



UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES
PARA EL HOGAR CON MATERIALES TRADICIONALES
DE QUETZALTENANGO, GUATEMALA

ANA KARIN JEANETH CARRANZA SAZO

Guatemala, 21 de julio de 2007



UNIVERSIDAD DEL ISTMO
Facultad de Arquitectura y Diseño

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES
PARA EL HOGAR CON MATERIALES TRADICIONALES
DE QUETZALTENANGO, GUATEMALA

TESIS

Presentada al Consejo de
Facultad de Arquitectura y Diseño

por

ANA KARIN JEANETH CARRANZA SAZO

Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO INDUSTRIAL DEL VESTUARIO

Guatemala, 21 de julio de 2007



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Guatemala, 26 de junio de 2007

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **ANA KARIN JEANETH CARRANZA SAZO**, la impresión de su tesis titulada:

***“ DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS
TEXTILES PARA EL HOGAR CON MATERIALES
TRADICIONALES DE QUETZALTENANGO, GUATEMALA ”***

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Industrial del Vestuario

Arq. Ana María Cruz de García
Decano Facultad de Arquitectura y Diseño

Guatemala,
29 de junio de 2007

Señores
Consejo Facultad de Arquitectura y Diseño
Universidad del Istmo
Presente

Estimados señores:

He tenido a la vista y supervisado el desarrollo de la tesis de la estudiante, de la licenciatura en Diseño Industrial con Especialización en Vestuario, **Ana Karin Jeaneth Carranza Sazo**, con el tema **Diseño y elaboración de productos textiles para el hogar con materiales tradicionales de Quetzaltenango, Guatemala.**

La tesis está a mi entera satisfacción y preparada para su publicación final.

Atentamente,



Lic. Alma Ligorría de Rosenberg

ÍNDICE GENERAL

	Página
Introducción.....	i
1. CONCEPTOS BÁSICOS DE <i>HOME FASHION</i> , PRODUCTOS TEXTILES PARA EL HOGAR	1
1.1 TENDENCIAS EN LA DECORACIÓN DEL HOGAR.....	3
1.2 MATERIALES UTILIZADOS EN GUATEMALA.....	5
1.2.1 Cuyuscate.....	5
1.2.2 Algodón	6
1.2.3 Tintes Naturales.....	6
1.3 ELEMENTOS CULTURALES DE GUATEMALA.....	7
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
3. TRABAJO DE CAMPO	15
3.1 ANÁLISIS DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS...	15
4. ESTUDIO DE MERCADO	28
4.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	28
4.1.1 Geográficamente.....	28
4.1.2 Demográficamente.....	28
4.1.3 Psicográficamente.....	29

4.1.4 Comportamiento	29
5. CICLOS DE VENTA	30
6. DISEÑO.....	33
6.1 CARTA DE TEXTILES.....	35
6.2 ELEMENTOS DE DISEÑO.....	37
6.2.1 Línea.....	37
6.2.2 Color.....	37
6.2.3 Textura.....	37
6.3 PRINCIPIOS DE DISEÑO.....	37
6.3.1 Balance.....	37
6.3.2 Proporción.....	37
6.3.3 Ritmo.....	38
6.3.4 Unidad	38
6.3.5 Énfasis.....	38
7. SPECS	39
8. MATERIALES A UTILIZAR Y COSTOS.....	56
8.1 COSTOS DIRECTOS.....	56
8.2 COSTOS INDIRECTOS.....	57
9. SUGERENCIAS DE CONFECCIÓN.....	58

CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62
GLOSARIO	64

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

No.	Título	Página
1	Vestido marimekko en portada de revista	4
2	Variaciones de diseños textiles marimekko	4
3	Zig-zag	9
4	Centro del Pueblo	9
5	Rupan Plato	10
6	Árbol de la vida	10
7	Chompipe de la fiesta o chompipe muerto	11
8	Águila bicéfala	11
9	Estrella	12
10	Área de trabajo de la señora Fulvia Orozco en Quetzaltenango 1	26
11	Área de trabajo de la señora Fulvia Orozco en Quetzaltenango 2	26
12	Forros de electrodomésticos 1	26
13	Forros de electrodomésticos 2	26
14	Aisladores de calor	27
15	Bolsa	27
16	Forro para silla	27
17	Técnica de Roneliu	27
18	Técnica de cintas con crochet	27

GRÁFICAS

No.	Título	Página
1	¿Qué importancia da usted a la decoración del hogar?	15
2	¿Con qué frecuencia cambia la decoración de su hogar?	16
3	La decisión de cambiar la decoración es influenciada por:	16
4	¿A qué área de su casa presta mayor atención al decorar?	17
5	¿Qué tipo de materiales prefiere al comprar objetos de decoración	17
6	¿Qué colores prefiere para decorar su hogar?	18
7	¿Qué color escogería para poner un énfasis en su casa?	18
8	¿Cómo definiría el estilo de decoración de su hogar?	19
9	¿Cuántas personas viven en su casa?	19
10	¿De qué tamaño es su cama?	20
11	¿Qué importancia da usted a la decoración del hogar?	20
12	¿Con qué frecuencia cambia la decoración de su hogar?	21
13	La decisión de cambiar la decoración es influenciada por:	21
14	¿A qué área de su casa presta mayor atención al decorar?	22
15	¿Qué tipo de materiales prefiere al comprar objetos de decoración	22
16	¿Qué colores prefiere para decorar su hogar?	23
17	¿Qué color escogería para poner un énfasis en su casa?	23
18	¿Cómo definiría el estilo de decoración de su hogar?	24
19	¿Cuántas personas viven en su casa?	24
20	¿De qué tamaño es su cama?	25

INTRODUCCIÓN

Con la realización de la presente investigación, se busca ayudar a la microempresa de la Señora Fulvia Orozco Fuentes, ubicada en Quetzaltenango, a través de la planificación de una línea de productos textiles para decoración del hogar, con diseños innovadores elaborados con materiales tradicionales para venderlos en la ciudad de Guatemala. Los conocimientos adquiridos por la alumna, durante la carrera de Diseño Industrial del Vestuario, han sido aplicados en cada una de las etapas del desarrollo de la investigación.

La Sra. Orozco, en la actualidad se dedica a elaborar algunos productos textiles para el hogar de manera artesanal; por lo que se proponen más opciones de productos, diseñados de acuerdo a las preferencias del mercado objetivo de Guatemala, con la aplicación de técnicas innovadoras para transmitir la cultura guatemalteca, para que los guatemaltecos la valoren más.

El objetivo general del proyecto es, adaptar el concepto *home fashion*, productos textiles para decoración del hogar, a los productos elaborados en Guatemala con materiales tradicionales, para diversificarlos y promover la cultura como un valor agregado y ofrecer así una asesoría para el crecimiento de la microempresa.

Para lograrlo fue necesario identificar tendencias en decoración del hogar, con el fin de desarrollar productos que cuenten con demanda masiva; también se aplicaron datos sobre la cosmología maya a los productos, para promover la cultura guatemalteca; al diseñar productos básicos se señalan áreas potenciales de diseño para que las señoras de Quetzaltenango, puedan desarrollar su creatividad en los mismos.

Por medio de este proyecto, se buscó comprobar si resulta factible elaborar productos textiles para decoración del hogar, con materiales tradicionales, en una microempresa de Quetzaltenango, Guatemala, para su comercialización en la ciudad de Guatemala. Se realizaron entrevistas para analizar y determinar el mercado objetivo al cual va dirigido, ya que esto determinará la rentabilidad de la empresa, a través de la aplicación de los principios de mercadeo. El resultado es que sí se encuentra un segmento de mercado, en Guatemala, con un alto interés en adquirir productos textiles para la decoración del hogar.

1. CONCEPTOS BÁSICOS DE *HOME FASHION*, PRODUCTOS TEXTILES PARA EL HOGAR

A raíz de las crisis que se viven actualmente, el ser humano tiene una respuesta natural a todo este movimiento de violencia e inseguridad, crea ambientes en los que se siente cómodo y seguro y qué mejor lugar que su hogar.

Es por esto que se ha desarrollado el término *home fashion*, para describir todos los productos, principalmente textiles, que hacen la permanencia en su hogar más atractiva y agradable. Por ejemplo, las personas buscan redecorar sus casas más frecuentemente, para lo que necesitan productos con diseños atractivos que les ayuden a demostrar su individualidad al mundo; pero debido a la crisis económica que atraviesan muchos países, también es determinante hacer estos cambios con el menor presupuesto posible.

Así es que las personas cada vez invierten más dinero en ciertos objetos de la casa y buscan cambiar con mayor frecuencia productos tales como: los de decoración del dormitorio, la sala de estar, el baño, la cocina, el comedor e incluso productos para llevar a cabo sus pasatiempos hogareños.

El ciclo de la moda en decoración del hogar, es más lento que el del vestuario habitual, por lo que requiere únicamente de uno a dos cambios de líneas al año.

Los productos para el hogar se dividen en siete categorías principales:

- Blancos para el dormitorio, que incluyen sábanas, sobrefundas, cubrecamas, cobijas y cojines.
- Blancos para el baño, aquí se encuentran las toallas, toallas de manos y alfombras de baño.
- Blancos para la mesa, como los manteles, camino de mesa, servilletas e individuales.

- Tratamientos para las ventanas, incluye cortinas, visillos y persianas.
- Telas para tapicería, pueden ser fundas o cojines.
- Misceláneos, cobijas, toallas para cocina, cobertores de electrodomésticos, entre otros.
- Alfombras de área, incluyen las de entrada y las de pasillos.¹

De manera que dentro de los accesorios textiles para el hogar se incluye una vasta gama de productos, en su mayoría fáciles y simples de fabricar, a los cuales se les pueden añadir algún detalle de diseño para hacerlos atractivos y promover su compra. También cuentan con la ventaja de que las medidas para fabricarlos pueden unificarse, para lograr una estandarización que facilitaría la adquisición por parte del consumidor.

Los segmentos de mercado se podrían dividir en tres principales: los recién casados, las casas de vacaciones y los cambios de casa a otra más amplia. Estas son ocasiones que incentivan la compra de accesorios para el hogar, sin embargo, es cada vez más común dentro del sector de consumidores jóvenes, el comprar productos para decorar sus hogares para ocasiones especiales, por ejemplo: celebraciones de cumpleaños, reuniones sociales, despedidas de solteras, baby showers, entre otros. Muchas veces se escoge incluso, un tema para unificar la decoración, comida, bebidas y en algunos casos la vestimenta para la reunión.

¹ Elaine Stone. *The Dynamics of fashion*. 6a. ed. (United States of America: Fairchild Publications, 1999) p.505

1.1 TENDENCIAS EN LA DECORACIÓN DEL HOGAR

Dentro de las tendencias más importantes en la decoración del hogar, en Europa, se encuentra el gusto por lo natural, por lo rústico, las maderas en tonos naturales, al igual que los tejidos. Básicamente el estilo que se encuentra en auge es el escandinavo moderno o *scandinavian modern*.

De acuerdo con estudios realizados por la bbc en Inglaterra², el estilo escandinavo moderno se inició alrededor de 1930 y sigue vigente, aunque se interrumpió por la Segunda Guerra Mundial.

Este estilo consiste en tomar el concepto de modernismo y se mezcla con materiales tradicionales. Los productos que resultan son objetos que destacan por estar muy bien diseñados, funcionales y simples.

El color que más se utiliza es el blanco, al cual se le añade únicamente toques de color que pueden variar, también es común el color de la madera y de materiales naturales.

