionalidad Kichwa de la Amazonía está constituida por varios pueblos que comparten igual tradición cultural, como costumbres, tradiciones y lingüística. Están distribuidas en la parte de la amazonia ecuatoriana desde Sucumbíos hasta Pastaza; constituidos por 6 provincia manteniendo tradiciones ancestrales expresados en rituales, ceremonias colectivas que parten de la estructura social principal: el AYLLU (CONFENIAE, 2021)

### **2.1.2.3 Pueblo Indígenas Del Ecuador.**

Se definen como “colectividades originarias, conformadas por comunidades o centros con identidades culturales que les distinguen de otros sectores de la sociedad ecuatoriana, regidos por sistemas propios de organización , económico, político y legal” (Tibán, 2001, pág. 35).

**Tabla 2***Pueblos Indígenas*

<b>PUEBLOS INDÍGENAS</b>		
<b>REGIÓN</b>	<b>PUEBLO</b>	<b>UBICACIÓN</b>
<b>SIERRA</b>	Chibuleo	Tungurahua- Ambato
	Cañarí	Azuay – Cuenca- Gualaceo-Cañar
	Karanki	Provincia Imbabura, cantones: Ibarra, Antonio Ante, Otavalo y Pimampiro
	Cayambi	Provincias: Pichincha, en los cantones: Quito, Cayambe y Pedro Moncayo. Imbabura, en los cantones: Otavalo y Pimampiro. Napo, el cantón El Chaco.
	Kisapincha	Provincia de Tungurahua, en los cantones: Ambato, Mocha, Patate, Quero, Pelileo y Tisaleo.
	Kitukara	Provincia de Pichincha, en los cantones: Quito y Mejía.
	Panzaleo	Provincia de Cotopaxi en los cantones: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos
	Natabuela	Provincia de Imbabura, en los cantones: Antonio Ante e Ibarra.

	Otavalo	Provincia de Imbabura, en los cantones: Otavalo, Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante
	Puruwá	Provincia Chimborazo, en los cantones: Riobamba, Alausí, Chambo, Guamote, Pallatanga, Penipe y Cumandá
	Palta	Provincia, Loja en el cantón Paltas
	Salasaka	Provincia, Tungurahua, en el cantón San Pedro de Pelileo
	Saraguro	Provincias: Loja, en los cantones: Saraguro y Loja. Zamora Chinchipe en el cantón Zamora.
	Waranka	Provincia de Bolívar, en los cantones: Guaranda, Chillanes, Echandía, San Miguel y Caluma
<b>COSTA</b>	Huancavilca	Provincia de Santa Elena. Provincia del Guayas: desde la Isla Puná hasta el sur de la provincia
	Manta	Provincias de: Manabí, en los cantones: Portoviejo, Manta, 24 de mayo, Puerto López, Jipijapa, Montecristi. Guayas, en los cantones: Santa Elena, Playas y Guayaquil.
<b>AMAZONÍA</b>	Secoya	Provincia de Sucumbíos, en los cantones: Shushufindi y Cuyabeno
	Siona	Provincia de Sucumbíos, cantones: Putumayo y Shushufindi

---

Cofán

Provincia de Sucumbíos, cantones: Lago Agrio,  
Cuyabeno y Sucumbíos.

---

*Nota:* esta tabla muestra todos los pueblos indígenas existentes en Ecuador.

Fuente: (FLACSO Ecuador, 2016)

#### **2.1.2.4 Saberes ancestrales.**

Los conocimientos ancestrales son creencias, saberes, técnicas, prácticas vivas de uso cotidiano o esporádico que forman parte del patrimonio inmaterial de los pueblos y nacionalidad de Ecuador. Los conocimientos no son estáticos, se vienen construyendo a través de generaciones y se transmiten de forma oral, física o manuscrita. (FLACSO Ecuador, 2016, pág. 17)

Son los conocimientos que guardan nuestros mayores, que han sido transmitidos de generación en generación y han servido para guiar a sus descendientes y al pueblo o comunidad por el camino del bien y en armonía con la naturaleza. Estos conocimientos son diversos, tienen relación con el cultivo de valores, cuidado del ambiente, religiosidad, medicina ancestral, gastronomía, música, danza, cantos para la vida y la muerte, entre otros; es decir, son los que mantienen viva la identidad cultural de un pueblo o comunidad. (FLACSO Ecuador, 2016, pág. 23)

#### **2.1.2.5 Ciudad de Tena.**

La ciudad de Tena, también conocida como capital de la guayusa y canela, su nombre completo es San Juan de los Dos ríos de Tena. Se encuentra ubicada en la región amazónica, capital de la provincia de Napo, sus límites al norte con el cantón Archidona, al sur el cantón Carlos Julio Arosemena Tola y provincias de Tungurahua, esta provincia de Orellana, oeste Provincias de Cotopaxi. Su población es de 60. 880 habitantes de acuerdo a encuesta en 2010. Constituida por 6 parroquias: Ahuano, Muyuna, Puerto Misahualli, Pano, Puerto Napo, Chontapunta y Talag. Tena es un destino turístico de Ecuador, teniendo para recorrer desde ríos, cavernas, petroglifos, cascadas, permitiendo conocer costumbres y tradiciones de la ciudad como de sus parroquias.

### **2.1.3 Diseño**

“El diseño consiste en hacer una mezcla nueva e interesante de elementos conocidos para crear productos llenos de frescura y originalidad. Consiste también en explotar todo el potencial de los datos reunidos durante la investigación y conseguir traducirlos de forma adecuada” (Wilde, 2012, pág. 110).

Así mismo el diseño se presenta como un proceso de creación visual con una intención (Wong, 1995, pág. 41) , es ahora reconocido más allá de las tradicionales valoraciones estéticas, como un procedimiento aplicable a una gran variedad de actividades y productos, y a todas las fases de su desarrollo; es, además, consecuencia de un esfuerzo multidisciplinario que requiere del dominio de una amplia gama de campos del saber y abarca variados componentes y perspectivas involucrados en la comprensión de como la experiencia da forma al producto. (Forero La Rotta & Ospina Arroyave, 2013, pág. 78)

Es una forma de ser, de vivir, de sentir, de ver y de interpretar el mundo circundante, que, como cualquier disciplina inunda la experiencia vital de quien la ejerce proyectándole una placida alegría de autorrealización. (Ruiz, 1994, pág. 26)

#### **2.1.3.1 Indumentaria.**

La indumentaria, hecho relacionado con diversas necesidades del ser humano, como la protección del cuerpo frente al medio ambiente, así como portadora de valores jerárquicos, políticos, económicos, religiosos, estéticos, etc. de las sociedades en las que se produce y desarrolla, es un documento de primer orden para el conocimiento de cada periodo histórico, con cuyo espíritu se halla totalmente identificado. (De Sousa Congosto, 2007, pág. 11)

#### **2.1.3.2 Función estética.**

Corresponde al aspecto externo psicológico de la percepción sensorial del objeto durante su uso; esta percepción tiene entonces que ver con los valores de la percepción misma, resultante del equilibrio formal, asociado al concepto de belleza. (Romero, 2012)

### **2.1.3.3 Función simbólica.**

Está asociado a qué es, lo que el objeto tiene como significado para aquel que lo porta; determinada por todos los aspectos apreciativos, espirituales, psíquicos y sociales relacionado con el uso directo del objeto. Referencia los elementos “apreciativos” y “cualitativos” del objeto. (Romero, 2012)

### **2.1.3.4 Función práctica.**

Se refiere a las relaciones directas entre un objeto y un usuario, basadas en los efectos orgánicos corporales o fisiológicos; puede ser innata o adquirida. Asociada directamente al uso del objeto; las relaciones directas que se establecen con el usuario, a través de su cuerpo y de la materialidad del objeto. (Romero, 2012)

## **2.1.4 Accesorios**

Los accesorios son prolongaciones del cuerpo, elementos de quita y pon que se utilizan para proteger, ocultar o hacer ostentación. Los accesorios son símbolos que identifican y distinguen a sus usuarios; sin embargo, cuando no se están empleando, se convierten en objetos aislados que solo con una presencia poderosa consiguen seducir. Esta poderosa prolongación de la silueta humana se presenta bajo mil formas diversas, entre las cuales destacan cuatro categorías: los bolsos, el calzado, la joyería, y la sombrerería. (Lau, 2013, pág. 5).

### **2.1.4.1 Bolsos.**

El bolso(...) en la actualidad, su evolución lo sitúa como un accesorio esencial e indispensable para la mujer. Los bolsos, en particular los de mano, han pasado a ser un poderoso símbolo tanto de riqueza como de poder. La mayoría de los bolsos están formados, básicamente, por piezas de cuero o tela cosidas entre sí, con fornituras o elementos añadidos que los convierten en un accesorio funcional. (Lau, 2013, pág. 11)

## **2.1.5 Merchandising**

El merchandising de moda es la faceta empresarial del mundo de la moda. Incluye las finanzas, el análisis de datos, la predicción de tendencias, las estrategias de marketing,

los fundamentos publicitarios, la publicidad no pagada, la publicidad en el punto de venta, el desarrollo de producto, las compras y la gestión comercial. (Dillon, 2012, pág. 58)

#### **2.1.5.1 Marketing.**

“El marketing es la actividad humana dirigida a satisfacer las necesidades y deseos del cliente mediante un proceso de intercambio al igual que permite crear comunicación entregando así valor al mercado” (Posner, 2011, pág. 26)

#### **2.1.5.2 Marketing Digital.**

El marketing digital se dirige a un gran número de habitantes, donde se pretende que cada uno se siente cómodo, único y especial, ofreciendo trato personal como si fuera el presencial, pero en un entorno más alejado de lo físico, llamado digital. Nace con el auge de las nuevas tecnologías y la nueva forma de usar y entender internet, y consiste en utilizar la técnica del marketing tradicional en entornos digitales. (Castaño & Susana, 2016, pág. 8)

#### **2.1.5.3 Marketing Tradicional.**

El marketing tradicional se basa en los modelos de éxito que han estado vigente dentro de este campo durante todo este tiempo, y que actualmente, aunque la tecnología ha avanzado rápidamente, existe un número de empresas y agencias que lo continúan practicando.

Se lleva a cabo a través de los principales medios de comunicación como la televisión, las radios, correo electrónico directo y la prensa escrita, y que aún puede llegar a tener un gran alcance de clientes. (Motawi, 2020, pág. 98)

#### **2.1.5.4 Marketing Mix.**

El marketing mix proporciona un marco que puede utilizarse para gestionar el marketing e incorporarlo a un contexto empresarial. El concepto de marketing mix está formado por diversos elementos que deben tomarse en consideración y combinarse de manera eficaz para alcanzar los objetivos estratégicos y de marketing de una compañía. (Posner, 2011, pág. 42)

Es una teoría de marketing ampliamente aceptada, desarrollada en 1953 por Neil Borden. Teniendo en cuenta una serie de elementos (a los que suele hacerse referencia como las “siete pes”), el marketing mix permite a una empresa poner en funcionamiento una estrategia de marketing eficaz. (Dillon, 2012, pág. 90)

#### **2.1.5.4.1 *Producto.***

Hace referencia al diseño de producto, estilo, entalle, talla, calidad y nivel de moda de una prenda, así como a las prestaciones y función de la misma. En el sector de la moda y del textil, el término “producto” no suele definir un único artículo, sino que habitualmente designa una gama compleja o una colección integrada de productos. (Posner, 2011, pág. 34)

#### **2.1.5.4.2 *Precio.***

El precio del producto se calcula tomando en consideración tanto los costes de fabricación como el precio final que pagará el cliente, así como el precio de los productos de la competencia. (Dillon, 2012, pág. 90)

#### **2.1.5.4.3 *Distribución (Place).***

Es importante pensar en donde poner nuestro producto, un lugar óptimo para que la venta se genere en el momento justo genere ingresos económicos, por ejemplo, una tienda minorista, tiendas físicas, paginas online o simplemente internet. También en este caso es preciso tener en cuenta dónde comercializan sus productos los competidores. (Dillon, 2012)

#### **2.1.5.4.4 *Promoción.***

La promoción consiste en establecer comunicación con los clientes e incluye todos los instrumentos disponibles para el marketing, la comunicación y la promoción de una compañía y de sus productos o servicios. La combinación de las actividades de promoción, tales como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, la venta personal o patrocinio, es conocida como mix promocional. (Posner, 2011, pág. 42)



Describe el tipo de comunicación utilizada para dar a conocer el producto frente al cliente. De nuevo con relación a este aspecto, entran en consideración los métodos promocionales utilizados por los competidores. (Dillon, 2012)

#### **2.1.5.4.5 *Gente (People).***

Son todas aquellas personas involucradas en el producto, desde el cliente objetivo y su correspondiente perfil de cliente , hasta quienes trabajan para la empresa. (Dillon, 2012, pág. 90)

#### **2.1.5.4.6 *Proceso.***

Tiene que ver con todo el desarrollo que conlleva la elaboración del producto, que va desde la adquisición de materiales o suministros, fabricación hasta el consumidor final.

#### **2.1.5.4.7 *Evidencia Física (Physical Evidence).***

Se aplica en referencia al cliente satisfecho; la respuesta positiva del cliente debe ser utilizada como parte de la estrategia de marketing de la compañía. (Dillon, 2012)

La evidencia física hace alusión a las cuestiones en torno al packaging, los folletos, las tarjetas de visita, el diseño y uso de las páginas web, las bolsas para llevar las compras, los uniformes de los empleados, la decoración de la tienda, el ambiente, las instalaciones, los enseres del punto de venta, los escaparates y la señalización. (Posner, 2011, pág. 45).

## 2.2 Marcas Referentes y/o aspiracionales

### 2.2.1 Referentes

#### Figura 1

*Marca Pecunia*



*Fuente: Pecunia, 2021*

**Pecunia** marca y emprendimiento ecuatoriano que se dedica a la realización y venta de productos artesanales en fibra de paja toquilla elaborados en la ciudad de Montecristi. Los productos que oferta van desde decoración de hogar hasta bolsos y carteras, aunque actualmente están incursionando en propuestas de sombreros. Mezcla lo artesanal con insumos y colores de moda. Comienza sus ventas de manera online a inicios del año 2021, en la actualidad vende sus productos a otros emprendimientos de multimarca. La marca lleva un proceso respetuoso con los artesanos, aplica el comercio justo al igual que hace llamado a la concientización del valor de cada uno de los productos artesanales y apoyar lo nuestro.

## Figura 2

### Marca Unibell



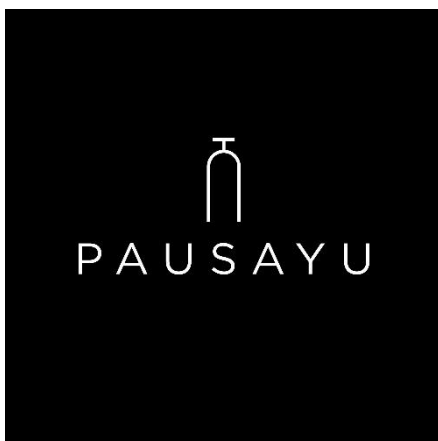
*Fuente: Unibell, 2021*

**Unibell** es una marca ecuatoriana con ubicación en Montecristi – Manabí, comienza en abril del 2021 de manera online, y que nace del gusto por la moda de la propietaria; ofrece productos artesanales como carteras, bolsos, sombreros en fibra de paja toquilla, aunque también ofertan blusas de otros textiles. Sus precios oscilan desde \$10 hasta los \$60 dólares dependiendo de tamaño y modelo. Combina la moda con lo artesanal al igual que mantiene un compromiso de comercio justo con los artesanos e incentiva al uso productos amigables con el medio ambiente, a sentir únicas con cada una de sus carteras.

### 2.2.2 Aspiracionales

#### Figura 3

##### *Marca Pausayu*



Existen muchas marcas que trabajan con el mismo fin de revalorización de la etnia y cultura, una muestra de ella es PAUSAYU.

Es una marca 100% indígena colombiana que su significado es grupo o familia indígena wayuu. Su principal objetivo es aportar al crecimiento económico de los wayuu al igual que a preservar las técnicas ancestrales y cultural indígena, dándole a todo esto un

toque de moda y se aplique el comercio justo.

La propietaria es Daniela Zuleta que también es considerada una indígena wayuu; presenta su misión basándose en generar productos artesanales directamente de la comunidad wayuu y que de la misma manera se logre aportar a la moda como satisfacer las necesidades del cliente ofreciendo calidad, exclusividad y modernidad y revalorizar la etnia. La visión es que con el tiempo y el arduo trabajo se logre reposicionar a nivel nacional e internacional la marca, que imponga moda artesanal y se presente como símbolo de exclusividad; incrementar la economía de la zona la misma que ayudara a cubrir las necesidades de los artesanos.

Vende productos artesanales de manera online y física como también exporta a E.E.U.U y Europa; los productos que oferta son mochilas, carteras, bolsos, visores, sombreros, productos de hogar y actualmente está incursionando en línea de ropa “Pausayu Clothes” con identidad wayuu, cada tejido tiene un significado para los locales.

“Pausayu no elabora artesanías, elabora obras de arte” – Daniela Zuleta

### 2.2.3 *Visionario*

Es importante indagar sobre proyectos, marcas o incluso objetos que ya existan y lleven su tiempo en el mercado como representación cultura y étnico. En este caso se presenta una artesanía indígena muy representativa a nivel internacional, “el sombrero vueltiao” objeto artesanal declarado patrimonio inmaterial y símbolo cultura de la nación de Colombia en el 2004, el mismo que es producido originariamente por indígenas de la identidad étnica Zenú en departamentos de Córdoba y Sucre.

El sombrero es elaborado con mano de obra artesanal a base de fibra de caña flecha usando una técnica de trenzado tradicional implementada hace muchos años, la misma que presenta su cosmología cultural; la obtención del sombrero lleva un proceso de cultivo, preparación, tinturado, trenzado, diseño hasta llegar a manos del consumidor.

El sombrero vueltiao es parte de la identidad nacional en Colombia. Cada forma o figura geométrica tiene su simbolismo, ligados a elementos del entorno, flora y fauna. Los símbolos también llamados pintas narran actividades como animales y plantas, flor de limón (rombos), el granito de arroz (jaspeado), diente de burro (cuadros con líneas en diagonal), caza, granja, religión, familia, entre otros. En algunas ocasiones marcan sus sombreros con los nombres de quien lo posea y así lo solicite.

Sin duda alguna el sombrero vueltiao se ha convertido en símbolo colombiano llegando a rincones y a lugares inimaginables como películas internacional y así mismo a personalidades importantes como papas, deportistas e incluso actores de cine, mostrando su cultura y tradiciones.

“Yo, que vengo de una comunidad pobre, creo que el sombrero vueltiao ha sido como un regalo del cielo para todos”. – Marcial (Semana, 2022)

## CAPÍTULO III

### 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 3.1 Análisis externo

##### 3.1.1 Análisis PEST

###### 3.1.1.1 Entorno político

Actualmente la política ecuatoriana gira en torno a las nuevas decisiones del actual mandatario 2021; se presenta un Ecuador totalmente inestable, dificultad que viene arrastrando desde hace años por ideologías políticas de izquierda. La inestabilidad se presenta en varios ámbitos político, económico, social, ambiental e incluso legal.

El actual presidente busca mejorar esta problemática con ideologías de derecha, existiendo así una transición política de izquierda a derecha que ha desencadenado la búsqueda acelerada de soluciones como reformas tributarias.

El nuevo gobierno entró con mucha expectativa para los ecuatorianos, tras este cambio de mando en el Ecuador, el actual presidente empezó con en sus primeros meses teniendo un 72% de aprobación y hoy 5 meses después de su elección, su popularidad baja al 46% (según la encuestadora Perfiles de Opinión), esto se debe a muchos factores como lo mencionan algunos analistas políticos a inoperancia del gobierno en resolver los conflictos que suceden en el Ecuador en distintas índoles como: la crisis económica, carcelaria, crisis social etc.

Lo que se rescata de todo este proceso al mando de Lasso, es la exitosa campaña de vacunación en el país que avanza ya con 86% de la población de todo el país, pero que ha sido un acierto entre tantos errores por parte del gobierno central, que se ha preocupado más en campañas para mejorar su imagen que solucionar los problemas que aquejan al país.

El presidente no ha sido el único con estas falencias en su imagen ante la poca efectividad en sus gestiones, sino también la asamblea nacional, que de igual forma ha



tenido sus escándalos como los casos de diezmos, lo que ha hecho que la población también critique de forma efusiva las acciones del legislativo.

Se concluye que la política ecuatoriana está en ese proceso de transición de ideas y sistemas políticos, pero esto no ha significado un punto a favor del desarrollo en materia política del Ecuador, continúa siendo cuestionada. El presente proyecto espera que las nuevas reformas o decisiones que sean tomadas a posterior sean de aporte a la implementación de empresas o marcas de productos ecuatorianos y estos que puedan prestar sus servicios en el territorio debido a que la política actual no se presenta favorable para establecer marcas, pues solamente genera inestabilidad.

### **3.1.1.2 Entorno económico**

La economía del Ecuador se ha visto afectada durante largos años teniéndola actualmente en descenso debido a varias problemáticas que se han presentado ligadas en algunos aspectos a la política. Uno de los golpes principales a la economía es la pandemia COVID-19 y de la misma manera deudas abismales con países vecinos, oriente e incluso occidente. Debido a estas deudas, el presidente se ha visto obligado a tomar medidas de reformas tributarias que ayuden a salir de esta crisis económica en la que está el país.

El mandatario actual ha tomado decisiones, principalmente en aspectos de economía del Ecuador, siendo una de las principales propuestas con gran expectativa las inversiones en diferentes sectores estratégicos del Ecuador: minería, petróleo, turismo, reservas, entre otros, presentado así el programa “Ecuador open for business (Ecuador abierto a los negocios) en la que se pretende el ingreso de millones de dólares para la economía ecuatoriana e incluso aumento de empleo. De la misma manera busca recorte presupuestario en varios sectores, que ayuden al sector económico.

Para los ecuatorianos a crisis económica ligada con la problemática mundial de la pandemia se ha estado afectando a pequeñas y medianas empresas, sector turístico, sector artesanal, sector textil, entre otros. Algunas de estas se vieron obligadas a paralizar todas sus actividades diarias y al mismo tiempo su productividad perdiendo así posicionamiento local, nacional y en algunos casos internacional. Se pretende que las nuevas decisiones

que se tomen ayuden al incremento económico en diferentes ámbitos, en especial al incremento del riesgo país y al empleo y aumento de economía familiar.

De esta manera el entorno económico y con las decisiones sobre inversionistas privados al país, se ve de cierta manera beneficiado el proyecto presentado, debido a que los nuevos inversionistas que pretendan tomar el sector de turístico y artesanal se verán atraídos por ciertos y pequeños emprendimientos artesanales con ideas innovadoras, que permitan dar a conocer la riqueza del país y al mismo tiempo aporte a la económica local.

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

El Ecuador actualmente se encuentra en una gran crisis social, que ha desencadenado muchas acciones negativas para los ciudadanos, el país se encuentra en un estado de excepción decretado por el ejecutivo para tratar de frenar la ola de crímenes y violencia que azotan a la nación siendo uno de los muchos problemas que persisten en la sociedad ecuatoriana.

En este 2021, se registró la peor matanza en la historia del sistema carcelario del país en la Penitenciaría del Litoral, causa de otro de los problemas sociales, el narcotráfico y la violencia en las calles.

Ecuador ahora se ha convertido en un campo de conflictos entre los cárteles más peligrosos del continente, el de Sinaloa y Jalisco Nueva Generación quienes mantienen una guerra con sus bandas delincuenciales en el país.

La violencia, el narcotráfico y la delincuencia solo es un ítem entre tantos factores negativos que tiene el Ecuador actualmente, otro problema es el desentendimiento que tiene el gobierno central con los grupos sindicales y grupos sociales indígenas, que hace un mes se alzaron en protesta con un paro nacional en contra de las políticas del estado, por ejemplo, la falta de acción de derechos colectivos de los indígenas y los sindicatos de trabajadores y campesinos del país, además del alza desmesurada de los combustibles, que incide en otro factor, el desempleo y que este conlleva a otro factor más, la pobreza, que subió del 25,7% en 2019 a 32.2% en 2020 (INEC).



Esto ha hecho que el gobierno nacional se enfrente a muchos problemas que no encuentran solución hasta la actualidad, lo que hace que el Ecuador sienta la inoperancia del estado en la crisis social del país. Y por ende el proyecto presentado se ve afectado, debido a que para los turistas Ecuador no se presenta como lugar de vacaciones o relajación, al contrario de miedo. Los turistas no ingresan al país, los lugares turísticos comienzan a tener bajas en su economía y por ende los productos artesanales no se venden en su totalidad. De manera que el entorno social en la actualidad no es de aporte al proyecto, genera ausencia de posibles clientes y asimismo existe pérdida.

#### **3.1.1.4 Entorno tecnológico**

El mercado de moda y diseño actualmente se ve rodeado de tecnología que permite optimizar los procesos que van desde la adquisición de materias primas, insumos, sus procesos producción hasta incluso su distribución. Aunque algunas de estas maquinarias sería óptimas para sustituir largas horas de trabajo y permiten producir en gran cantidad se están dejando de lado debido a las preferencias del nuevo consumidor

Es cierto que el mundo se presenta en situaciones realmente preocupantes, siendo la principal la pandemia COVID 19, seguido de problemáticas medio ambientales, debido a eso el sector de moda, textil, diseño, fabricantes, empresas e incluso consumidores presentan como gran importancia la búsqueda de alternativas que ayuden al entorno.

El impacto ambiental que genera el sector, está teniendo sus consecuencias y por ende llega al conocimiento de la población formando así reclamos y cambios de prioridades, buscando la producción de artículos que mantengan respeto con la naturaleza en todo el proceso de creación o elaboración, es decir llevarlos a un nivel de sostenibilidad, ecológico o renovable; así la reducción de materiales servicio o productos que atenten al bienestar ambiental es prioridad, se explora alternativas en la utilización de productos químicos, el uso excesivo de agua, producción excesiva en serie (Fast Fashion).

El presente proyecto se propone la realización de productos amigables con el medio ambiente puesto que se hace el uso de fibras 100% naturales ligándoles al sector moda y acaparando necesidades del nuevo consumidor , se usa mano de obra 100% artesanal, aplicando el comercio justo y de la misma manera se usa tecnología que no

presenta amenaza al entorno, maquinarias para recta o de tapicería que no generan mucho desperdicio.

### **3.1.1.5 Entorno ambiental**

Debido a ciertas problemáticas actuales, el interés medioambiental de ciertos países y en especial del Ecuador ha tenido un impacto significativo. Entre las nuevas decisiones que se presentan, se ve introducidas aquellas con mirada hacia el cuidado de reservas, bosques, entre otros. Hay que recordar que el Ecuador es un país que presenta una riqueza mega diversa, por eso algunos de los lugares con gran índice en diversidad son la mira de muchos países para la sobrexplotación.

El mayor ejemplo de diversidad y considerado patrimonio son las Islas Encantadas, mejor conocida como las Isla Galápagos. Se amplió el territorio de reserva de las islas, con el fin de incrementar la protección a la flora y fauna de la zona no solo del territorio ecuatoriano también de otros países. De la misma manera las campañas de concientización sobre el cuidado y respeto a la naturaleza pretende cuidar la flora y fauna de bosques amazónicos.

La lucha constante para la protección de nuestros bosques o reservas, comienza por las asociaciones indígenas que se ven afectadas por la sobre explotación de su tierra, ríos e incluso de su lugar de vivienda, de su chacra, sus animales y su naturaleza. El entorno ambiental en el Ecuador se encuentra de cierta manera en el olvido, solamente se conoce la lucha por la economía, siendo incluso la naturaleza quien pague la ambición por el dinero.

Se espera recordemos la diversidad con la que contamos como país, que la mentalidad de inversionistas y presidente e incluso de los pobladores cambie de preferencias y nos ayude a ser más conscientes. Del presente proyecto pretende resaltar un parte de la diversidad cultural que poseemos, buscar que los consumidores prefieran lo nuestro apoyando al medio ambiente y artesanos locales. El entorno ambiental es de gran aporta para el presente proyecto, pues Ecuador es un país mega diverso y por ende abre puertas a su estudio y exposición a nivel nacional e internacional.

### **3.1.1.6 Entorno legal**

Ecuador se encuentra en un cambio significativo en todos sus ámbitos y uno de esos es el entorno legal, se presentan reformas tributarias, reformas legales ante la crisis social. El siguiente análisis será sobre que leyes o artículos benefician de cierta manera al presente proyecto.

La industria del textil se presenta como uno de los sectores que más empleo genera, en la actualidad, a partir de estas cifras de determinan algunos artículos o indicadores a beneficio. En el sector artesanal las oportunidades crecen de mejor manera ligados hoy en día a la sostenibilidad y se pretende que genere mayor posicionamiento

En la búsqueda exhaustiva legal, se ha encontrado como principal beneficio el manejo de los aranceles en importaciones, de acuerdo al art. 9 de la Ley de Fomento Artesanal con su última modificación en 2003 nos presenta.- “ Los artesanos, personas jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozaran de los siguientes beneficios: 1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, accesorios. 4. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de artesanía.”

De esta manera el presente proyecto se ve con provecho pues en caso que se desea adquirir maquinarias o insumos que permita mejorar acabados de los productos se cuenta con exoneración en impuestos permitiendo así el crecimiento de la marca.

### **3.1.2 Tendencias de consumo**

El Ecuador lleva presente una crisis económica aproximadamente unos 3 años, pero se ha sentido más fuerte los dos últimos años debido a la pandemia generada por el Covid-19 , esta problemática mundial ha cambiado los gustos o preferencias de compra de los consumidores que van muy ligadas a la higiene y calidad de cada cosa o producto que se adquiera.

Cada año existen cambios en los gustos del consumidor debido a las circunstancias por las que se atraviesa. De acuerdo al análisis de EUROMONITOR INTERNATIONAL, nos presentan 10 tendencias globales del consumidor para 2021. La tendencia que se acopla más al presente proyecto es Oasis al Aire Libre, nos habla del escape de los

consumidores de un lugar remoto hacia un lugar de aire libre buscando recreación y entretenimiento personal como familiar. Los consumidores desean ya tener la conexión con las demás personas y socializar a pesar del riesgo que esto pueda presentar. Los negocios, trabajos o empresas desplazan en un porcentaje a las actividades al aire libre, estos ofrecen conciertos, ferias, etc. El consumidor prefiere tener más opciones con conexión a la naturaleza, impulsando al crecimiento local es por eso que las preferencias en turismo se han incrementado para lugares donde este muy presente la cultura, consumiendo productos y servicios amigables, mantener un estado de tranquilidad sin perder la comodidad, un gran ejemplo son los glamping o alojamiento glamuroso.

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

El mercado potencial son los turistas que visitan la ciudad de Tena, a partir de los datos proporcionados por la dirección de turismo de cultura del cantón Tena y su último análisis en el año 2019 se estima que 110329 mil turistas, tanto nacionales como extranjeros visitaron la ciudad. Pero debido a la problemática mundial se estima que este número sea menor. Se conoce que el segmento potencial son mujeres de 20- 45 años de edad, con gusto y preferencias por aporte a la localidad, medio ambiente , cultura, consumo de productos sensibles y amigables.

Por lo tanto, el mercado potencial está dentro de la zona urbana pero no está absolutamente definido mediante un número total, aunque se analiza que la cantidad de turistas y por ende el los consumidores potenciales seguirá en aumento por la preferencia a un entorno libre y que aporte a su paz.

### ***3.1.4 Análisis del sector y del mercado potencial***

El sector de paja toquilla en el Ecuador (patrimonio cultural inmaterial de la humanidad) ha tenido un incremento de ventas desde el año 2012 al 2021 de aproximadamente 19 millones, con excepción del 2020 y 2021 donde se han presentado una caída del 36% en exportación específicamente de sombreros, existiendo algunas excepciones de accesorios como llaveros y otros productos realizados por tiendas o empresas que se dedica a dicha actividad. En el año 2019 tuvo un pico en dólares de 14,5 mientras que debido a la problemática mundial se ha visto afectado y en el año 2020

presenta una caída en dólares de 9,3 y actualmente 2021 en dólares de 5,6 esperando una proyección de 20% en sus exportaciones. (Miranda, 2021)

Los sombreros y otros productos en paja toquilla son cotizados por varios países, siendo los principales importadores EE.UU, Italia y Alemania, consumidores anuales. Actualmente la mayoría de personas consumen artículos que ayuden a la localidad o sean amigables con el medio ambiente, se pretende que a través de los productos sea valorado el trabajo de pequeños emprendedores como de los artesanos. Se presentan como uno de los cotizados a nivel nacional o internacional, al mismo tiempo teniendo una fuerte competencia.

Debido a esta problemática en los últimos años se ha introducido más nuevos productos ligados a la fabricación con la fibra, accesorios como bolsos, llaveros, aretes, boinas, monederos, carteras, pulsera, etc. En la actualidad se sitúan en diferentes regiones de nuestro país pequeños emprendimientos y artesanos que realizan estos productos alternativos a los sombreros de paja toquilla. Por lo tanto, en el mercado existente, la realización de accesorios alternativos presenta un índice del mercado medio-medio alto, es decir que, aunque existan emprendimientos o artesanos que lo realicen no se muestran como competencia directa una con otras, debido a la variedad (colores, formas, diseño).

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

El Ecuador es un territorio con diversidad, y al mencionar se habla de su variedad desde ecosistemas hasta cultural, destinos atractivos a los turistas extranjeros como nacionales. El promedio de turismo extranjero en el Ecuador de acuerdo al ministerio de turismo para el año 2019 oscila sobre aproximadamente 1.032.503 viajeros. (Ministerio de Turismo, 2019)

Debido a la crisis de pandemia COVID-19 , el Ecuador y así como muchos destinos del mundo se vieron gravemente afectados a nivel turístico y nivel socioeconómico del país, pues la llegada de turistas significaba una fuerte entrada de divisas para el Ecuador. Para el 2020 la llegada de extranjeros tuvo una disminución del 70,25% con respecto al 2019 (SUPERCIAS, 2021)

Asimismo, los diferentes puntos turísticos del territorio ecuatoriano se vieron afectados por la disminución abismal. Diferentes provincias afectadas de maneras diferentes, algunas en un gran porcentaje pues vivían directamente del turismo. Unas de las provincias afectadas por la falta de turismo es Napo, hablando de Tena, en el año 2019 y último análisis de la dirección de cultura y turismo, presenta una llegada total de turistas nacionales como extranjeros de 110329 mil viajeros en Tena. Actualmente no se cuenta con un análisis de los turistas que ingresan a Tena en el año 2021, pero de acuerdo al coordinador de turismo Ing. Paulo Clemente el índice de visitantes o turistas de Tena ha disminuido por la problemática de la pandemia.

En base al análisis desarrollado se considera que actualmente el mercado potencial no se encuentra saturado, pero se estima que vaya en aumento y así se obtenga mayor plaza.

### **3.1.6 *Análisis estratégico de la competencia***

“Es preciso estudiar las cosas que nos permiten dejar huella y encontrar la manera de repetir las sistemáticamente” (Chan & Mauborgne, 2005)

Existe un gran número de artesanos de la ciudad de Tena que se dedican a realizar productos con materiales de la localidad, que va desde el uso de semillas hasta las fibras que se pueden obtener de árboles, arbustos, entre otros. En su mayoría lo que ofrecen son accesorios sencillos como aretes, cadenas, manillas, llaveros, sombreros, canastas, entre otros, sobre todo porque no requieren de mucho tiempo invertido y la facilidad de hacer.

Existen pequeños emprendimientos que tienen propuestas de productos en paja toquilla, pero son trabajos limitados como llaveros, aretes, pequeñas canastas. *Yachak Awakkuna* palabras Kichwas que en castellano significa Tejiendo con Sabiduría son un grupo de artesanos y artesanas pertenecientes a varias comunidades indígenas y parte de Geoparque Napo Sumaco Aspirante Unesco, que llevan aproximadamente 5 meses en el mercado de productos artesanales y quienes están llevando un proceso de aprendizaje y mejoramiento de sus artesanías con identidad e historia amazónica, pretendiendo realzar el valor ancestral. Asociación Texpita, de la misma manera son mujeres indígenas y familiar que se dedican al cultivo y tejido de accesorios y carteras en paja toquilla, con

técnicas rústicas, mantienen una producción de 10 bolsos aproximadamente y su venta es en tiendas o ferias de emprendimiento, debido a la problemática de pandemia, llevan 1 año sin producir, llevando esto a perder su posicionamiento.

*Yachak Awakkuna* y *Texpita* ofertan productos artesanales con productos locales, sus productos son bastante limitados y con escasez de valor adicional como ancestral.

Se concluye que ninguna de estas asociaciones posee productos con diseño que represente su cosmovisión ancestral por el momento y que en el mercado no se encuentra el tipo de productos que se proponen en el presente proyecto.

## **3.2 Análisis interno**

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

#### **3.2.1.1 Recursos tangibles**

##### **Recursos financieros**

La parte económica inicial con el que el proyecto planteado es puesto en marcha. Inicialmente se hará el uso de recursos financieros propios de manera efectiva, el mismo que será usado para la adquisición de materia prima, tercerización de mano de obra, compra de insumos, entre otros. A futuro se pretende hacer el uso de recursos ajenos, es decir realizar préstamo que ayude a crecer el proyecto, es decir incrementar maquinarias o infraestructura que permita hacer más ágil la producción, y así mismo contar con personal que ayude en administración, distribución y comercialización del producto.

##### **Recursos tecnológicos**

Ayuda a mantener de manera ordenada y eficaz la planificación para la elaboración de los productos, una de los recursos tecnológicos bastante importantes en este proyecto es el internet y redes sociales, pues permiten mantener comunicación con terceros a distancia y coordinar de una manera eficaz las opciones, cambios e incluso mostrar el avance de cada producto. Asimismo no se puede olvidar otros recursos que permiten recopilar, desarrollar y elaborar los accesorios, por ejemplo: es necesario una computadora para la realización de las ilustraciones y plasmar de manera digital las ideas de las propuesta, una cámara fotográfica que permite obtener fotografías del producto físico

final, una grabadora de voz que permite registrar y volver a reproducir las entrevistas realizadas a las personas que colaboraron para la investigación, una máquina de coser que será usada para la realización de los forros de cada cartera mientras que una máquina de coser tapicería se usa para unir ciertas partes gruesas. Cada uno de los mencionados permite hacer recolección de datos e información como hasta acabados en el producto final.

### **Recursos organizacionales**

Permiten mantener organización y planificación para que el proyecto sea productivo y eficaz. Es necesario personal humano que realice su trabajo distribuido en sus diferentes áreas, por ejemplo, diseño junto con sus propuestas, mano de obra tercerizada que es la elaboración física de los productos en fibra de paja toquilla, planificación, finanzas, administración y adquisición de materiales e insumos. Sin olvidar el recurso organizacional principal que es la infraestructura, es decir edificio u oficina donde se llevara a cabo las estrategias principales de dirección, control y bodega de productos físicos.

### **Recursos físicos**

Son recursos tangibles físicos que se encuentra en la empresa y permite como principal la elaboración de los productos y mejoramiento, es necesario la adquisición de maquinaria de coser material de tapicería, al igual que telas normales, y equipos de cómputo, materia prima para la elaboración de los forros e insumos para detalles de los accesorios como *packaging* y abalorios de confección, moldes de madera permitirá modelar la silueta de cada accesorios que se quiera, impresora para la impresión de fichas(integral, patronaje, dibujo plano y detalles).

#### **3.2.1.2 Recursos intangibles**

##### **Recursos humanos**

Al hablar de recursos humanos se refiere a las competencias, capacidades y habilidades del personal de acuerdo a las necesidades del proyecto. En el proyecto es necesario personal con conocimientos y dominio de diseño sobre fichas y colección de



accesorios, programas de ilustrador, personal para realización- tabulación de encuestas y entrevistas, profesional de patronaje y corte, personal para mano de obra artesanal que sepa manipular, tejido y elaboración de productos con fibra de paja toquilla, diseñador gráfico con conocimientos de manual de marca y marketing.

### **Cultura empresarial**

Es importante tener una cultura empresarial al iniciar el proyecto, que es parte de lo que caracteriza y permite diferenciar una empresa de otra al mismo tiempo crea una ventaja competitiva. Como valores principales está el amor por lo que hace es decir por el trabajo, esto permitirá que las cosas salgan mucho mejor cada día. No puede faltar el respeto, tolerancia, honestidad y puntualidad. El trabajo en equipo es indispensable para el proyecto, todos aportan para que el trabajo sea eficaz y sea comprensible de todas las partes.

### **Recursos de innovación**

Se refiere a prácticas y procedimientos que se toman como empresa para innovar en los procesos y producto final. Se aplican prácticas amigables con el entorno, principalmente la aplicación del comercio justo poniendo al ser humano como parte central y fundamental del proyecto es decir la mano de obra artesanal en primer lugar. Como lo menciona la WFTO “el comercio justo reconoce, promociona y protege la identidad cultural y las técnicas tradicionales de pequeños productores, como se puede observar en sus diseños artesanales...” (WFTO, 2021)

Para aplicar innovación en cada uno de los productos se trabaja con la implementación de otros materiales que le dan una vida útil más larga al accesorio como lo es el cuero, y abalorios metálicos dándoles así detalles atractivos al producto final.

## **3.2.2 *Análisis cadena de valor***

### **3.2.2.1 Actividades primarias**

#### **Logística interna**

También conocida como fase de diseño, el cual se encarga a los profesionales de la rama las actividades de fichas, bocetaje, ilustraciones digitales, patronaje entre otros.

Para el manejo de la logística interna se designa el personal adecuado, para la recepción, manejo, almacenamiento y distribución de la materia prima. Para el análisis de los proveedores de materia prima se consulta con las artesanas que elaboran productos en paja toquilla, el proveedor principal es la familia Grefa que se dedica a cultivar la fibra en la parroquia de Misahualli, que lleva de nombre *Chuyan Urku*, caso contrario la adquisición de materia prima es a proveedores de zonas aledañas que realizan la venta por cogollos (cien cogollos \$10) y como última opción es la compra en otras provincias como Santa Elena.

### **Operaciones**

En la parte operación, también conocida como fase de producción es decir patronaje y confección o elaboración del producto. La producción y confección se realiza con mano de obra de terceros, que tienen conocimientos sobre el cultivo, selección, manejo y tejido de la fibra de paja toquilla, así como el manejo de maquinaria de tapicería para la elaboración de las asas largas de cuerina. En la parte de patronaje y diseño se lo realiza de manera interna por un diseñador de modas que elabora la colección completa y nos presenta desde colores, materiales y siluetas de accesorios.

### **Logística externa**

Llamada también como fase de comercialización, se refiere a la forma de almacenamiento de productos finales y su distribución hasta la llegada al consumidor. En el presente proyecto, el almacenamiento del producto final se mantiene una parte en las oficinas de diseño hasta su venta al consumidor puesto que es el lugar donde se dará el cuidado del accesorio que se vea expuesto a otros factores como la humedad y la extra manipulación, al igual que en el lugar de elaboración hasta su próxima recolección.

La manera de distribución del producto hacia el consumidor se maneja por medio de servicios de mensajería, transporte privado que permite que el producto llegue hasta la puerta de quien lo adquiera sin miedo a que exista pérdida en su trayecto pero sobre todo en buenas condiciones, algunos son Servientrega, Tramaco Express, entre otros, de igual manera se distribuye en tiendas de artesanías locales que dan el espacio a pequeños emprendimientos de vender sus mercancía y es la manera más directa de llegar a los

turistas, en locales de indumentaria pues se vende como accesorios para combinar con posibles outfits, y en islas de centros comerciales que serán quienes aportan al crecimiento de la marca que permitirán llegar a otros rincones.

### **Marketing y ventas**

La manera de llegar al público objetivo es de gran importancia es por eso que es necesario la aplicación del marketing, se aplica creando lasos de confianza entre comprador y vendedor por medio de canales digitales como redes sociales (Instagram, Tik Tok, Facebook) con publicaciones que demuestren el arduo trabajo de cada uno de los artesanos al igual que el de las áreas de diseño, hablamos de un vistazo hacia el ser del proyecto, de la misma manera se hace publicaciones semanales de los productos de la colección e información relevante de cada uno.

Como táctica de venta se trabaja en lugares estratégicos que frecuentan los turistas (hoteles, restaurantes, locales artesanales y multimarca).En los antes mencionados se realiza la publicidad de la marca con productos tanto físicos y digitales.

### **Servicio de post venta o mantenimiento**

Son actividades destinadas para realzar el producto, algunas de las estrategias y actividades que se realizan en post venta, están muy ligadas a la fidelidad del consumidor o cliente , existe garantía de envió es decir en caso que pasado 48 horas luego de adquirir el producto presenta problemas de fabricación, si así lo desea se procede a la devolución del accesorio y por ende del dinero, también funciona de acuerdo a las políticas interna de la empresa; promociones a clientes frecuentes con descuentos en productos a partir de su tercera compra, descuentos por sugerencias y realización de encuestas sobre el comportamiento del producto adquirido y posibles recomendaciones.

### **Abastecimiento**

El primer paso para la cadena de valor y como actividad de apoyo es el abastecimiento refiriéndose a proveedores de materia prima como de insumos. Los proveedores directos de la fibra de paja toquilla para la realización de los productos son locales, como principal suministrador es la familia Grefa de la comunidad Sardinias de Misahualli al igual que de comunidades aledañas, aunque en algunas ocasiones la materia

prima será de la provincia de Santa Elena, algunos proveedores de insumos y abalorios son de otras provincias del Ecuador como Guayaquil y Quito debido a que se consigue a precio mayorista y de mejor calidad.

### **Desarrollo tecnológico**

Es importante conocer sobre el producto desde su elaboración y aún más el momento en el que sale de la empresa es decir que se vende, su comportamiento con el consumidor, es por eso que mediante el uso de la tecnología permite que el desarrollo y el mejoramiento de los productos aumente. Se realizará encuestas a consumidores de la marca sobre el producto que adquirió, que es lo que más le gusta y que es aquello que no fue de su agrado. Se ejecuta el registro total de productos elaborados mediante un programa de software (Excel) que al final de cada venta permite conocer con certeza productos en stock y con más ventas. En momentos de distancia es importante el uso del celular que permite mantener comunicación en vía online sobre el proceso de producción de los accesorios mediante fotografías y videos.

### **Gestión de RRHH**

La estabilidad del proyecto es muy importante a nivel emocional como operativo, es por eso que la gestión de recursos humanos es vital para obtener personal que genera buen ambiente en el proyecto interno, existen valores encontrados en trabajadores o mano de obra, esto ayuda a tener una mejor elección de profesionales y genera una estructura estable en el proyecto. Algunos de los valores principales que forman parte de los profesionales, trabajadores y mano de obra son, respeto, honestidad, responsabilidad, amor, solidaridad, entre otros. El lema aplicado en el trabajo diario es “Todos somos familia”. Porque cuando se trabaja en un ambiente ligero todo fluye más rápido e incluso la producción se realiza con amor.

### **Infraestructura**

De la misma manera que el ambiente interno, existe un ambiente externo optimo, que permite mantener la estructura organizacional, es decir trabajadores externos al proyecto que son de aporte para un buen manejo de, finanzas, administración, contabilidad y control de calidad. Se necesita llevar un orden del capital con el que se ingresa, cuáles

son nuestras ganancias mensuales y trimestrales, de qué manera está creciendo , cual y cómo será el siguiente paso. Cada uno es contratado ocasionalmente al momento de necesitar sus servicios profesionales, siendo remunerados y tratados de la misma manera que profesionales internos.

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO METODOLÓGICO

#### 4.1 Estudio de público objetivo

El público objetivo principal del presente proyecto son los turistas que visitan la ciudad del Tena, son quienes adquieren el producto o usan , al mismo tiempo son las personas encuestadas para saber el gusto o preferencia que presentan ante las artesanías y productos locales.

Tena es la capital de la provincia de Napo que también presenta mayor diversidad de atractivos turísticos, que van desde lo cultural hasta lo que nos brinda la naturaleza, por esta razón es visitado cada rincón por turistas locales, nacionales y extranjeros. De acuerdo al ministerio de cultura y turismo de la ciudad de Tena y el ultimo análisis realizado en el 2019 existe un total de 110929 mil turistas que visitan anualmente la ciudad.

##### 4.1.1 *Modelo de encuesta y entrevista*

Es necesario primero establecer cuál será nuestra muestra y para eso importante parámetros o criterios que nos permita obtener información veraz y de primera mano, debido a que las personas que son entrevistadas deberán tener mucho conocimiento sobre la cultura, tradiciones y en especial sobre los signos gráficos corporales Kichwa de Tena, de igual manera nos permite ser más objetivos en la selección de la muestra.

Al momento de establecer el modelo de encuesta para los turistas es necesario dejar en claro cuál será nuestra muestra. El tipo de muestreo que se aplica es, no probabilístico y por conveniencia, porque debido a la problemática mundial de la pandemia Covid-19 los índices de turismo local y en especial de la ciudad de Tena han bajado, es por eso que se realiza a una cantidad limitada de 100 turísticas tomando en cuenta que el número de visitantes a la ciudad en el transcurso del estudio fue mínimo debido a las medidas de prevención tomadas por la presencia de la pandemia COVID 19. Se aplica un tipo de muestreo accidental, puesto que los sujetos a entrevistar y encuestados se presentan de manera breve en determinado espacio y momento, es decir se encuestará indistintamente, sin olvidar aplicar los criterios mencionados.

## **4.2 Selección de la muestra**

Para la selección de la primera muestra (entrevista) se realiza por conveniencia debido a la pandemia de COVID 19 y las medidas presentes, es por eso que es necesario e imprescindible establecer parámetros o criterios para la elección, en este caso, serán personas que tengan o presenten conocimientos acerca de la cultura Kichwa de Tena, sus signos gráficos corporales, su representación, origen y significado.

Para segmentar la segunda muestra (encuestas) es necesario establecer criterios o variables que nos permitan seleccionar de mejor manera las personas que serán entrevistadas:

- Personas mayores de edad, es decir de 18 años en adelante; no se propone específicamente un rango de edad debido a la afluencia y diversidad de turistas.
- Pueden ser turistas extranjeros, nacionales o incluso locales.
- Turistas que se encuentran comprando en locales de venta de artesanías debido a que serán los lugares donde se pretende hacer la distribución y venta.

## **4.3 Técnicas de estudio**

En el proyecto se aplican técnicas de estudio que permiten recolectar e interpretar los datos obtenidos que a posterior serán usados para sustentación de la investigación.

A primera instancia y mediante la aplicación de enfoque cualitativo donde se obtiene datos sobre la etnografía, cosmovisión, signos gráficos corporales con su significado, asimismo los datos cuantitativos permiten conocer al consumidor de manera estadísticas sus gustos y preferencias las misma que serán usados para propuestas.

Una vez aplicados los anteriores métodos y seleccionado los signos gráficos corporales a usar se procede a la elaboración de fichas de análisis pre iconográfico, iconográfico e iconológico, metodología propuesta por Edwin Panofsky.

### **4.3.1 Cualitativas**

Mediante el enfoque cualitativo se permite aplicar un proceso no definido para la realización de entrevistas semiestructuradas, las mismas que permiten interactuar con el entrevistado mientras fluye la conversación con preguntas que ayudan a obtener datos sobre la cultura kichwa, tradiciones, costumbres, etnografía, cosmovisión y signos gráficos corporales que se presentan en la consciencia colectiva junto con su significado.

La aplicación cualitativa también se usa para recolectar datos con técnicas como revisión de documentos, libros y tesis, permitiendo así que el proceso de investigación sea flexible y exista diferentes perspectivas e información para el análisis posterior. Cada uno información recolectada presenta “evidencia simbólica verbal, audiovisual o en forma de texto e imágenes”

La recolección de estos datos permite obtener perspectivas, conocimientos y puntos de vista de los entrevistado, conocer sus experiencias y emociones, una vez efectuado cada entrevista con se analiza e interpretan los resultados para comprender de una perspectiva más amplia el objeto de estudio. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

### **4.3.2 Cuantitativas**

El enfoque cuantitativo se define por ser objetivo y llevar un conjunto de procesos secuenciales sin opción a evitar ninguno, se representan mediante cantidades y la manera de ser analizados es por métodos estadísticos cada fase permite construir conclusiones que en el presente proyecto establecen comportamientos del usuario. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

Nos permite recolectar datos de medición numérica o cuantificables, permite el análisis del contexto y establecer conclusiones que justifican las decisiones tomadas en el proyecto, mediante las encuestas aplicadas a la muestra limitada de 100 turistas se conoce cuáles son los accesorios, gusto y preferencias del consumidor al momento de adquirir los productos artesanales, observaciones que son tomadas para la elaboración de las propuestas y conocer si es óptimo el lanzamiento al mercado.



## 4.4 Elaboración e interpretación de los datos

### 4.4.1 Interpretación de encuesta

Aplicación de la encuesta a turistas que visitan la ciudad del Tena se realiza muestreo por conveniencia debido a la problemática de pandemia de Covid-19.

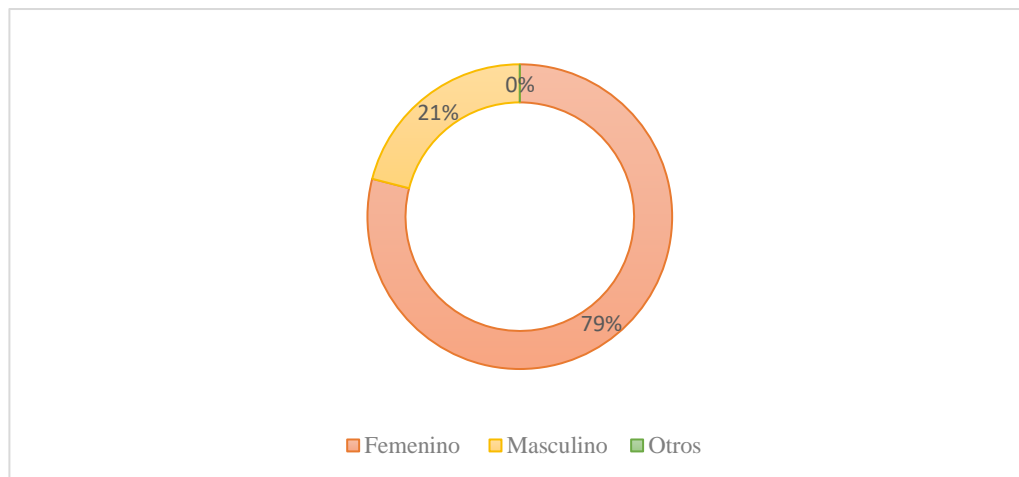
**Tabla 3**

*Género del turista en Tena*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	79	79%
Masculino	21	21%
Otros	0	0%
Total	100	100%

**Figura 4**

*Género de Turistas que visitan Tena*



**Análisis:** Del 100% , el género femenino ha sido el mayor encuestado con porcentaje de 79%, mientras que el masculino presenta 22% y no existe ningún encuestado de otro género

**Interpretación:** Los datos obtenidos muestran que la ciudad de Tena es visitada en gran cantidad por mujeres, esta información permite tener marca el tipo de consumidor y hacia donde serán dirigidas las propuestas.

## Formación Académica

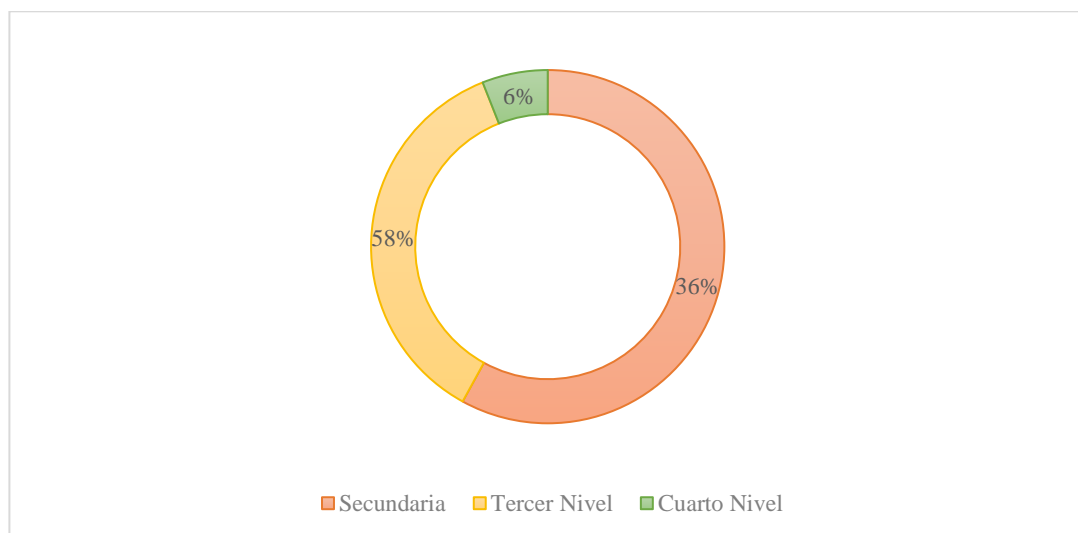
**Tabla 4**

*Nivel en Formación Académica*

Formación Académica	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	58	58%
Tercer Nivel	36	36%
Cuarto Nivel	6	6%
	100	100%

**Figura 5**

*Nivel de Formación Académica de Turistas*



**Análisis:** Como se puede observar en la figura, del 100% de encuestas el 58% tienen una formación académica de tercer nivel mientras que el 36% son de nivel secundario y el 6% con título o cursan el cuarto nivel de academia, que representa la minoría.

**Interpretación:** Se concluye que, en su mayoría quienes visitan la ciudad son de formación académica de tercer nivel o universitarios, esto nos permitirá tener un aproximado de edad y a quienes nos vamos a dirigir.

**1. Sabía Ud. Que en la ciudad de Tena también se realizan productos en paja toquilla 100% artesanales.**

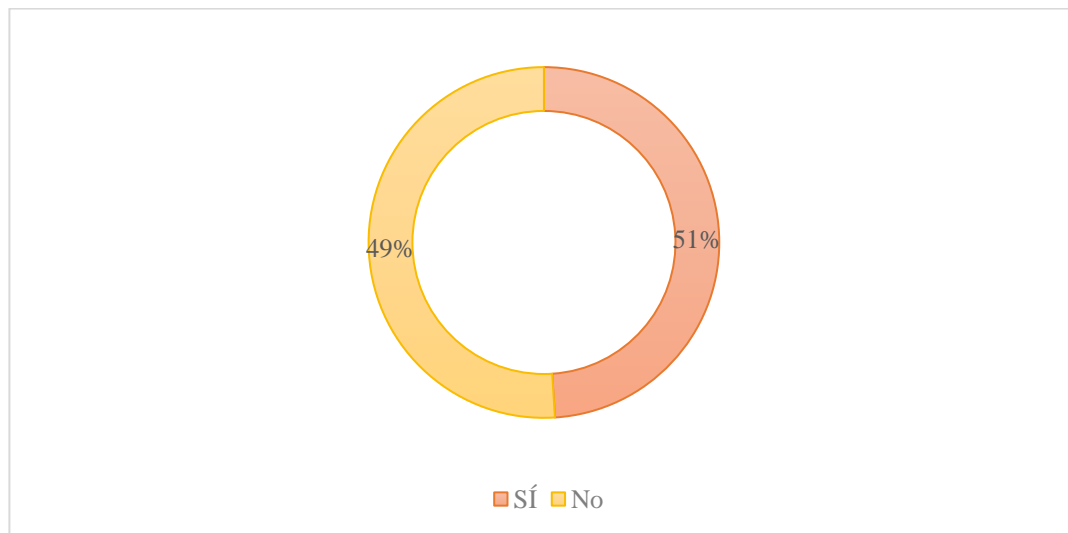
**Tabla 5**

*Conocimiento de productos en paja toquilla*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	49	49%
No	51	51%
	100	100%

**Figura 6**

*Nivel de conocimiento*



**Análisis:** De acuerdo a la primera pregunta planteada el 51% de encuestados presentan conocimientos acerca del uso de paja toquilla en Tena, mientras que el 49% lo desconocía.

**Interpretación:** Como se puede observar la mayoría de los encuestados conoce sobre la fibra de paja toquilla local, eso quiere decir que en su visita en la ciudad le han prestado atención a las artesanías que se venden, esta información permite conocer que existe cierta competencia en cuanto al uso de la fibra.

## 2. ¿Estaría dispuesto a adquirir accesorios en paja toquilla local?

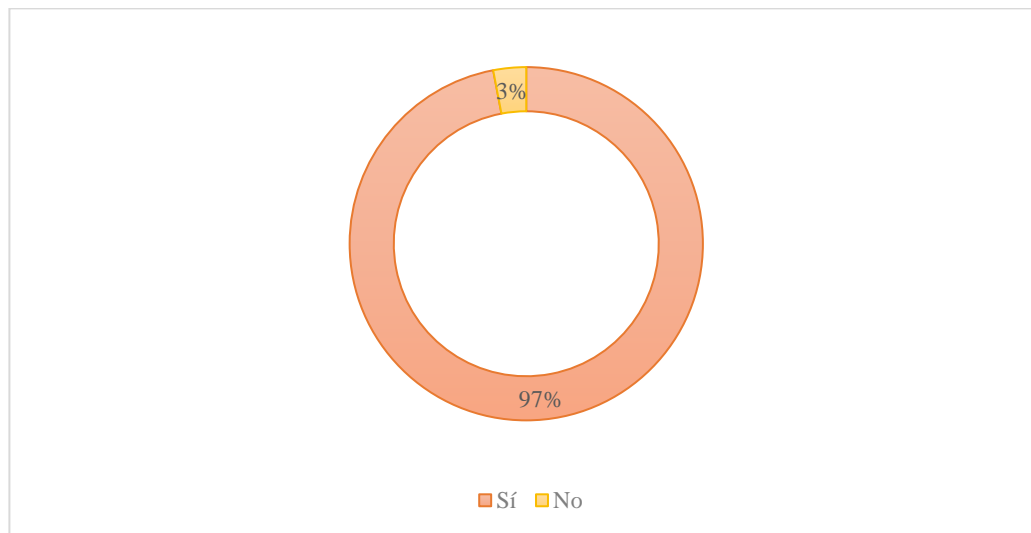
**Tabla 6**

*Disposición en compra del turista*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	97	97%
No	3	3%
	100	100%

**Figura 7**

*Deseo de adquisición del producto*



**Análisis:** Conforme a la pregunta realizada el 97% tiene como respuesta un “sí” es decir que los turistas presentan el deseo por adquirir productos con paja toquilla local mientras que el 3% sienten minoría no desea adquirir este tipo de productos.

**Interpretación:** Se concluye que los turistas están dispuestos a consumir productos artesanales realizados localmente, esto nos demuestra que existe un nicho de mercado por explotar con propuestas nuevas y atractivas.

### 3. ¿Qué tipos de accesorios artesanales en paja toquilla desearía adquirir?

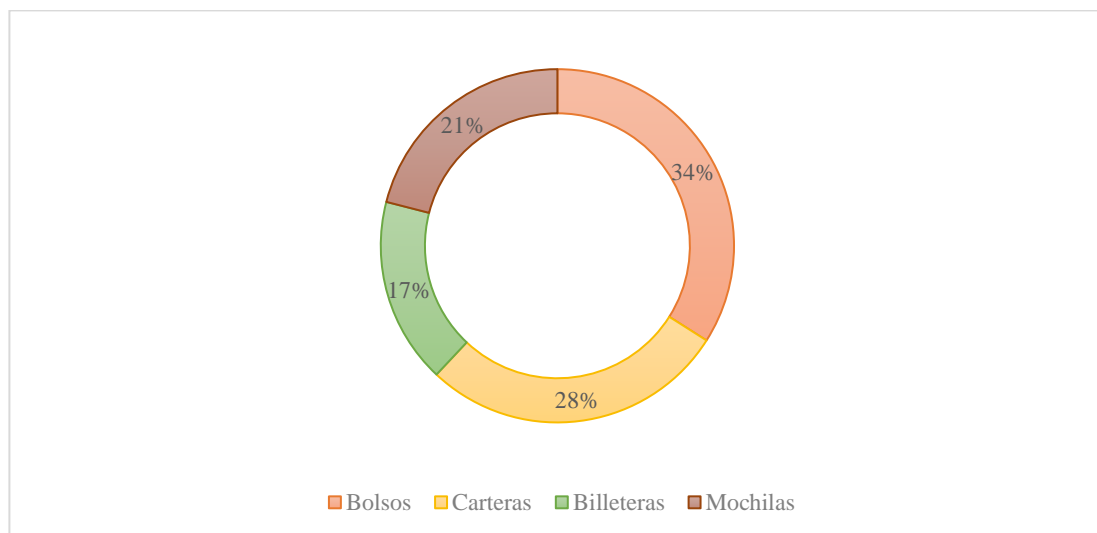
**Tabla 7**

*Preferencia en adquisición de accesorios*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bolsos	34	34%
Carteras	28	28%
Billeteras	17	17%
Mochilas	21	21%
	100	100%

**Figura 8**

*Preferencia de productos*



**Análisis:** El 34% de los turistas prefiere bolsos, el 28% prefieren adquirir carteras, un porcentaje mínimo de 21% desean mochilas, asimismo el 17% quiere billeteras. Los porcentajes altos van muy ligados con el tipo de consumidor que se presenta.

**Interpretación:** Existe una respuesta bastante dispareja en cuanto a preferencias, aunque la mayoría prefiere adquirir bolsos y carteras ligado a la primera pregunta realizada que es el género. Esta información permite conocer que es lo que prefiere el consumidor y aporta para tomar decisiones sobre qué tipo de accesorios se realiza para las propuestas al igual que escoger tipología de accesorios.

#### 4. ¿Qué tamaño le gustaría que fuesen los accesorios seleccionados?

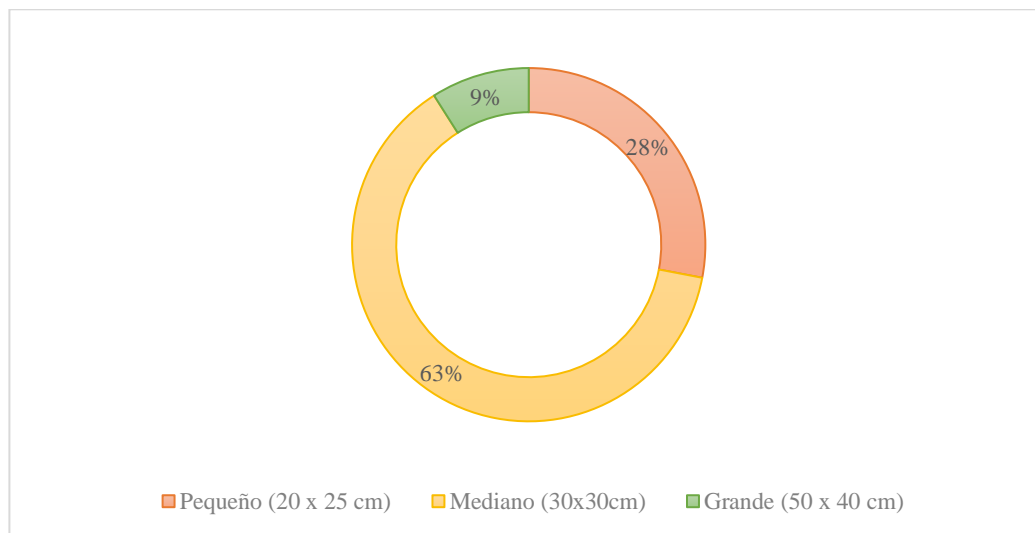
**Tabla 8**

*Preferencia de tamaño*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pequeño (20 x 25 cm)	28	28%
Mediano (30x30cm)	63	63%
Grande (50 x 40 cm)	9	9%
	100	100%

**Figura 9**

*Preferencia en tamaño del accesorio*



**Análisis:** Se evidencia preferencia con el 63% por un tamaño mediano aproximadamente de unos 30x30cm en accesorios, mientras que el 28% prefiere accesorios pequeños y con minoría de 9% productos de volumen grande.

**Interpretación:** Como se observa es evidente que existe preferencia por productos de tamaño considerable o mediano debido a que es más cómodo y permite guardar lo suficiente. Por otro lado, la minoría con gusto de accesorios pequeños concluye que al ser pequeño no necesita de mucho espacio y por ende se puede llevar a todo lado. Esta pregunta es de aporte importante para las propuestas de accesorios, esto permitirá presentar propuestas que cubran las necesidades de la mayoría.

## 5. ¿Qué forma le gustaría que tuviera su accesorio en paja toquilla?

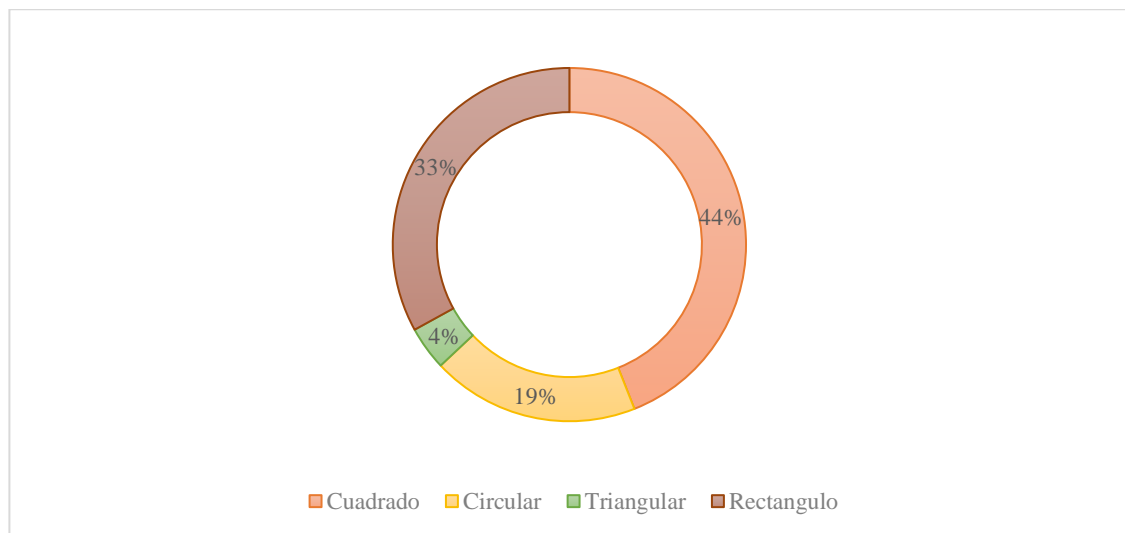
**Tabla 9**

*Forma de accesorios*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cuadrado	44	44%
Circular	19	19%
Triangular	4	4%
Rectángulo	33	33%
	100	100%

**Figura 10**

*Preferencia en forma del accesorio*



**Análisis:** Del 100% de encuestados el 44% prefiere bolsos o carteras de manera cuadra seguido de una forma rectangular con un 33% , asimismo con 19% de manera circular y un 4% siendo la minoría quisieran de manera triangular.

**Interpretación:** La pregunta hace referencia a la forma que les gustaría tener los accesorios para los encuestados, como se observa el que tiene mayor preferencia en el cuadrado junto con la forma rectangular. Esta pregunta sirve de aporte para las propuestas

de accesorios a ser planteadas, tomar en cuenta las preferencias del cliente hacia la forma de los productos.

**6. ¿Qué es lo que más importante para Ud. en los accesorios artesanales al momento de adquirir?**

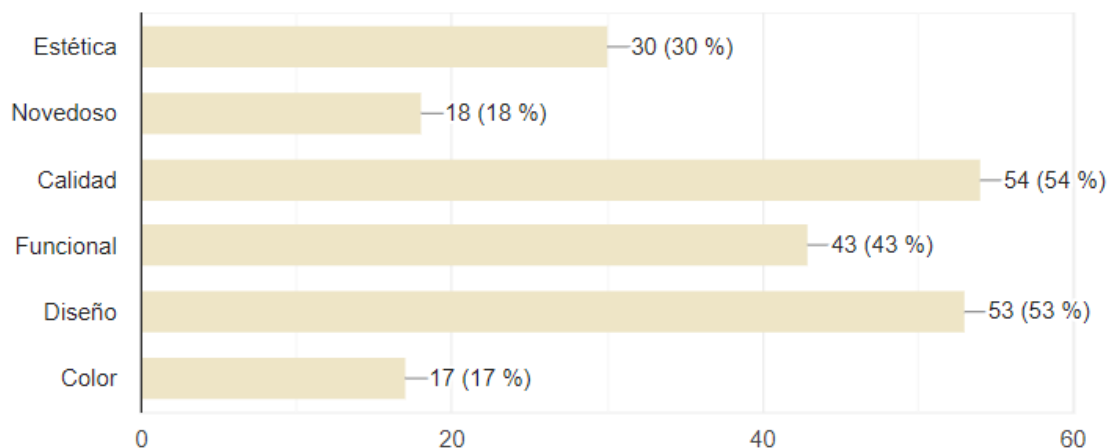
**Tabla 10**

*Preferencia de compra*

Alternativas	Porcentaje
Estética	30%
Novedoso	18%
Calidad	54%
Funcional	43%
Diseño	53%
Color	17%

**Figura 11**

*Preferencia al Momento de Adquirir el Producto*



**Análisis:** De los 6 ítems a escoger el que tuvo mayor preferencia es calidad con el 54% de los 100 encuestados, seguido del diseño con 53% , también la funcionalidad está



dentro de las principales con el 43% asimismo la estética con 30% y novedoso con 18% mientras que el color se presenta con el 17%

**Interpretación:** Al ser una pregunta de respuestas abierta se podía hacer la elección de los ítems que más consideren importantes los encuestados, cada opción está ligada al total limitado de 100 turistas. En este caso los consumidores prefieren la calidad por encima del color o incluso lo novedoso que pueda ser. Es importante también tener presente sobre la preferencia que el producto lleve diseño, así como que sea funcional y estético, permitiendo conocer los puntos de enfoque en las propuestas cumpliendo así las preferencias del consumidor.

**7. ¿Le gustaría que los accesorios en paja toquilla lleve o tenga más carga (variedad)de diseño?**

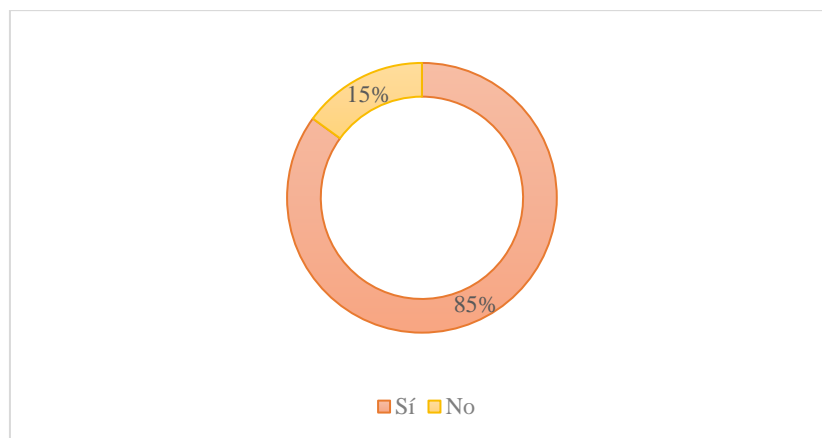
**Tabla 11**

*Gusto por diseño en accesorios*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	85	85%
No	15	15%
	100	100%

**Figura 12**

*Gusto por carga de diseño en producto*



**Análisis:** Del 100% de los encuestados el 85% consideran necesario más carga de diseño en propuestas de accesorios locales mientras que el 15% no prefiere propuestas ligadas con el diseño porque creen que se perdería la esencia artesanal.