Sobresale el uso de los textiles marimekko, los cuales surgieron en 1951, en Helsinki, Finlandia, cuando Armi Ratia decide trabajar en la fábrica de estampados de telas de su esposo. Como era encargada de elaborar los diseños, le pide a sus amigos artistas algunos diseños, con lo que se inicia una revolución en los estampados. Como era la época de post-guerra la gente no estaba acostumbrada, así es que se comenzó por hacer ropa de líneas simples, pero fue al utilizar Jacqueline Kennedy la misma, cuando se dio el apogeo de los diseños.

² Disponible en <http://www.bbc.co.uk/home/design> [consulta: mayo de 2006]

Figura No. 1

Vestido marimekko en portada de revista

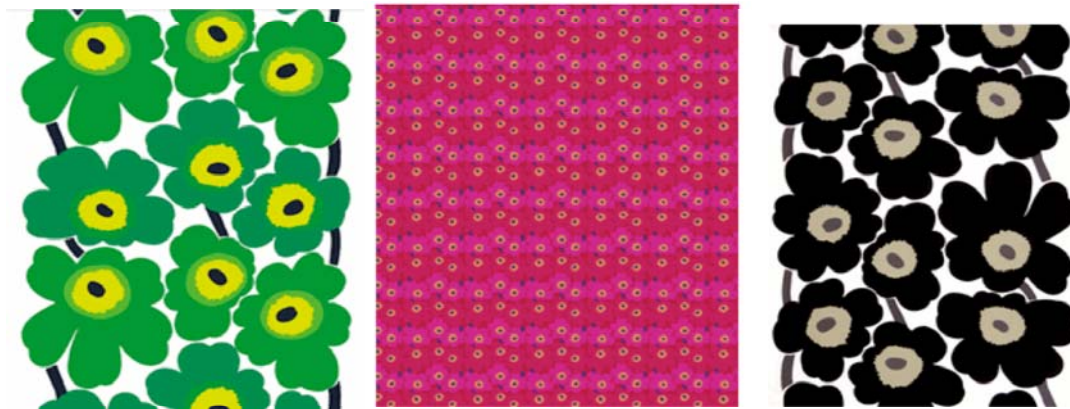


Fuente: Disponible en http://www.kskssports.com/ksks_sports/sports_illustrated/1960s/images/si6_2_02.jpg
[consulta: septiembre de 2006]

Los diseños destacan por ser simples figuras, con un patrón de repetición bastante corto, donde se juega principalmente con las combinaciones de colores, el resultado es una amplia gama de opciones de textiles, que han sido utilizados con el paso del tiempo para decoración, para elaborar prendas de vestir, entre otras. En los textiles se pudo reflejar las tendencias del pop art y op art, de la década de los sesentas y sobresalió el uso de flores, en dibujos planos.

Figura No. 2

Variaciones de diseños textiles marimekko



Fuente: Disponible en www.finnstyle.com/macofa.html
[consulta: septiembre de 2006]

Entre los diseñadores representantes de este movimiento se encuentran: Katsuji Wakisaka, Fujiwo Ishimoto, Anna Danielsson, Eria Hirvi, Maija/Kristina Isola y Segal/Rosauer.

En España, según la revista El Mueble, especializada en decoración, la tendencia por colores neutros es la base al momento de decorar, tales como: blanco, beige, café, entre otros; aunque se incluye dentro de la paleta de colores, telas con estampados que tienen toques de color, sólo para darle más vida a las habitaciones en el hogar.

Entre los colores propuestos se mencionan: fresas, rosados, verdes, anaranjados, etc. Utilizados en estampados con motivos inspirados en la década de 1970, flores y patchwork. De acuerdo con un estudio de tendencias para 2007, presentado en la página web de CNN Money³, un especialista en el área de bienes raíces y decoración asegura que las personas se sienten cada vez más cómodas al elegir colores dramáticos, altamente saturados, para decorar sus casas; las inspiraciones van en la línea que llaman: “Tapicería cultural”, enfocadas en India, China, Islas Bálticas y Latinoamérica, combinan los colores: del ruibarbo, verde potpourri, azul y café. Se busca lograr una mezcla de muchas capas de telas con texturas.

1.2 MATERIALES UTILIZADOS EN GUATEMALA

1.2.1 Cuyuscate. Las personas, principalmente indígenas, de Guatemala, le atribuyen al cuyuscate poderes curativos. El cuyuscate es un algodón de color café que proviene de las tierras calientes, se cree que absorbe las malas esencias, además por venir de la tierra, acoge y cuida a su portador. Dentro del pensamiento maya se relaciona al “sol con el día, el calor y la fuerza... es

³ Disponible en http://money.cnn.com/galleries/2007/real_estate/0701/gallery.design_trends/index.html [consulta: 13 de marzo de 2007]

considerado “lleno de fuerza”⁴, pero su adquisición en la actualidad es muy difícil, por lo que para las personas conocedoras del tema, representa un símbolo de distinción y de estatus social más elevado.

1.2.2 Algodón. Se encuentra dentro de la categoría de fibras naturales de origen vegetal, proviene de la semilla del algodón y está formada principalmente de celulosa.

Entre los elementos que determinan su calidad, se encuentran: finura, pureza, brillo, color y la longitud de la fibra. Entre más larga es su fibra, más fino, caro y resistente es el hilo. El algodón de fibra corta es utilizado para ropa de trabajo y sábanas, el de media para camisas deportivas, ropa interior y vestidos y el de larga para popelinas, batistas y adamascados.

Entre sus propiedades están el que resiste el rasgado, el frote y el calor, es sumamente absorbente, por lo que puede lavarse bien, no se apolilla, es flexible y no acumula electricidad estática.

Los productos elaborados con algodón, deben llevar en la etiqueta el símbolo del algodón.

1.2.3 Tintes Naturales. Según Olga Reiche, en su manual de tintes naturales, es muy importante utilizar los mismos para trabajar artesanías textiles, porque así no se daña el medio ambiente ni las personas que trabajan con ellos. Se le llaman teñidos naturales a las “sustancias vegetales colorantes y astringentes o tánicas, sustancias que estrechan y fijan los colores que se encuentran en las hojas, flores, cortezas, raíces, frutos de algunos vegetales”⁵.

⁴ *ABC del Textil*. España: Instituto Nacional del Consumo. p. 62

⁵ Olga Reiche. *Manual de Tintes Naturales*. 2ª. Ed. Guatemala: Subcentro nacional de artesanías y artes populares, 2001. p. 50

El proceso para obtener un tinte y aplicarlo, consiste en los siguientes pasos:

- a) Introducir las fibras o telas en el tinte.
- b) Hervir por una hora.
- c) Dejar enfriar y reposar por 12 horas o una noche.

El tinte sobrante se puede reutilizar y da como resultado un color pálido.

1.3 ELEMENTOS CULTURALES DE GUATEMALA

Los trajes indígenas de Guatemala, han destacado a nivel internacional por el alto grado de contenido y significado que transmiten a través de sus bordados, es un conocimiento que viene de muchas generaciones atrás. Anteriormente las madres eran las encargadas de enseñar a sus hijas, cómo hacer sus prendas de vestir y cómo bordarlas.

Pero debido a los problemas socioeconómicos que ha afrontado el país, se ha vuelto cada vez más difícil para las personas asumir el costo de sus propias vestimentas. Así es como a partir de la década de 1960, las hijas dejaron de utilizar los trajes típicos o parte de ellos, pues los comenzaron a combinar con prendas de menor costo que no son propias del área; de manera que poco a poco se ha perdido la tradición de los símbolos utilizados y muchas veces las mismas bordadoras, desconocen el significado de los mismos. Otro factor de cambio muy importante, se dio durante el conflicto armado en Guatemala, el cual duró 36 años y terminó en 1996, pues muchas familias emigraron y dejaban sus costumbres, deshaciéndose de su ropa, por temor a sufrir la violencia propia de la época.⁶

⁶ Julieta Sandoval. [en línea]. Disponible en <http://www.prensalibre.com/pl/domingo/archivo/revistad/2005/mayo05/150505/dartesia.shtml> [Consulta: Mayo 2006]

Todos estos símbolos que se transmiten en los bordados son el resultado de una fusión de técnicas, porque al momento de la conquista, el Reino de Castilla y Aragón lo formaban diversos estados que habían estado dominados por los árabes durante mucho tiempo, de manera que la influencia en la técnica de bordado, así como, en los motivos se hizo evidente. Los indígenas por su parte, al ver cómo los europeos realizaban los bordados, aprendieron rápidamente copiando algunos motivos y los transformaron, por eso es muy común encontrar grandes similitudes entre los tejidos propios de la época de la conquista en Europa con los tradicionales de los indígenas de Guatemala.

En el traje indígena tiene importancia: tanto el área donde ubican los símbolos como los símbolos en sí, los cuales pueden ser estudiados según dos criterios: el “émico”, que se refiere “a las descripciones o explicaciones que proveen los informantes, las cuales reflejan la visión interna de su sistema cultural, sus principios, valores y criterios” ⁷. Y el ético, que se limita al punto de vista del investigador.

Se debe mencionar que no todos los símbolos tienen significado y los que carecen del mismo son llamados: signos, se utilizan por estética o porque sirven de divisiones, incluso existen otros que fueron tomados de las revistas de cruceta.

Entre los símbolos más comunes utilizados dentro de los bordados, se pueden mencionar:

⁷ Bárbara Knoke de Arathoon. *Símbolos que se siembran*. (Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003) p. 20

El uso de forma zig-zag, según la región donde se encuentre, tiene distintos significados, pero básicamente puede ser: espinas, serpiente, los cerros y los altibajos femeninos.

Figura No. 3

Zig-zag



Fuente: Bárbara Knoke de Arathoon. *Símbolos que se siembran*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003.

El llamado: Centro del Pueblo, es muy similar a la flor, pero ésta se diferencia por llevar mucho colorido y estar escondida dentro de un complejo diseño. Su significado étnico destaca, porque aquí es donde se reúne todo el pueblo y se llevan a cabo las celebraciones importantes

Figura No. 4

Centro del Pueblo



Fuente: Bárbara Knoke de Arathoon. *Símbolos que se siembran*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003.

El plato ceremonial, es muy antiguo, también llamado: *rupan läq* o *rupan plato*, que en kaqchikel significa “el interior o contenido del plato”, por lo que se refiere al utilizado en las ceremonias. Su forma consiste en un rombo con rayos a su alrededor o simplemente varias formas de rombos o romboides.

Figura No. 5

Rupan Plato



Fuente: Bárbara Knoke de Arathoon. *Símbolos que se siembran*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003.

El palo o árbol de la vida, en su significado émico, está estrechamente relacionado con la mujer y con la idea de la regeneración vegetal y humana, es el centro de todo.

Figura No. 6

Árbol de la vida

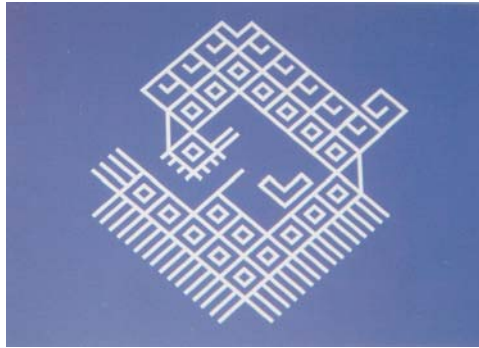


Fuente: Bárbara Knoke de Arathoon. *Símbolos que se siembran*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003.

Chompipe de la fiesta o chompipe muerto, es otro símbolo que se utiliza para casamientos o celebraciones de integración de mujeres a la cofradía. Representa las ofrendas rituales.

Figura No. 7

Chompipe de la fiesta o Chompipe muerto



Fuente: Bárbara Knoke de Arathoon. *Símbolos que se siembran*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003.