**Interpretación:** Existe gran preferencia de los consumidores por adquirir productos locales con carga de diseño, permitiendo así que los artículos propuestos sean más atractivos, exclusivos y sobre todo aporte a la localidad, como nos permita diferenciar el producto amazónico.

## 8. ¿Le gustaría la combinación de paja toquilla con otros textiles como el cuero?

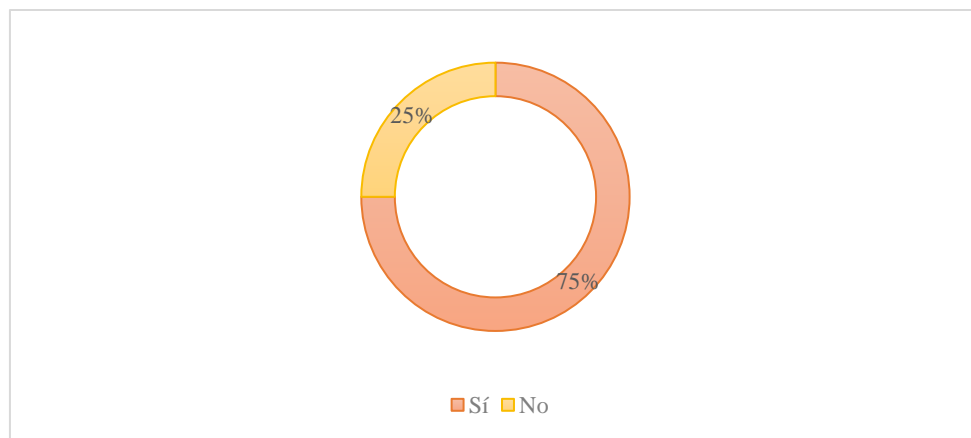
**Tabla 12**

*Combinación de textiles*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	75	75%
No	25	25%
	100	100%

**Figura 13**

*Mezcla de textiles*



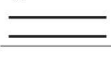
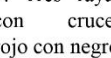
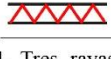



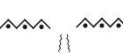








**Análisis:** El 75% de turistas mencionan que, si les gustaría adquirir productos artesanales con combinación textiles como el cuero o incluso fibras, mientras que el 25% no prefiere intervención alguna.

**Interpretación:** Es claro que los turistas prefieren productos de la zona que denoten exclusividad y tenga un toque más contemporáneo, pero sin dejar de ser artesanal, es decir innovadores. Se concluye que los turistas si quieren probar algo nuevo en productos locales elaborados en paja toquilla, lo cual nos ayuda a tener presente el uso o mezcla de la fibra de paja toquilla con detalles de otros textiles como cuero.

**Tabla 13**

*Análisis de Signos Gráficos Corporales de la Cultura Kichwa- Napo*

SIGNOS GRAFICOS CORPORALES DE LA CULTURA KICHWA-NAPO							
SUBCATEGORÍA ENTREVISTADOS	ORIGEN	FORMA	SIGNIFICADO	USO (ACTIVIDADES)	COLORES	APLICACIÓN (PLASMADOS)	COSMOVISIÓN
Domingo López	A veces sus diseños son sacados de los mismo animales: boa, lagarto, charapa, tigre, caracol o de petroglifos que dejaron los ancestros en cada roca gigante.	Se toma de los petroglifos a veces, los mas representativos. Puedes ser <b>f o r m a z o o m o r f a</b> , antropomorfa		Se usan para tener mas conocimiento para los shamanes.	Tomados de achiole, Vasijs wituk, pepa de aguacate.	R o s t r o Petroglifos	Los shamanes son los que elijen cual signos utilizar para tener mas conocimiento, esto t a m b i é n puede suceder con el ayllu (familia)
Darwin Grefa	Ancestros, por animales y plantas. En la actualidad los signos que se usan corporalmente y en específico en la cara son más artísticos inspirados en los animales de la selva adaptados al arte rupestre. Los ancestros t a m b i é n usaban antes los poderes de los petroglifos o arte rupestre. En base de los conocimientos de m e m o r i a colectiva los signos han ido cambiando.	<p>1. Dos rayas de color rojo</p>  <p>2. Dos rayas de color negro</p>  <p>3. Tres rayas con cruces rojo con negro</p>  <p>4. Tres rayas con cruces rojo, negro y frente</p>  <p>5. Dos rayas rojas con puntitos dentro</p>  <p>Los signos de boa, tigre, águila</p>	<p>Significa amistad o amabilidad entre los ayllus</p> <p>Chacra</p> <p>Viajero. Que por donde iba de viaje la gente lo reconocía como amigable y no como pelea.</p> <p>Guerras o peleas</p> <p>Siembra</p> <p>Tener mas poder</p>	<p>Para hacer una pedida de mano, quería familiarizarse y lo hacían a través de un signo (rayas rojas)</p> <p>Se usa para realizar: Caza, pesca, trampas de cacería (panga)</p> <p>Se realizaba cuando se iban de viajes largos a pie, es decir de tena a quito (ancestros).</p> <p>Se plasmaban cada vez que iban a pelear sus territorios.</p> <p>Solo era destinado para los shamanes. Solo para personas que se estaban preparando para tener mas conocimientos espirituales.</p>	<p>Los colores que se usan se toman de la naturaleza m i s m o .</p> <p>Existen una conexión entre el ser humano y la naturaleza, tomados de algunos frutos o flores de la a m a z o n í a .</p> <p>Los frutos que normalmente se usaba eran: wituk, achiole, achira, etc.</p>	<p>Siempre en el rostro por que es mas visible e incluso la naturaleza las heridas, sirven para cuando una mujer después de dar a luz se baña con achiole para normalizar su cuerpo.</p>	

		Tigre	A veces se le ponía a los niñas o niños para que adquirieran esa fuerza del tigre	
		Compromiso	Se pintaban las mujeres que estaban comprometidas	
Ricardo Grefa		Significa la serpiente atrae a todos, en este caso atraer a la pareja.	Para reconocimiento de que una mujer era casada ante la comunidad	Casi siempre se pintaban con wituk por que era fruto de árbol de amazonía.
		*Hombre casado	Para reconocimiento de los hombres ante la comunidad	Algunas vasijas o del rostro, para pintura blanca se saca de un barro que hay en el río mismo.
		*Hombre soltero		
		*Hombre en proceso de pedida		
		Culebra X		
		Guerrero o Héroe	Sitios en donde hacian cacería o peleas de territorio	
		Caracol o Churo	Llamaban con un churo	
		Guía	Cuando se iba a cazar se le macaba a la persona que mas dominaba la selva	

Sintesis Integral	<p>Los signos y símbolos de la cultura tiene su origen dando de los ancestros, en la actualidad son considerados artísticos y son inspirados en la forma de la naturaleza, en especial de los animales más poderosos como la boa, el tigre.</p> <p>Los signos son de forma variada</p>	<p>De acuerdo a su color significan amistad, guerra. Algunos tiene significado de animales como tigre, boa o serpiente, churo, tambien ayuda a definir a una persona.</p> <p>Su uso era para actividades como: shamismo y estos obtengan mas conocimiento del animal, familiarizacion, chakra que incluye caza y pesca, incluso como auto-identificación.</p>	<p>Los colores son tomados de la naturaleza, es decir de sus árboles que dan fruto con colores fuertes y que al mismo tiempo permiten conexión humano-naturaleza.</p>	<p>Su aplicación o donde se encuentran plasmados son vasija o petroglifos, pero es casi siempre en sus rostro por que es la manera mas visible</p> <p>Variada</p>
-------------------	--	---	---	---

**Tabla 14**

*Entrevistas – Ethnohistoria*

2.Ethnohistoria			
<i>SUBCATEGORÍA ENTREVISTADOS</i>	Origen kichwa Napo Colonizacion	Mitos/Leyendas	Cosmovision
<p>Domingo López</p>	<p>Hasta el 2013 se les consideraba kichwas. Pero hubo indígenas que se agruparon para ser reconocidos como la nación quijus. Existió lucha constante entre los españoles y los quijus para ser colonizados. El idioma que se hablaba al principio los quijus era el Shilipanu. En la llegada de los josefinos, generalizaron el idioma kichwa y eliminaron el anterior. Los kichwas se convirtieron en esclavos de ir a buscar fibras y cuando no traían eran castigados por perros grandes, matandoles o lastimandoles. Los indígenas que no querían saber nada de los españoles huían a su purina (lugares donde sembraban y tenían chozas pequeñas adentro de la selva.) Y así fue como perdieron el idioma y se perdió la cultura quijus cambiado a los kichwas.</p>	<p>*Una anciana que falleció, le llamaban pumapama. Ella desde su niñez fue preparada para convertirse en tigre, no tenía enfermedad ni nada y vivió su vida tranquila. En la última etapa de la vida al morir se convirtió en tigre. La gente se burlaba diciéndole mujer tigre constantemente. Ella respondía que cuando se muera se convertiría en tigre. Una vez que haya muerto solo debe velarse 3 noches, solo 1 noche y se entierra por que al tercer día se convierte en tigre. Para constatar que era en realidad los hijos fueron a ver y realmente salía un tigre de la tumba. Cuando la ancianita vivía amenazaba que a las personas que se burlaban iría a matar las gallinas de una en una cuando sea tigre. Y así fue que llegaron a matarla siguiéndole con un perro. Un shaman "Bultia", dijo que le disparan con acero y ahí moriría. Así fue se le dispararon , cayó y la q u e m a r o n .</p> <p>*En una laguna se metió toda una familia que no querían saber nada de los misioneros. Ayudaron 1 año para convertirse en boa y toda la familia se convirtió en boa sumergiéndose en la laguna toda la casa.</p>	<p>Existían shamanes o también llamados bakus, que dominaban varios poderes, como el águila, tigre y boa. Los grandes shamanes al morir se convierten en uno de los anteriores mencionados. Los animales, el petroglifo de boa hembra y macho, la hembra está en cotundo y la macho está en nueva esperanza. El águila está en guacamayos. en la comunidad de calvario está el petroglifo del tigre. Y de ahí toman el poder los shamanes haciendo ayuno con ceremonia.</p>

Darwin  
Grefa

Quienes habitaron primero en Napo, fueron los quijus, y ellos fueron quienes se levantaron ante los colonizadores y mataron a la mayoría. Existió 5 enfrentamientos o matanzas y en la 6ta matanza le matan a Jumandy en Quito. La política de los colonizadores era exterminar a la cultura quijus. Existieron mas de 500 maltratos hacia los quijus, por eso empezaron a sublimarse o si no preferían convertirse en animales de la selva. En el transcurso del tiempo la gente o los ancestros que se convertían en animales fueron dejando los conocimientos en las piedras o petroglifos. En el siglo 17 desaparecen los quijus y comienzan a kichwalizarse y aprender el evangelio. Existe una confusión histórica entre kichwas y quijus, pero al final terminan siendo quijus los kichwas y los kichwas quijus.

Existen los bankus o shamanes también, que pueden tener poderes sobrenaturales, como controlar la lluvia o si el río crece. También pueden convertirse en animales que ellos elijan

Ricardo  
Grefa

\*Pumarumi.-Una petroglifo se encuentra ubicada a las orillas del río en muyuna, donde hay rasguños del tigre dibujados por los ancestros, es decir esa piedra tiene poder y espíritu de tigre, donde van los shamanes para aprender. Es decir alguien se hizo shaman con esa piedra.  
\*Saporumi: tiene poder y espíritu de sapo gigante.  
\*En el sector campamento nueva vida: existía un puente para acabar a los tigres gigantes y malignos, esos tigres eran humanos. Los organizadores de la matanza de los tigres, les dijeron que al otro lado del puente habría espectáculos y fiestas. Se metieron todos los tigres en el puente sin orden ni nada y mientras un hermano kuyllur corto con un machete el cable del puente y se cayeron muchos tigres, aunque algunos escaparon. Los tigres que escaparon se convirtieron en rocas por que los hermanos los convirtieron con palabras místicas. Se dice que en el juicio final volverán a ser tigres.

Los petroglifos eran hechos por los ancestros, dibujaban en las piedras las cosas buenas o malas que les pasaban ahí.

Síntesis  
Integral

Quiénes fueron los primeros pobladores son los Quijus, que fueron sometidos por los españoles y debido a que se cansaron comenzaron a huir o convertirse en animales de la selva a vivir en su purina, con el transcurso del tiempo fueron adoptando el idioma kichwa, cambiando de quijus a kichwas. Aunque existe una confusión histórica, los quijus y kichwas terminan siendo lo mismo.

Existen shamanes que dominan los poderes de la naturaleza, así como los poderes de los animales principales como, la boa, el tigre, y el águila que tomaban el poder de la piedra o petroglifos.



## Autores

"El pueblo Quijos es uno de los más importantes de la región amazónica Ecuatoriana." (Espinoza, 2012)

"Cuando los españoles fundaron las ciudades de Archidona, Ávila y Alcalá del río dorado, se repartieron las tierras, incluidos los indígenas que allí habitaban, para su explotación y beneficio. Los indígenas cansados de soportar los excesos de los españoles huyeron hacia la selva; escogieron las orillas de los ríos Tena, Pano o Napo para formar sus centros poblados, con la llegada de los jesuitas estas concentraciones humanas tomaron otros nombres... Los quijos, en determinado momento de la historia, perdieron su idioma original y pasaron a llamarse quichuas, alamas o yumbos. Los grupos quichuas se diferenciaban unos a otros tomando el nombre del lugar donde habitaban". (H.C.N, 1995, p.61-62)

"La nacionalidad Kichwa Amazónica, se encuentra ubicada en las provincias de Sucumbíos, Orellana, Napo y Pastaza. Los kichwas son los herederos de una cultura secular. El término "kichwa" hace referencia a la lengua hablada, el "kichwa", de origen incásico". (Alvarado, 2012, p.17)

Los mitos, las leyendas y tradiciones de los pueblos amazónicos, nos muestran una parte muy importante de la riqueza cultural de los mismos; en ellos la realidad mezclada con la superstición y la leyenda, nos va revelando paso a paso la forma de vida de nuestros aborígenes, tan íntimamente ligada a la naturaleza y la selva milenaria (...) es para ellos junto con sus animales, ríos y montañas; su espíritu protector, se despenda, su farmacia, su fuerza y también su última morada. (Valarezo, 2002, p.21)

\*La inexistencia de una grafía fue determinante para que la riqueza de la palabra kichwa se conserve y se transmita con sus originales y evanescentes modalidades de recreación. (Espinoza, 2009, p.28)

\*Los shamanes son sabios de la selva. (...) Tiene sus orígenes conocidos, en la concepción cosmológica - divina de la conexión tierra cielo o Ser Super-Hombre, de la ciencia de las grandes amautas, sabios del incario, cuya herencia les corresponde. Supera el estado superior de la conciencia. (Espinoza, 2009, p.25)

\*La cosmovisión indígena mantiene particulares formas de apreciación de la naturales y de todo lo que en ella existe. Es esta una de las más importantes maneras de relacionar lo ficticio con lo real, lo mágico con lo tangible, lo alucinante con lo terrenal. (Espinoza, 2009, p.25)

#### **4.4.2 Metodología Iconología de Erwin Panofsky**

Panofsky en su libro “el significado en las artes visuales” traducido por Ancochea, nos presenta una metodología para el análisis de obras de arte, en sus propias palabras nos dice “la iconografía es la rama de la historia del arte que se ocupa de darle significación a las obras de arte en algo distinto a su forma” (Panofsky, 1955, pág. 45).

El proceso de análisis de significado de las obras de arte va desde lo simple de nuestro punto de vista hasta cuando se identifica el significado total de la forma. Se presenta 3 niveles de estudios para poder distinguir el contenido de la obra de arte, presentándolos: Primario o natural (Pre -iconográfica), secundario o convencional (Iconográfica), significado intrínseco o contenido (Iconológico).

Pre- iconográfica: también conocida como primaria o natural, manifestación visible. Se hace presente la percepción visual ante la forma u objeto. Se identifican características visibles sin necesidad de conocimientos precisos. Mantiene una estructura de aspectos importantes: de color, línea, volumen, decoración, objetos naturales como animales, plantas, seres humanos, instrumentos, viviendas, etc.

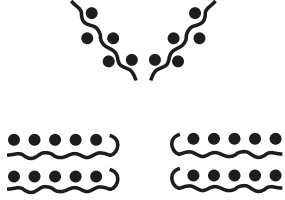
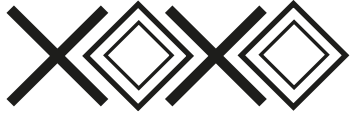
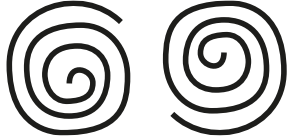
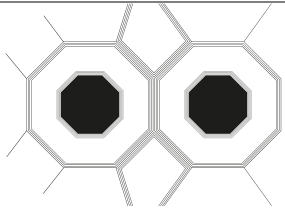

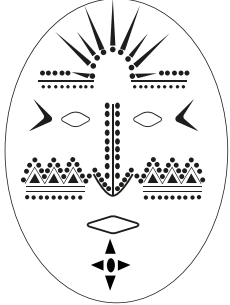
Iconográfica: Panofsky lo define como “contenido secundario o convencional”. Se relaciona con los aspectos pre iconográficos, para formar significados o conceptos intrínsecamente de la imagen u obra de arte, lo que nos permitirá el estudio simbólico e interpretación del porqué de los elementos representados.

Iconológico: (Significado intrínseco o contenido). Se juntan la pre iconografía junto con características de lo iconográfica para formar una composición total que permitirá llegar al contenido, responder los porques, reconocer la forma y comportamientos de plantas, animales, humanos y origen del mismo. Corresponde a un grado lógico, se debe acudir a la tradición cultural, principalmente a las fuentes icónicas y a las fuentes literaria tratando de identificar lo representado. (López, 2005)

Para el análisis de los signos gráficos del pueblo Kichwa- Misahuallí, se aplicará como metodología la pre iconográfica, iconológico e iconológico.

**Tabla 15**



*Catálogo de Signo Gráficos Corporales Seleccionados*

Selección	
	Tigre
	Culebra X
	Caracol o Churo
	Tortuga o Charapa
	Boa
	Reflejo del Sol

#### 4.4.3 Fichas de Análisis Iconográfico

**Tabla 16**

*Ficha Iconográfico 1: Tigre*

<b>Ficha de análisis Iconográfico</b>		
<b>ILUSTRACION</b>		
	Nombre	Tigre
	Ubicación corporal	Rostro
<b>METODOLOGÍA PANOFSKY</b>		
Pre- iconográfica	Iconográfico	Iconológico
Dibujo de líneas de mano alzada, reproducida en ilustrador. De color negro, en la parte superior posee dos líneas diagonales ondulantes acompañadas de pequeños círculos en algunas concavidades ondulantes. En la parte inferior dos líneas de manera horizontal y pequeña curvatura en el inicio de cada una y	Las líneas ondulantes representan los bigotes del puma de la selva, los círculos una simulación del patrón de manchas que posee el animal. El color negro tomado de semillas o fruta de la selva, aunque en algunas ocasiones el color es rojo que significa amistad o amabilidad para quien lo dibuje o lo vea.	Los signos gráficos corporales no presentan temporalidad en otras palabras son atemporales, pues han sido heredados de generación en generación y, por lo tanto, se desconoce el año de origen. Los signos son trazados a los niños para que adquirieran la fuerza y espíritu del tigre amazónico desde temprana edad, hasta que al convertirse en un adulto shamán, con el fin de que tengan el poder de la selva ligada a la cacería, fortaleza y valentía. Aunque en la actualidad los gráficos son

---

pequeños círculos por encima de las líneas.	Usado habitualmente en el rostro de los habitantes kichwas y algunas ocasiones por turistas.	representaciones abstractas usados a manera artística, para realizar bailes como rituales, se pretende mantener las tradiciones de cosmovisión mediante el trazado de formas de animales, flora y fauna quienes juegan un rol importante la madre tierra quien es la que provee todo a para su sustento.
---	--	--


---

## **Entrevistas**

---


**Tabla 17**

*Ficha Iconográfico 2: Culebra X*

<b>Ficha de análisis Iconográfico</b>		
<b>ILUSTRACIÓN</b>		
	Nombre	Culebra X
	Ubicación corporal	Mejillas
<b>METODOLOGÍA PANOFSKY</b>		
Pre- iconográfica	Iconográfico	Iconológico
<p>Ilustración de trazo a mano alzada. Constan de líneas entrecruzadas que forman una equis y al mismo tiempo dos figuras geométricas de rombo en manera de gradación.</p>	<p>A manera de trazo es usada en el rostro de quien así lo desee en cada pómulo. Los motivos gráficos es una pequeña abstracción de figuras zoomorfas de la serpiente X.</p>	<p>Los signos gráficos corporales no presentan son atemporales, pues han sido heredados de generación en generación y por lo tanto se desconoce el año de origen. La figura es la representación de la serpiente x que vive en la selva, el cual se lo realiza para demostrar o adquirir el espíritu de la misma, simbolizan fortaleza, poder, sabiduría y genera respeto de la naturaleza hacia quien lo porte.</p> <p>En la actualidad los gráficos son representaciones abstractas usadas a manera artística, para realizar bailes como rituales, se pretende mantener las tradiciones de cosmovisión mediante el trazado de formas</p>
<b>Entrevistas</b>		

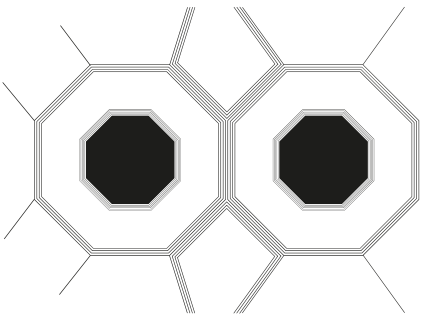
**Tabla 18**

*Ficha Iconográfica 3: Caracol*

<b>Ficha de análisis Iconográfico</b>		
<b>ILUSTRACIÓN</b>		
	Nombre	Caracol o churu
	Ubicación corporal	Mejillas
<b>METODOLOGÍA PANOFSKY</b>		
Pre- iconográfica	Iconográfico	Iconológico
<p>Ilustración de dos líneas curvas sucesivas girando a cierta distancia alrededor de un mismo punto que al final forma un espiral.</p>	<p>Las espirales son figuras abstraídas y tomada del caracol o churu que representa la comunidad. Son representadas mediante pintura natural en el rostro de las personas sean habitantes o turistas, en cada pómulo del rostro.</p> <p>La representación en el rostro se debe a que es la manera más visible.</p>	<p>Los signos gráficos corporales no presentan son atemporales, pues han sido heredados de generación en generación, por lo tanto, se desconoce el año de origen.</p> <p>El signo gráfico es usado corporalmente y todo aquel que porte la representación del churu posee su espíritu como la sabiduría, fortaleza y respeto de la naturaleza.</p> <p>Los gráficos son representaciones abstractas usados a manera artística, para realizar bailes como rituales, se pretende mantener las tradiciones de cosmovisión mediante el trazado de formas de animales, flora y fauna.</p>
<b>Entrevistas</b>		

**Tabla 19**

*Ficha Iconográfico 4: Tortuga*

<b>Ficha de análisis Iconográfico</b>		
<b>ILUSTRACIÓN</b>		
	Nombre	Tortuga o <i>Charapa</i>
	Ubicación corporal	Mejillas
<b>METODOLOGÍA PANOFSKY</b>		
Pre- iconográfica	Iconográfico	Iconológico
<p>Figura con líneas sucesivas y en manera de gradación para generar formas geométricas como el octágono. Octágono central con color negro total rodeado de líneas recta sucesivas. Líneas rectas diagonales saliendo del octágono principal.</p>	<p>Abstracciones zoomorfas del caparazón de la tortuga o también llamada charapa, que, por medio de la pintura corporal, representa la importancia que tiene la naturaleza para la cultura kichwa.</p>	<p>Los signos gráficos corporales no presentan son atemporales, pues han sido heredados de generación en generación, por lo tanto, se desconoce el año de origen.</p> <p>Representa las virtudes del espíritu de tortuga como paciencia, longevidad y belleza, es utilizada por personas de la comunidad en mostrar respeto a la naturaleza y que son atribuidas a quien lleve pintado.</p>
<p>Dahua, H. (2008). <i>La pintura natural</i> (Bachelor's thesis, Universidad de Cuenca).</p>		



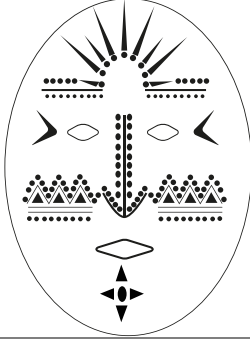
**Tabla 20**

*Ficha Iconográfico 5: Boa*

Ficha de análisis Iconográfico		
ILUSTRACIÓN	Nombre	Boa
	Ubicación	Mejillas
	corporal	
METODOLOGÍA PANOFSKY		
Pre- iconográfica	Iconográfico	Iconológico
Signo gráfico ilustrado, es un conjunto de figuras geométricas, rombos en gradaciones ascendentes y triángulos en diferente dirección horizontal en reflejo.	Figuras de representación zoomorfa, en este caso de la boa que habita en la selva amazónica. Módulos tomados de la piel de dicho animal que a posterior se pinta en cada pómulo del rostro, normalmente de color negro para representar la importancia y poder del signo. Pues la boa es el animal más poderoso de la cosmovisión Kichwa amazónica.	Los signos gráficos corporales no presentan son atemporales, pues han sido heredados de generación en generación, por lo tanto, se desconoce el año de origen. Son usados por los shamanes para protección, fuerza y adquirir el poder y espíritu de la boa ( <i>amarun</i> ), utilizado para ceremonias y rituales; al adquirir el poder del animal posee el dominio mayor de la selva, naturaleza y la vitalidad, es temido y controla todos los animales del agua y la tierra, además en reposo es signo de la vida y fertilización.
<p>Andy Alvarado, P., Calapucha Andy, C., &amp; Calapucha Cerda, L. (2012). <i>Sabiduría de la cultura kichwa de la amazonia ecuatoriana</i>. Tomo II. Universidad de Cuenca.</p> <p>Recuperado de <a href="http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25657">http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25657</a></p>		

**Tabla 21**

*Ficha Iconográfico 6: Reflejo del Sol*

Ficha de análisis Iconográfico		
ILUSTRACIÓN	Nombre	Reflejo del Sol
	Ubicación corporal	Rostro
METODOLOGÍA PANOFSKY		
Pre- iconográfica	Iconográfico	Iconológico
<p>Conjunto de figuras y signos. Desde la parte superior existe líneas horizontales junto con puntos o círculos, líneas diagonales triangulares alargadas. En el centro se encuentra líneas zigzagueantes, horizontales y verticales acompañados de puntos a su alrededor, triángulos rellenos a tono negro con línea recta formando un contorno. Triángulos y círculo en la parte inferior formando una estrella.</p>	<p>El diseño es un conjunto de signos que es utilizado en todo el rostro en representación de varias energías de acuerdo a la cosmovisión Kichwa amazónico. El color normalmente es negro. Su significado se relaciona con el sol <i>Indi</i> y lo que éste provee para la comunidad.</p>	<p>Los signos gráficos corporales no presentan son atemporales, pues han sido heredados de generación en generación, por lo tanto, se desconoce el año de origen. Símbolo de agradecimiento con la naturaleza e <i>Indi</i> por todo aquello que provee a la tierra y por ende a la comunidad. Representa el reflejo del Sol en las montañas, ríos y caminos. <i>Indi</i> ser poderoso, es quien controla el clima para lo agrícola y los seres que en la tierra habitan.</p>

#### 4.5 Conclusiones

A continuación, se realiza la síntesis y/o análisis de las entrevistas que se dará comienzo desde la categorización Signos gráficos corporales de la cultura Kichwa- Napo y sus subcategorías: origen, forma, significado, uso (actividades), colores, aplicación (plasmada), cosmovisión de la misma manera las conclusiones de la categorización, Etnohistoria con sus subcategorías: origen Kichwa- Napo/ colonización, mitos/leyendas, cosmovisión.

En el origen de los signos gráficos corporales Kichwas- Napo, se concluye que los signos o símbolos de la nacionalidad Kichwa amazónica tienen origen desde sus ancestros, y están contruidos de acuerdo a su cosmovisión, es decir que en cada uno esta expresada sus creencias, costumbres, sus conocimientos, etc. De acuerdo a uno de los entrevistados que tiene conocimientos acerca de los signos corporales kichwas, las grafías corporales que se pueden observar en la actualidad han sido creadas y modificadas para un fin artístico (bailes y/ o música).

Cabe recalcar que en su mayoría todos los entrevistados coinciden que en los signos faciales o corporales más representados son los animales: boa, águila y tigre, pues de acuerdo a su cosmovisión son los más poderosos y representan fortaleza, claro sin olvidar que también se pueden representar otros animales como plantas, que sean tomadas de la naturaleza y da alusión al respeto con la madre tierra o la madre selva. Se debe recordar que todos los signos que se suelen realizar son módulos o formas antropomorfas, zoomorfas como también de petroglifos, tomados de acuerdo a gusto del dibujante o son más representativos del animal, plantas o humana.

Cada una de estas formas representadas a nivel corporal tienen significados de acuerdo a la cosmovisión Kichwa amazónica, que por lo general está ligado al *ayllu* (familia), a la chacra, poderes sobrenaturales, presentación ante la comunidad, guerras y

sobre todo al respeto con la naturaleza. Su significado en algunos casos va ligado a su uso en actividades importantes para la cultura, siendo principal los rituales de shamanismo, seguido por actividades como pedidas de mano, viajes, cacería, peleas de territorios e incluso autoidentificación. Así como sus formas tienen un significado es necesario que estén junto con los colores que se usan directamente de la naturaleza como representación del respeto y agradecimiento hacia ella, son tomados de frutos: achiote, *Wituk*, pepa de aguacate o incluso flores. Es importante mencionar que por lo general las formas se usan en el rostro debido a que es el lugar más visible, pero también se han visto reflejadas en vasijas o petroglifos.

En la subcategoría de origen Kichwa de Napo, se concluye que existe una confusión sobre el origen de los kichwas amazónicos precisamente de la Napo. Como lo menciona Espinosa, 2012: “el pueblo Quijos es uno de los más importantes de la región amazónica ecuatoriana” se determina entonces que los kichwas son descendientes de los Quijus, quienes fueron los primeros habitantes de la provincia de Napo. La población de desapareció debido a la colonización y lo que esta trajo consigo, la llegada de los misioneros y su quichualizado impuesto para su beneficio.

Cansados de la explotación se vieron obligados a huir dentro de la selva, creando sus propias colonias, su idioma, sus costumbres y tradiciones. En el transcurso de ese tiempo, los centros poblados por kichwas, comenzaron a vivir diferentes experiencias llevadas a nivel oral con el pasar de los años, se transformaron en mitos y leyendas sobre sus guerras o espíritus más importantes ante su cosmovisión.

La cosmovisión indígena mantiene particulares formas de apreciación de la naturaleza y de todo lo que en ella existe. Esta es una de las más importantes maneras de relacionar lo ficticio con lo real, lo mágico con lo tangible, lo alucinante con lo terrenal. (Espinosa, Aigage, Jati, & Shiguango, 2009)

Se concluye que existe un índice alto de turistas de género femenino con nivel académico superior o universitario el mismo que servirá de apoyo para el análisis de usuario y tener un aproximado de rango de edad. La mayoría de turistas tienen conocimientos sobre la paja toquilla y los productos locales que se realizan y al mismo tiempo estarían dispuestos a adquirirlos, Presentan gusto por accesorios artesanales como

bolsos, carteras, mochilas e incluso billeteras, las mismas que les gustaría que fueran en forma cuadrada o rectangular de un tamaño mediano y pequeño. Al momento de adquirir dichos productos artesanales es muy importante que sean de calidad al igual que tengan diseño y sean funcionales, están dispuestos a adquirir productos novedosos o innovadores, la mayoría a preferido que exista combinación con otros textiles como el cuero. Estas respuestas servirán de aporte al momento de realizar las propuestas.

La metodología de Edwin Panofsky permite generar fichas con interpretación de cada signo gráfico corporal, lo mismo que ayuda a comprender las gráficas desde un análisis natural o principal hasta el significado intrínseco, cuál es su origen, el por qué, de su forma, aspectos culturales más profundos; llegando a la conclusión que sus significados van ligados a su conciencia colectiva.

## CAPÍTULO V

### 5. Tecnologías Necesarias Para La Producción

#### 5.1 Cronograma de producción

**Tabla 22**

*Plan de Producción General*

Proceso	Inicio	Final	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Actividades
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Diseño	18 de octubre	31 de octubre																	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación</li> <li>• Recolección de datos</li> <li>• Objetivos</li> <li>• Estudio de mercado</li> </ul>
Desarrollo	1 de noviembre	20 de noviembre																	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de datos</li> <li>• Selección de mercado</li> <li>• Propuestas</li> <li>• Marca</li> </ul>
Pre-Producción	21 de noviembre	30 de noviembre																	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de mano de obra</li> <li>• Materia prima e insumos</li> <li>• Planificación de Producción</li> </ul>

Distribución	9 de enero	14 de enero																			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de almacenamiento, distribución</li> <li>• Seguimiento de productos a consumidor, locales de artesanías</li> </ul>
Inspección	2 de enero	8 de enero																			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de calidad, limpieza</li> <li>• Detalles</li> <li>• Empaque, Publicidad</li> <li>• Planificación de distribución</li> </ul>
Producción	1 de diciembre	1 de enero																			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patronaje, corte, confección.</li> <li>• Entrega de modelos</li> <li>• Acabados</li> <li>• Marca y Packaging</li> </ul>

**Tabla 23**

*Plan de Producción de Bolsos*

Proceso	Inicio	Final	Noviembre				Diciembre				Enero				Actividades	
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Planificación de la línea	08 de noviembre	13 de noviembre														<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto propuesto</li> <li>• Bocetos, paleta de color</li> <li>• Diseño plano, Ilustraciones</li> <li>• Fichas técnicas.</li> </ul>
Pre- Producción	21 de noviembre	30 de noviembre														<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de materia prima</li> <li>• Elaboración horma de madera</li> <li>• Compra de materia prima e insumos</li> <li>• Patronaje</li> </ul>
Producción	1 de diciembre	1 de enero														<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confección</li> <li>• Tejido</li> <li>• Acabados</li> <li>• Cálculo de tiempo</li> </ul>
Inspección	7 de enero	8 de enero														<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> <li>• Empaque</li> <li>• Etiquetas</li> <li>• Almacenaje</li> </ul>



**Tabla 24**

*Plan de Producción de carteras*

Proceso	Inicio	Final	Noviembre				Diciembre				Enero				Actividades		
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Planificación de la línea	14 de noviembre	20 de noviembre			3	4											<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto propuesto</li> <li>• Bocetos, paleta de color</li> <li>• Diseño plano, Ilustraciones</li> <li>• Fichas técnicas.</li> </ul>
Pre- Producción	21 de noviembre	30 de noviembre			3	4											<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de materia prima</li> <li>• Elaboración horma de madera</li> <li>• Compra de materia prima e insumos</li> <li>• Patronaje</li> </ul>
Producción	1 de diciembre	1 de enero					1	2	3	4	1						<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confección</li> <li>• Tejido</li> <li>• Acabados</li> <li>• Cálculo de tiempo</li> </ul>
Inspección	7 de enero	8 de enero									1						<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> <li>• Empaque</li> <li>• Etiquetas</li> <li>• Almacenaje</li> </ul>

## **5.2 Control de calidad**

En el control de calidad se realiza en fases, esto permite tener un mayor control sobre la producción de productos en caso que su realización sea por terceros. Es de importancia realizar un control de calidad varias veces mientras se realiza la línea.

Inicio de la producción: la realización de inspección de la materia prima y al mismo tiempo observación sobre las primeras unidades elaboradas. Verificación de calidad, acabados, colores y diseño importantes sobre los primeros productos realizados. En esta fase se realiza el control de los módulos de diseño presentados al igual que los colores usados son saturados, caso contrario pierdo su objetivo.

En el punto medio de la fabricación: Ya realizado la primera inspección y dado el visto bueno se aprueba la realización completa de toda la colección, es entonces que se mantiene un control semanal de los accesorios, para constatar la calidad, color, tamaño, detalles de diseño, y como avanza la realización de toda la línea de accesorios.

Al final del ciclo de producción: el control de calidad final garantiza que los productos o líneas enviados a realizar siguen cumpliendo las normas del diseño, calidad, colores, detalles, acabados, medidas, incluso después de haberse sometido a todo el proceso como batanado.

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

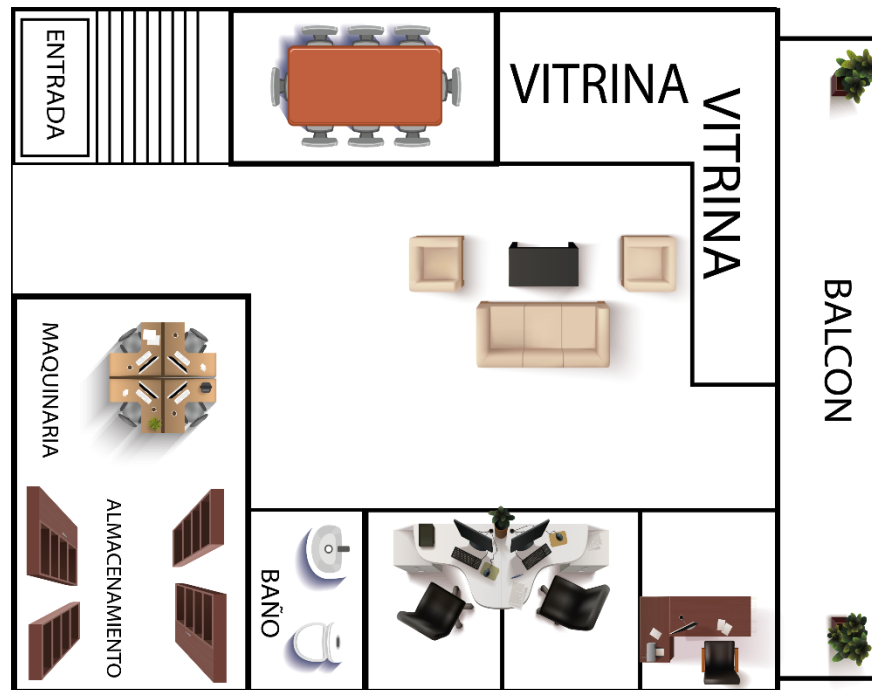
En los requerimientos del proyecto permiten contar con maquinaria, equipos de oficina e incluso la infraestructura que nos permite que los productos mantengan su calidad o mejore.