El águila bicéfala, es un ejemplo muy claro de los símbolos que adoptaron de los españoles, pues ésta era el emblema del gremio de los tejedores en Europa. Por otro lado en lugares como Chichicastenango es considerada un Dios, que representa su divinidad al poseer dos cabezas que observan en direcciones opuestas, cosa que es imposible para los seres humanos.

Foto No. 8

Águila bicéfala



Fuente: Bárbara Knoke de Arathoon. *Símbolos que se siembran*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003.

La estrella, es representada en los trajes de diario de distintos lugares. En Panajachel, Sololá se cree que “las personas que mueren se transforman en estrellas y que los bebés provenían del cielo, donde también habían sido estrellas, siguiendo al sol”⁸.

Figura No. 9

Estrella



Fuente: Bárbara Knoke de Arathoon. *Símbolos que se siembran*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003.

⁸ Ibid. p.8

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizaron encuestas personalmente a personas de clase media de Guatemala, que conforman el mercado objetivo del proyecto, para identificar gustos en cuanto a colores para el diseño de los productos, así como, para evaluar la frecuencia con la que redecoran su hogar, analizar la disponibilidad de espacio y de presupuesto para que los productos sean funcionales. En el anexo de este trabajo, se presenta un formato de la encuesta que se realizó.

A continuación se presenta el formato de encuesta que se utilizó:

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
DISEÑO INDUSTRIAL DEL VESTUARIO
GUATEMALA, CENTRO AMÉRICA

CUESTIONARIO



1. ¿Qué importancia da usted a la decoración del hogar?
 Bastante
 Poca
2. ¿Con qué frecuencia cambia la decoración de su hogar?
 Cada mes o menos
 2-6 meses
 Cada año
 Más de un año
3. La decisión de cambiar la decoración, es influenciada por:
 Las tendencias de moda
 Las propuestas de revistas especializadas
 Ninguna, es personal
4. ¿A qué área de su casa presta mayor atención al decorar? Marque 2 opciones.
 Dormitorio Sala
 Comedor Cocina
 Baño
5. ¿Qué tipo de materiales prefiere al comprar objetos de decoración?
 Naturales
 Sintéticos
 Le es indiferente

6. ¿Qué colores prefiere para decorar su hogar?
 Colores neutros
 Colores vibrantes
7. Si tuviera que escoger un color para aplicar en ciertos puntos de énfasis, ¿Cuál sería? Elija dos opciones, siendo la de mayor importancia el número uno y la de menor el dos.
 Rojo Verde Amarillo
 Azul Anaranjado Rosado
8. ¿Cómo definiría el estilo de decoración de su hogar?
 Minimalista Recargado
 Exótico Tradicional
9. ¿Cuántas personas viven en su casa?
 1 2 3 - 5 6 o más
10. ¿De qué tamaño es su cama?
 Imperial Matrimonial Queen King

En la microempresa que va a ser la productora, se realizó una entrevista a la dueña del taller, para obtener información sobre las técnicas que utilizan, sus materiales y la disposición para recibir capacitación.

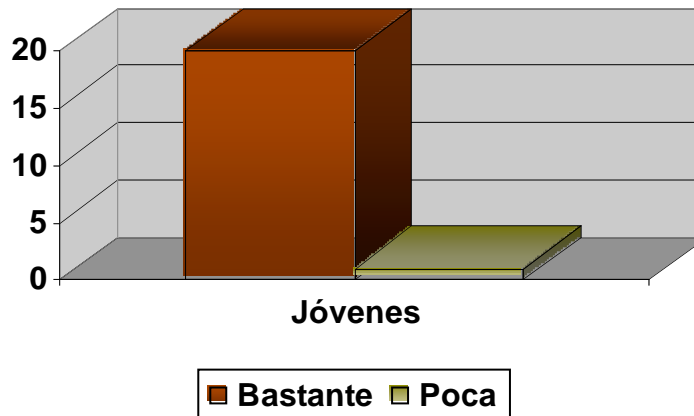
3. TRABAJO DE CAMPO

3.1 ANÁLISIS DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Al realizar el estudio con las encuestas, fue evidente las diferencias entre dos grupos de mercado: uno, formado por personas jóvenes, recién casados o independientes y otro de las personas mayores; por lo que para su estudio al analizar las respuestas se separaron para identificar preferencias y opiniones más específicas, a continuación se presentan los resultados del grupo de jóvenes.

Gráfica No. 1

1. ¿Qué importancia da usted a la decoración del hogar?

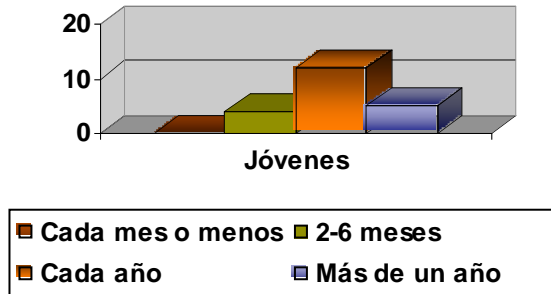


Fuente: Propia

Se puede observar en las gráficas que la importancia que dan a la decoración es bastante alta. Aunque es evidente que el porcentaje en los jóvenes es mayor comparado con el resultado de las respuestas de los mayores.

Gráfica No. 2

2. ¿Con qué frecuencia cambia la decoración de su hogar?

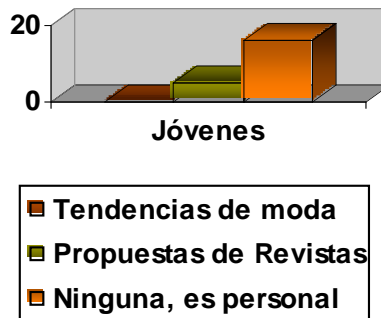


Fuente: Propia

En el mercado de los jóvenes, tienden a cambiar la decoración de su hogar cada año, algunos la cambian en un período mayor al año y una minoría la cambian en menos de un año.

Gráfica No. 3

3. La decisión de cambiar la decoración, es influenciada por:

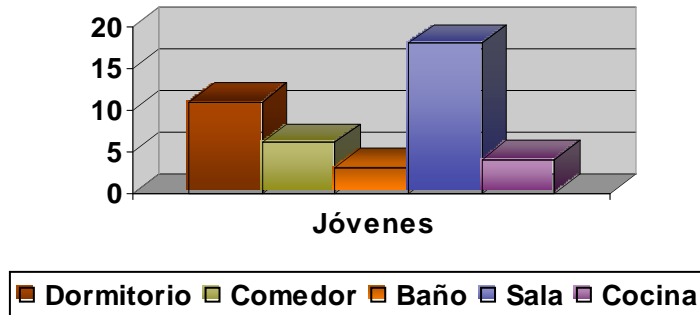


Fuente: Propia

De acuerdo con las respuestas de las encuestas, el principal motivo por el que las personas deciden cambiar su decoración, en el mercado joven, no está relacionado ni con tendencias de moda, ni con propuestas de revistas, sino que es personal. Luego de esta respuesta, en porcentajes, se encuentra la opción de seguir las propuestas de revistas especializadas.

Gráfica No. 4

4. ¿A qué área de su casa presta mayor atención al decorar?

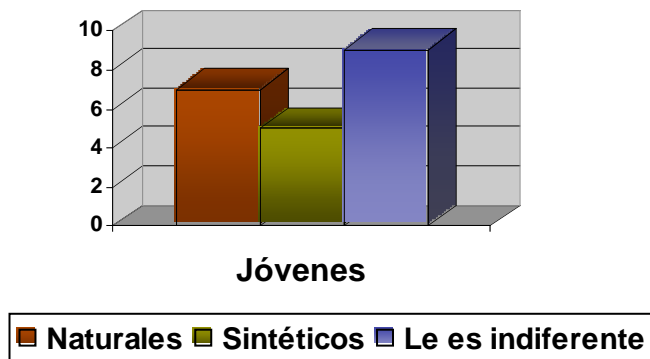


Fuente: Propia

Al responder sobre qué área de la casa le ponían mayor atención en primer lugar para los jóvenes está: sala, luego comedor y le sigue el dormitorio. Esta respuesta determinará las líneas de productos que se diseñarán.

Gráfica No. 5

5. ¿Qué tipo de materiales prefiere al comprar objetos de decoración?

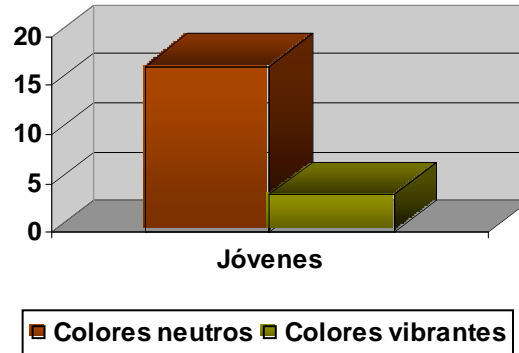


Fuente: Propia

La respuesta para esta pregunta es generalizada, les es indiferente el tipo de material, pero el resto de personas prefieren los naturales por encima de los sintéticos.

Gráfica No. 6

6. ¿Qué colores prefiere para decorar su hogar?

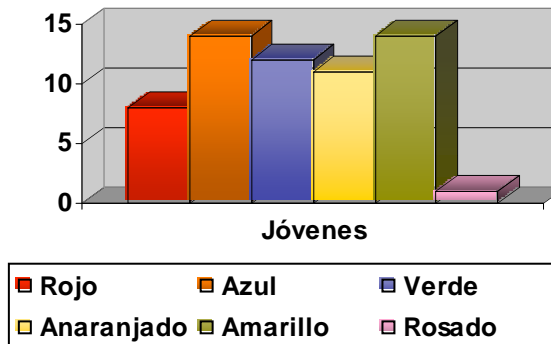


Fuente: Propia

En esta pregunta la respuesta fue homogénea, pues un gran porcentaje afirmó que prefiere los colores neutros para decorar, por encima de los vibrantes.

Gráfica No. 7

7. ¿Qué color escogería para poner un énfasis en su casa?

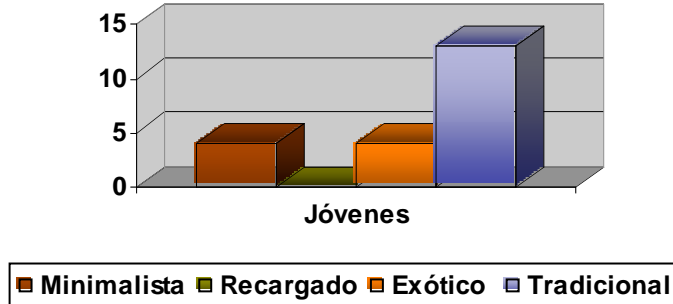


Fuente: Propia

El sector de los jóvenes prefiere el amarillo, luego azul, verde y anaranjado; pero las cantidades son similares porque hacen muchos tipos de combinaciones.

Gráfica No. 8

8. ¿Cómo definiría el estilo de decoración de su hogar?

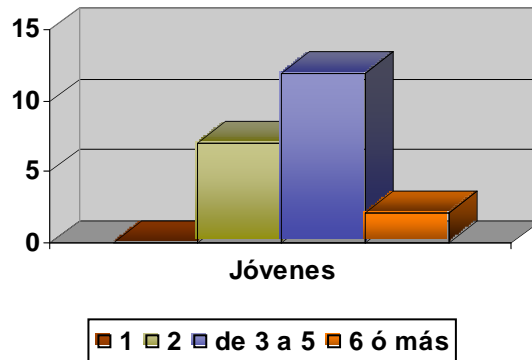


Fuente: Propia

Esta es otra pregunta donde la respuesta es generalizada, la mayor parte de las casas tienen un estilo de decoración tradicional.