La maquinaria del proyecto consiste en recta industrial para cuero y forro, remachadora y ojaladora, lo que permite calidad en el producto. Es importante las hormas o moldes en forma base de las carteras, que sirven para el tejido en paja toquilla. Equipos de oficina: laptop, cuaderno de notas, lápiz, esferos, lápices de colores, celular, grabadora de voz, cinta métrica, entre otros.

La infraestructura del proyecto es el estudio de diseño donde está el área creativa, diseñadora de moda, diseñador gráfico y publicitario, estantes de exhibición de productos, y equipos de trabajo, al igual que el taller artesanal donde se realizan los productos.

**Figura 14**

*Ilustración de infraestructura*



#### **5.4 Requerimientos de mano de obra**

La mano de obra es personal con conocimientos y experiencia en áreas de diseño gráfico, marketing, diseño de accesorios. Para la parte de producción de los productos de la colección se utiliza mano de obra artesanal con conocimientos y dominación del tejido en fibra de paja toquilla de la misma manera en coser cuero. Este equipo de trabajo es contratado de una forma ocasional, es decir en cierto tiempo, por ejemplos en cada lanzamiento de nueva colección o línea, esto ayuda a dar ciertos acabados del producto.

#### **5.5 Seguridad industrial y medio ambiente**

Para el proyecto es importante establecer soluciones, estrategias o normativas a usar, siendo esto que nos permite mantener un ambiente tranquilo y seguro que aporta a

la empresa en el entorno interno como externo. Garantizar la salud y el cuidado del medio ambiente como el de los trabajadores que aporten a nuestro entorno interno como externo.

En el área interna se trabaja directamente en el estudio de diseño o planta de diseño, donde se encuentra todos los profesionales del área creativa. Se implementa equipos de oficina que se adapten a la comodidad de los mismos, es decir muebles que son ergonómicos y de la misma manera se establecen reglamentos que permiten cuidar de los empleados en diferentes ámbitos como de salud e industrial.

En el área externa que pertenece directamente a la mano de obra artesanal se maneja de manera similar, instrumentos o equipos que ayuden al cuidado integral de cada trabajador, maquinaria adecuada y ergonómica, el abastecimiento de todo el material que se necesita. Se establece de igual parámetros a cumplir para un ambiente laboral tranquilo. Por otra parte, para garantizar la seguridad artesanal se entrega guantes y mascarillas para el proceso de tratamiento de la paja toquilla, esto permitirá que ningún trabajador se pueda encontrar con problemas de salud

Es importante recordar la problemática mundial que la pandemia COVID-19, se establece un plan de seguridad para el empleador y empleado. Se realiza pruebas de rápidas de Covid-19, de dos a tres veces en el momento de producción de la colección. De la misma manera un horario para atención para salud de manera mensual en cada trabajador. El cuidado se mantiene en cada área, se suministra materiales de cuidado personal y social como, alcohol, materiales de limpieza del área, mascarillas, gel antibacterial.

## CAPÍTULO VI

### 6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 6.1 Descripción del producto o servicio

Es notable el giro inesperado que ha tomado la sociedad ante la crisis pandémica de COVID 19, las preferencias y conductas de consumo han tenido un cambio considerable, comienzan a surgir nuevos hábitos y con eso actitudes ligadas con la sustentabilidad, adquirir producto de manera local, apoyo a lo artesanal y por ende a su mano de obra, proponiendo así responsabilidad con la comunidad y medio ambiente generando la reducción de empresas e industrias con productos generados en serie (Fast Fashion), comenzando una búsqueda exhaustiva marcas y empresas que promuevan el cuidado del planeta como el comercio justo.

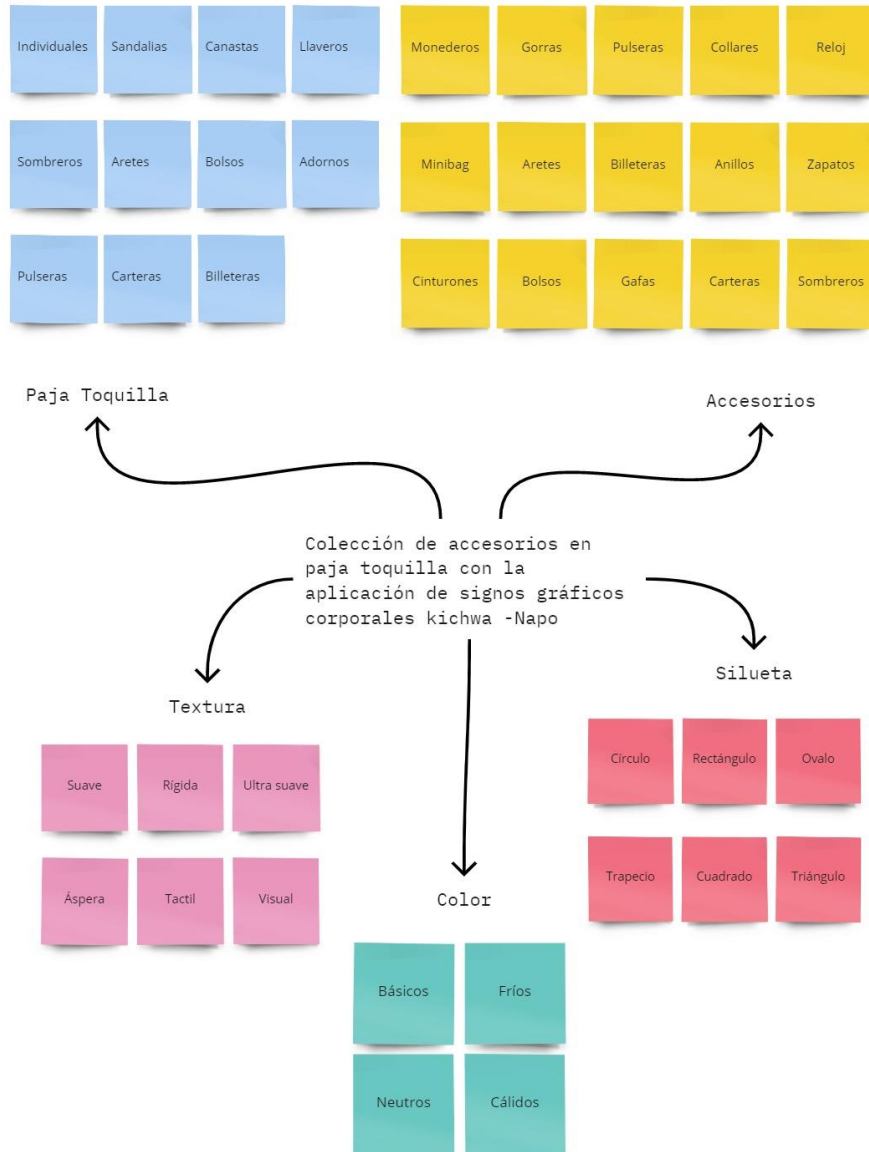
Ayllu es una marca que nace de las necesidades del consumidor post pandemia, se presenta como un emprendimiento innovador , que tiene por objetivo aportar al consumo local y a la difusión de la identidad cultural kichwa de Napo. Así la marca presenta una colección de accesorios realizados en fibra de paja toquilla con la utilización de signos gráficos corporales como inspiración para la posterior aplicación en bolsos y carteras y que aporten al crecimiento económico de las comunidades y manifestación de su cosmovisión.

Se determina parámetros a cumplir para solventar las necesidades del consumidor, se usa fibra naturales que apoya a la disminución del impacto medio ambiental, de la misma manera es importante ofrecer productos que presenten estándares como su calidad, funcionalidad y estética; características de versatilidad y formas de uso como el forro que permite removerlo para poder ser lavado de manera individual y permita alargar el tiempo de vida del producto, sin olvidar que su elaboración es realizada de manera artesanal desde su tejido hasta su bordado en semillas.

### 6.1.1 Brain storming (lluvia de ideas)

Figura 15

Brain storming



**Interpretación:** la presente lluvia de ideas ayuda a potenciar la creatividad dejando que nuestras ideas fluyan para poder encontrar posibles soluciones a los objetivos del proyecto que podrían ser aplicada en las propuestas de diseño.

## **6.2 Perfil del cliente**

Acerca del perfil de cliente son mujeres con un rango de edad de 20 a 45 años que visitan la ciudad de Tena como turistas, económicamente activa, con ingresos de un sueldo por encima del básico y estatus medio- medio alto, presentan un nivel de educación superior, tienen ocupación laboral o estudiantil. Se caracteriza como mestizo, se encuentra en constante movimiento debido a que le gusta conocer lugares nuevos y sobre todo tiene una gran preferencia por lo cultural, la naturaleza y su entorno. Son mujeres de mentalidad abierta, y que sus gustos y preferencias se encuentran en constante cambio, también se le considera un consumidor contemporáneo, como lo menciona INEXMODA “ es dinámico y versátil en su desarrollo personal, emocional y profesional; lo único constante en él es el cambio” (INEXMODA, 2010).

Le mantiene motivado el arte y la cultura al igual que su amor por la naturaleza, busca siempre propuesta diferentes y novedosas que sea funcionales, de calidad pero que también sean amigables con su entorno, es decir prefiere productos con materiales orgánicos o ecológicos. Le gusta adquirir conocimientos de arte y cultura mientras viaja y se conecta con la naturaleza. Presenta gusto por las compras locales y artesanales, no sigue moda , solo busca artículos que le guste y aporten a su estilo casual – informal al igual que a la comunidad. Prefiere productos con un balance estético y funcional de colores neutros que expresen cultura y etnias.

**Tabla 25***Matriz de análisis de Usuario*

<b>Objetivo</b>	<b>Determinar características de usuario, objeto y marca</b>
<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>Lugar</b>	Tena
<b>Fecha</b>	06/12/2021
<b>Investigadora</b>	Leidy Hinojoza
<b>USUARIO (Sujeto)</b>	
<b>Grupo Étnico</b>	Mestizo
<b>Características del grupo étnico (límites)</b>	Mestizo urbano, que vive está en constante movimiento, tiene gusto por conocer lugares nuevos e interesantes que le mantenga conexión con la naturaleza. Le gusta compartir momentos de sano entretenimiento colectivo.
<b>Adscripción</b>	Personas con mentalidad abierta a la innovación en todos los ámbitos. Se encuentra en constante cambio de acuerdo a lo tecnológicos y económico. En constante cambio
<b>Auto adscripción</b>	Personas flexibles ante lo nuevo que se presenta, versátil. Está atento a las nuevas cosas que se presentan en su entorno, gusto por nuevas experiencias y conocimiento. De mente y actitudes conscientes, valora el arte al igual que las etnias.
<b>IMAGEN DEL USUARIO</b>	






---

### FACTORES DEMOGRÁFICOS

<b>Edad</b>	20 - 45 años
<b>Sexo</b>	Femenino
<b>Educación</b>	Superior Título universitario
<b>Ocupación</b>	Estudiante- Laboral
<b>Lugar de residencia</b>	Provincia del Ecuador o internacionales
<b>Ingresos</b>	400 -800 dólares

---

### FACTORES PSICOLÓGICOS

<b>Motivación</b>	Arte, etnias, cultura, familia, amor por la naturaleza, experiencias nuevas
<b>Necesidades</b>	Propuestas novedosas que presenten versatilidad, funcionalidad y sobre todo valore el entorno en el que se encuentra.
<b>Expectativas</b>	Enriquecer de nuevas experiencias, vivencia y conocimientos.
<b>Percepciones</b>	Libertad individual, respeto colectivo, evolución constante con consciencia, es importante resaltar el arte y cultura que nos rodea,
<b>Actitudes</b>	Mente abierta, libre de tabúes, conciencia ambiental, valoración por el arte, etnias y cultura. Versátil, dinámico y espontaneo.

---

<b>FACTORES CULTURALES</b>	
<b>Costumbres</b>	Viajar a lugares con espacios abiertos que tengan gran conexión con la naturaleza, comprar productos locales en línea o físico, gusto por adquirir recuerdos del lugar que visita, compra de artículos que sean amigables con el entorno, Compartir momentos con amigos, en familia y con su pareja.
<b>Tradiciones</b>	Persona de mente abierta, respetuosa con las diferencias culturales, sociales y religiosas.
<b>Valores</b>	Respeto por la naturaleza. Carismática, honrada, amorosa, responsable, solidaria, aventurera, dispuesta a tener nuevas aventuras las que aporte a su conocimiento.
<b>Clase social</b>	Media – Media alta
<b>Estilo de vida</b>	Profesional, tiempos libres, viajes, relax, interés por los viajes culturales en familia o exploratorios, pasatiempo en redes sociales o lectura. Prefiere actividades o tours de contacto con la naturaleza. Viajan de forma casual o frecuente y valoran la calidad y la cultura local.
<b>FACTORES SOCIALES</b>	
<b>Familia</b>	Mujer con estado civil sin definir, medianamente independiente. Rodeada de amistades. Sin dejar de lado la familia como prioridad. En ocasiones prefiere viajar en familia o sola.
<b>Gustos</b>	Tiene gusto por las cosas que tengan un balance estético y funcional. Preferencia por lo casual-informal. Dispuesta a adquirir productos que presenten propuestas con material amigable con la naturaleza.

	<p>Le gusta usar accesorios novedosos que expresen la cultura y etnias a través del arte.</p> <p>Gusto por con colores neutros, básicos y el uso de fibras naturales</p> <p>Disfruta de pasar tiempo en contacto con la naturaleza y cultura.</p>
<b>Hobbies</b>	<p>Pasar tiempo viajando sola o con familia, que estos viajes le permitan conocer un poco más de la cultura nacional.</p> <p>Salir a conocer nuevos lugares, de compras locales, hacer ejercicio y apreciar la naturaleza, animales.</p> <p>Gusto por visitar zoológicos.</p>
<b>FACTORES CONDUCTUALES</b>	
<b>Decisiones de compra</b>	<p>Comprar a emprendimientos o artesanales. Cada producto tiene que cumplir con los gustos de ella, colores, calidad, comodidad, funcionalidad, amigable con el medio ambiente.</p>
<b>Proceso de compra</b>	<p>Lo compra por gusto y comodidad, sobrevalora lo amigable con la naturaleza y entorno, la funcionalidad sobre el precio. La moda es algo que no tiene relevancia a la hora de comprar. Todo lo paga en efectivo, por tarjetas de débito o crédito</p> <p>Da más valor a “menos es más”</p> <p>Gusto por producto con influencia cultura y artística.</p>
<b>Conducta post-consumo</b>	<p>Valora la marca por su objetivo o contenido, pero no suele postear o dar a relucir el logo.</p> <p>Guarda para la ocasión de uso.</p>
<b>Universo de vestuario</b>	<p>Accesorios artesanales- Carteras bolsos, etc.</p>

6.2.1 Moodboard del perfil del cliente

Figura 16

Moodboard del Perfil del Cliente



### **6.3 Identidad de marca.**

El Ecuador es un territorio rico en biodiversidad y sobre todo multiétnica y pluricultural, es así que se ve rodeada de IDENTIDAD Y CULTURA. Ayllu marca de accesorios y palabra Kichwa que tiene como significado familia dedica a crear productos con identidad cultural amazónica, específicamente de la nacionalidad Kichwa de Napo-Tena. Crea accesorios como bolsos y carteras que representan la cultura de Napo en su máximo esplendor. Cada accesorio es elaborado por manos artesanas con paja toquilla el mismo que es recolectado y procesada localmente. Los artículos evocan cultura, identidad, feminidad y delicadeza.

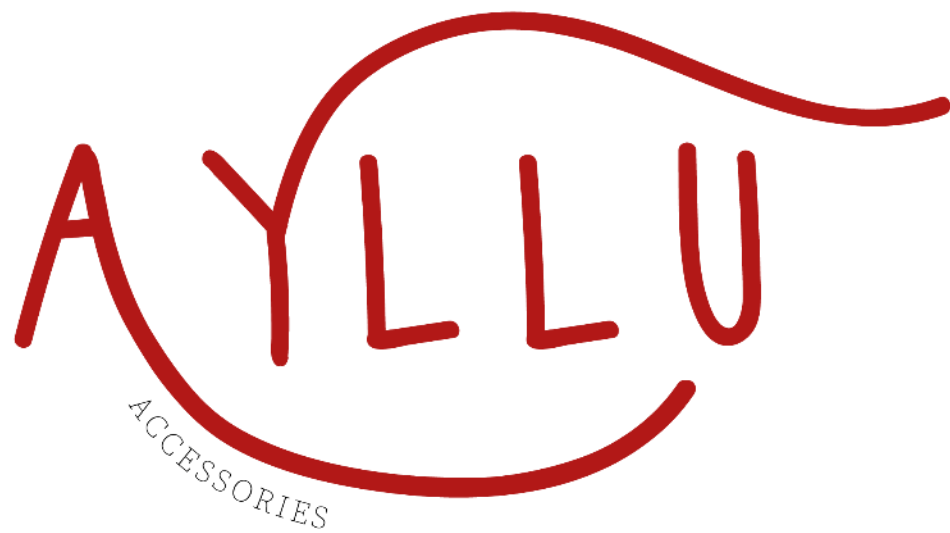
Esta marca maneja el Buen diseño, que se centra exclusivamente en cada usuario y la experiencia que este tiene al adquirir productos. El crear lazos emocionales entre cliente y marca es importante pues permite llenar y sobrepasar en algunos casos las expectativas del consumidor, esto se maneja mediante el comercio justo que se aplica en cada uno de los productos, se reconoce el arduo trabajo de cada artesana con menciones al igual que económicamente. El bienestar social forma parte de Ayllu, genera empleo a mujeres artesanas de comunidades aledañas en Tena que al mismo tiempo estamos ayuda a la economía de su familia.

Generar un impacto emocional con cada accesorio es uno de los mayores objetivos, de marca. Se anima a los clientes a consumir localmente con mano de obra de la misma localidad. Cada producto se realiza con mucho amor a mano, cuidando cada proceso y calidad por las que pasan. En importante dar a conocer la cultura amazónica a cada uno de los clientes, es por eso que se crea estrategias de comunicación, marketing y publicidad.

Los accesorios son funcionales, cómodas y de calidad que permite usar de día como para ocasiones y encuentros especiales, con un simple accesorio el momento se convierte inolvidable.

**Figura 17**

*Logo de Marca*



## 6.4 Uso de la marca.

Figura 18

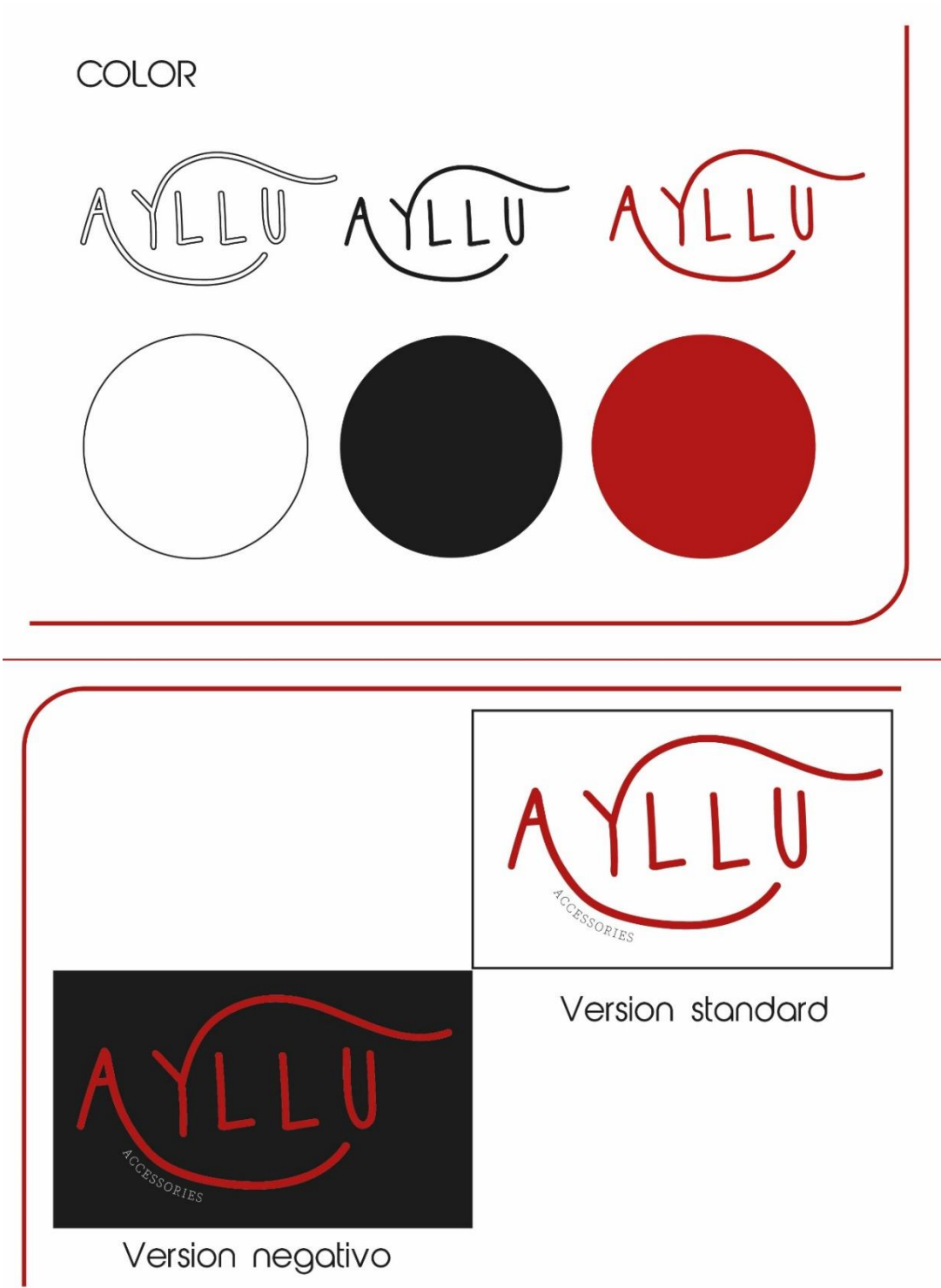
*Uso de Marca 1*





**Figura 19**

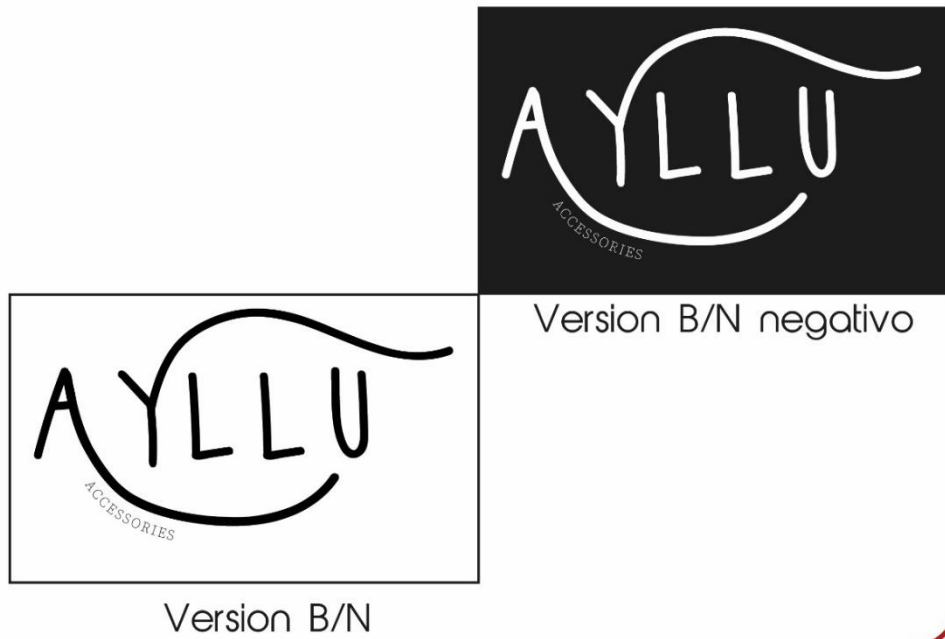
*Uso de Marca 2*



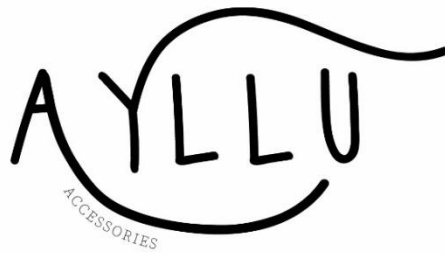


**Figura 20**

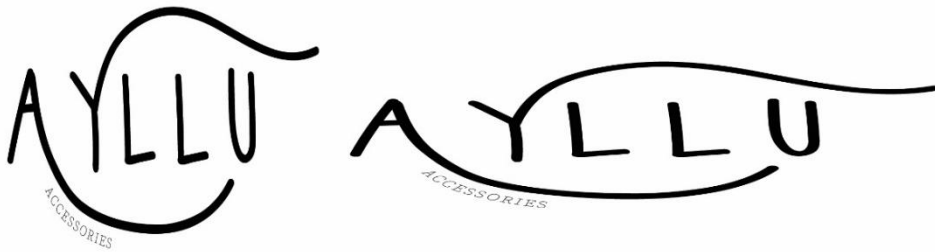
*Uso de Marca 3*



uso correcto

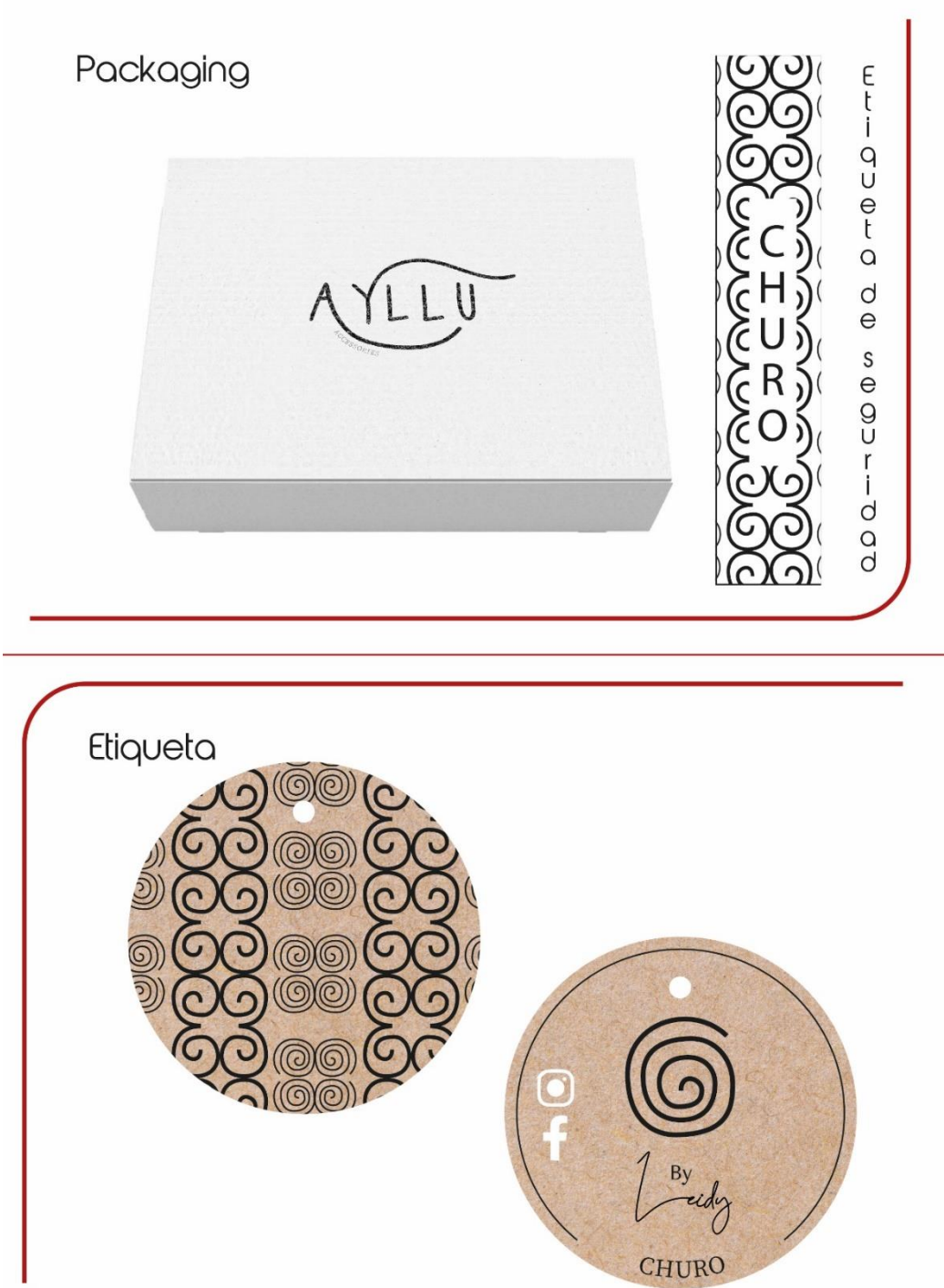


uso incorrecto



**Figura 21**

*Uso de Marca 4*



## Figura 22

### Uso de Marca 5

#### Hoja membretada



#### Tarjeta de presentacion



#### Tarjeta de agradecimiento

**Figura 23**

*Uso de Marca 6*



## 6.5 Análisis de color de la propuesta

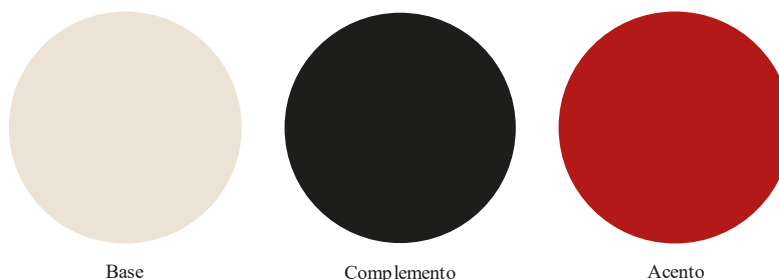
### 6.5.1 Paleta de color de la propuesta

El presente proyecto lleva como principal enfoque la revalorización ancestral de la nacionalidad Kichwa amazónica de Napo. Los indígenas kichwas de Napo presentan una gran conexión con su entorno, es decir con la naturaleza que abarca la flora y fauna. Los colores que usualmente se usan en las comunidades kichwas son aquellos que se pueden obtener de los frutos o plantas de sector es decir totalmente natural. Estos colores van ligados a ciertos significados de acuerdo a su cosmovisión.

Por su significado para las comunidades, su uso cotidiano y accesibilidad se determinan el uso de los colores: negro y rojo, mientras que como adicionales serán los tonos neutros como el blanco y beige. Mediante las entrevistas se obtiene información valiosa sobre su cosmovisión de colores. Rojo: amistad o amabilidad, así como para la siembra, negro: cacería, fortaleza, pelea. Esto asociado al espíritu de los animales, frutos y flores.

#### Figura 24

*Paleta de color de la propuesta*



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



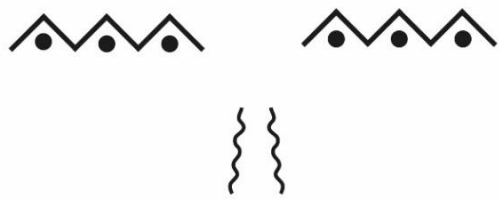





No se maneja macro o micro tendencia, debido a que se realiza revalorización e inspiración de la nacionalidad Kichwa amazónica y es por eso que se toman: formas, colores, textura, gráficos, entre otros de la cultura, debido a esto el proceso de análisis, conceptualización de la propuesta se torna diferente con la aplicación de metodologías que permiten un análisis preciso.

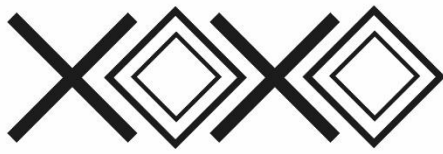
### ***6.6.1 Análisis de los signos gráficos corporales***

Se realiza la recolección de todos los signos gráficos corporales encontrados tanto en entrevistas como en bibliografía, se hace un análisis de los signos que son usualmente más usados.

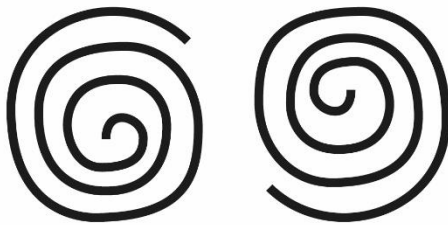
**Tabla 26**

*Catálogo de Signos Gráficos Corporales*

Catálogo de Signos gráfico corporales kichwa- Napo	
	Tigre
	
	Mujer comprometida
	Casadas
	Hombre casado
	Hombre soltero
	Hombre en proceso de pedida
	



Culebra X



Caracol o Churo



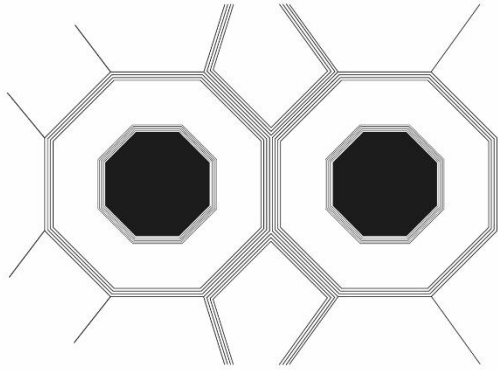
Guerrero o Héroe



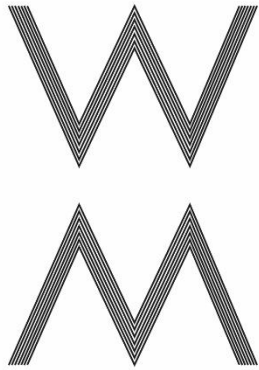
Guía

---

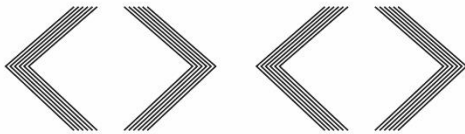




Tortuga o Charapa



Sapo

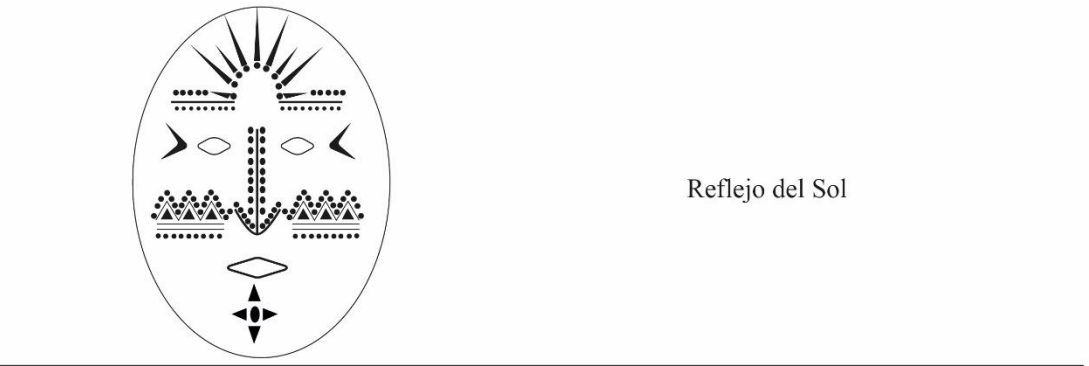


Lagarto



Boa

---



## 6.7 Concepto de la propuesta.

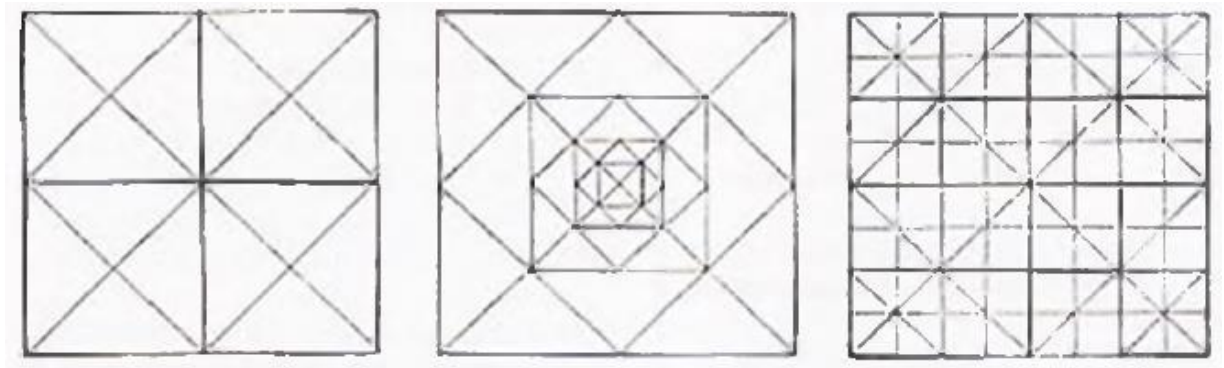
### 6.7.1 Metodología de Zadir Millar

Trazado Armónico de la Bipartición y Tripartición del Espacio. “El sistema de trazados armónicos andino parte de dos leyes formativas básicas correspondientes a la bipartición y tripartición de espacio.” (Milla, 2008)

Ley de bipartición armónica se forma en una alternancia de cuadrados y rombos a través de una sucesión en su interior, creando 3 tipos de mallas correspondientes.