Gráfica No. 9

9. ¿Cuántas personas viven en su casa?

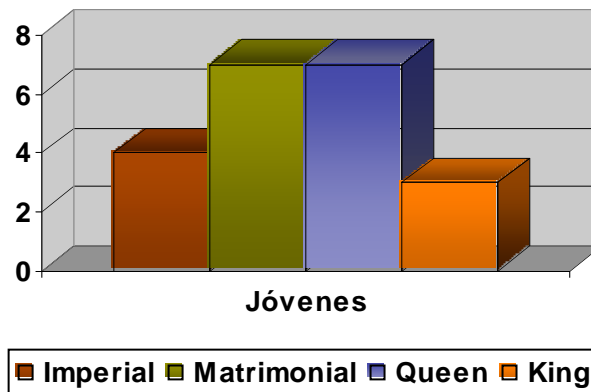


Fuente: Propia

Es importante analizar cuántas personas viven en cada casa, porque el proyecto está dirigido a personas de clase media y de esta manera se pueden ofrecer productos que estén a un precio alcanzable a la parte del presupuesto que han designado para este fin.

Gráfica No. 10

10. ¿De qué tamaño es su cama?



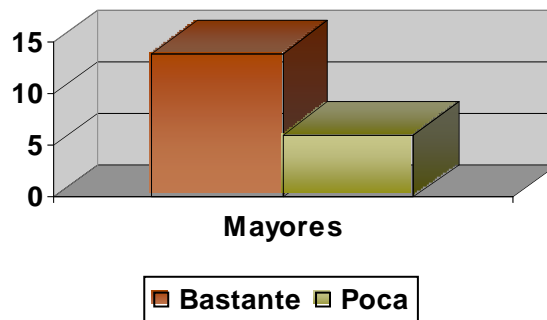
Fuente: Propia

En las personas de clase media de la ciudad de Guatemala, dentro de los jóvenes, es más común las camas tamaño queen y matrimonial, entre todas las opciones.

Ahora se proseguirá a analizar los resultados del grupo formado por las personas mayores:

Gráfica No. 11

1. ¿Qué importancia da usted a la decoración del hogar?

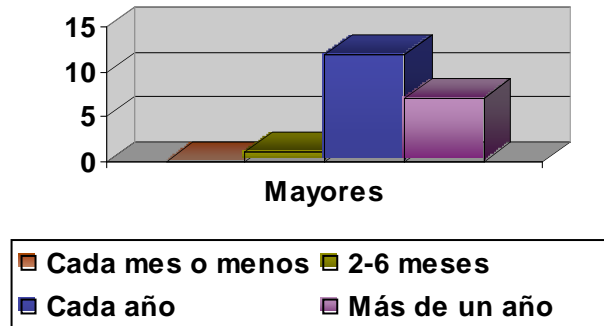


Fuente: Propia

Como se puede observar, en el mercado de las personas mayores, la importancia que se le brinda a la decoración del hogar es alta.

Gráfica No. 12

2. ¿Con qué frecuencia cambia la decoración de su hogar?

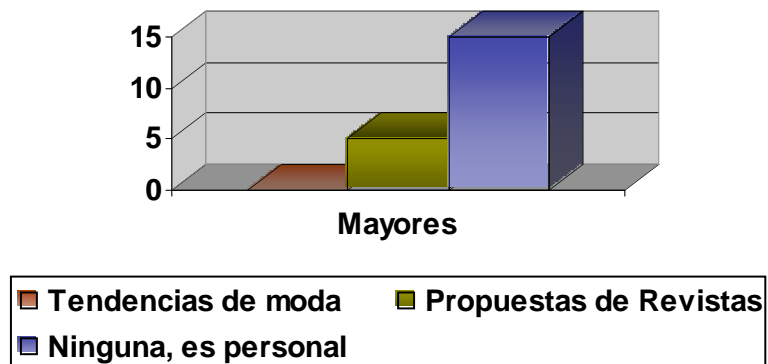


Fuente: Propia

La respuesta mayoritaria es cada año, a la cual le sigue la opción de más de un año, dentro del mercado de personas mayores.

Gráfica No. 13

3. La decisión de cambiar la decoración, es influenciada por:

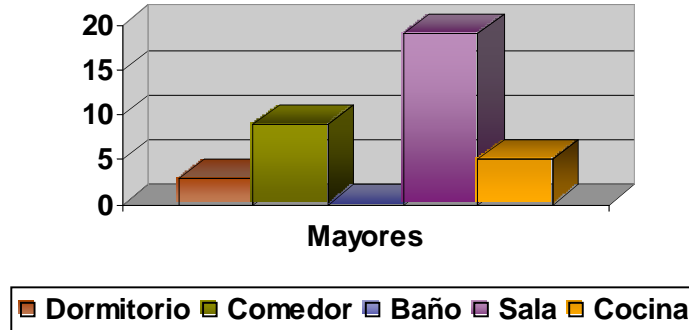


Fuente: Propia

En las personas mayores del estudio, la decisión de variar la decoración de su hogar es principalmente personal, aunque existe otro pequeño porcentaje que toma en cuenta las propuestas de las revistas especializadas.

Gráfica No. 14

4. ¿A qué área de su casa presta mayor atención al decorar?

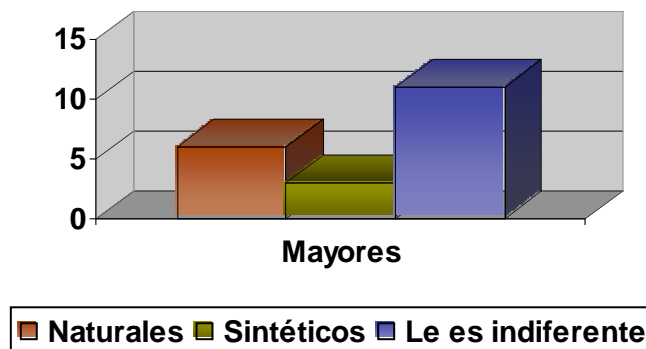


Fuente: Propia

Para los mayores la principal es la sala, después el comedor y finalmente la cocina. Esta respuesta determinará las líneas de productos que se diseñarán.

Gráfica No. 15

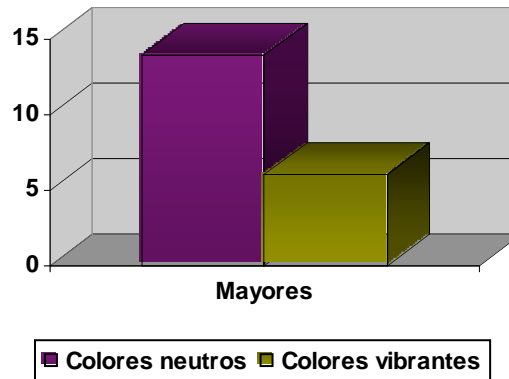
5. ¿Qué tipo de materiales prefiere al comprar objetos de decoración?



Fuente: Propia

A la mayoría de personas mayores encuestadas, le es indiferente el tipo de materiales de los productos a comprar; aunque el resto de las respuestas reflejan una preferencia por los productos naturales.

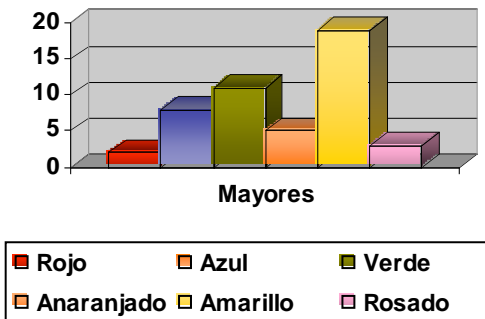
Gráfica No. 16
6. ¿Qué colores prefiere al decorar su hogar?



Fuente: Propia

De acuerdo con las respuestas del trabajo de campo, los colores preferidos por las personas mayores en Guatemala son los neutros.

Gráfica No. 17
7. ¿Qué color escogería para poner un énfasis en su casa?

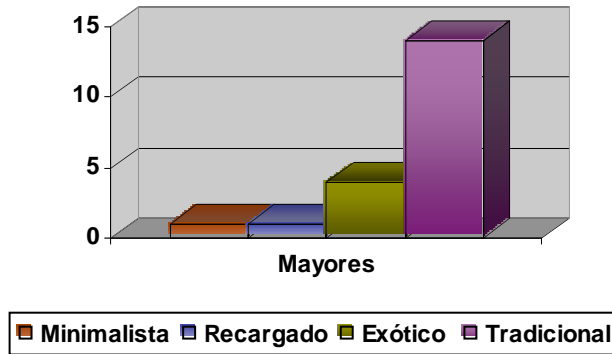


Fuente: Propia

En el sector mayor de la muestra, el color preferido es el amarillo, seguido del verde, azul, anaranjado, pero aquí la variación, entre el resto de los colores, sí es grande porque las personas hacen combinaciones muy similares siempre con los mismos colores base.

Gráfica No. 18

8. ¿Cómo definiría el estilo de decoración de su hogar?

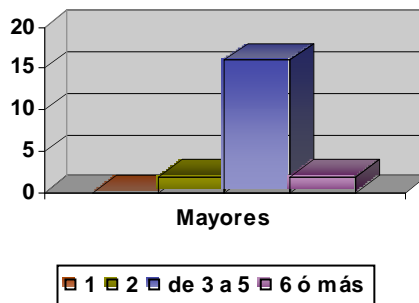


Fuente: Propia

Al ser Guatemala un país sumamente conservador, el mercado formado por personas mayores consideran la decoración de su hogar, de un estilo tradicional, seguido por un estilo exótico, recargado y minimalista, en porcentajes muy bajos.

Gráfica No. 19

9. ¿Cuántas personas viven en su casa?

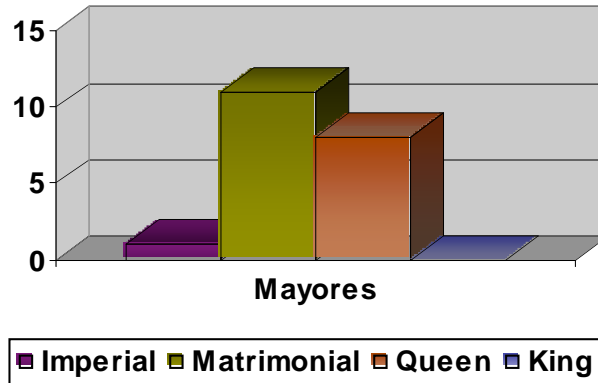


Fuente: Propia

Es importante analizar cuántas personas viven en cada casa, porque el proyecto está dirigido a personas de clase media y de esta manera se pueden ofrecer productos que estén a un precio alcanzable a la parte del presupuesto que han designado para este fin.

Gráfica No. 20

10. ¿De qué tamaño es su cama?



Fuente: Propia

Los tamaños de cama prevaleciente dentro de la muestra analizada son: matrimonial y queen, seguido con una gran diferencia, por imperial y king.

Por otro lado, en la ciudad de Quetzaltenango, se entrevistó a la señora Fulvia Orozco, acerca de las técnicas que ella conoce y que se pueden aplicar a los productos, como: tricot, crochet, roneliu, entre muchas otras formas de bordados. Actualmente realiza ciertos productos, pero se mostró muy abierta a aprender nuevas técnicas y métodos, también a poner en práctica nuevos diseños. A continuación se presentan algunas fotos de su área de trabajo:

Figura No. 10

Área de trabajo de la señora Fulvia Orozco en Quetzaltenango 1



Fuente: Propia

Figura No. 11

Área de trabajo de la señora Fulvia Orozco en Quetzaltenango 2



Fuente: Propia

Algunos de los trabajos que ha realizado con distintas técnicas de bordado y otros productos relacionados:

Figura No. 12

Forros de electrodomésticos 1



Fuente: Propia

Figura No. 13

Forros de electrodomésticos 2



Fuente: Propia

Figura No. 14
Aisladores de calor



Fuente: Propia

Figura No. 15
Bolsa



Fuente: Propia

Figura No. 16
Forro para silla



Fuente: Propia

Figura No. 17
Técnica de Roneliu



Fuente: Propia

Figura No. 18
Técnica de cintas con crochet



Fuente: Propia

4. ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado se realizó a través de observación directa y de entrevistas no dirigidas a personas que se identifican con el grupo objetivo de consumo.

4.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

4.1.1 Geográficamente. Esta colección está dirigida a consumidores que residen en la ciudad capital de Guatemala, el clima es templado, no presenta estaciones definidas y el lugar apropiado para ubicar una tienda es en los alrededores de Majadas zona 11 o en la zona 10, por la proximidad a sus hogares.

4.1.2 Demográficamente.

- Población: Clase media y media alta.
- Grupos Homogéneos: Las señoras son las que adquieren este tipo de productos para el hogar, dentro del mercado de personas mayores. En los jóvenes el interés es tanto de hombres como mujeres. Son personas que se preocupan porque sus hogares reflejen su estilo de vida y por hacer de su hogar un lugar placentero, donde puedan relajarse y pasar el tiempo cómodamente.
- Edad: Esta colección tiene dos mercados objetivos definidos, uno de personas jóvenes, de los 25 a 35 años y uno de personas mayores, de 35 años en adelante.
- Sexo: Femenino y masculino
- Tamaño de familia: Está enfocado a familias de tres a cinco hijos, pues de acuerdo con las encuestas, es el grupo mayoritario.
- Ingresos: Desde un promedio de Q. 3,000 mensuales, para las personas jóvenes independientes, en adelante para las familias.
- Ocupación: Variadas por ser dos mercados amplios.

- Educación: Puede variar por el rango de edades, pero principalmente con educación media y con conocimientos universitarios.
- Religión: Todas las religiones.
- Nacionalidad: Son productos pensados para el consumidor guatemalteco, aunque pueden ser de interés para extranjeros. También para familiares guatemaltecos que viven en el exterior.

4.1.3 Psicográficamente. Personas que se preocupan por la imagen de su hogar, que busquen reflejar su estilo de vida y que les guste mantenerlo impecable. El consumidor también busca calidad y precios accesibles, que sean adecuados a su presupuesto y acordes a la exclusividad del producto que están recibiendo.

4.1.4 Comportamiento. Hay variedad de comportamientos debido a los rangos de edades, pero que busquen objetos interesantes que reflejen su estilo de vida y que los diferencien del resto de personas.

5. CICLOS DE VENTAS

En un ciclo de venta tradicional se producen aproximadamente dos temporadas por año, durante el cual se trabaja con varios meses de anticipación. En la programación del diseñador, en enero debe finalizar las primeras producciones de primavera-verano, para entregarlas a tiendas a finales de enero y se encuentra en negociación la colección para otoño-invierno, con las últimas muestras. En febrero comienza a elegir telas para primavera-verano y siluetas a utilizar, redefine su colección para presentarla a los clientes más anticipados.

Durante marzo completa las entregas de las órdenes de primavera-verano y toma nuevas órdenes de otoño-invierno, coordina con compradores, revisa resultados de ventas para tomarlos en cuenta en las próximas propuestas. En abril desarrolla las primeras muestras para primavera-verano.

De mayo a julio, se continúa el trabajo de muestras primavera-verano y las colecciones otoño-invierno se encuentran en producción. En agosto comienza a negociar la producción de primavera-verano.

Septiembre, es el mes en el que se entregan las colecciones otoño-invierno a las tiendas y se eligen las telas para el próximo otoño-invierno, pues se comienza a diseñar; para los clientes más previsores se les puede mostrar la colección primavera-verano.

En octubre se completan las entregas de otoño-invierno a tiendas, se toman órdenes para primavera-verano y se puede comenzar producciones. Durante noviembre se entregan los estilos para las fiestas de fin de año a las tiendas, se diseña otoño-invierno para el siguiente año y está en producción

primavera-verano; Las muestras de otoño-invierno se desarrollan en diciembre y la producción de primavera-verano sigue en curso.⁹

Sin embargo, de acuerdo con el artículo de Kristine Miller, publicado en el 2006 en la revista Forbes¹⁰, la tendencia de organización del trabajo ha cambiado, cada vez es más común que las tiendas renueven sus productos con mayor frecuencia, al punto de introducir nuevos productos hasta dos o tres veces por semana.

La estrategia está en mantener una mayor comunicación con el cliente final, así cuando busca un producto específico y no lo encuentra, lo hace saber al encargado y seguramente a la semana siguiente tendrán el producto disponible.

Según el estudio, a través de esta mentalidad que se le transmite al consumidor de comprar inmediatamente, porque en una semana se cambiará la mercadería, se logra vender el 85% de la misma al precio original y con el método anterior, se vendía únicamente el 60%. Así es que la rentabilidad de las ventas compensa el mayor costo de producir en poco tiempo.

Lo que se requiere es de una fuente de suministros flexible y no estancarse, agilizar el trabajo de producción lo más posible, aunque queden decisiones pendientes de tomar sobre el producto.

Además, este sistema de producción flexible permite la subcontratación de personal para cumplir con los pedidos, de manera que se reducen costos en mano de obra, ya que usualmente se contratan señoras que trabajan desde sus hogares, durante tiempo completo o medio tiempo. Lo que se debe tomar en

⁹ Sue J. Jones. *Fashion design*. 2ª. ed. Great Britain: Laurence King Publishing, 2005. p. 48.

¹⁰ Kristine Millar. [en línea] Disponible en http://www.forbes.com/leadershipinnovation/2006/09/13/leadership-fashion-retail-lead-innovation-cx_ag_0913fashion.html [Consulta: octubre de 2006]

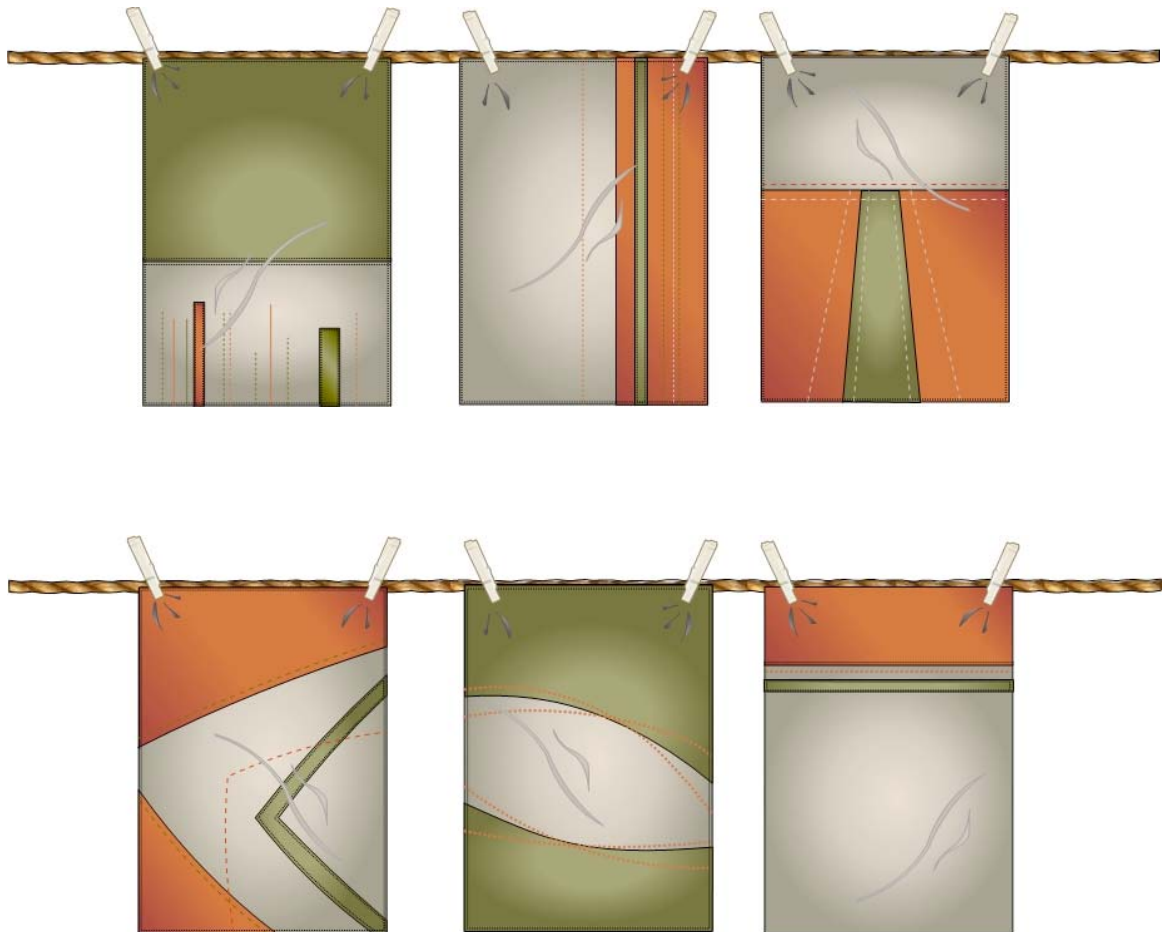
cuenta es optimizar los controles de calidad, para asegurarse que todo el producto cumpla con los mismos.

Al trabajar bajo este método se obtienen productos más especializados y personalizados, también se logra mantener un inventario en tienda de pocas unidades, pero con una mejor comunicación entre cliente y productor; el resultado es un consumidor final más satisfecho.

6. DISEÑO

Con base en el análisis del mercado, presentado en el capítulo anterior, se propone el desarrollo de tres líneas de productos textiles para decoración del hogar, dirigidas principalmente al mercado joven, pero que por su sobriedad podrían adaptarse a un mercado mayor:

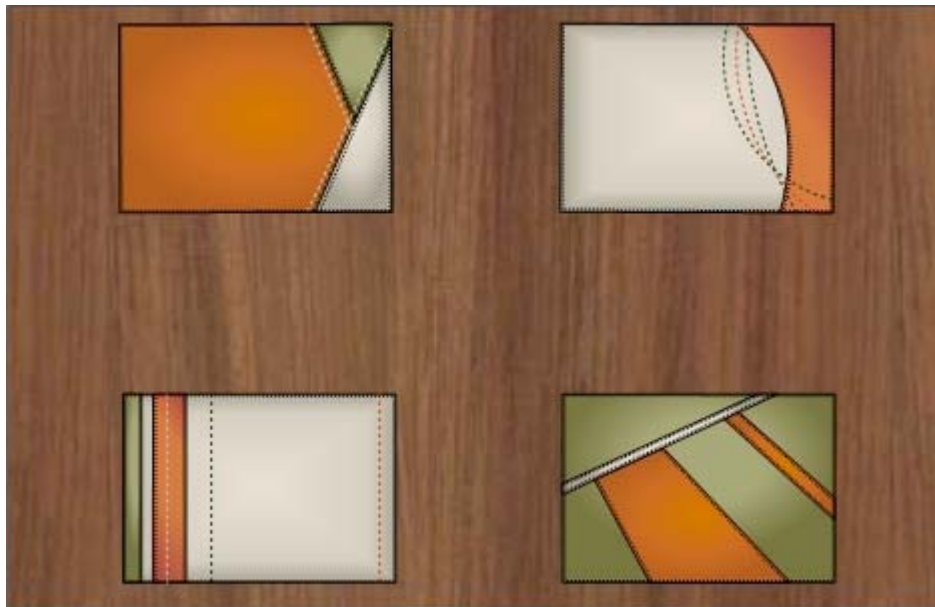
Una línea de blancos para el dormitorio con la siguiente propuesta de duvets:

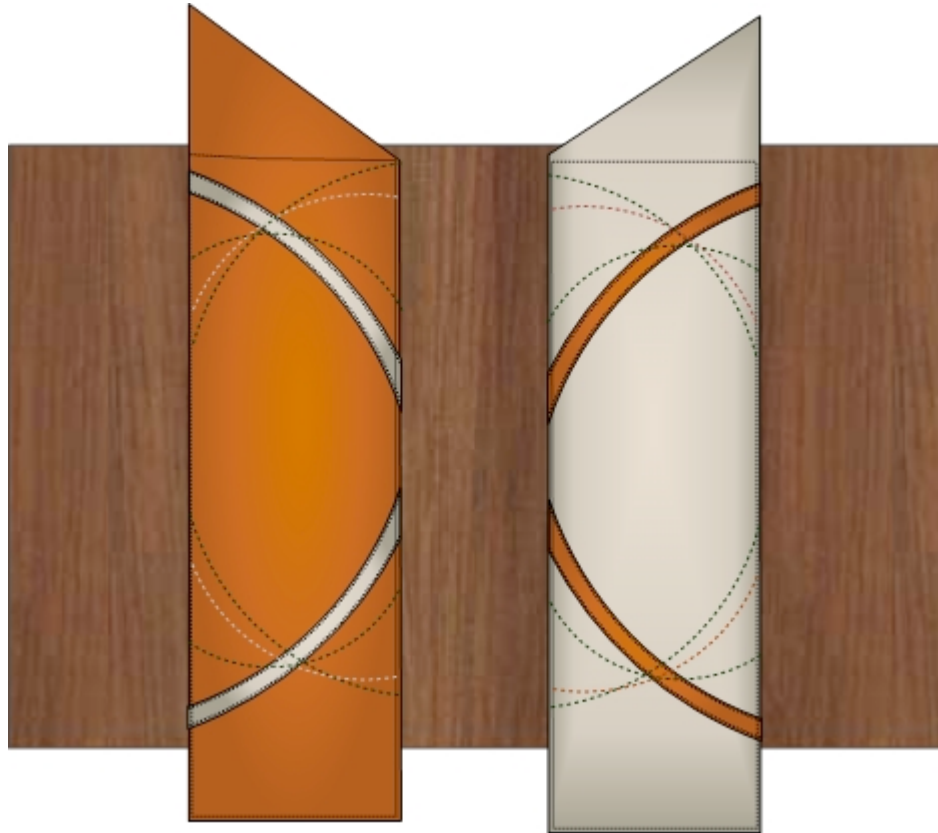


Una línea de misceláneos, con una propuesta de cojines que están rellenos de una cobija:



Y finalmente una línea de blancos para la mesa:

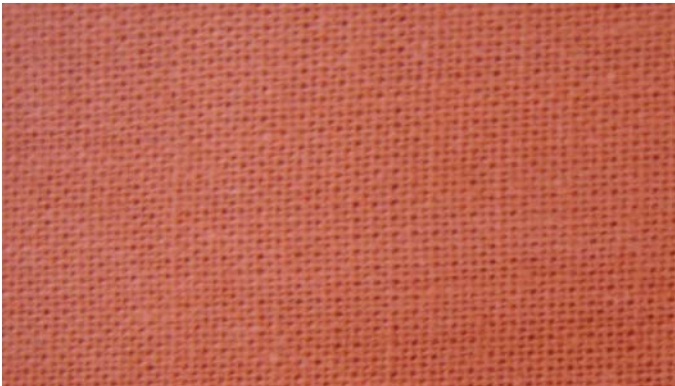




6.1 CARTA DE TEXTILES

CARTA DE TEXTILES	
FECHA: mayo de 2007	ELABORADO POR: Karin Carranza
ANCHO DE LA TELA: 60"	TELA: Manta (tejido plano)
CONTENIDO: Algodón	COLOR: Verde
	

CARTA DE TEXTILES	
FECHA: mayo de 2007	ELABORADO POR: Karin Carranza
ANCHO DE LA TELA: 60"	TELA: Manta (tejido plano)
CONTENIDO: Algodón	COLOR: Beige
	

CARTA DE TEXTILES	
FECHA: mayo de 2007	ELABORADO POR: Karin Carranza
ANCHO DE LA TELA: 60"	TELA: Manta (tejido plano)
CONTENIDO: Algodón	COLOR: Anaranjado
	

Para el desarrollo de esta colección se aplicaron los siguientes elementos y principios de diseño:

6.2 ELEMENTOS DE DISEÑO

6.2.1 Línea. Se sugieren líneas rectas o curvas muy suaves, tanto para el mercado joven como para el mayor, la dirección puede ser: vertical u horizontal y en los diseños del mercado joven, se pueden incorporar diagonales, para añadir dinamismo a los diseños.

6.2.2 Color. Se propone trabajar sobre una base neutra, de preferencia: blanco o tonos beige y añadirles toques de color a través de estampados, que pueden ser con sellos o con stencil, de manera que la persona que elabore los diseños que pueda variarlos, aplicando su sello personal, pero dentro del mismo estilo. En el caso de la presente colección se le añadió color a través de aplicaciones y sobrecosturas.

6.2.3 Textura. Por ser productos que favorecen la comodidad en el hogar, necesariamente deben de ser texturas muy suaves al tacto, para evitar reacciones alérgicas en el consumidor.

6.3 PRINCIPIOS DE DISEÑO

6.3.1 Balance. Es la distribución correcta de pesos que dan como resultado equilibrio, estabilidad y reposo. Para el mercado de personas mayores se propone un balance simétrico y para el mercado joven uno asimétrico, porque resultará más interesante.

6.3.2 Proporción. Es la comparación entre relación de distancias, áreas, cantidades, grados o partes en una pieza, de manera que puede variar de acuerdo al gusto del fabricante, pues el objetivo de este proyecto es que puedan aplicar su creatividad a los diseños.

6.3.3 Ritmo. Es el sentimiento de movimiento organizado que lleva la vista de un lugar a otro, podría ser: repetido, al usar un mismo elemento en distintas locaciones; paralelo, uso de filas de figuras sobre un mismo plano a distancias iguales y que nunca se encuentran; alternado, secuencia de dos elementos uno tras otro constantemente; de secuencia, repetición de un elemento que aumenta o disminuye su tamaño de forma regular; escalonado, variedad de formas, tamaños y distancias; radial, uso de elementos que crean un sentimiento de movimiento a partir de un punto central. Al igual que la proporción, se deja a discreción del fabricante, aunque se propone el uso de los mismos motivos en distintos tamaños, variando los colores utilizados y su ubicación

6.3.4 Unidad. Es lograr que todos los elementos en un diseño se junten y creen un efecto armonioso y placentero, lo puede dar la tela, el color o la línea. En esta colección a través de la tela y los colores a utilizar, se ha logrado la unidad en la misma.

6.3.5 Énfasis. Es el área que atrae al ojo de una manera inmediata, añade interés a la prenda, puede crearse a través de línea, color, textura o accesorios. En las piezas que se presentan, el énfasis se encuentra en las aplicaciones, aunque de acuerdo a cada producto, se dejará un detalle que afirme el carácter artesanal de los mismos.



: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

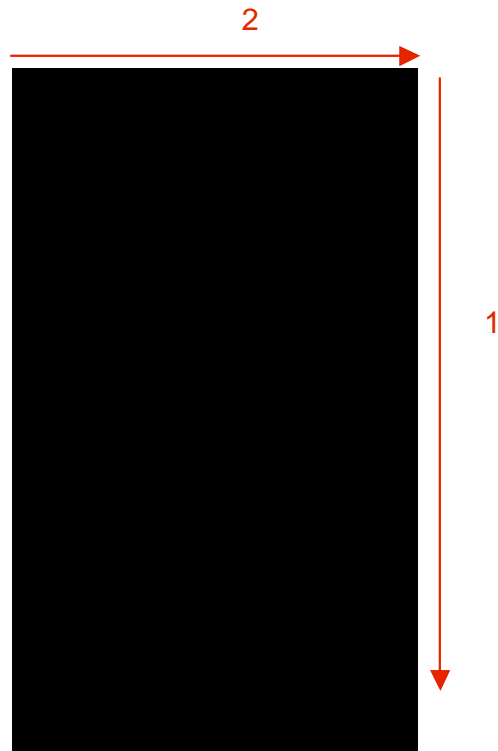
CÓDIGO: DV - 001	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Verde y beige	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Duvet	

	MEDIDA	CRIB	TWIN	FULL	QUEEN	KING
1	Largo	34"	68"	76"	86"	100"
2	Ancho	43"	86"	86"	86"	90"
3	Hilos por pulgada	100	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedos en traslape
6	Pegar velcro adentro del traslape
7	Colocar frente con frente las piezas
8	Hacer costura a 1/2" de orilla
9	Pasar overlock en todo el contorno
10	Planchar

DISEÑO PLANO:





CÓDIGO: DV - 002

ELABORADO POR: Karin Carranza

FECHA: mayo de 2007

CLIENTE: Fulvia Orozco

COLORES: Beige y anaranjado

TELA: Manta

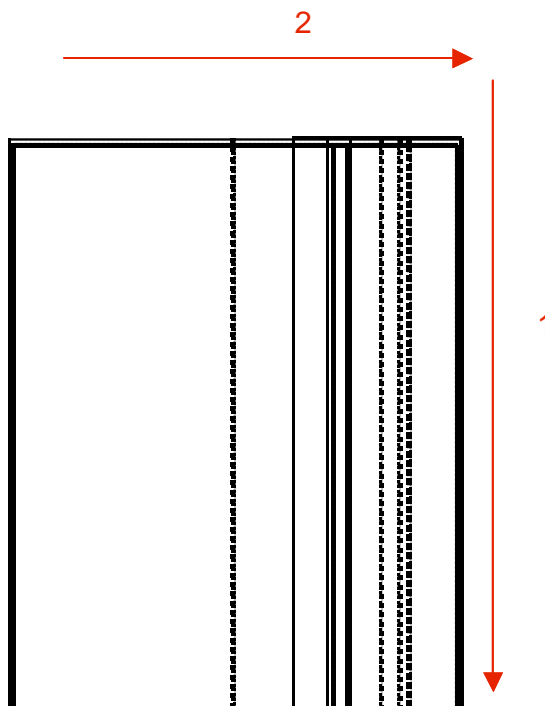
DESCRIPCIÓN: Duvet

	MEDIDA	CRIB	TWIN	FULL	QUEEN	KING
1	Largo	34"	68"	76"	86"	100"
2	Ancho	43"	86"	86"	86"	90"
3	Hilos por pulgada	100	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedos en traslape
6	Pegar velcro adentro del traslape
7	Colocar frente con frente las piezas
8	Hacer costura a 1/2" de orilla
9	Pasar overlock en todo el contorno
10	Planchar

DISEÑO PLANO:





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

CÓDIGO: DV - 003	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Beige y anaranjado	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Duvet	

	MEDIDA	CRIB	TWIN	FULL	QUEEN	KING
1	Largo	34"	68"	76"	86"	100"
2	Ancho	43"	86"	86"	86"	90"
3	Hilos por pulgada	100	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedos en traslape
6	Pegar velcro adentro del traslape
7	Colocar frente con frente las piezas
8	Hacer costura a 1/2" de orilla
9	Pasar overlock en todo el contorno
10	Planchar