#### Figura 25

##### *Mallas de Bipartición*

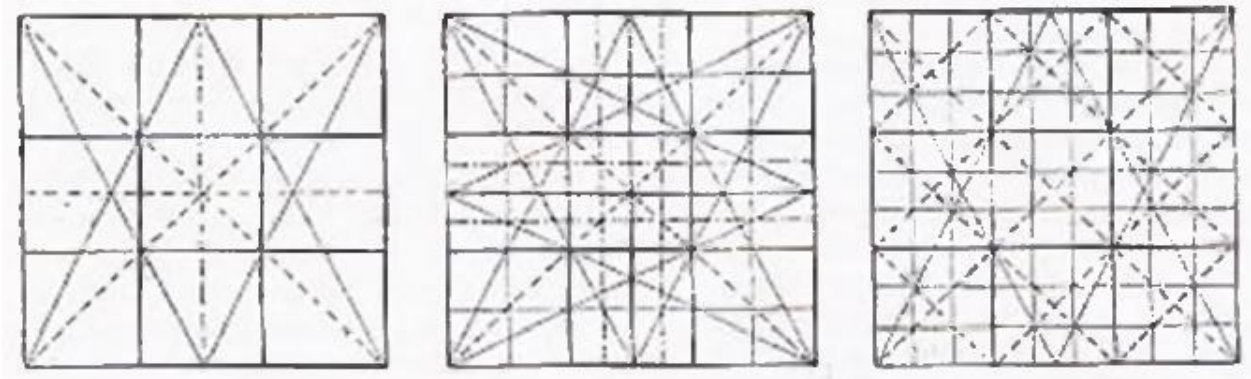


Fuente: (Milla, 2008)

Ley de tripartición armónica corresponde al resultante de diagonales de un cuadrado y rectángulo, formando mallas o cuadrículas representadas de 3 maneras.

**Figura 26**

*Mallas de Tripartición*



Nota: Imagen tomada de (Milla, 2008)

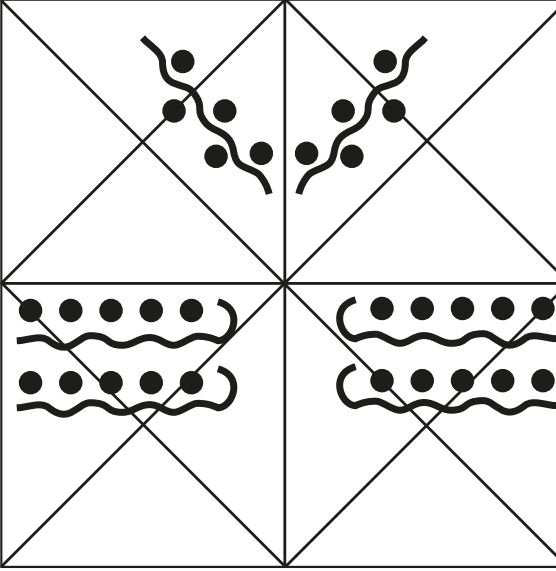
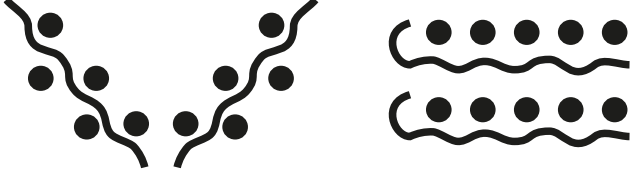

### **6.7.2 Aplicación de Metodologías**

Se escoge 6 signos gráficos corporales para la aplicación de las metodologías de Zadir Milla y el desarrollo del análisis. La selección se realiza debido a ser las representadas usualmente y con trazos que sean de fácil comprensión para el usuario.

6.7.3 Fichas de Trazado Armónico

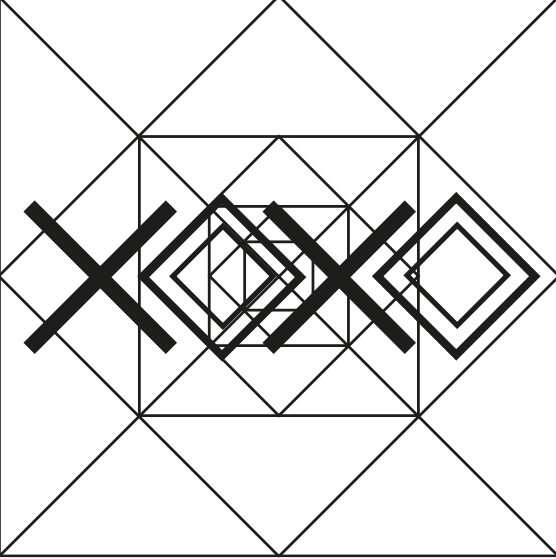
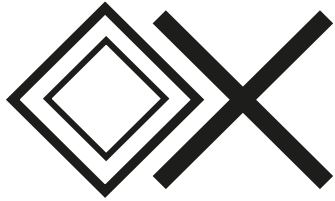
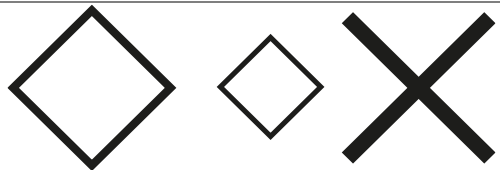
Tabla 27

Ficha Trazado Armónico 1: Tigre

Significado	Ley de Bipartición
<p>Signo gráfico corporal usado habitualmente en el rostro por habitantes quichuas y en algunas ocasiones por turistas. Cada línea del gráfico simboliza los bigotes del tigrillo de la selva amazónica junto con un patrón de puntos que simulan ser las manchas del animal. Se realiza la pintura en el rostro en representación del espíritu del tigre y respeto hacia la naturaleza, significa fortaleza y valentía para quienes los portan en su rostro. En algunas ocasiones se pintada a niños y niñas de la comunidad para que adquiriesen la fuerza y poder del tigre de la selva.</p>	
Tigre	
<b>Módulos Primarios</b>	
	
<b>Módulos Secundarios</b>	
	

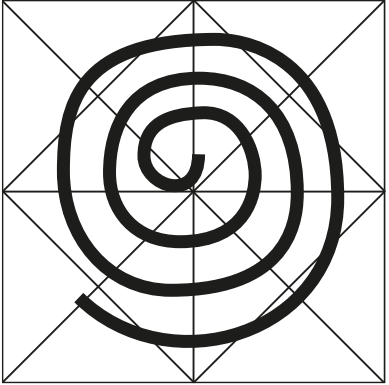
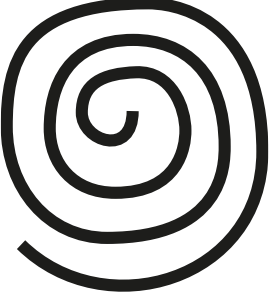

**Tabla 28**

*Ficha Trazado Armónico 2: Culebra X*

Significado	Ley de Tripartición
<p>El signo representa el espíritu de la serpiente x, animal que habita en la Amazonía ecuatoriana representa fortaleza y vitalidad.</p> <p>Los motivos gráficos es una pequeña abstracción de la piel de la serpiente. Son pintadas uno en cada pómulo del rostro.</p>	 <p style="text-align: center;">Culebra X</p>
Módulos Primarios	
	
Módulos Secundarios	
	

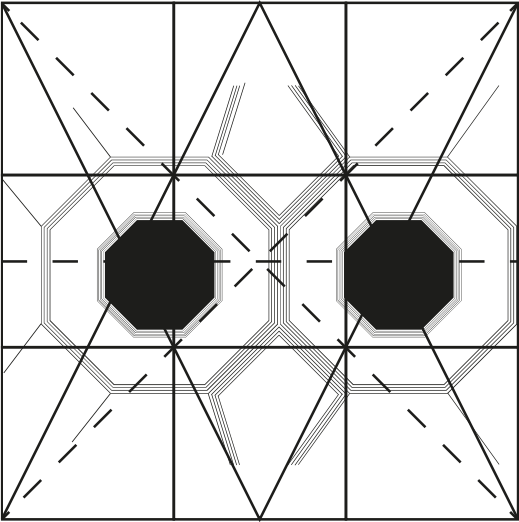
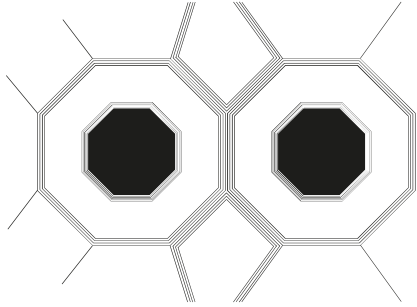
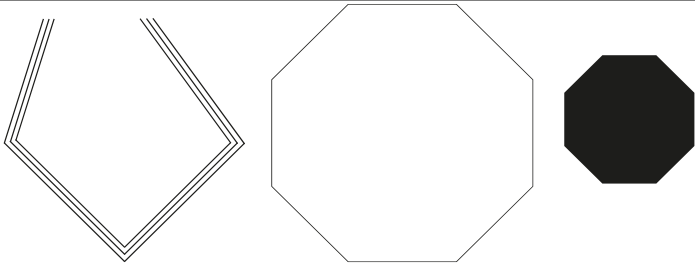
**Tabla 29**

*Ficha Trazado Armónico 3: Caracol*

Significado	Ley de Bipartición
<p data-bbox="310 443 743 743">Pintura corporal representada habitualmente en el rostro específicamente en cada pómullo. Representa comunidad como el espíritu del churo junto con su fortaleza.</p>	 <p data-bbox="1036 879 1247 911">Caracol o Churo</p>
<p>Módulos Primarios</p>	
	
<p>Módulos Secundarios</p>	
	

**Tabla 30**

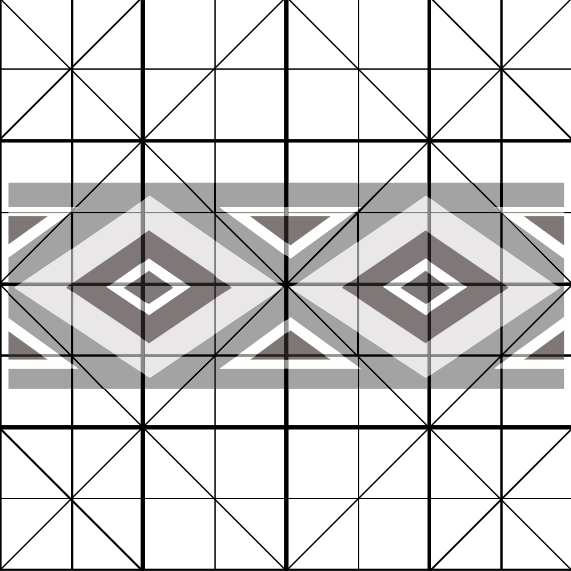
*Ficha Trazado Armónico 4: Tortuga*

Significado	Ley de Tripartición
<p>Tortuga o charapa para la cultura Kichwa es importante la naturaleza y sobre todo representarla. Simboliza el espíritu de la tortuga la longevidad, paciencia y belleza.</p> <p>Se representa en el rostro con colores rojo o negro.</p>	 <p>Tortuga o Charapa</p>
<b>Módulos Primarios</b>	
	
<b>Módulos Secundarios</b>	
	



**Tabla 31**

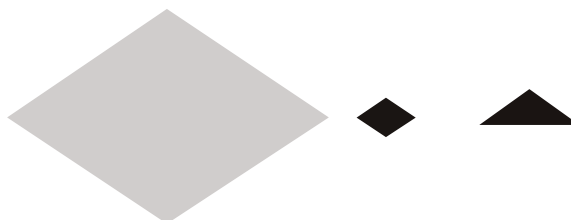
*Ficha Trazado Armónico 4: Boa*

Significado	Ley de Tripartición
<p>Signo gráfico pintado en el rostro con mayor simbolismo de los kichwas amazónicos.</p> <p>Representa el espíritu de la boa la naturaleza energía y vitalidad. La boa es el animal más poderoso es por eso que es temido, quien controla el agua y la tierra al igual que significa fertilización y vida. Es usado para protección y fuerza.</p>	
Boa o Amarun	

Módulos Primarios

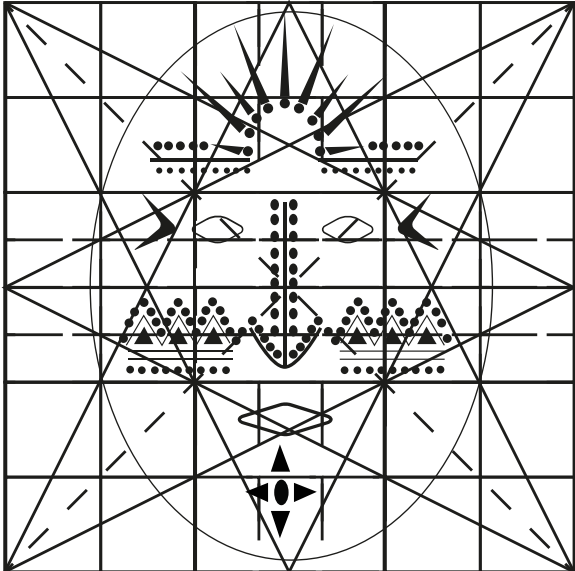
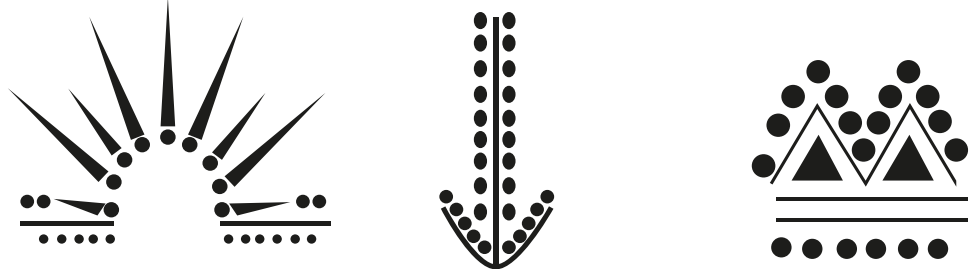



Módulos Secundarios



**Tabla 32**

*Ficha Iconográfico 3: Reflejo del Sol*

Significado	Ley de Bipartición
<p>Diseño utilizado en todo el rostro por personas quichuas como turistas símbolo de agradecimiento con la naturaleza y el Dios indie el sol representa el reflejo del Sol en las montañas ríos y caminos. El sol es quien controla el clima para lo agrícola y los seres que habitan en la tierra.</p>	 <p style="text-align: center;">Reflejo de Sol</p>
Módulos Primarios	
	
Módulos Secundarios	
	

## 6.8 Elementos del diseño

En el proyecto se aplican elementos de diseño enlistados como fundamentos de diseño básicos por Wucius Wong. “Los elementos están muy relacionados entre sí y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general. Reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño ” (Wong, 1995). Se utilizo los elementos de diseño que permite generar módulos compositivos junto con las figuras primarias y secundarias obtenidas por la metodología de Zadir Milla.

Se hace el uso de los elementos conceptuales como lo son el punto, línea, plano y volumen, no se encuentran visibles específicamente, pero están presentes en cada diseño; elementos visuales prominente en el diseño aportando características de identificación (forma, medida, color, color, textura); elementos de relación donde gobierna la interrelación de formas en el diseño, las mismas que al encontrarse crean resultados diferentes (distanciamiento, toque, superposición, penetración, unión, sustracción, intersección, coincidencia) (Wong, 1995)

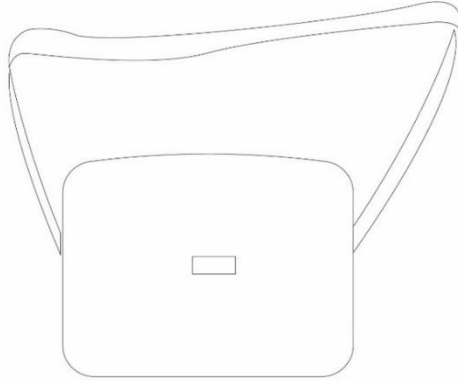
Cabe recalcar que utilizan elementos como la repetición, la gradación ascendente, radiación entre otros. Todos estos fundamentos mencionados son parte del diseño Bi-Dimensional y algunos de los elementos han sido usados en la colección.

### 6.8.1 *Siluetas*

*Shoulder Bag* o Bandolera: La característica principal de esta cartera es que tiene una correa lateral larga que nos permite llevarla en el hombro o de manera cruzada, da la posibilidad de tener las manos totalmente despejadas a la hora de querer realizar algo. Su tamaño suele ser medio y es versátil gracias a su diseño funcional y moderno. (Bolsoadictos, s.f.)

## Figura 27

*Tipo de cartera: Bandolera*



Bolso Tote: Su forma es similar a la del bolso *shopper*, pero a manera de trapecio. Su tamaño es grande, pues permite guardar o llevar más cosas en su interior

## Figura 28

*Tipo de Bolso: Tote*



### **6.8.2 Proporción y línea**

En los productos finales en cada bolso o cartera se usan líneas básicas es decir horizontales o verticales así también como geométricas (Longitud y ancho) y orgánicas ( líneas curvas aportando fluidez) cada uno aporta a un equilibrio visual, encontradas en la mayoría de detalles como en la silueta, costuras y piezas de cada accesorio.

La proporción “relación del tamaño de los objetos con la composición final” (Llasera, 2020) Los bolsos y carteras sobre un cuerpo, es decir la manera en que esta se adapta al cuerpo y que tanto beneficia su uso; se pueden adaptar fácilmente a cualquier tipo de cuerpo debido a sus siluetas geométricas que aportan dinamismo y versatilidad.

### **6.8.3 Función**

“La mayoría de los bolsos están formados, básicamente por pieza de cuero o telas cosidas entre sí, con fornituras o elementos añadidos que los convierten en un accesorio funcional” (Lau, 2013, pág. 2)

En el presente proyecto se realiza una colección de bolsos y carteras que aparte de ser estéticos y versátiles, poseen funcionalidad externa como su asa larga o sus asas cortas que permiten comodidad y confort al momento de su uso, en cuanto a la función interna cada accesorio presenta bolsillos que permitirán guardar objetos necesarios para el usuario, su forro es desmontable que permite ser sacado para su limpieza. Pero sobre todo no pierden su función principal que es el de transportar objetos de un lugar a otro.

### **6.8.4 Detalles**

- Como detalle principal que poseen las propuestas de bolsos y cartera es el uso de semillas locales como la anamora para la creación de los módulos de signos gráficos corporales en cada accesorio.
- Las asas cortas de cada producto son elaboradas de la misma manera con la fibra base y central.
- Se usa textiles que nos permita mantener la línea natural y eco.
- Las asas largas de las carteras son en cuerina y solamente vienen como un anexo.

- Cada propuesta tiene su forro y bolsillos internos
- El forro presenta un fruncido superior que le da un toque más elegante con el fin de que aporte más espacio al bolso o cartera

### **6.8.5 Estilo**

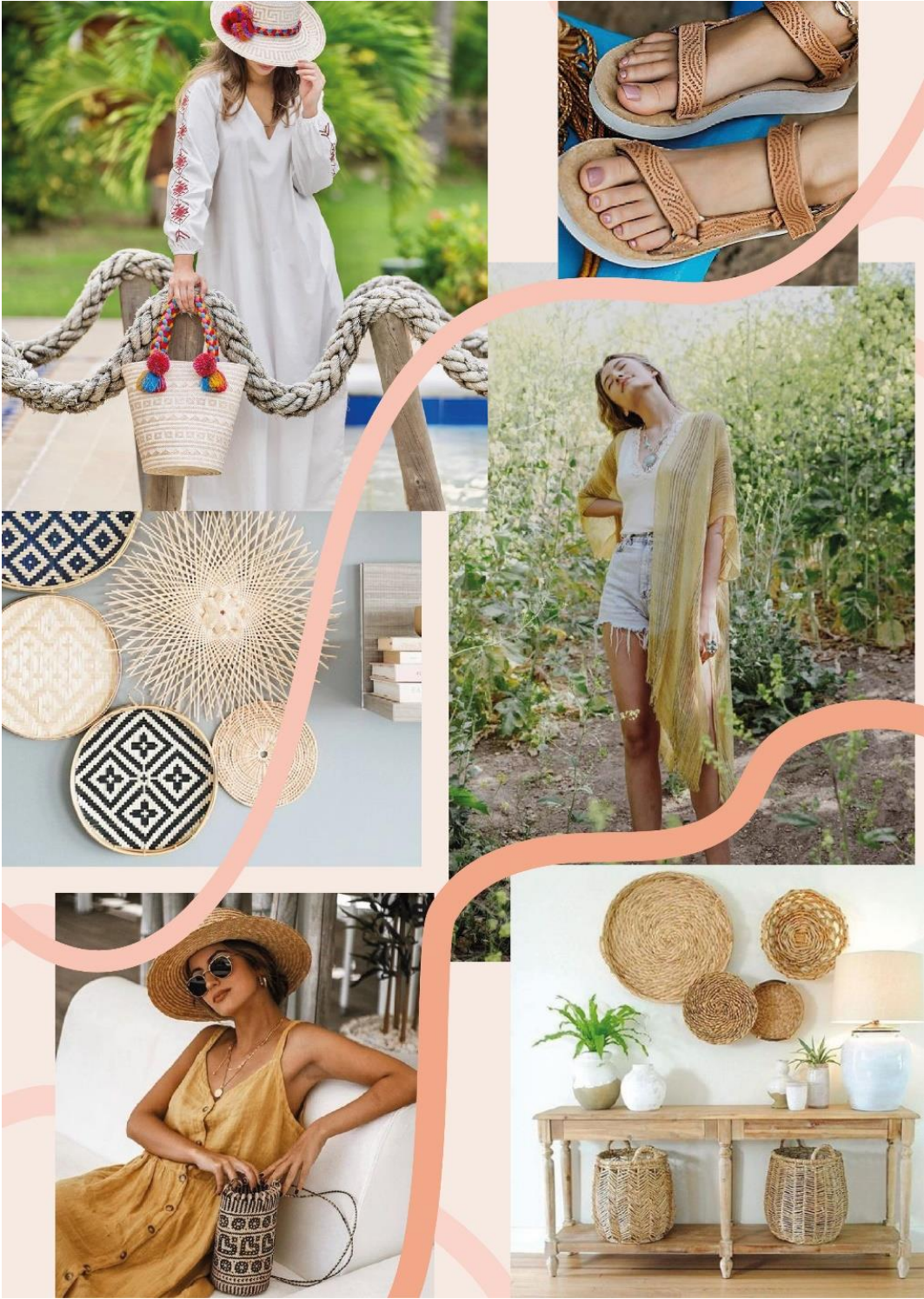
#### *Boho Chic*

Este estilo es la unión entre lo romántico, boho y un poco del hippie. Existen características que lo hacen único y diferente, los colores usados son tonos terrosos junto con neutros como el blanco y negro. La silueta por lo general es una combinación entre lo holgado y prendas ajustadas al cuerpo, que nos permita realizar diferentes actividades de manera relajada. Trata siempre de llevar consigo tejidos naturales, estampados que al ser mezclados brinden comodidad y elegancia. Por lo general tiene preferencia por los detalles, estampados y adornos étnicos.

Se lo mencionada como nuevo clásico para las mujeres que les gusta sentirse libres de nuevas tendencias moda o simplemente que les gusta vestirse a su manera, combinando prendas que le permitan sentirse cómoda y sofisticada. Le gusta adquirir productos que presenten influencias culturales. (Prado, 2021)

Figura 29

Moodboard Boho Chic



### 6.8.6 Estampados, bordados y acabados, terminados

Cada bolso o cartera tiene detalle externo de placa con la marca de la misma manera que poseen forro interno que es desmontable y bolsillo interno, lo que permitirá que se pueda lavar con facilidad de la misma manera posee un pequeño fruncido en la parte superior del forro a modo de oclusión.

Al hablar de la parte exterior , se realiza la aplicación de los signos gráficos corporales a manera de módulos, mediante la técnica de bordado con semillas de la localidad del color escogido en las propuestas. Cada semilla es insertada de una en una hasta que tome forma. Existen partes los productos como las asas largas ajustables que son usados en otro tipo de bases no textiles como piel sintética , es decir la cuerina que permitirá tener mayor vida útil, de la misma manera se utiliza otra fibra natural “*pita*” para el asa de uno de los bolsos.

El bolso o cartera tiene uniones o pequeños terminados que son realizados con la misma fibra de paja toquilla de manera cien por ciento artesanal.

## 6.9 Materiales e insumos.

**Tabla 33**

*Ficha Textiles.*

<b>Textil</b>	<b>Características</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Observación</b>
<b>Charmouse</b>	Tejido plano usado por lo general para forro, cortinas, almohadas, entre otros. Composición: Poliéster 97%. Spandex 3% Ancho 1,50m	Valentina	Usada en el forro interno con corrugado superior para la cartera y bolso
<b>Cuerina</b>	Piel sintética, usualmente usada para tapicería. 100% Poliéster Ancho: 1.38m	Yolanda Salazar	Se aplica en las asas largas de las carteras
<b>Tela Negra</b>	Tejido plano usado por lo general para forro. Composición: 100% Poliéster	Yolanda Salazar	Se aplica como forro para la tapa de una cartera



**Tabla 34***Ficha insumos o avíos*

<b>Insumo</b>	<b>Características</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Observación</b>
<b>Semillas de anamora</b>	Uso para formar los módulos seleccionados en cada diseño	Feria artesanal	Color rojo, de tamaño pequeño y grande
<b>Hilos</b>	Poliéster, de usa para el bordado de cada semilla y coser el forro		Color beige, rojo o negro
<b>Aguja</b>	Ideal para el bordado e hilvanado		Un paño
<b>Mosquetones</b>	Se usa para poner en las asas largas y sostenerlas a cada cartera	Comercial CM	Un par para cada asa de 2 cm metálica color dorado
<b>Deslizadores</b>	Se usa para poner en las asas largas y sostenerlas a cada cartera	Comercial CM	Uno para cada asa, metálica color dorado
<b>Cierre</b>	Está presente en el forro de cada cartera o bolso, esto permitirá que se pueda retirar para su lavado	Comercial CM	Seis para cada forro hembra y macho
<b>Argollas</b>	Se usa para poner en las asas largas y sostenerlas a cada cartera o bolso	Comercial CM	Un par para cada bolso o cartera, metálica color dorado
<b>Remaches</b>	Para sostener la porta asas a la base de la cartera	Comercial CM	Un par para cada cartera es decir 1 para cada porta asa, metálica color dorado
<b>Cola de rata</b>	Nos permite crear el fruncido en los forros que al mismo tiempo es una forma de oclusión		Color beige
<b>Porta Asa</b>	Nos permite colgar las argollas y a posterior los mosquetones para colgar	Comercial CM	Un par para cada cartera, metálica color dorado
<b>Broche imán</b>	Permite cerrar alguno de los bolsos	Comercial CM	Uno o dos pares para bolso
<b>Marquilla externa</b>	Marquilla pequeña a modo de detalle con la marca	Ei Crea Agencia de diseño	Uno para cada propuesta

**Tabla 35***Ficha de Insumos de Packaging*

<b>Insumo</b>	<b>Características</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Observación</b>
<b>Bolsas</b>	Medias de 40cm de alto por 30cm de ancho para los bolsos. Para carteras: 25cm por 25cm.	Ei Crea Agencia de diseño	No textil Cambrella
<b>Etiqueta Colgante</b>	En esta etiqueta ira información sobre la inspiración de módulo de cada cartera o bolso	Ei Crea Agencia de diseño	Cartón Aglomerado
<b>Llavero</b>	Permite hace marketing de la marca	Ei Crea Agencia de diseño	Acrílico Grabado
<b>Papel Craft</b>	Servirá a manera de empaque	Ei Crea Agencia de diseño	Papel con impresión de marca
<b>Stickers</b>	Módulo de los signos gráficos corporales y significado	Ei Crea Agencia de diseño	Papel sticker

## 6.10 Sketch o bocetos

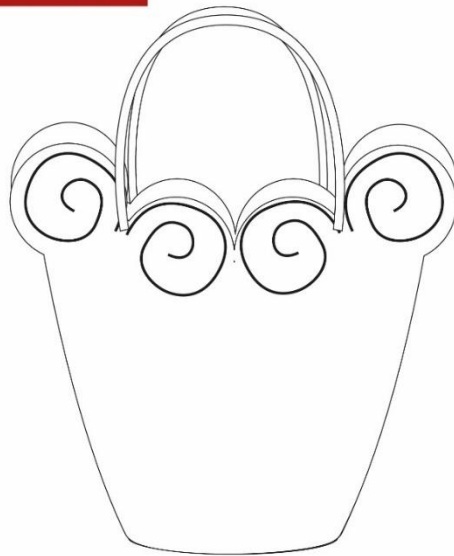
### 6.10.1 Diseños Planos por Referencia

#### Figura 30

##### *Diseño Plano De Bolsos 1*

Bolsos Ref: LisanB001

Colección: Lakta



Bolsos Ref: LisanB002

Colección: Lakta

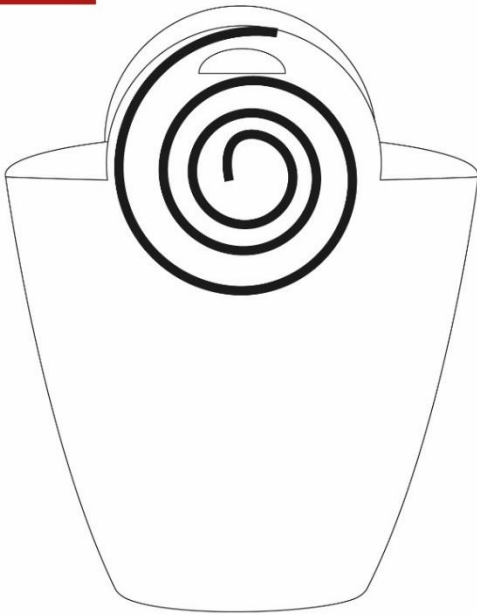


**Figura 31**

*Diseño Plano De Bolsos 2*

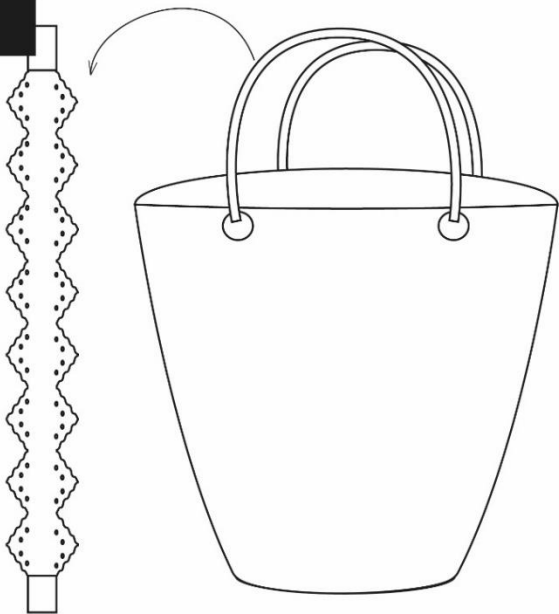
**Bolsos** Ref: LisanB003

Colección: Llakta



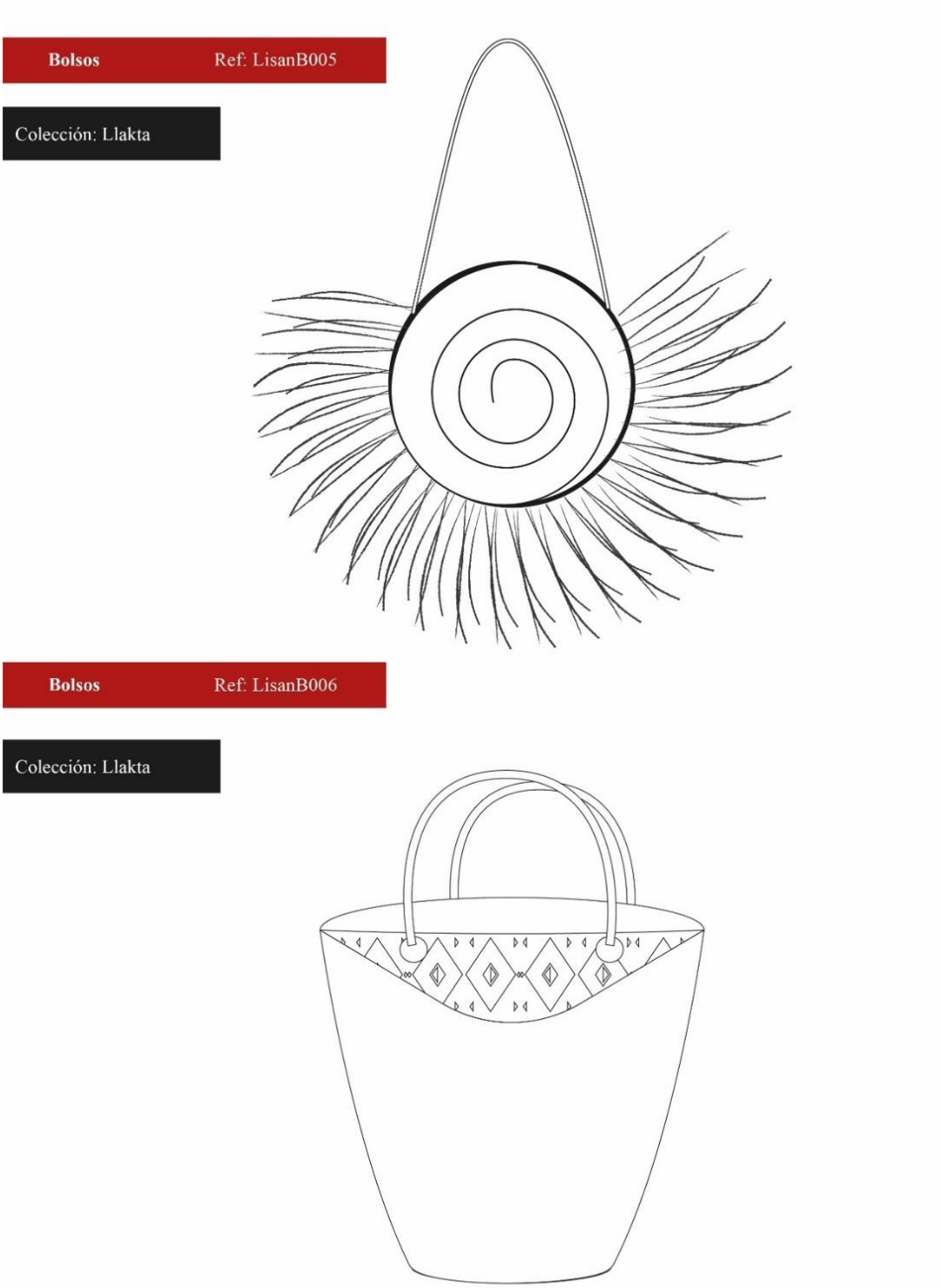
**Bolsos** Ref: LisanB004

Colección: Llakta



**Figura 32**

*Diseño Plano De Bolsos 3*

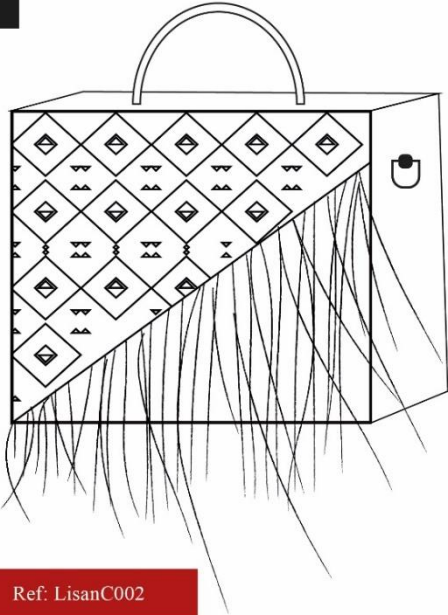


**Figura 33**

*Diseño Plano De Carteras 1*

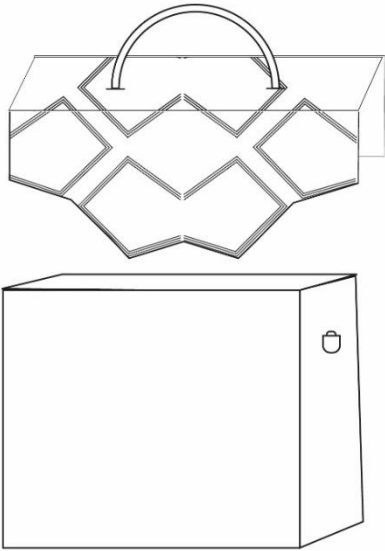
**Carteras** Ref: LisanC001

Colección: Llakta



**Carteras** Ref: LisanC002

Colección: Llakta

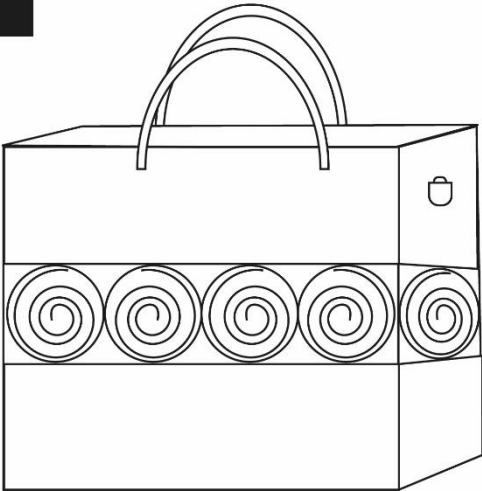


**Figura 34**

*Diseño Plano De Carteras 2*

**Carteras** Ref: LisanC003

Colección: Llakta



**Carteras** Ref: LisanC004

Colección: Llakta

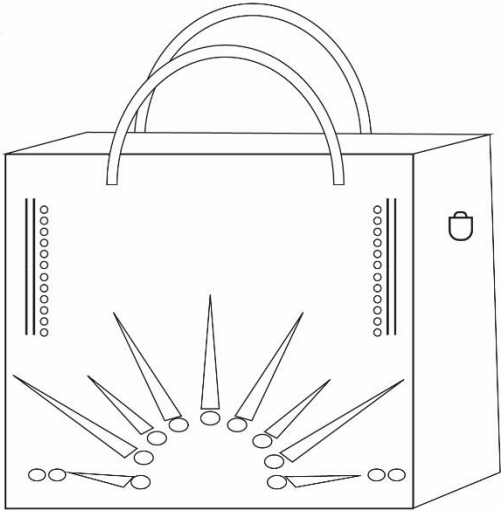


**Figura 35**

*Diseño Plano De Carteras 3*

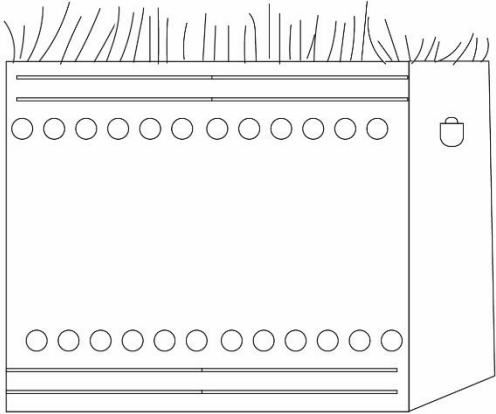
**Carteras** Ref: LisanC005

Colección: Llakta



**Carteras** Ref: LisanC006

Colección: Llakta





### 6.10.2 Materiales E Insumos, Usos Y Cuidados Para La Propuesta

**Tabla 36**

#### *Usos y Cuidados de Textiles*

<b>Textil</b>	<b>Uso</b>	<b>Cuidado</b>
<b>Charmouse</b>	Tejido plano usada en el forro interno con corrugado superior para la cartera y bolso Composición: Poliéster 97%. Spandex 3%	Solo lavado a mano Secado bajo sombra No secadora a temperatura alta No blanqueador
<b>Cuerina</b>	Se aplica en las asas largas de las carteras. 100% Poliéster	Limpieza con un paño sin generar mucha presión
<b>Tela Negra</b>	Tejido plano usado por lo general para forro, se aplica para la tapa de una cartera. Composición: 100% Poliéster	Limpieza con un paño semi húmedo sin generar mucha presión

**Tabla 37**

#### *Usos y Cuidados de Insumos*

<b>Insumo</b>	<b>Uso</b>	<b>Cuidado</b>
<b>Semillas de anamora</b>	Se usa por su color rojo y para formar los módulos seleccionados en cada diseño	Mantener en un lugar fresco y seco Guardar con gel de sílice para absorber la humedad
<b>Hilos</b>	Poliéster, de usa para el bordado de cada semilla y coser el forro.	Mantener con la funda de comprado permitirá mantener el lubricante y tenga más tiempo de vida.
<b>Aguja</b>	Ideal para el bordado e hilvanado	Mantener en su estuche para evitar la pérdida y oxido
<b>Mosquetones</b>	Se usa para poner en las asas largas y sostenerlas a cada cartera	Evitar el contacto con perfumes.
<b>Deslizadores</b>	Se usa para poner en las asas largas y sostenerlas a cada cartera	Evitar el contacto con perfumes o cremas
<b>Cierre</b>	Están presente en el forro de cada cartera o bolso, esto permitirá que se pueda retirar para su lavado y mantener junto a la base de la cartera	Evitar contacto con perfumes Evitar la secadora, pues puede zafarse

<b>Argollas</b>	Se usa para poner en las asas largas y sostenerlas a cada cartera o bolso	Evitar el contacto con perfumes o cremas
<b>Remaches</b>	Para sostener la porta asas a la base de la cartera	Evitar el contacto con perfumes o cremas
<b>Cola de rata</b>	Nos permite crear el fruncido en los forros que al mismo tiempo es una forma de oclusión	Evitar las máquinas de lavado y secado pues puede tener a salirse del lugar. Evitar cloro Evitar temperaturas altas
<b>Porta Asa</b>	Nos permite colgar las argollas y a posterior los mosquetones para colgar	Evitar el contacto con perfumes o cremas Guardar con gel de sílice para absorber la humedad y se oxide
<b>Broche imán</b>	Permite cerrar alguno de los bolsos	Evitar el contacto con perfumes o cremas Guardar con gel de sílice para absorber la humedad y se oxide
<b>Marquilla externa</b>	Marquilla pequeña a modo de detalle con la marca	Evitar el contacto con perfumes o líquidos

### 6.10.3 Ilustraciones

#### Figura 36

*Ilustraciones de Colección Ayllu*

LLAKTA


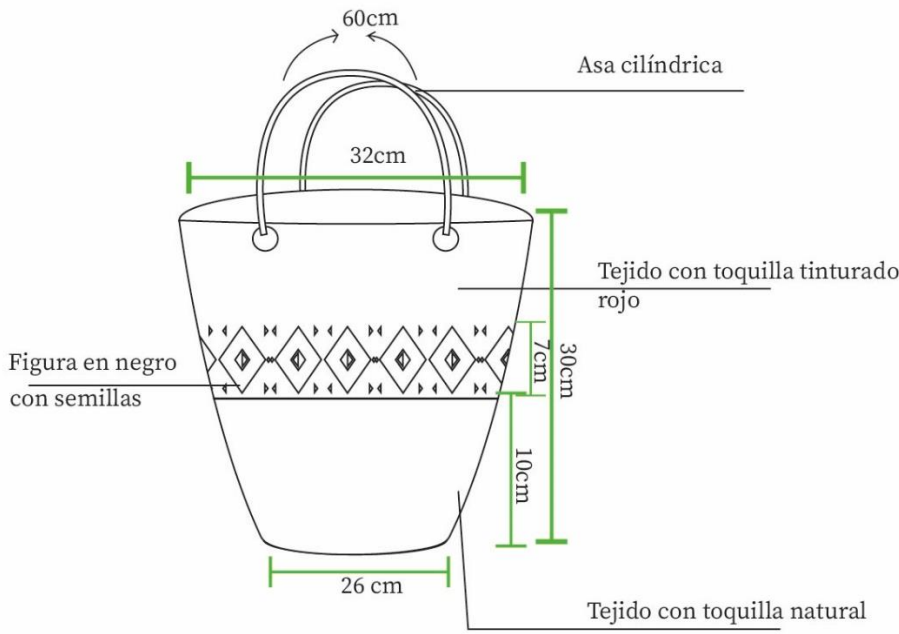


*Ledy*  
DESIGNER

## 6.11 Fichas técnicas


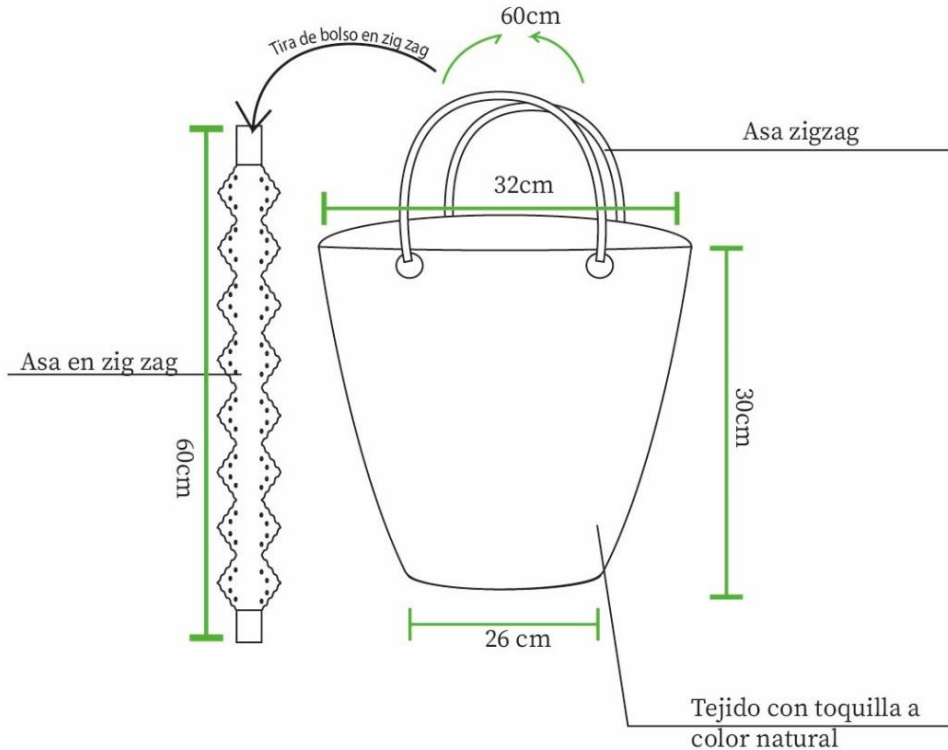
Figura 37

Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO		Nº 1
	Código: LisanB002	Tipo: Bolso
	Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de trapecio invertido, bicolor, con forro interno regulable. Asa cilíndrica, detalles centrales con módulos
	Línea: Accesorios	
	Temporada: Atemporal	
		
Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados	

**Figura 38**

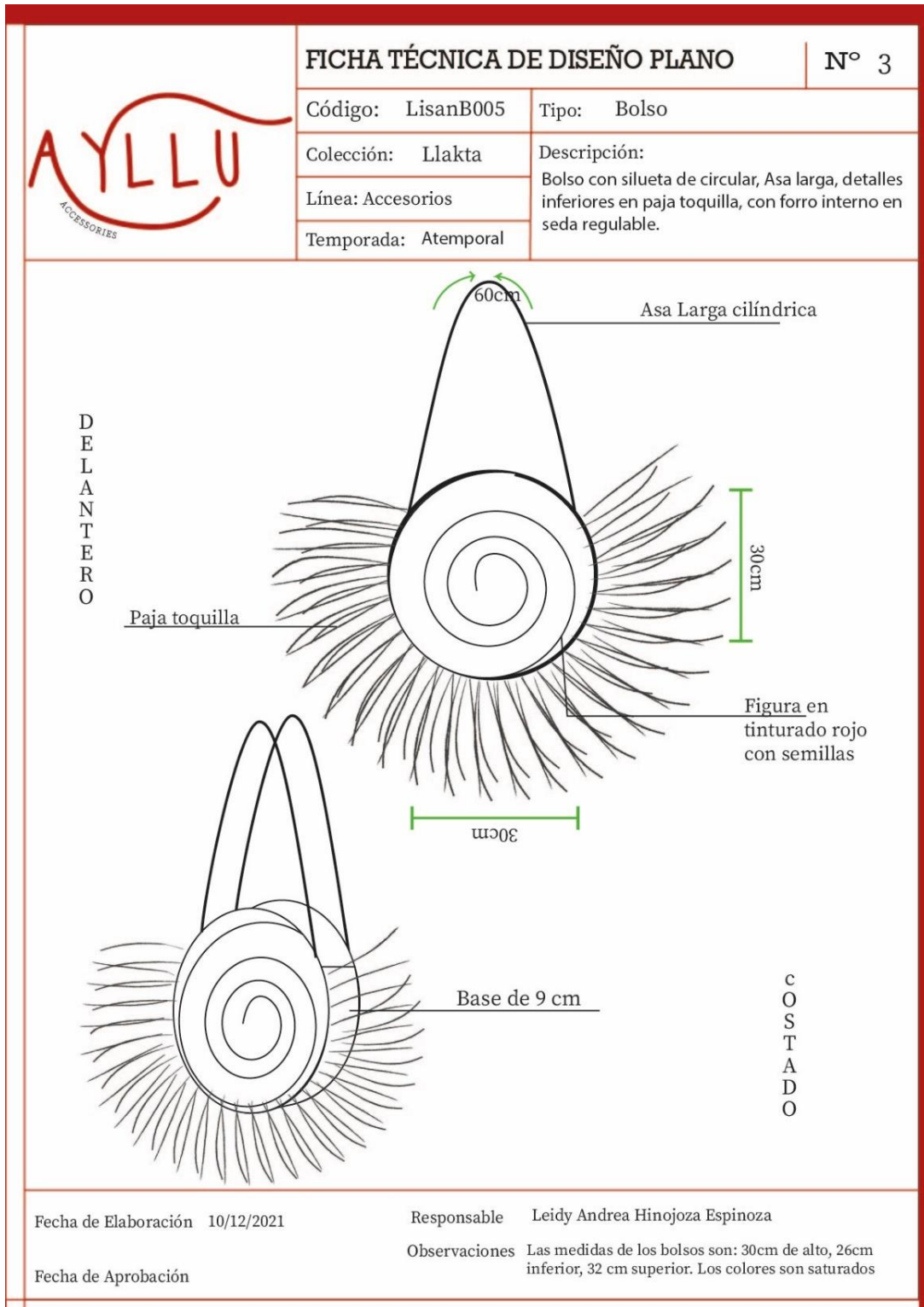
*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO		N° 2
	Código: LisanB004	Tipo: Bolso
	Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de trapecio invertido, detalles en asa de zig zag, forro interno en seda regulable.
	Línea: Accesorios	
	Temporada: Atemporal	
		
Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados	




**Figura 39**

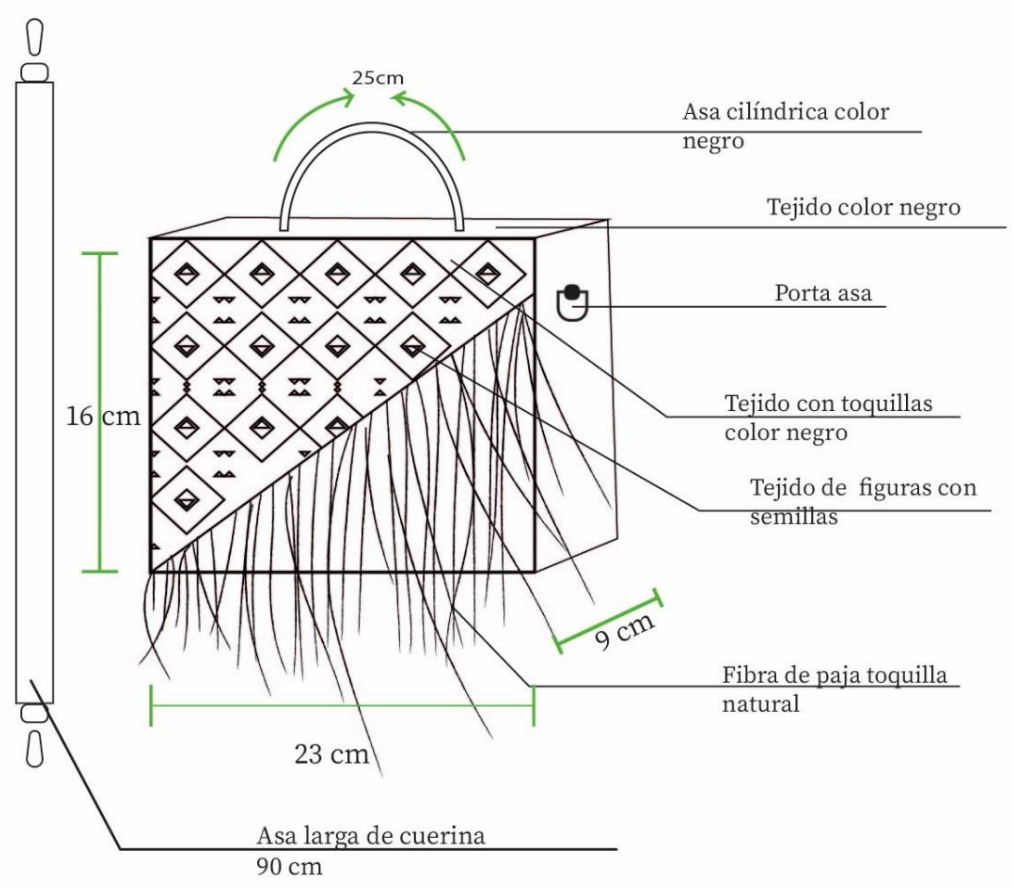
*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*



**Figura 40**

*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*

	<b>FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO</b>		<b>N° 4</b>
	Código: LisanC001	Tipo: Carteras	
	Colección: Llakta	Descripción: Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de hilachas elanteras en tapa junto son semillas color rojo. Con forro interno regulable	
	Línea: Accesorios		
Temporada: Atemporal			

25cm

16 cm

23 cm

9 cm

90 cm

Asa cilíndrica color negro

Tejido color negro

Porta asa

Tejido con toquillas color negro

Tejido de figuras con semillas

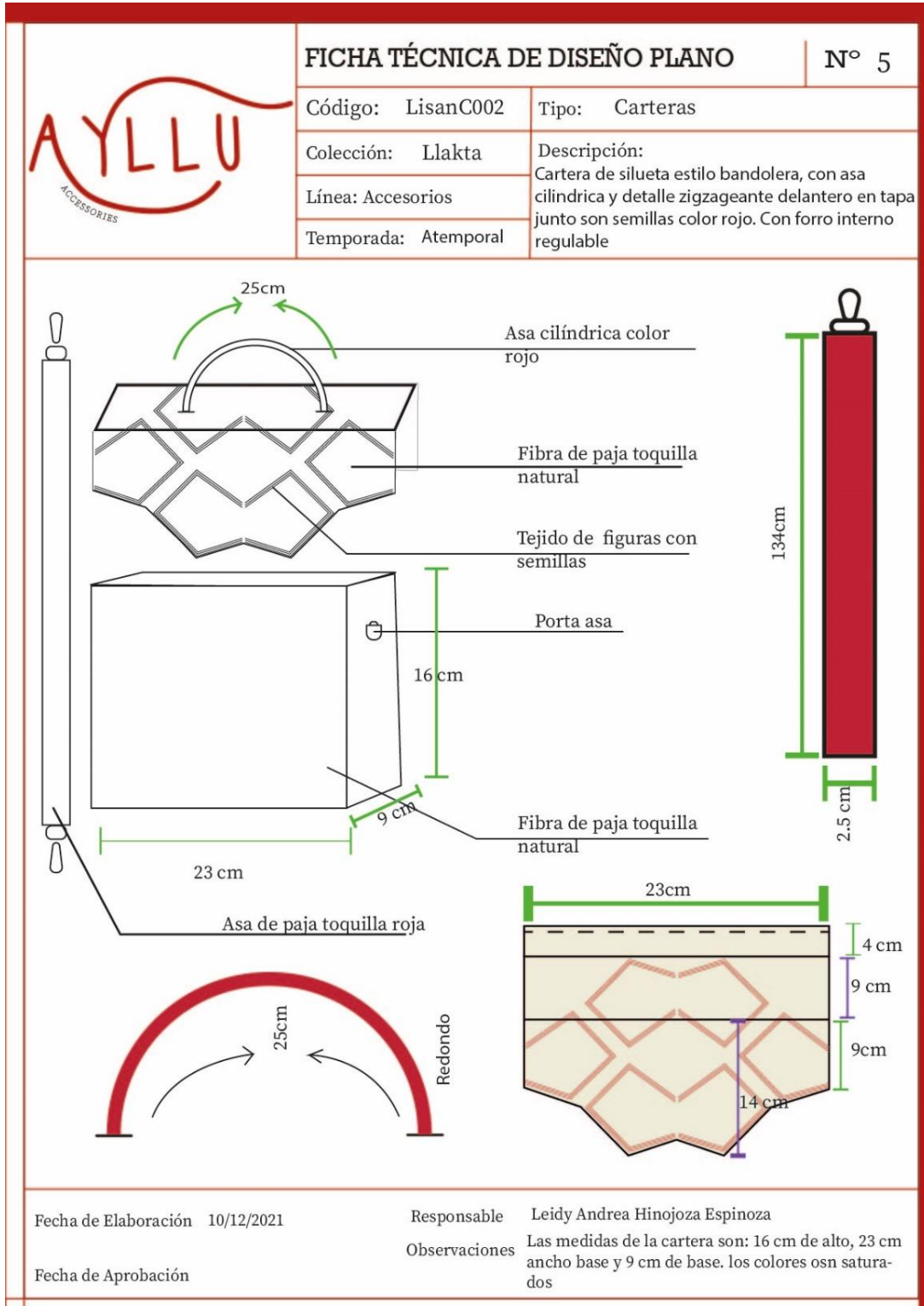
Fibra de paja toquilla natural

Asa larga de cuerina 90 cm

Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. los colores osn saturados

**Figura 41**

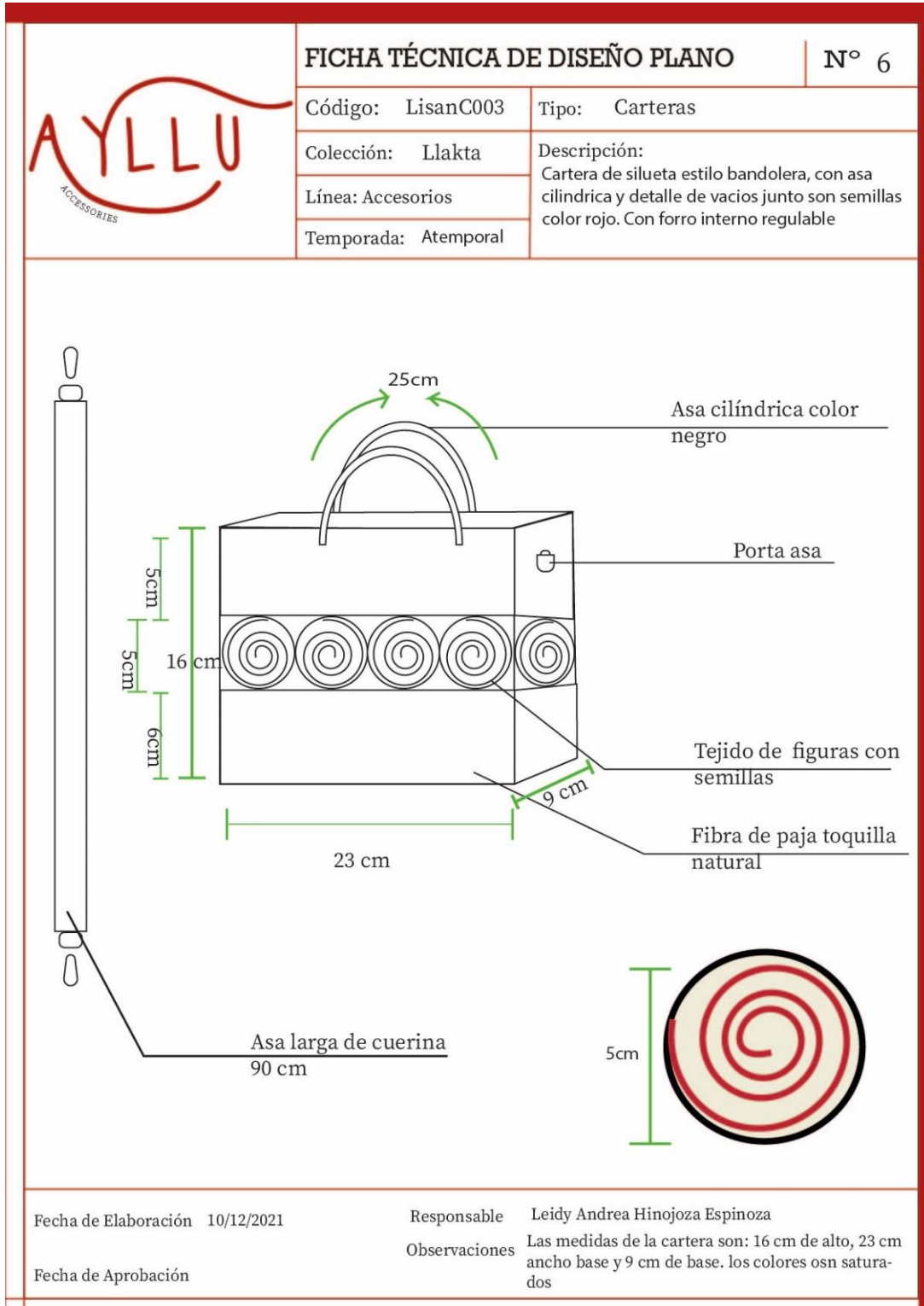
*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*





**Figura 42**

*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*



Fecha de Elaboración 10/12/2021


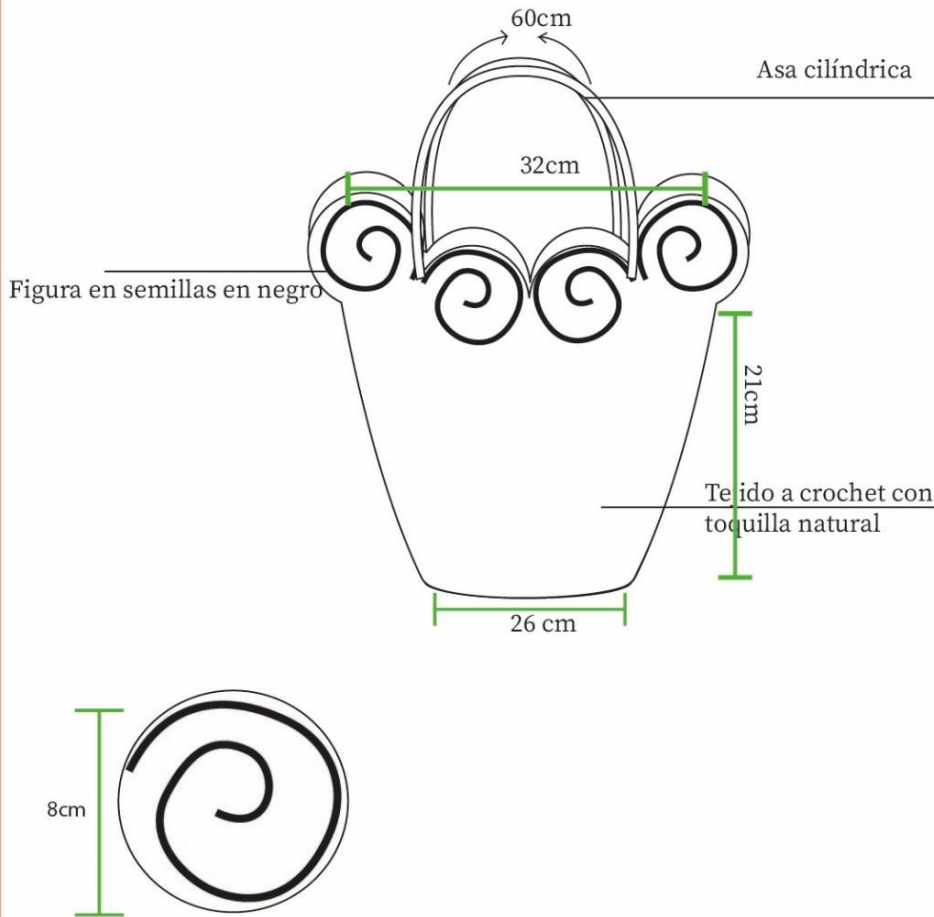
Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza

Observaciones Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. los colores osn saturados

Fecha de Aprobación


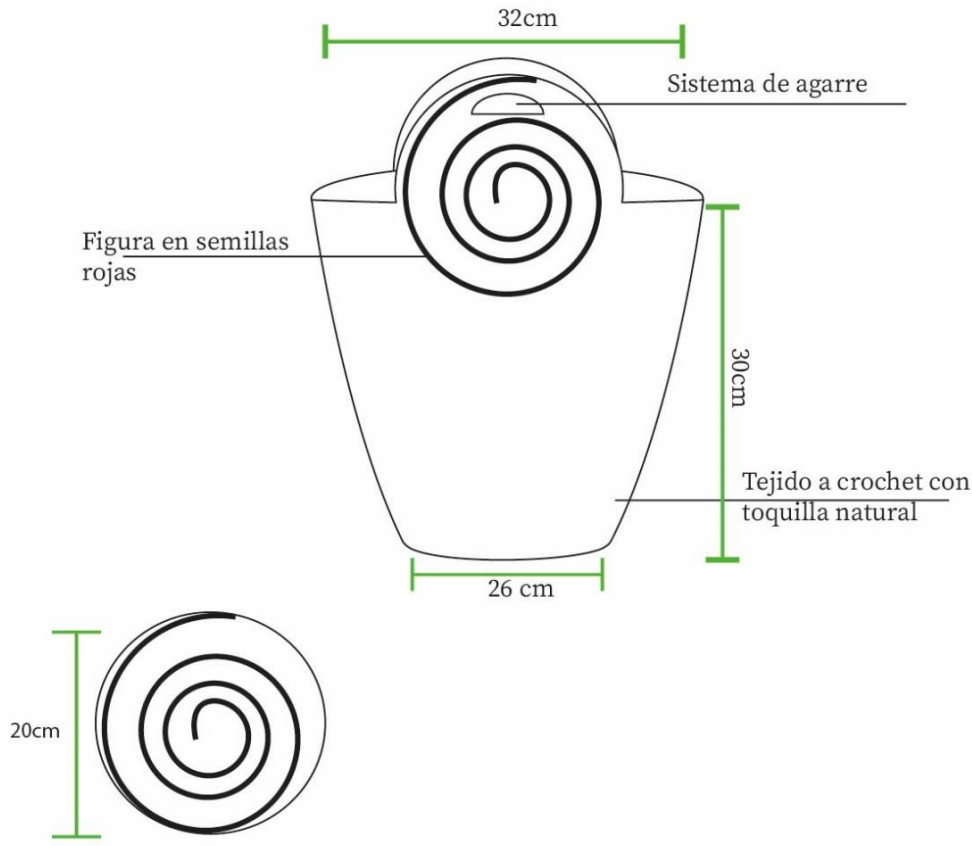
**Figura 43**

*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO		Nº 7
	Código: LisanB001	Tipo: Bolso
	Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de trapecio invertido, detalles superiores semicirculares, con forro interno en seda regulable. Asa cilíndrica
	Línea: Accesorios	
	Temporada: Atemporal	
		
Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados	


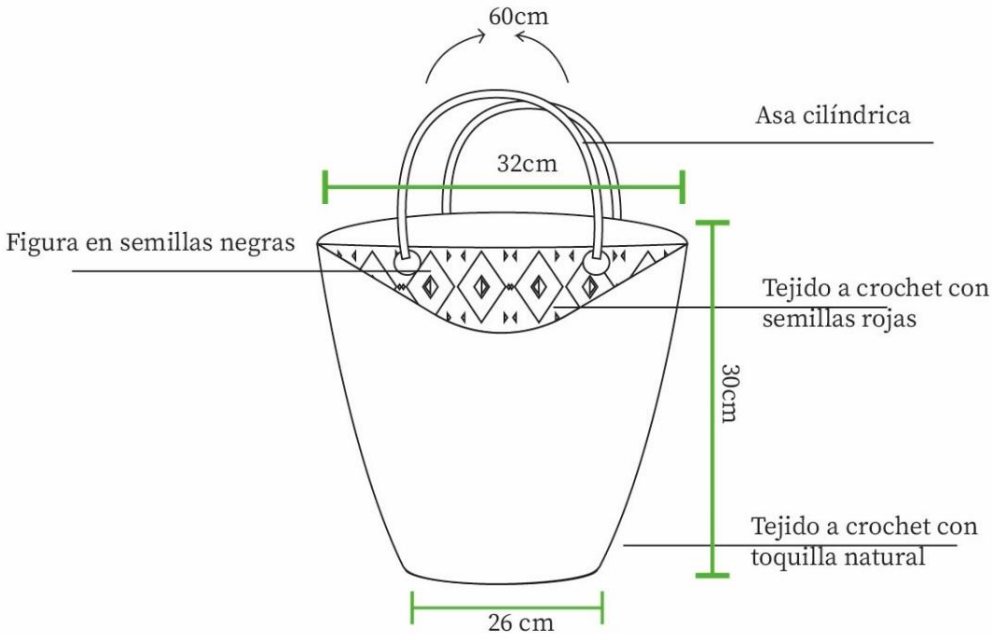
**Figura 44**

*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO		N° 8
	Código: LisanB003	Tipo: Bolso
	Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de trapecio invertido, agarre redondo, con forro interno regulable, detalle de figura en rojo.
	Línea: Accesorios	
	Temporada: Atemporal	
		
Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados	

**Figura 45**

*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO		Nº 9
	Código: LisanB006	Tipo: Bolso
	Colección: Llakta	Descripción:
	Línea: Accesorios	Bolso con silueta de trapecio invertido, detalles superiores en rojo y módulos, forro interno en seda regulable. Asa cilíndrica
	Temporada: Atemporal	
		
Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados	

**Figura 46**

*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*


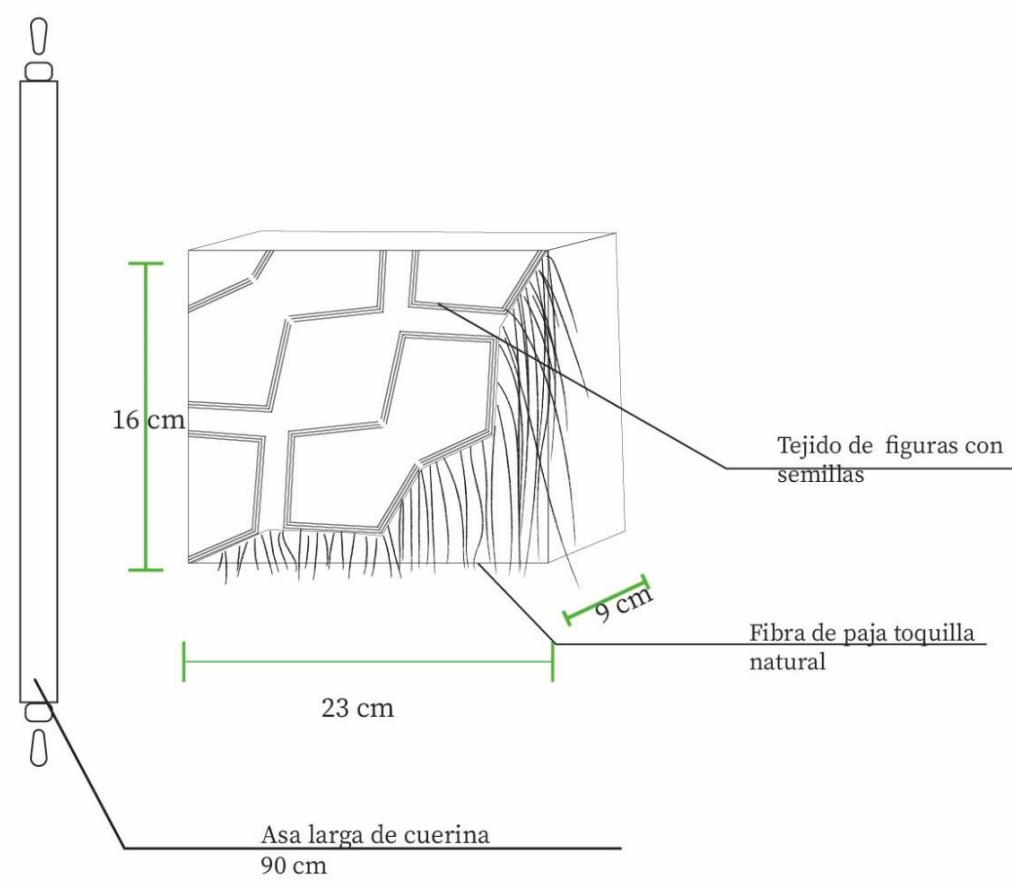

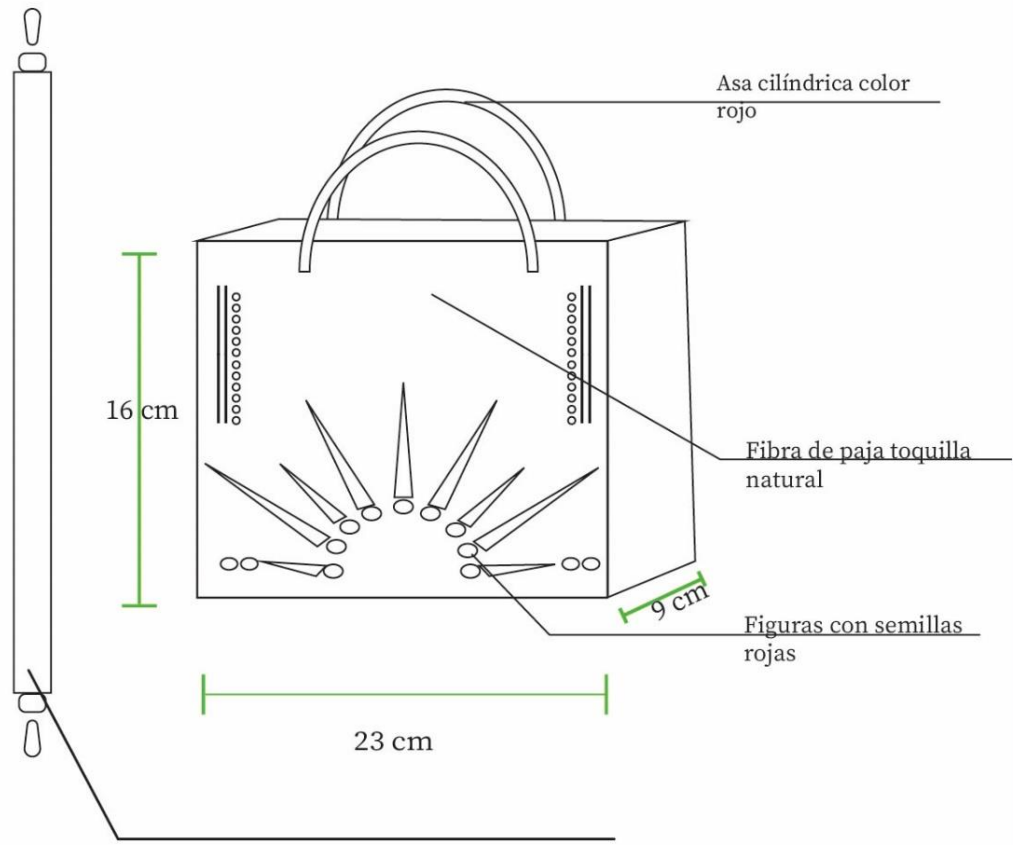
	<b>FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO</b>		N° 10
	Código: LisanC004	Tipo: Carteras	
	Colección: Llakta	Descripción:	
	Línea: Accesorios	Cartera de silueta estilo bandolera, con detalle de hilachas delanteras en tapa junto son semillas color rojo. Con forro interno regulable	
Temporada: Atemporal			
			
Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. los colores osn saturados	

Figura 47

Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras

	<b>FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO</b>		<b>N° 11</b>
	Código: LisanC005	Tipo: Carteras	
	Colección: Llakta	Descripción: Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle delantero en tapa junto con semillas color rojo. Con forro interno regulable	
	Línea: Accesorios		
Temporada: Atemporal			

Asa cilíndrica color rojo

16 cm

23 cm

9 cm


Fibra de paja toquilla natural

Figuras con semillas rojas

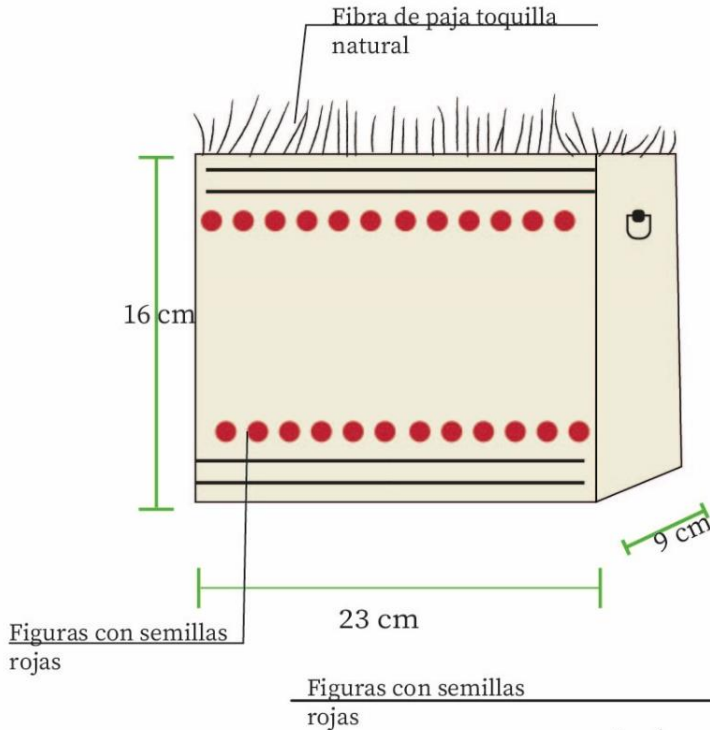
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. los colores osn saturados

**Figura 48**

*Ficha de Diseño Plano Bolsos y Carteras*

	<b>FICHA TÉCNICA DE DISEÑO PLANO</b>		<b>N° 12</b>
	Código: LisanC006	Tipo: Carteras	
	Colección: Llakta	Descripción: Cartera de silueta estilo bandolera, con detalle en semillas rojas, asa colgante de diseño. Con forro interno regulable	
	Línea: Accesorios		
	Temporada: Atemporal		



Fibra de paja toquilla natural


16 cm

23 cm

9 cm

Figuras con semillas rojas

Figuras con semillas rojas




Asa larga de paja toquilla 90 cm

Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. los colores osn saturados



**Figura 49**

*Ficha de Patronaje Materializados*

<b>FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE</b>			N° 1
	Código: LisanC003	Tipo: Carteras	
	Colección: Llakta	Descripción:	
	Línea: Accesorios	Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de vacíos junto son semillas color rojo. Con forro interno regulable	
	Temporada: Atemporal		

65cm 1cm

LisanC003F  
T: Base 1.5cm  
1xT 1/2  
Tela Forro 1.5cm  
1:5  
Corrugado Superior

1cm

9cm 1cm

LisanC003F  
T: Base  
2xT  
Tela Forro 3:5  
Costados

1cm

23cm 1cm

LisanC003F  
T: Base  
2xT  
Tela Forro 2:5  
Cuerpo

1cm

23cm 1cm

LisanC003F Tela Forro  
T: Base 4:5  
1xT Base

1cm

1cm

LisanC003F  
T: Base 8cm  
1xT  
Tela Forro 7cm  
Botillo


1cm

LisanC003F  
T: Base  
1xT  
Cuerina Negra  
5:5  
Tirante

90cm
3CM

N.	Referencia	Tela	Cantidad	Piezas en Corte  
1	LisanC003F	Liencillo	1	
2	LisanC003F	Liencillo	2	
3	LisanC003F	Liencillo	2	
4	LisanC003F	Liencillo	1	
5	LisanC003F	Cuerina	1	
6	LisanC003F	Liencillo	1	


  

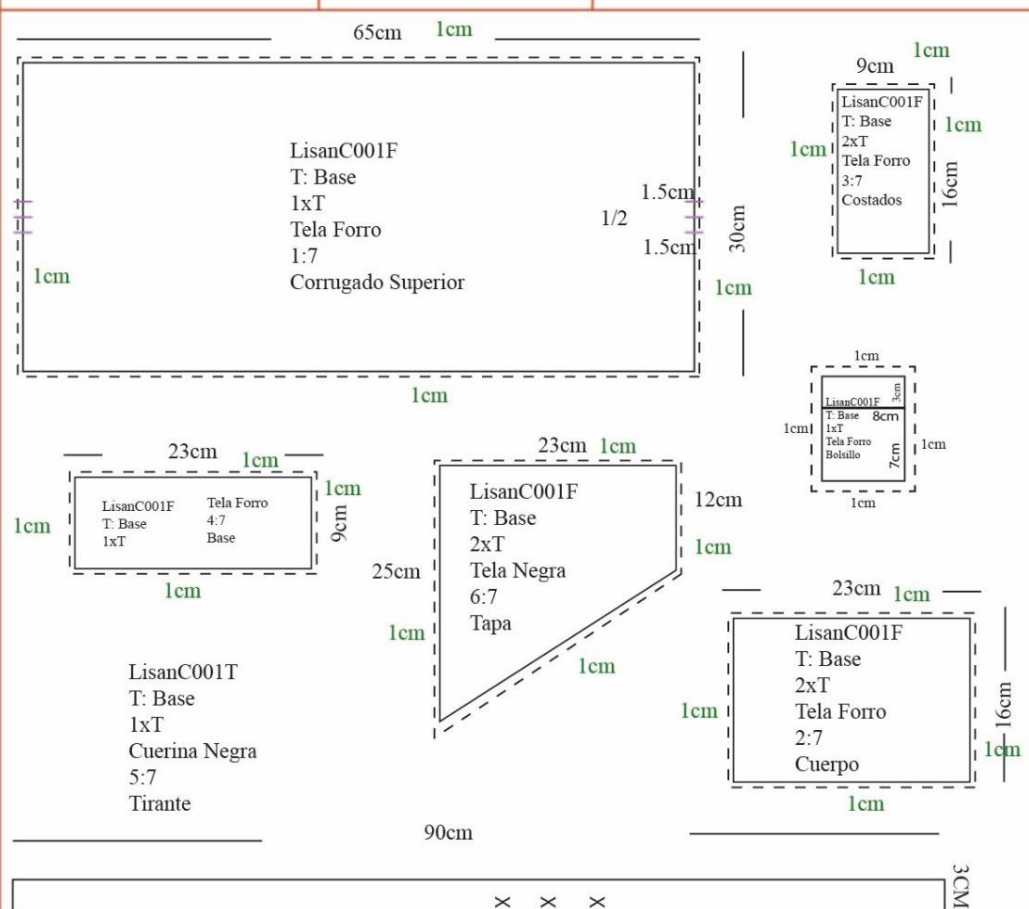
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera



**Figura 50**

*Ficha de Patronaje Materializados*

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE		N° 2
	Código: LisanC001	Tipo: Carteras
	Colección: Llakta	Descripción: Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de hilachas elanteras en tapa junto son semillas color rojo. Con forro interno regulable
	Línea: Accesorios	
	Temporada: Atemporal	

The technical drawing shows the following pieces and their specifications:

- LisanC001F (Main Body):** Dimensions 65cm x 30cm. Materials: T: Base, 1xT, Tela Forro 1:7, Corrugado Superior. Seam allowances: 1.5cm.
- LisanC001F (Top Flap):** Dimensions 9cm x 16cm. Materials: T: Base, 2xT, Tela Forro 3:7, Costados. Seam allowances: 1cm.
- LisanC001F (Shoulder Strap):** Dimensions 23cm x 9cm. Materials: T: Base, 1xT, Tela Forro 4:7, Base. Seam allowances: 1cm.
- LisanC001F (Shoulder Strap Detail):** Dimensions 23cm x 12cm. Materials: T: Base, 2xT, Tela Negra 6:7, Tapa. Seam allowances: 1cm.
- LisanC001F (Bottom Flap):** Dimensions 23cm x 16cm. Materials: T: Base, 2xT, Tela Forro 2:7, Cuerpo. Seam allowances: 1cm.
- LisanC001T (Strap):** Dimensions 90cm x 3cm. Materials: T: Base, 1xT, Cuerina Negra 5:7, Tirante. Seam allowances: 1cm.


N.	Referencia	Tela	Cantidad	Piezas en Corte <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px; display: inline-block; width: 20px; height: 20px; text-align: center; line-height: 20px;">7</span>
1	LisanC001F	Liencillo	1	
2	LisanC001F	Liencillo	2	
3	LisanC001F	Liencillo	2	
4	LisanC001F	Liencillo	1	
5	LisanC001F	Cuerina	1	
6	LisanC001F	Forro negro	1	
7	LisanC001F	Liencillo	1	

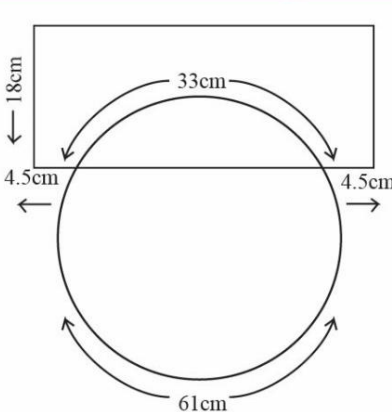
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera

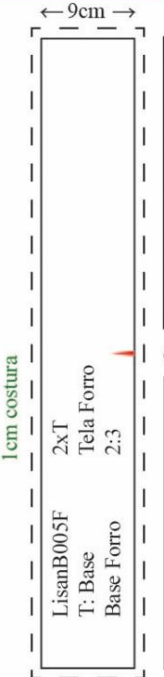
**Figura 51**

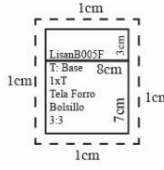
*Ficha de Patronaje Materializados*

<b>FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE</b>		N° 3
	Código: LisanB005	Tipo: Bolso
	Colección: Llakta	Descripción:
	Línea: Accesorios	Bolso con silueta de circular, Asa larga, detalles inferiores en paja toquilla, con forro interno en seda regulable.
	Temporada: Atemporal	







N.	Referencia	Tela	Cantidad
1	LisanB005F	Liencillo	2
2	LisanB005F	Liencillo	1
3	LisanB005F	Liencillo	1

Piezas en Corte

3

Fecha de Elaboración 10/12/2021


Fecha de Aprobación

Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza

Observaciones Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados

**Figura 52**

*Ficha de Patronaje Materializados*



**FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE** N° 4

Código: LisanB004	Tipo: Bolso
Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de trapecio invertido, detalles en asa de zig zag, forro interno en seda regulable.
Línea: Accesorios	
Temporada: Atemporal	

90cm+2cm de costura 1cm

1cm

LisanB004F  
T: Base  
1xT  
Tela Forro  
1:4  
Corrugado Superior

1.5cm  
1/2  
1.5cm

30cm+2cm costura

1cm

LisanB004F  
T: Base  
2xT  
Tela Forro  
2:4  
Costado Forro

1cm

1cm

LisanB004F  
T: Base 8cm  
1xT  
Tela Forro  
Bolsillo  
4:4

1cm

1cm

LisanB004F  
T: Base  
1xT  
Tela Forro  
3:4  
Base Forro

1cm

Piezas en Corte

4

N.	Referencia	Tela	Cantidad
1	LisanB004F	Liencillo	1
2	LisanB004F	Liencillo	2
3	LisanB004F	Liencillo	1
4	LisanB004F	Liencillo	1

Fecha de Elaboración 10/12/2021


Fecha de Aprobación

Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza

Observaciones Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados


**Figura 53**

*Ficha de Despiece Materializados*

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE		N° 1		
	Código: LisanC003	Tipo: Carteras		
	Colección: Llakta	Descripción:		
	Línea: Accesorios	Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de vacíos junto son semillas color rojo. Con forro interno regulable		
	Temporada: Atemporal			
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 40%;"> <p style="text-align: right; font-size: 24px; font-weight: bold;">1</p> <p>LisanC003F T: Base 1.5cm 1xT 1/2 Tela Forro 1.5cm 1:6 Corrugado Superior</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 15%;"> <p style="text-align: right; font-size: 24px; font-weight: bold;">2</p> <p>LisanC003F T: Base 2xT Tela Forro 2:6 Cuerpo</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 15%;"> <p style="text-align: right; font-size: 24px; font-weight: bold;">4</p> <p>LisanC003F Tela Forro T: Base 4:6 1xT Base</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 80%; margin: 0 auto;"> <p style="text-align: right; font-size: 24px; font-weight: bold;">5</p> <p>LisanC003F 1xT 5:6 T: Base Cuerina Negra Tirante × × ×</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 15%;"> <p style="text-align: right; font-size: 24px; font-weight: bold;">3</p> <p>LisanC003F T: Base 2xT Tela Forro 3:6 Costados</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 10%;"> <p style="text-align: right; font-size: 24px; font-weight: bold;">6</p> <p>LisanC003F T: Base 1xT Tela Forro Bolsillo 6:6</p> </div> </div>				
N°	REFERENCIA	NOMBRE PIEZA	TIPO DE TELA	CANTIDAD
1	LisanC003F	Corrugado Superior	Liencillo	1
2	LisanC003F	Cuerpo	Liencillo	2
3	LisanC003F	Costados	Liencillo	2
4	LisanC003F	Base	Liencillo	1
5	LisanC003F	Tirante	Cuerina	1
6	LisanC003F	Bolsillo	Liencillo	1
Fecha de Elaboración 10/12/2021		Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera	

**Figura 54**

*Ficha de Despiece Materializados*

	<b>FICHA TÉCNICA DE DESPIECE</b>			N° 2
	Código: LisanC001	Tipo: Carteras		
	Colección: Llakta	Descripción: Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de hilachas elanteras en tapa junto son semillas color rojo. Con forro interno regulable		
	Línea: Accesorios			
	Temporada: Atemporal			

1

LisanC001F  
T: Base  
1xT  
Tela Forro  
1:7  
Corrugado Superior

1.5cm  
1/2  
1.5cm

2

LisanC001F  
T: Base  
2xT  
Tela Forro  
2:7  
Cuerpo

3

LisanC003F  
T: Base  
2xT  
Tela Forro  
3:7  
Costados

4

LisanC001F T: Base  
4:7 Base  
1xT

5

LisanC001F 1xT 5:7  
T: Base Cuerina Negra Tirante × × ×

6

LisanC001F  
T: Base  
2xT  
Tela Negra  
6:7  
Tapa

7


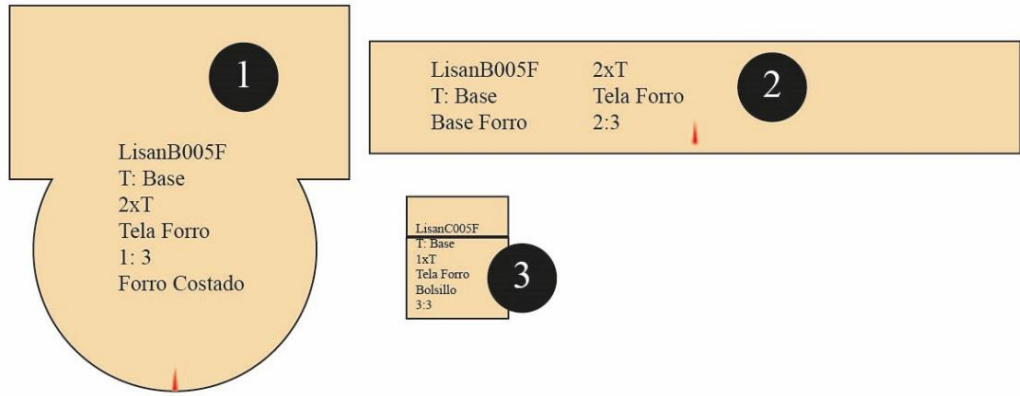
LisanC001F  
T: Base  
1xT  
Tela Forro  
Bolsillo  
7:7

N°	REFERENCIA	NOMBRE PIEZA	TIPO DE TELA	CANTIDAD
1	LisanC001F	Corrugado Superior	Liencillo	1
2	LisanC001F	Cuerpo	Liencillo	2
3	LisanC001F	Costados	Liencillo	2
4	LisanC001F	Base	Liencillo	1
5	LisanC001F	Tirante	Cuerina	1
6	LisanC001F	Tapa	Forro negro	1
7	LisanC001F	Bolsillo	Liencillo	1

Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera

**Figura 55**


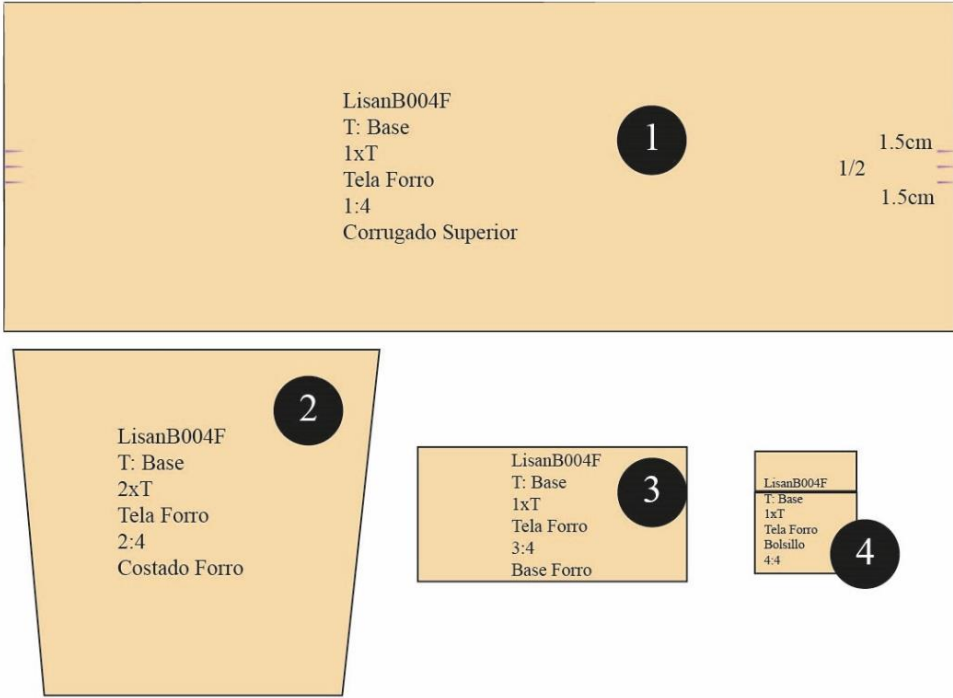
*Ficha de Despiece Materializados*

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE		N° 3		
	Código: LisanB005	Tipo: Bolso		
	Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de circular, Asa larga, detalles inferiores en paja toquilla, con forro interno en seda regulable.		
	Línea: Accesorios			
	Temporada: Atemporal			
				
N°	REFERENCIA	NOMBRE PIEZA	TIPO DE TELA	CANTIDAD
1	LisanB005F	Forro Costado	Liencillo	2
2	LisanB005F	Base forro	Liencillo	1
3	LisanB005F	Bolsillo	Liencillo	1
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados	






**Figura 56**

*Ficha de Despiece Materializados*

FICHA TÉCNICA DE DESPIECE		N° 4		
	Código: LisanB004	Tipo: Bolso		
	Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de trapecio invertido, detalles en asa de zig zag, forro interno en seda regulable.		
	Línea: Accesorios			
	Temporada: Atemporal			
				
N°	REFERENCIA	NOMBRE PIEZA	TIPO DE TELA	CANTIDAD
1	LisanB004F	Corrugado Superior	Liencillo	1
2	LisanB004F	Costado Forro	Liencillo	2
3	LisanB004F	Base	Liencillo	1
4	LisanB004F	Bolsillo	Liencillo	1
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de los bolsos son: 30cm de alto, 26cm inferior, 32 cm superior. Los colores son saturados	

**Figura 57**


*Ficha de Ruta Operacional Materializados*

		FICHA TÉCNICA RUTA OPERATIVA		N° 1	
		Código: LisanC003	Tipo: Carteras	Descripción:	
Colección: Llakta		Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de vacíos junto son semillas color rojo. Con forro interno.			
Línea: Accesorios					
Temporada: Atemporal					
 					
N.	Operación	Máquina	P.P.P	Accesorios	
1	Unir Piezas de costado con pieza central	Recta	12 pp		
2	Unir pieza de paso 1 con pieza base	Recta	12 pp		
3	Coser pieza de superior de fruncido dejando la abertura	Recta	12 pp		
4	Doblar por la mitad paso 3 y planchar	Plancha		Plancha	
5	Coser a 2,5cm para abajo paso 4	Recta	12 pp		
6	Pasar cordón por abertura de fruncido	Manual			
7	Coser paso anterior al paso 2 terminado, en la parte sup.	Recta	12 pp		
8	Abrir costuras	Plancha		Plancha	
9	Anudar cordón de fruncido en puntas	Manual	12 pp		
10	Coser cierre alrededor superior	Manual	12 pp	Aguja de mano Hilo	
11	Coser cierre alrededor inferior	Manual	12 pp	Aguja de mano Hilo	
Especificaciones					
<p>El proceso anterior es del forro de la cartera.</p> <p>El proceso de elaboración de la cartera fue realizada con manos artesanas en la comunidad de Sardinas</p> <p>Una vez terminada el proceso de tejido en las carteras se procedió al bordado de las semillas para formar los módulos</p> <p>El forro es realizado en tela charmouse</p> <p>El asa colgante es realizada por manos artesanas expertas en tapicería y cuero</p> <p>Una parte del cierre deber coserse alrededor de la boca del bolsos y la otra al forro desmontable, debe ser manual para que la fibra no llegue a estropearse en maquina.</p>					
Fecha de Elaboración 10/12/2021		Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza		
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera		




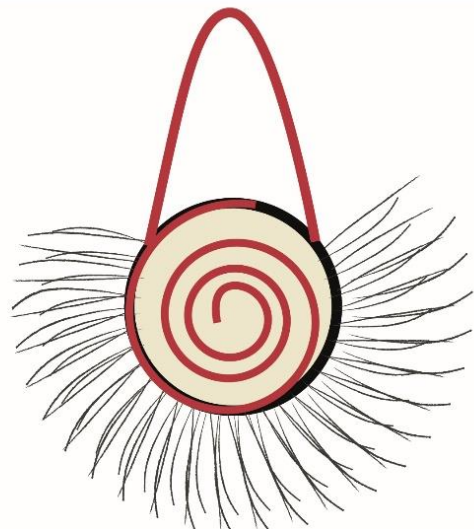

**Figura 58**

*Ficha de Ruta Operacional Materializados*

AYLLU ACCESSORIES		FICHA TÉCNICA RUTA OPERATIVA		N° 2	
Código: LisanC001		Tipo: Carteras			
Colección: Llakta		Descripción: Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de hilachas elanteras en tapa junto son semillas color rojo. Con forro interno desmontable			
Línea: Accesorios					
Temporada: Atemporal					
					
N.	Operación	Máquina	P.P.P	Accesorios	
1	Unir Piezas de costado con pieza central	Recta	12 pp		
2	Unir pieza de paso 1 con pieza base	Recta	12 pp		
3	Coser pieza de superior de fruncido dejando la abertura	Recta	12 pp		
4	Doblar por la mitad paso 3 y planchar	Plancha		Plancha	
5	Coser a 1,5cm para abajo paso 4	Recta	12 pp		
6	Pasar cordón por abertura de fruncido	Manual			
7	Coser paso anterior al paso 2 terminado, en la parte sup.	Recta	12 pp		
8	Abrir costuras	Plancha		Plancha	
9	Anudar cordón de fruncido en puntas	Manual	12 pp		
10	Coser cierre alrededor superior	Manual	12 pp	Aguja de mano	Hilo
11	Coser cierre alrededor inferior	Manual	12 pp	Aguja de mano	Hilo
Especificaciones					
<p>El proceso anterior es del forro de la cartera.</p> <p>El proceso de elaboración de la cartera fue realizada con manos artesanas en la comunidad de Sardinas</p> <p>Una vez terminada el proceso de tejido en las carteras se procedió al bordado de las semillas para formar los módulos</p> <p>El forro es realizado en tela charmouse</p> <p>El asa colgante es realizada por manos artesanas expertas en tapicería y cuero</p> <p>Una parte del cierre deber coserse alrededor de la boca del bolsos y la otra al forro desmontable, debe ser manual para que la fibra no llegue a estropearse en maquina.</p>					
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza		
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera		


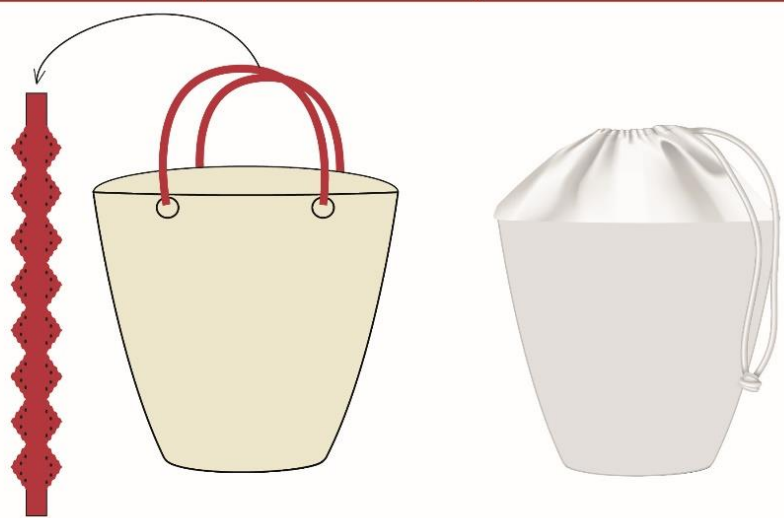
**Figura 59**

*Ficha de Ruta Operacional Materializados*

FICHA TÉCNICA RUTA OPERATIVA		N° 3		
	Código: LisanB005	Tipo: Bolso		
	Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de circular, Asa larga, detalles inferiores en paja toquilla, con forro interno.		
	Línea: Accesorios			
	Temporada: Atemporal			
 				
N.	Operación	Máquina	P.P.P	Accesorios
1	Unir del y post, costados de parte superior de la pieza central	Recta	12 pp	
2	Unir pieza inferior de base a la pieza central	Recta	12 pp	
3	Coser bolsillo en la parte interna del forro	Recta	12 pp	
4	Doblar a 1,5cm el borde superior y planchar	Plancha		Plancha
5	Coser el doblez del borde superior	Recta	12 pp	
6	Pasar cordón por abertura de borde superior	Manual		
7	Abrir costuras	Plancha		Plancha
8	Amudar cordón de fruncido en puntas	Manual		
9	Coser cierre alrededor superior	Manual		Aguja de mano
10	Coser cierre alrededor inferior	Manual		Aguja de mano Hilo
Especificaciones				
<p>El proceso anterior es del forro del bolso                      El proceso de elaboración del bolso fue realizada con manos artesanas en la comunidad de Sardinas- Misahualli                      Una vez terminada el proceso de tejido del bolso se procedió al bordado de las semillas para formar los módulos                      El forro es realizado en tela charmouise                      Una parte del cierre deber coserse alrededor de la boca del bolsos y la otra al forro desmontable, debe ser manual para que la fibra no llegue a estropearse en máquina.</p>				
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera	


**Figura 60**

*Ficha de Ruta Operacional Materializados*

		FICHA TÉCNICA RUTA OPERATIVA		N° 4	
		Código: LisanB004	Tipo: Bolso		
		Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de trapecio invertido, detalles en asa de zig zag, forro interno desmontable.		
		Línea: Accesorios			
		Temporada: Atemporal			
					
N.	Operación	Máquina	P.P.P	Accesorios	
1	Unir Piezas de costado con piezas centrales	Recta	12 pp		
2	Unir pieza de paso 1 con pieza base	Recta	12 pp		
3	Coser pieza de superior de fruncido dejando la abertura	Recta	12 pp		
4	Doblar por la mitad paso 3 y planchar	Plancha		Plancha	
5	Coser a 1,5cm para abajo paso 4	Recta	12 pp		
6	Pasar cordón por abertura de fruncido	Manual			
7	Coser paso anterior al paso 2 terminado, en la parte sup.	Recta	12 pp		
8	Abrir costuras	Plancha		Plancha	
9	Anudar cordón de fruncido en puntas	Manual	12 pp		
10	Coser cierre alrededor superior	Manual	12 pp	Aguja de mano Hilo	
11	Coser cierre alrededor inferior	Manual	12 pp	Aguja de mano Hilo	
Especificaciones					
<p>El proceso anterior es del forro del bolso</p> <p>El proceso de elaboración de bolso fue realizada con manos artesanas en la comunidad de Sardinias</p> <p>Una vez terminada el proceso de tejido del bolso se procedió al bordado de las semillas para formar los módulos</p> <p>El forro es realizado en tela de charmouse</p> <p>El asa es realizada con otro tipo de fibra natural, en este caso es pita</p> <p>Una parte del cierre deber coserse alrededor de la boca del bolsos y la otra al forro desmontable, debe ser manual para que la fibra no llegue a estropearse en maquina.</p>					
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza		
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera		

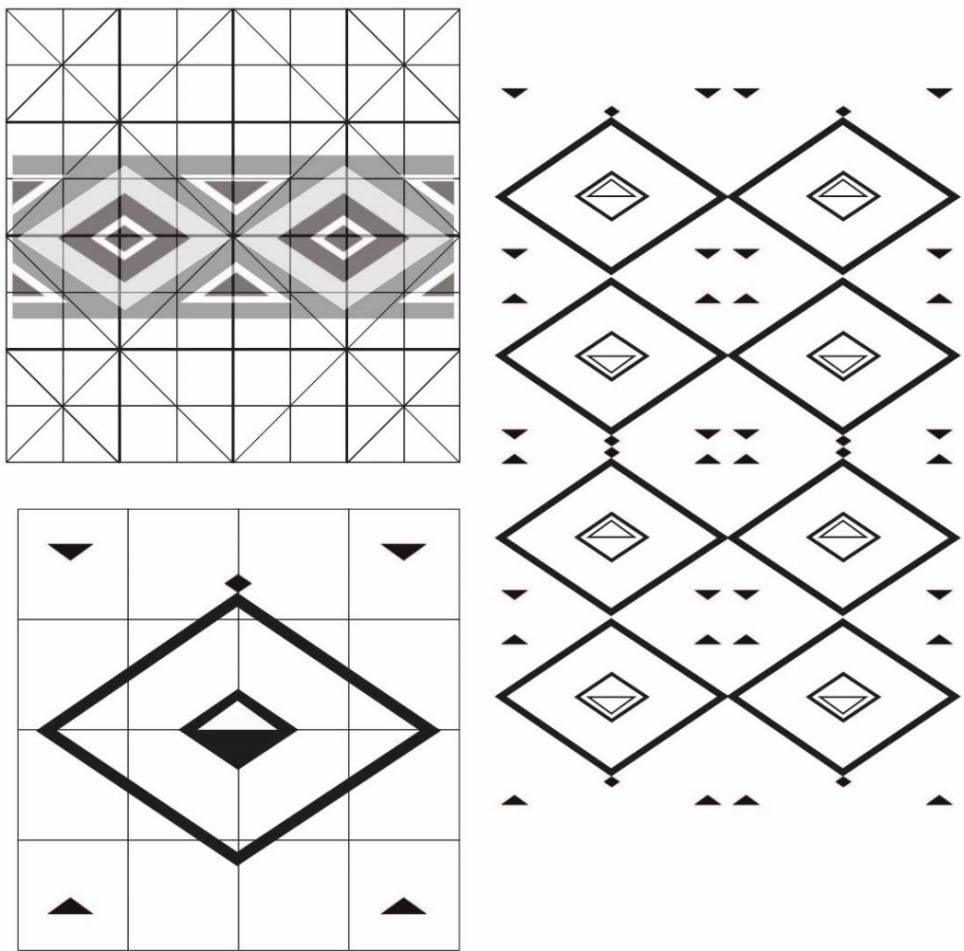
**Figura 61**

*Ficha de Módulos*

	<b>FICHA TÉCNICA DISEÑO DE MÓDULOS</b>		N° 1
	Código: BoaM001	Nombre	
	Colección: Llakta	Boa o Amarun	
	Línea: Accesorios		
Temporada: Atemporal			


**Ley de Bipartición**



Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera

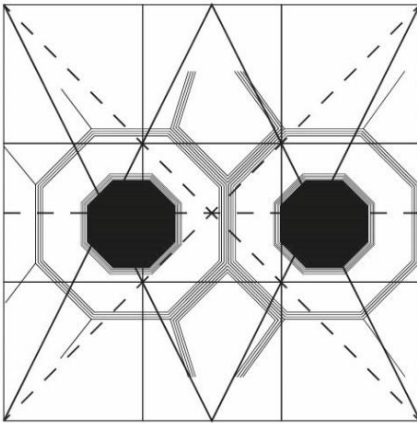
**Figura 62**

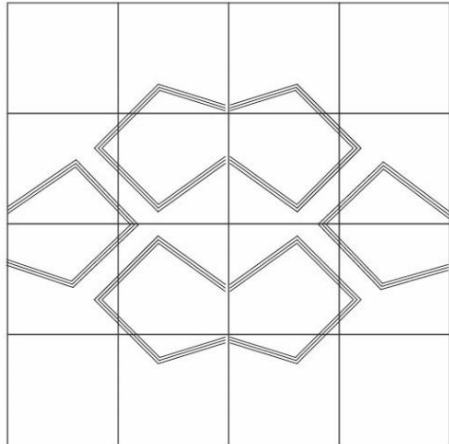
*Ficha de Módulos*

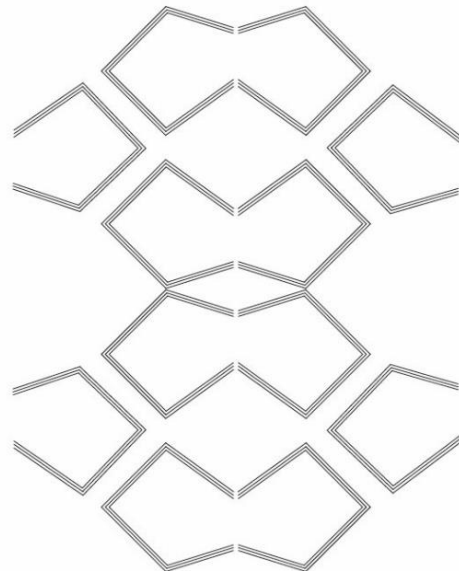
	<b>FICHA TÉCNICA DISEÑO DE MÓDULOS</b>		N° 2
	Código: CharapM002	Nombre	
	Colección: Lakta	Tortuga o Charapa	
	Línea: Accesorios		
Temporada: Atemporal			

**Ley de Tripartición**








Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera



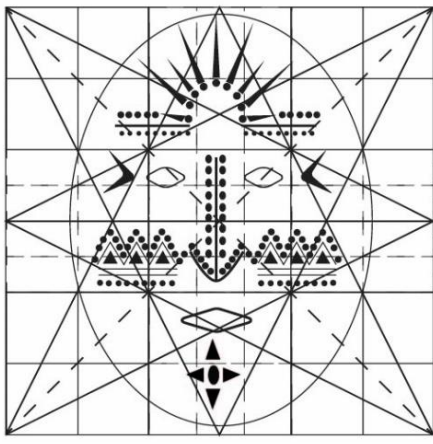
**Figura 63**

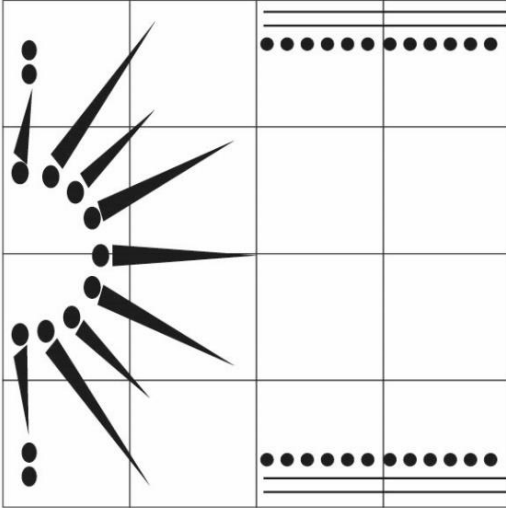
*Ficha de Módulos*

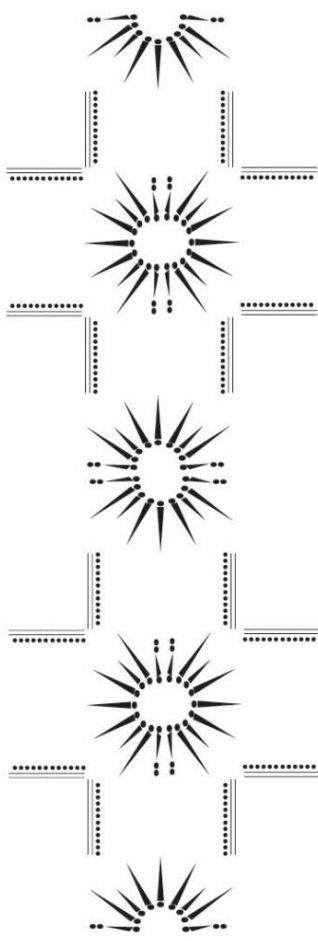
	<b>FICHA TÉCNICA DISEÑO DE MÓDULOS</b>		N° 3
	Código: SolM003	Nombre	
	Colección: Llakta	Reflejo del Sol	
	Línea: Accesorios		
Temporada: Atemporal			

**Ley de Tripartición**








Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera

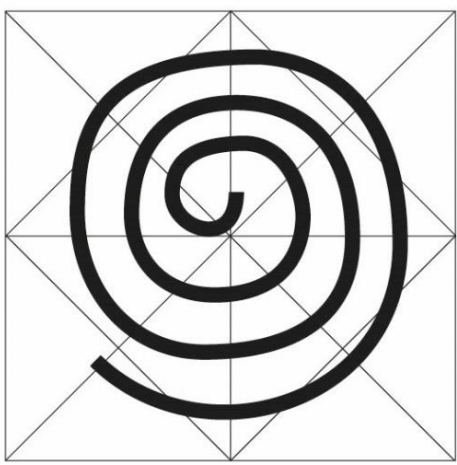
**Figura 64**

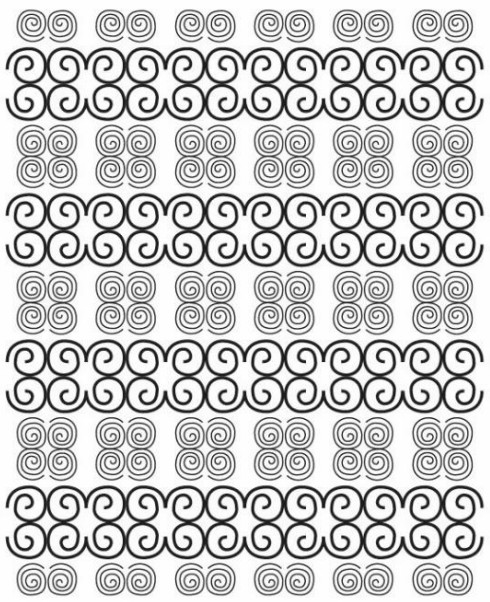
*Ficha de Módulos*

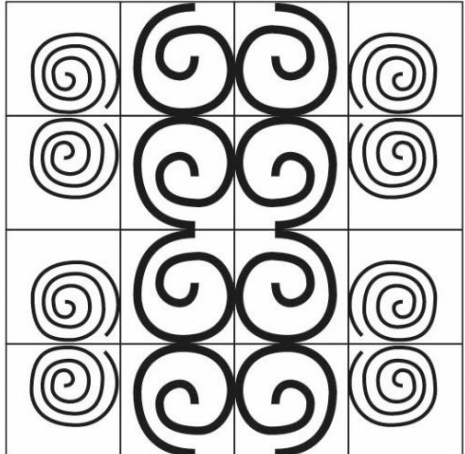
	<b>FICHA TÉCNICA DISEÑO DE MÓDULOS</b>		N° 4
	Código: ChurM004	Nombre	
	Colección: Lakta	Caracol o Churo	
	Línea: Accesorios		
Temporada: Atemporal			

Ley de Bipartición







Fecha de Elaboración 10/12/2021	Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza	
Fecha de Aprobación	Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera

**6.12 Photobook**

**Figura 65**

*Fotografía Bolso 1*





**Figura 66**

*Fotografía Bolso 2*







**Figura 67**

*Fotografía Cartera 3*





**Figura 68**

*Fotografía Cartera 4*





## 6.13 Costos de producción

### 6.13.1 Costos fijos

Son aquellos costos que son vitales para la ejecución de una empresa, se mantienen durante todo el tiempo, la cantidad de producción no incide. Es decir que se debe pagar se quiera o no.

**Tabla 38**

*Costos fijos de producción*

COSTOS FIJOS		
DESCRIPCIÓN		VALOR MENSUAL
Personal de Diseño	\$	500.00
Depreciación de muebles y utilería	\$	30.00
Combustible para distribución	\$	50.00
Servicios Básicos	\$	60.00
Gastos en Publicidad y Marketing	\$	40.00
<b>VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$</b>	<b>680.00</b>

### 6.13.2 Costos variables

Estos costos son muy cambiantes, inciden de acuerdo al nivel de producción, es decir si existe mayor producción, el valor será más alto.

**Tabla 39**

#### *Costos Variables de Producción*

COSTOS VARIABLES				
1. MATERIALES DIRECTOS				
DESCRIPCION	UNIDAD DE COMPRA	COSTO UNIDAD (m)	CANTIDAD REQUERIDA	V/TOTAL
Tela forro	METRO	\$5.00	3.5	\$17.50
Argollas metálicas	UNIDAD	\$0.15	8	\$1.20
Hilos medianos	CONO	\$0.45	3	\$1.35
Cola de rata	METRO	\$0.10	2	\$0.20
Corchetes metálicos	UNIDAD	\$0.18	24	\$4.32
Semillas negras	METRO	\$1.00	1	\$1.00
Semillas anamora pequeña	METRO	\$1.00	4	\$4.00
Porta asa	UNIDAD	\$0.10	4	\$0.40
Semilla anamora grande	METRO	\$1.00	1	\$1.00
Tela negra	METRO	\$3.50	0.25	\$0.88
Broche imán	UNIDAD	\$0.15	1	\$0.15
Aguja de mano	UNIDAD	\$0.05	3	\$0.15
TOTAL, DE MATERIALES DIRECTOS (1)				\$32.15
B. SERVICIOS A TERCEROS				
DESCRIPCION DEL SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	
Tejido de Paja toquilla	4	\$30.00	\$120.00	
TOTAL, SERVICIOS A TERCEROS			\$120.00	
TOTAL, MANO DE OBRA DIRECTA (2)			\$120.00	
3. MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCION	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD	VALOR TOTAL	
Packaging	1	4	\$4.00	

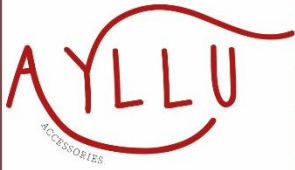
Etiquetas de marca	0.1	4	\$0.40
Marquilla	0.1	4	\$0.40
TOTAL, MATERIALES INDIRECTOS (3)			\$4.80
TOTAS COSTOS VARIABLES			\$156.95



### 6.13.3 Fichas de Costo

Tabla 40

#### Ficha de Costos Cartera 1


		FICHA DE COSTOS		N° 1	
		Código: LisanC003	Tipo: Carteras	Descripción:	
Colección: Llakta		Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de vacíos junto son semillas color rojo. Con forro interno regulable			
Línea: Accesorios					
Temporada: Atemporal					
COSTOS VARIABLES					
1. MATERIALES DIRECTOS					
DESCRIPCION	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD (m)	CANTIDAD REQUERIDA	VTOTAL	
Tela Forro	METRO	\$ 5.00	0.75	\$	3.75
Hilos medianos	CONO	\$ 0.45	1	\$	0.45
Cierre	UNIDAD	\$ 0.50	1	\$	0.50
Argollas Metálicas	UNIDAD	\$ 0.10	2	\$	0.20
Cola de rata	METRO	\$ 0.10	0.5	\$	0.05
Semillas Anamora	METRO	\$ 1.00	2	\$	2.00
Aguja de mano	UNIDAD	\$ 0.05	1	\$	0.05
Porta Asa	UNIDAD	\$ 0.10	2	\$	0.20
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS (1)				\$	7.20
B. SERVICIOS A TERCEROS					
DESCRIPCION DEL SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL		
Tejido de Paja toquilla	1	\$ 30.00	\$	30.00	
Elaboración de forro	1	\$ 2.00	\$	2.00	
Zapatero- Correa	1	\$ 5.00	\$	5.00	
TOTAL SERVICIOS A TERCEROS			\$	37.00	
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA (2)			\$	37.00	
3. MATERIALES INDIRECTOS					
DESCRIPCION	CALCULO		VALOR TOTAL		
Packaging	1 \$		1.00		
Etiquetas de marca	1 \$		0.10		
Marquilla	1 \$		0.10		
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS (3)			\$	1.20	
TOTA COSTOS VARIABLES			\$	45.40	
COSTOS FIJOS					
Descripción de sueldo personal de diseño	Colección	Costo de colección	Total Anual	Mensual	Precio por bolso
	3	\$ 700.00	\$ 2,100	\$ 175	\$ 2.19
DESCRIPCION			VALOR MENSUAL		
Personal de Diseño			\$ 175.00		
Depreciación de muebles y utilería			\$ 5.00		
Combustible para distribución			\$ 20.00		
Servicios Básicos			\$ 60.00		
Gastos en Publicidad y Marketing			\$ 30.00		
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS			\$ 290.00		
COSTO VARIABLE		COSTO FIJO UNITARIO	COSTO TOTAL DE PRODUCCION		
\$ 45.40	\$	3.63	\$	49.03	
PRECIO DE VENTA		PUNTO DE EQUILIBRIO			
IVA 12%	\$ 5.88	<b>10.9</b>			
UTILIDAD 35%	\$ 17.16				
PVP	\$ <b>72.07</b>				
Fecha de Elaboración	10/12/2021	Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza		
Fecha de Aprobación		Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera		





**Tabla 41**


*Ficha de Costos Cartera 2*

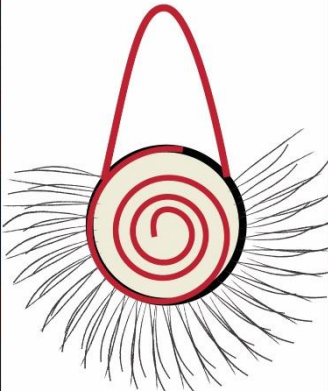
		<b>FICHA DE COSTOS</b>			N° 2	
		Código: LisanC001	Tipo: Carteras			
		Colección: Llakta	Descripción: Cartera de silueta estilo bandolera, con asa cilíndrica y detalle de hilachas elanteras en tapa junto son semillas color rojo. Con forro interno regulable			
		Línea: Accesorios				
Temporada: Atemporal						
<b>COSTOS VARIABLES</b>						
<b>1. MATERIALES DIRECTOS</b>						
DESCRIPCION	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD (m)	CANTIDAD REQUERIDA	V/TOTAL		
Tela Forro	METRO	\$ 5.00	0.75	\$	3.75	
Tela Negra	METRO	\$ 3.50	0.25	\$	0.88	
Hilos medianos	CONO	\$ 0.45	1	\$	0.45	
Broche iman	UNIDAD	\$ 0.15	2	\$	0.30	
Argollas Metalicas	UNIDAD	\$ 0.10	2	\$	0.20	
Cola de rata	METRO	\$ 0.10	0.5	\$	0.05	
Semilla Anamora Grande	METRO	\$ 1.00	1	\$	1.00	
Semillas Anamora pequeña	METRO	\$ 1.00	1	\$	1.00	
Aguja de mano	UNIDAD	\$ 0.05	1	\$	0.05	
Porta Asa	UNIDAD	\$ 0.10	2	\$	0.20	
<b>TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS (1)</b>				\$	<b>7.88</b>	
<b>B. SERVICIOS A TERCEROS</b>						
DESCRIPCION DEL SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL			
Tejido de Paja toquilla	1	\$ 30.00	\$	30.00		
Elaboracion de forro	1	\$ 2.00	\$	2.00		
Zapatero- Correa	1	\$ 5.00	\$	5.00		
<b>TOTAL SERVICIOS A TERCEROS</b>			\$	<b>37.00</b>		
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA (2)</b>			\$	<b>37.00</b>		
<b>3. MATERIALES INDIRECTOS</b>						
DESCRIPCION	CALCULO		VALOR TOTAL			
Packaging	1 \$		\$	1.00		
Etiquetas de marca	1 \$		\$	0.10		
Marquilla	1 \$		\$	0.10		
<b>TOTAL MATERIALES INDIRECTOS (3)</b>			\$	<b>1.20</b>		
<b>TOTAS COSTOS VARIABLES</b>			\$	<b>46.08</b>		
<b>COSTOS FIJOS</b>						
Descripcion de sueldo personal de diseño	Colección	Costo de colección	Total Anual	Mensual	Precio por bolso	
	3	\$ 700.00	\$ 2,100	\$ 175	\$ 2.19	
DESCRIPCION			VALOR MENSUAL			
Personal de diseño			\$ 175.00			
Depreciacion de muebles y utileria			\$ 5.00			
Combustible para distribución			\$ 20.00			
Servicios Basicos			\$ 60.00			
Gastos en Publicidad y Marketing			\$ 30.00			
<b>VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS</b>			<b>\$ 290.00</b>			
<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>COSTO FIJO UNITARIO</b>		<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>			
\$ 46.08	\$	3.63	\$ 49.70			
<b>PRECIO DE VENTA</b>			<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
IVA 12%	\$ 5.96		<b>10.7</b>			
UTILIDAD 35%	\$ 17.40					
<b>PVP</b>	<b>\$ 73.06</b>					
Fecha de Elaboración	10/12/2021		Responsable	Leidy Andrea Hinojoza Espinoza		
Fecha de Aprobación			Observaciones	Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera		



**Tabla 42**

*Ficha de Costos Bolso 1*

		<b>FICHA DE COSTOS</b>		N° 3	
		Código: LisanB005	Tipo: Bolso		
Colección: Llakta		Descripción:			
Línea: Accesorios		Bolso con silueta de circular, Asa larga, detalles inferiores en paja toquilla, con forro interno en seda regulable.			
Temporada: Atemporal					
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>1. MATERIALES DIRECTOS</b>					
DESCRIPCION	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD (m)	CANTIDAD REQUERIDA	V/TOTAL	
Tela charmousse	METRO	\$ 5.00	1	\$ 5.00	
Hilos medianos	CONO	\$ 0.45	1	\$ 0.45	
Cola de rata	METRO	\$ 0.10	0.5	\$ 0.05	
Semilla Anamora pequeña	METRO	\$ 1.00	2	\$ 2.00	
Aguja de mano	UNIDAD	\$ 0.05	1	\$ 0.05	
<b>TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS (1)</b>				<b>\$ 7.55</b>	
<b>B. SERVICIOS A TERCEROS</b>					
DESCRIPCION DEL SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL		
Tejido de Paja toquilla	1	\$ 30.00	\$ 30.00		
Elaboracion de forro	1	\$ 3.00	\$ 3.00		
<b>TOTAL SERVICIOS A TERCEROS</b>				<b>\$ 33.00</b>	
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA (2)</b>				<b>\$ 33.00</b>	
<b>3. MATERIALES INDIRECTOS</b>					
DESCRIPCION	CALCULO	VALOR TOTAL			
Packaging	1	\$ 1.00			
Etiquetas de marca	1	\$ 0.10			
Marquilla	1	\$ 0.10			
<b>TOTAL MATERIALES INDIRECTOS (3)</b>				<b>\$ 1.20</b>	
<b>TOTAS COSTOS VARIABLES</b>				<b>\$ 41.75</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Descripcion de sueldo personal de diseño	Colección	Costo de coleccion	Total Anual	Mensual	Precio por bolso
	3	\$ 700.00	\$ 2,100	\$ 175	\$ 2.19
DESCRIPCION			VALOR MENSUAL		
Personal de diseño			\$ 175.00		
Depreciacion de muebles y utileria			\$ 5.00		
Combustible para distribución			\$ 20.00		
Servicios Basicos			\$ 60.00		
Gastos en Publicidad y Marketing			\$ 30.00		
<b>VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS</b>			<b>\$ 290.00</b>		
<b>COSTO VARIABLE</b>		<b>COSTO FIJO UNITARIO</b>		<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	
\$ 41.75	\$	3.63	\$	45.38	
<b>PRECIO DE VENTA</b>			<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>		
IVA 12%			\$ 5.45		
UTILIDAD 35%			\$ 15.88		
PVP			<b>\$ 66.70</b>		
<b>11.6</b>					



Fecha de Elaboración 10/12/2021


Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza

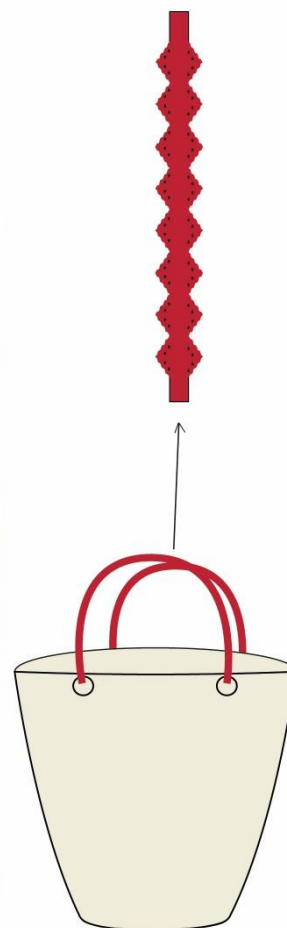
Fecha de Aprobación

Observaciones Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera

**Tabla 43**

*Ficha de Costos Bolso 2*

		<b>FICHA DE COSTOS</b>		N° 4		
		Código: LisanB004	Tipo: Bolso			
		Colección: Llakta	Descripción: Bolso con silueta de trapecio invertido, detalles en asa de zig zag, forro interno en seda regulable.			
		Línea: Accesorios				
Temporada: Atemporal						
COSTOS VARIABLES						
1. MATERIALES DIRECTOS						
DESCRIPCION	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD (m)	CANTIDAD REQUERIDA	V/TOTAL		
Tela Forro	METRO	\$ 5.00	1	\$ 5.00		
Hilos medianos	CONO	\$ 0.45	1	\$ 0.45		
Cierre	UNIDAD	\$ 0.50	1	\$ 0.50		
Cola de rata	METRO	\$ 0.10	0.5	\$ 0.05		
Semillas negras	METRO	\$ 1.00	1	\$ 1.00		
Aguja de mano	UNIDAD	\$ 0.05	1	\$ 0.05		
TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS (1)				\$ 7.05		
B. SERVICIOS A TERCEROS						
DESCRIPCION DEL SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL			
Tejido de Paja toquilla	1	\$ 25.00	\$ 25.00			
Elaboracion de forro	1	\$ 2.00	\$ 2.00			
TOTAL SERVICIOS A TERCEROS			\$ 27.00			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA (2)			\$ 27.00			
3. MATERIALES INDIRECTOS						
DESCRIPCION	CALCULO		VALOR TOTAL			
Packaging	1 \$		\$ 1.00			
Marquilla	1 \$		\$ 0.10			
Etiquetas de marca	1 \$		\$ 0.10			
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS (3)			\$ 1.20			
TOTALES COSTOS VARIABLES			\$ 35.25			
COSTOS FIJOS						
Descripcion de sueldo personal de diseño	Colección	Costo de colección	Total Anual	Mensual	Precio por bolso	
	3	\$ 700.00	\$ 2,100	\$ 175	\$ 2.19	
DESCRIPCION			VALOR MENSUAL			
Personal de Diseño			\$ 175.00			
Depreciacion de muebles y utileria			\$ 5.00			
Combustible para distribución			\$ 20.00			
Servicios Basicos			\$ 60.00			
Gastos en Publicidad y Marketing			\$ 30.00			
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS			\$ 290.00			
COSTO VARIABLE		COSTO FIJO UNITARIO		COSTO TOTAL DE PRODUCCION		
\$ 35.25		\$ 3.63		\$ 38.88		
PRECIO DE VENTA			PUNTO DE EQUILIBRIO			
IVA 12%		\$ 4.67		<b>13.2</b>		
UTILIDAD 35%		\$ 13.61				
PVP		<b>\$ 57.15</b>				
Fecha de Elaboración		10/12/2021		Responsable Leidy Andrea Hinojoza Espinoza		
Fecha de Aprobación				Observaciones Las medidas de la cartera son: 16 cm de alto, 23 cm ancho base y 9 cm de base. La tela de es liencillo. Son costuras para maquina casera		



## CAPITULO VII

### 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

- A partir de la investigación, recolección e interpretación de datos en el presente proyecto de integración curricular se ha logrado con éxito el objetivo general planteado. Se diseñó una colección de accesorios en paja toquilla para impulsar la revalorización cultural mediante la aplicación de signos gráficos corporales del pueblo Kichwa- Napo.
- Los signos gráficos representados a nivel corporal son tomados de petroglifos dejados por sus antepasados y que igualmente se les atribuyó un significado de acuerdo a su cosmovisión, se han logrado mantener en cierta manera por medio de la aplicación en su cerámica, cuerpo, rostro, entre otros. Cada signo o símbolos son acontecimientos importantes en la vida de sus antepasados, por ejemplo: la maternidad, la vida, la muerte, entre otros.
- A nivel corporal estos signos han sido modificados para representarlos de manera más rápida y usados en diferentes ocasiones como ceremonias, bailes o rituales. De la misma manera existe algunos sintetizados, tomados directamente de la naturaleza, y que en la cosmovisión indígena les proporciona el poder o espíritu de aquello que se plasma o dibuja.
- Los signos gráficos corporales brindan energías o protección de diferentes animales de la selva, siendo los más importantes, la boa, el tigre, el churo, el inti, entre otros.
- La aplicación de la metodología de Edwin Panofsky, permitió el análisis de cada código semiótico corporal, lo cual facilitó identificar los códigos más representativos y de fácil interpretación.
- A partir de la aplicación de metodología del trazado armónico propuesto por Zadir Milla se generaron módulos a partir de las leyes de bipartición y tripartición, generando formas primarias y secundarias y con la incorporación de los principios

de diseño se crearon módulos principales, los cuales fueron aplicados en las propuestas del diseño de accesorios.

- Los accesorios han sido materializados de manera satisfactoria, generados con mano de obra indígenas cien por ciento artesanal y con productos de la localidad, es decir la fibra de paja toquilla fue recolectada y procesada por indígenas pertenecientes a la ciudad de Tena.
- Se presenta tres propuestas físicas de los accesorios, elaboradas en fibra de paja toquilla como fruto de la indagación. De la misma manera cada producto lleva su etiqueta, la misma que proporciona información sobre el significado de los signos plasmados, entre otros. Se han usado diferentes técnicas de tejido y tratamiento para llegar a un producto de calidad. Existe una mezcla de fibras naturales y semillas de la localidad como lo es la paja toquilla, la fibra de *pita*, semillas de anamora en sus dos tamaños para pequeños detalles.
- El presente proyecto permite ampliar los conocimientos sobre la nacionalidad indígena Kichwa de Napo, su cosmovisión y su compromiso con la naturaleza, el trabajo ha permitido la participación de un diseñador con mano de obra indígena cien por ciento artesanal.
- En la actualidad en ciudad del Tena no existe algún emprendimiento o marcas artesanales que se dediquen a la creación de accesorios artesanales que plasmen los signos o símbolos corporales kichwas.

## 7.2 Recomendaciones

- Los artesanos de las comunidades indígenas de Napo desconocen diferentes técnicas de tejido, por lo tanto, es importante plantear capacitaciones que permitan actualizar sus conocimientos y se genere mayor calidad en sus productos.
- Se sugiere que en las futuras investigaciones se incorporen procesos artesanales con el fin de evitar que estos queden en el olvido.
- Las investigaciones que se realicen a nivel académico, se promuevan aspectos culturales, en los que se incorporen los grupos étnicos.
- Comenzar a aportar de manera eficaz a la revalorización de la cultura que nos rodea, pues a ella pertenecemos. Es decir, comenzar a realizar investigación sobre aquello que nos rodea y nos hace cada vez más diferentes y especiales, las mismas que nos permitirá conocer más sobre nuestra cultura, nuestra étnica y nuestro país. Con la finalidad que sirvan de sustento para próximas investigaciones, proyectos o simplemente para conocimiento.
- Se recomienda comenzar a trabajar con las comunidades indígenas, con el fin de intercambiar conocimientos a nivel académicos y artesanales, con el fin de que se generen diversos productos y se incorporen materia prima alternativa.
- Como diseñadores es importante plantear nuevas propuestas de diseño que vayan de la mano con la innovación y el estudio del nuevo consumidor para el sector artesanal.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, A., Calapucha, A., & Calapucha, L. (2012). Sabiduría de la Cultura Kichwa de la Amazonia Ecuatoriana Tomo II. Cuenca: MEGASOFT.
- Arellano, C. (2016). Universidad Autónoma del Estado de México. Obtenido de Estudios del Signo:  
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/63396/secme-28824.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bolsoadictos. (s.f.). Tipos de Bolsos. Obtenido de BolsoAdictos.com:  
<https://www.bolsosadictos.com/tipos-de-bolsos/>
- Castaño, J., & Susana, J. (2016). Marketing digital (Comercio electrónico). Madrid: Editex.
- Chan, W., & Mauborgne, R. (2005). La Estrategia de Oceano Azul: Como desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia. Bogotá: Norma S.A.
- Chisaguano, S. (2006). La población indígena del Ecuador: Análisis de estadísticas socio-demográficas. Quito: Talleres Graficos de INEC.
- Cisneros, H. (2008). LA PINTURA NATURAL. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Cobley, P., & Jansz, L. (2003). Semitoica para principiantes. Buenos Aires: Longseller.
- CONFENIAE. (2021). Nacionalidades. Obtenido de CONFENIAE:  
<https://confeniae.net/nacionalidades#:~:text=Nacionalidad%20Shuar&text=Se%20asientan%20en%20todas%20las,CONFENIAE%20de%20norte%20a%20sur.>
- De La Cruz, V. (2015). ARTE Y LENGUAJE: ESTUDIO DE LA SIMBOLOGÍA CULTURAL DEL VALLE SAGRADO DE COTUNDO APLICADO EN LA OBRA DE ARTE. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- De Sousa Congosto, F. (2007). Introducción a la historia de la indumentaria en España (Vol. 231). Ediciones AKAL.
- Dillon, S. (2012). Principios de Gestión de Empresas de Moda. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Ekos. (29 de diciembre de 2021). Obtenido de Moda Post Pandemia: Una oportunidad para emprendimientos locales e innovadores:  
<https://www.ekosnegocios.com/articulo/moda-post-pandemia-una-oportunidad-para-emprendimientos-locales-e-innovadores>
- Espinosa, F. (2012). Napo pais de el Dorado y la canela. Tena: Joviled Ediciones.
- Espinosa, F., Aigage, M., Jati, H., & Shiguango, A. (2009). Pueblo Kichwa de Napo. En E. Fernando, Pueblos originarios de Napo (pág. 25). Tena: Nueva Imagen.

- Feyalegria. (01 de Febrero de 2021). Afrontar la Brecha Digital para garantizar el Derecho a la Educación. Obtenido de Fe y Alegría Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción Social: <https://www.feyalegria.org.ec/index.php/que-hacemos/noticias/393-afrontar-la-brecha-digital-para-garantizar-el-derecho-a-la-educacion>
- FLACSO Ecuador. (2016). Guía de Módulos de capacitación: Etnohistoria de los pueblos y nacionalidades originarias de Ecuador Módulo 2. Quito: Ediciones Ciespal.
- FLACSO Ecuador. (2016). Guía Módulo de capacitación: Normativa Jurídica para la no discriminación Módulo 3. Quito: Ediciones Ciespal.
- Forero La Rotta, A., & Ospina Arroyave, D. (2013). El diseño de experiencias. Revista de Arquitectura, 78-83. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125130521009>
- Guerrero, M., Pilaquina, V., & Guerrero, C. (2021). La revalorización de la identidad cultural: Un análisis retrospectivo de las principales culturas del Ecuador. Revista Científica.
- Guevara, D. (1995). Napo con su Propia Voz. Tena: CPN.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2014). Metodología de la Investigación . México: Mc Graw Hill Education.
- INEXMODA. (2010). Perfiles de consumidor. Medellín: emoticaweb.
- Lau, J. (2013). Diseño De Accesorios. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Llasera, J. (04 de Diciembre de 2020). Los 6 principios del diseño gráfico que debes conocer. Obtenido de Imborrable: <https://imborrable.com/blog/principios-diseno-grafico/>
- López, M. I. (2005). Introducción general a los estudios iconográficos y a su metodología . Madrid.
- Miguélez, M. (2005). El Método Etnográfico de Investigación.
- Milla, Z. (2008). INTRODUCCION A LA SEMIOTICA DEL DISEÑO ANDINO PRECOLOMBINO. Asociación de Investigación y Comunicación Cultural Amaru Wayra.
- Ministerio de Turismo. (23 de Diciembre de 2019). Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>
- Miranda, S. (11 de Septiembre de 2021). Caída del 36% en la exportación de sombreros de paja toquilla se recupera y proyecta alza del 20 %. Obtenido de El Universo:



<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/caida-del-36-en-la-exportacion-de-sombreros-de-paja-toquilla-se-recupera-y-proyecta-alza-del-20-nota/>

- Morse, J. (2005). Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa. DIGITALIA.
- Motawi, W. (2020). Cómo empezar tu propia empresa de calzado.
- Panofsky, E. (1955). El significado de las artes visuales. (N. Ancochea, Trad.) New York: Alianza Editorial.
- Paraíso, R. (1994). Etnografía: ¿técnicas o perspectiva epistemológica. La etnografía en educación: panorama, prácticas y problemas . Universidad Nacional Autónoma de México, Publicaciones CISE.
- Pontis, S. (16 de Noviembre de 2009). Qué es y qué implica la investigación en Diseño. Obtenido de FOROALFA: <https://foroalfa.org/articulos/que-es-y-que-implica-la-investigacion-en-diseno>
- Posner, H. (2011). Marketing de Moda. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Prado, A. (Julio de 19 de 2021). Guía definitiva del estilo boho: cómo llevarlo sin parecer disfrazada. Obtenido de ELLE: <https://www.elle.com/es/moda/tendencias/a35370213/estilo-boho-mujer-como-llevarlo-inspiracion/>
- Romero, R. (07 de Julio de 2012). Las Dimensiones del Objeto de Diseño. Obtenido de Los Nuevos Caminos del Diseño: <http://losnuevoscaminosdeldiseno.blogspot.com/2012/07/las-dimensiones-del-objeto-de-diseno.html>
- Ruiz, G. (1994). Estudio de Diseño: Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad. Buenos Aires: Emecé Editores.
- Semana. (21 de Enero de 2022). Así se ganó su fama el sombrero vueltiao, la tradicional artesanía colombiana que han lucido presidentes, Papas y deportistas. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/la-historia-del-sombrero-vueltiao-una-tradicional-artesania-indigena-que-han-lucido-presidentes-papas-y-deportistas/202146/>
- SUPERCIAS. (2021). Estudio Sectorial: Efectos del Covid-19 en el Sector Turismo. Ecuador: SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. Obtenido de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/Sector-Turismo-03-08-2021.pdf>
- Tibán, L. (2001). Derechos Colectivos de los Pueblos Indígenas del Ecuador: Aplicabilidad, alcances y limitaciones. Quito: IINDESIC.
- Valarezo, S. (2002). La Selva, los Pueblos su Historia . Quito: Ediciones Abya-Yala.

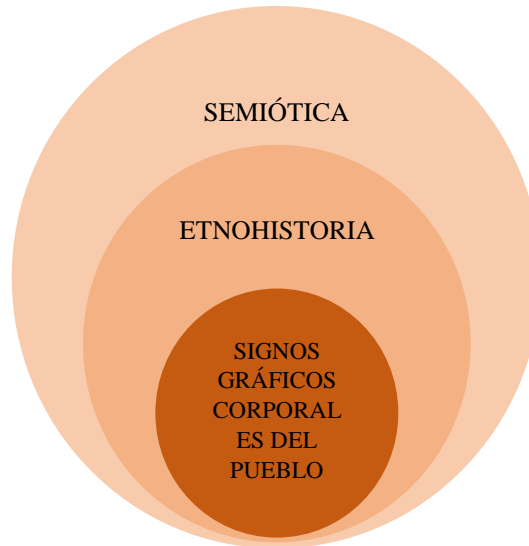
- Vargas, K. (2018). Análisis iconográfico de la Cultura Tolita y su aplicación al Diseño Textil. Amabto: Universidad Técnica de Ambato.
- Vitale, A. (2004). El estudio de los signos: Peirce y Saussure. Buenos Aires: Eudeba.
- WFTO. (2021). Los 10 Principios del Comercio Justo. Obtenido de wfto-la.org:  
<https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>
- Wilde, O. (2012). Manuales de Diseño de Moda: Diseño e Investigacion (2a ed.). Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.
- Wong, W. (1995). Fundamentos del diseño. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

## ANEXOS

### Anexo 1. Categorías fundamentales

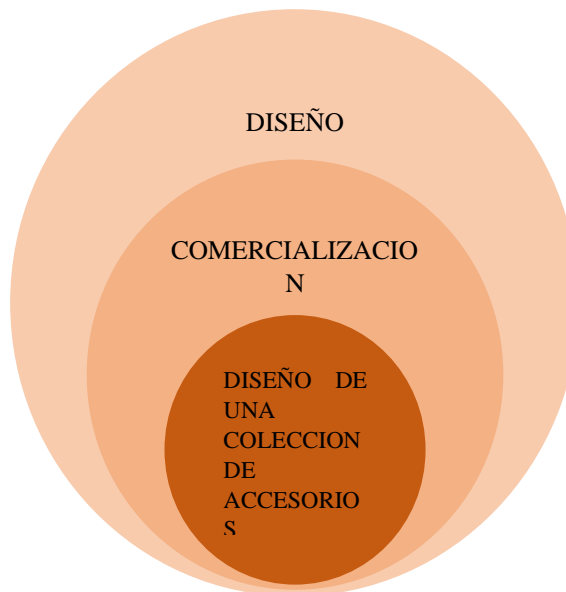
#### Figura 69

*Variable Social*



#### Figura 70

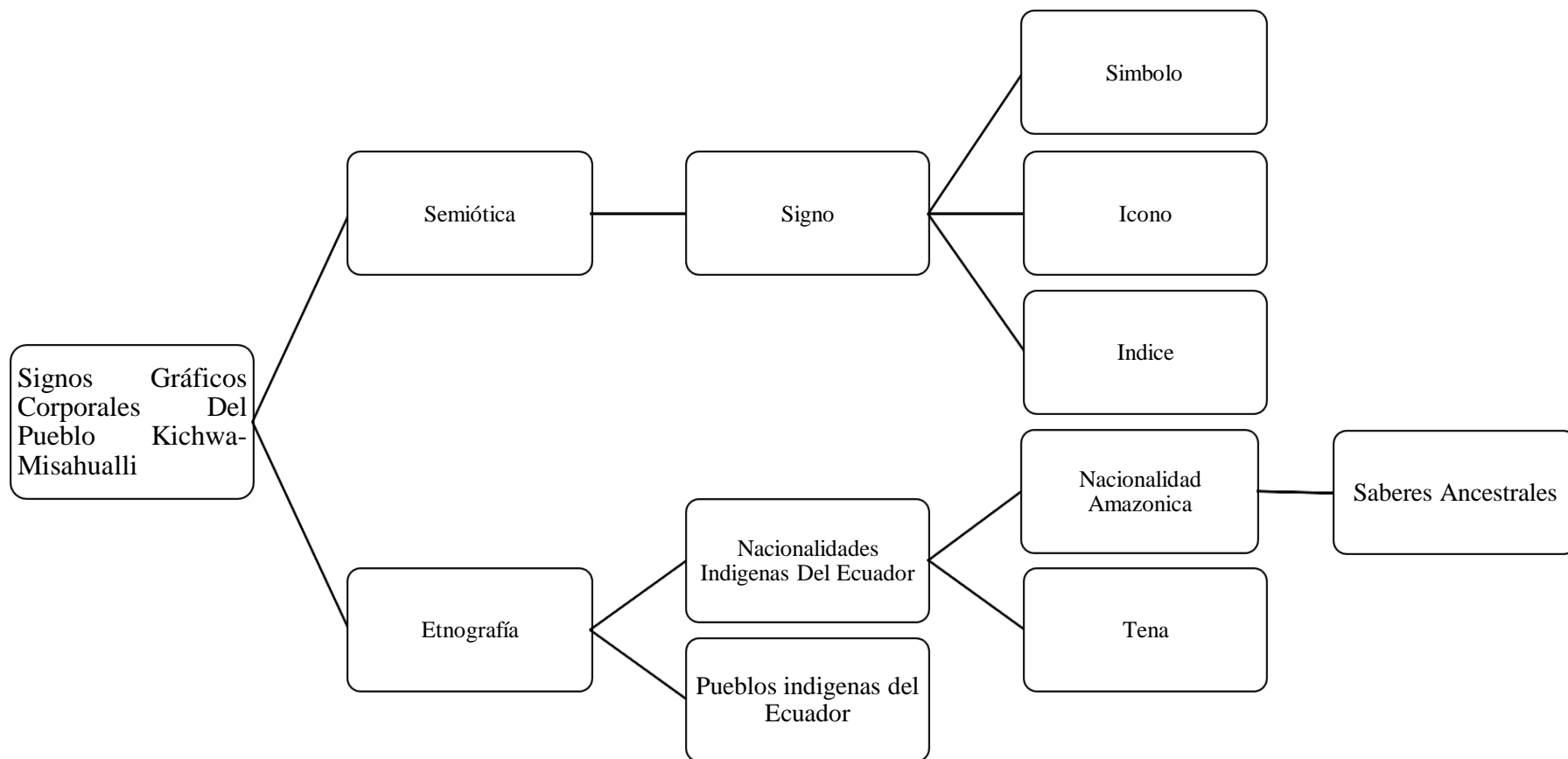
*Variable Técnica*



**Anexo 2. Red de Variables**

**Figura 71**

*Red de variable social*



**Figura 72**

*Red de variable técnica*