DISEÑO PLANO:





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

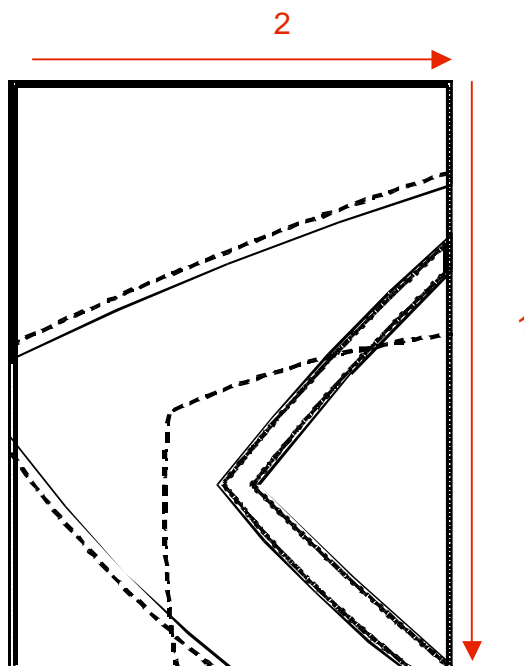
CÓDIGO: DV - 004	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Anaranjado y beige	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Duvet	

	MEDIDA	CRIB	TWIN	FULL	QUEEN	KING
1	Largo	34"	68"	76"	86"	100"
2	Ancho	43"	86"	86"	86"	90"
3	Hilos por pulgada	100	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedos en traslape
6	Pegar velcro adentro del traslape
7	Colocar frente con frente las piezas
8	Hacer costura a 1/2" de orilla
9	Pasar overlock en todo el contorno
10	Planchar

DISEÑO PLANO:



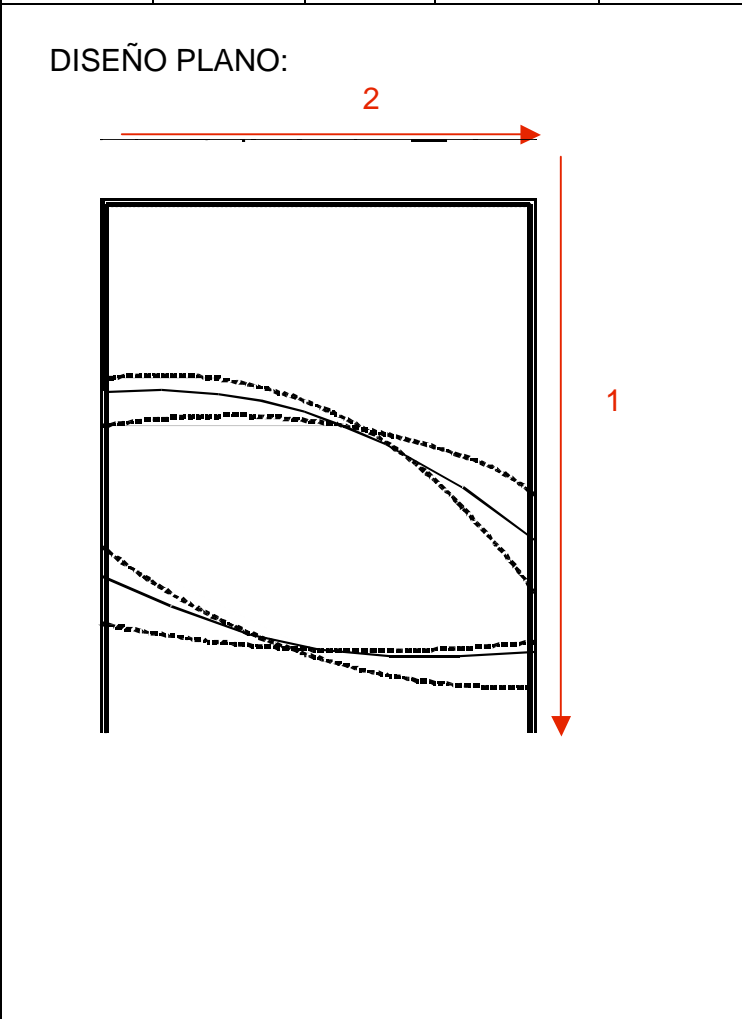


: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

CÓDIGO: DV - 005	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Verde y beige	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Duvet	

	MEDIDA	CRIB	TWIN	FULL	QUEEN	KING
1	Largo	34"	68"	76"	86"	100"
2	Ancho	43"	86"	86"	86"	90"
3	Hilos por pulgada	100	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN	
1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedos en traslape
6	Pegar velcro adentro del traslape
7	Colocar frente con frente las piezas
8	Hacer costura a 1/2" de orilla
9	Pasar overlock en todo el contorno
10	Planchar





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

CÓDIGO: DV - 006	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Anaranjado y beige	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Duvet	

	MEDIDA	CRIB	TWIN	FULL	QUEEN	KING
1	Largo	34"	68"	76"	86"	100"
2	Ancho	43"	86"	86"	86"	90"
3	Hilos por pulgada	100	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer respuntes decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedos en traslape
6	Pegar velcro adentro del traslape
7	Colocar frente con frente las piezas
8	Hacer costura a 1/2" de orilla
9	Pasar overlock en todo el contorno
10	Planchar

DISEÑO PLANO:





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

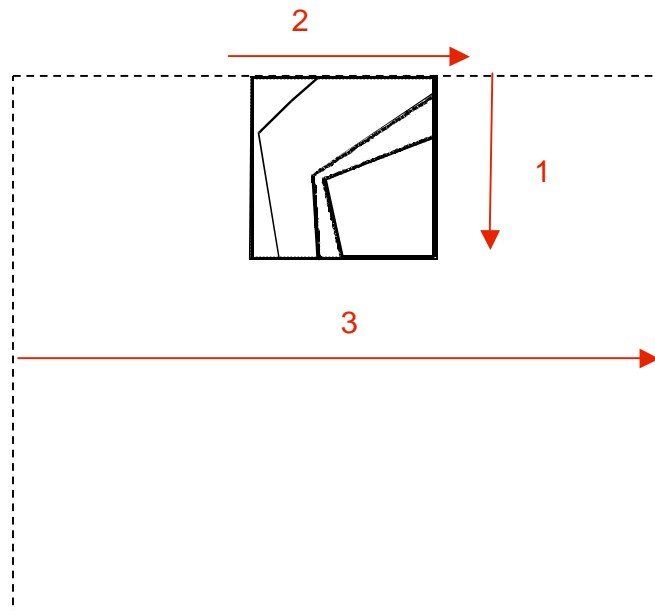
CÓDIGO: CBJ - 001	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Beige/verde/anaranjado	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Cojín- cobija	

	MEDIDA	*	EUROSQUARE	BOUDOIR PILLOW	NECK ROLL
1	Largo de cojín	18"	26"	12"	16"
2	Ancho de cojín/ diámetro	18"	26"	16"	5"
3	Largo y ancho de la cobija	54"			
4	Hilos por pulgada	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedo en abertura
6	Pasar overlock en todo el contorno de la manta
7	Limpiar orilla de cobija con overlock
8	Colocar frente de cojín contra revés de cobija centrado
9	Pasar puntada plana en orilla dejando libre la abertura

DISEÑO PLANO:





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

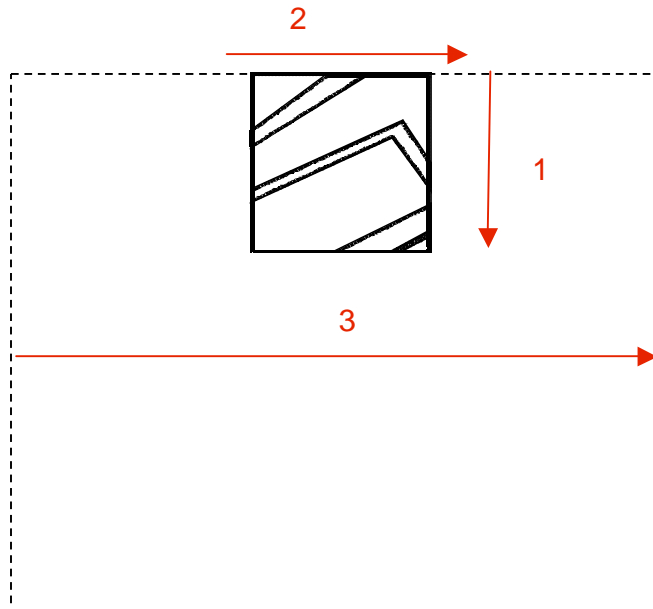
CÓDIGO: CBJ - 002	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Beige/verde/anaranjado	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Cojín- cobija	

	MEDIDA	*	EURO SQUARE	BOUDOIR PILLOW	NECK ROLL
1	Largo de cojín	18"	26"	12"	16"
2	Ancho de cojín/ diámetro	18"	26"	16"	5"
3	Largo y ancho de la cobija	54"			
4	Hilos por pulgada	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedo en abertura
6	Pasar overlock en todo el contorno de la manta
7	Limpiar orilla de cobija con overlock
8	Colocar frente de cojín contra revés de cobija centrado
9	Pasar puntada plana en orilla dejando libre la abertura

DISEÑO PLANO:





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

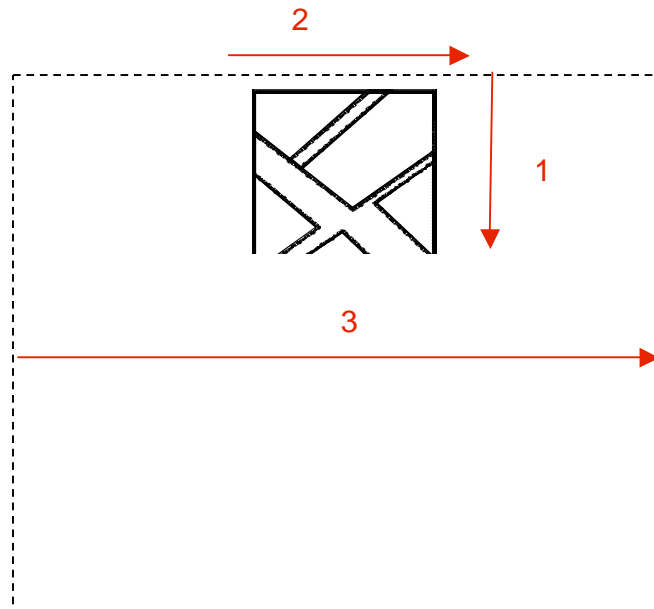
CÓDIGO: CBJ - 003	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Beige/verde/anaranjado	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Cojín- cobija	

	MEDIDA	*	EUROSQUARE	BOUDOIR PILLOW	NECK ROLL
1	Largo de cojín	18"	26"	12"	16"
2	Ancho de cojín/ diámetro	18"	26"	16"	5"
3	Largo y ancho de la cobija	54"			
4	Hilos por pulgada	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespunte decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedo en abertura
6	Pasar overlock en todo el contorno de la manta
7	Limpiar orilla de cobija con overlock
8	Colocar frente de cojín contra revés de cobija centrado
9	Pasar puntada plana en orilla dejando libre la abertura

DISEÑO PLANO:





: : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

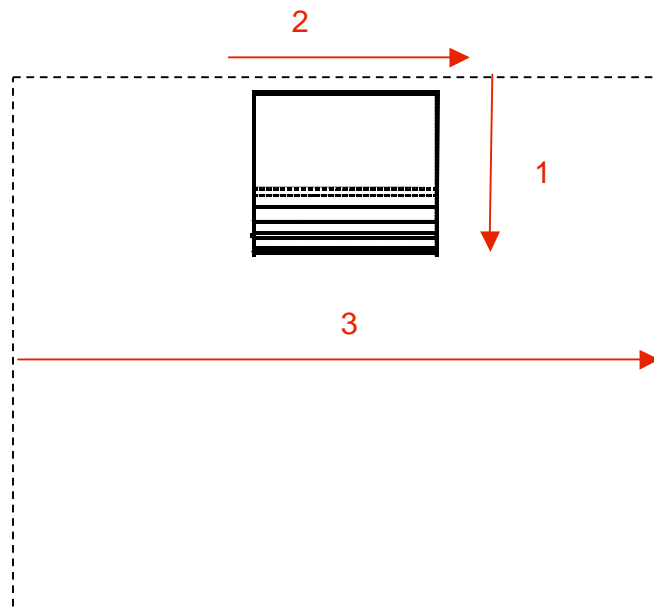
CÓDIGO: CBJ - 004	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Beige/verde/anaranjado	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Cojín- cobija	

	MEDIDA	*	EURO SQUARE	BOUDOIR PILLOW	NECK ROLL
1	Largo de cojín	18"	26"	12"	16"
2	Ancho de cojín/ diámetro	18"	26"	16"	5"
3	Largo y ancho de la cobija	54"			
4	Hilos por pulgada	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedo en abertura
6	Pasar overlock en todo el contorno de la manta
7	Limpiar orilla de cobija con overlock
8	Colocar frente de cojín contra revés de cobija centrado
9	Pasar puntada plana en orilla dejando libre la abertura

DISEÑO PLANO:





: : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

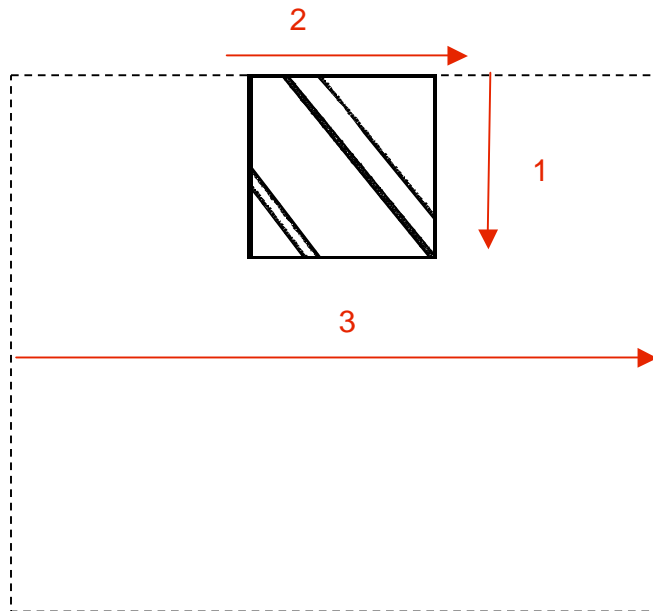
CÓDIGO: CBJ - 005	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Verde/anaranjado/beige	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Cojín- cobija	

	MEDIDA	*	EUROSQUARE	BOUDOIR PILLOW	NECK ROLL
1	Largo de cojín	18"	26"	12"	16"
2	Ancho de cojín/ diámetro	18"	26"	16"	5"
3	Largo y ancho de la cobija	54"			
4	Hilos por pulgada	100	100	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Hacer ruedo en abertura
6	Pasar overlock en todo el contorno de la manta
7	Limpiar orilla de cobija con overlock
8	Colocar frente de cojín contra revés de cobija centrado
9	Pasar puntada plana en orilla dejando libre la abertura

DISEÑO PLANO:



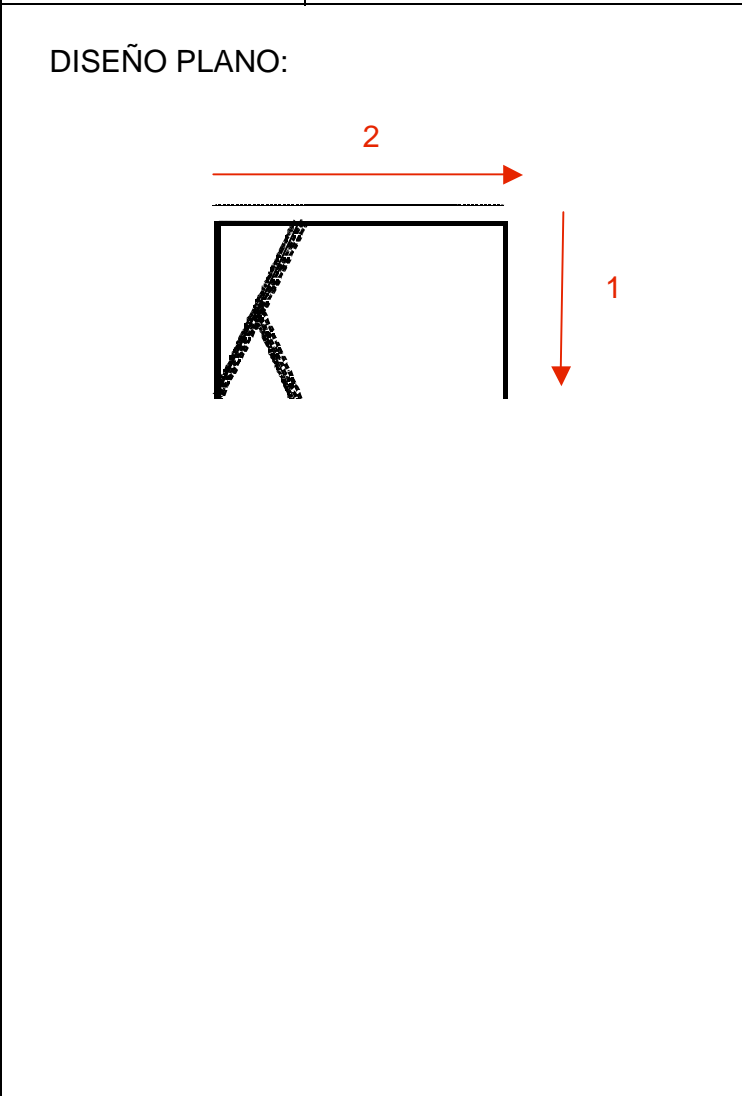


: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

CÓDIGO: INDV - 001	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Anaranjado y beige	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Individual	

	MEDIDA	INDIVIDUAL	INDIVIDUAL LARGO
1	Largo	13"	57"
2	Ancho	17 1/2"	17 1/2"
3	Hilos por pulgada	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN	
1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Pasar pespunte a 1/2" de la orilla
6	Planchar orillas hacia adentro
7	Colocar revés con revés
8	Hacer costura a 1/4" de la orilla (queda como sobrecostura)
10	Planchar





: : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

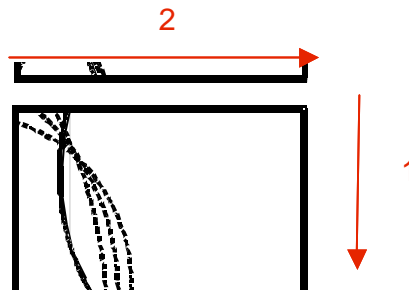
CÓDIGO: INDV - 002	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Anaranjado y beige	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Individual	

	MEDIDA	INDIVIDUAL	INDIVIDUAL LARGO
1	Largo	13"	57"
2	Ancho	17 1/2"	17 1/2"
3	Hilos por pulgada	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Pasar pespunte a 1/2" de la orilla
6	Planchar orillas hacia adentro
7	Colocar revés con revés
8	Hacer costura a 1/4" de la orilla (queda como sobrecostura)
10	Planchar

DISEÑO PLANO:





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

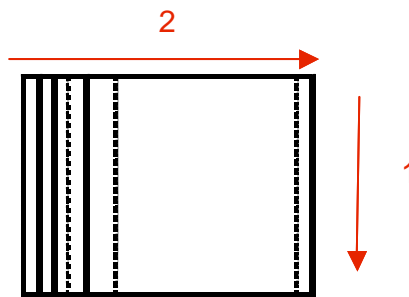
CÓDIGO: INDV - 003	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Anaranjado/beige/verde	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Individual	

	MEDIDA	INDIVIDUAL	INDIVIDUAL LARGO
1	Largo	13"	57"
2	Ancho	17 1/2"	17 1/2"
3	Hilos por pulgada	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Pasar pespunte a 1/2" de la orilla
6	Planchar orillas hacia adentro
7	Colocar revés con revés
8	Hacer costura a 1/4" de la orilla (queda como sobrecostura)
10	Planchar

DISEÑO PLANO:





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

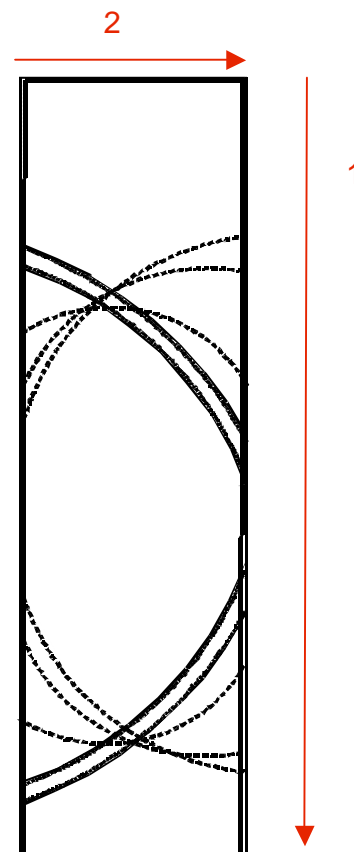
CÓDIGO: INDV - 005	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Anaranjado y beige	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Individual	

	MEDIDA	INDIVIDUAL	INDIVIDUAL LARGO
1	Largo	13"	57"
2	Ancho	17 1/2"	17 1/2"
3	Hilos por pulgada	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntes decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Pasar pespunte a 1/2" de la orilla
6	Planchar orillas hacia adentro
7	Colocar revés con revés
8	Hacer costura a 1/4" de la orilla (queda como sobrecostura)
10	Planchar

DISEÑO PLANO:





: : : : HOJA DE ESPECIFICACIONES

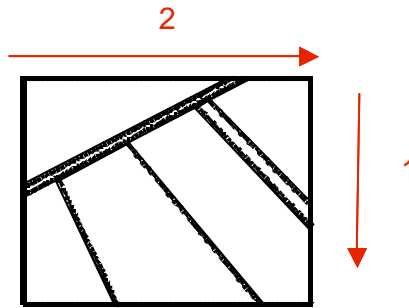
CÓDIGO: INDV - 004	ELABORADO POR: Karin Carranza
FECHA: mayo de 2007	CLIENTE: Fulvia Orozco
COLORES: Anaranjado/beige/verde	TELA: Manta
DESCRIPCIÓN: Individual	

	MEDIDA	INDIVIDUAL	INDIVIDUAL LARGO
1	Largo	13"	57"
2	Ancho	17 1/2"	17 1/2"
3	Hilos por pulgada	100	100

INSTRUCCIONES DE CONFECCIÓN

1	Pegar aplicaciones
2	Hacer pespuntos decorativos
3	Unir cortes
4	Hacer sobrecosturas
5	Pasar pespunte a 1/2" de la orilla
6	Planchar orillas hacia adentro
7	Colocar revés con revés
8	Hacer costura a 1/4" de la orilla (queda como sobrecostura)
10	Planchar

DISEÑO PLANO:



|

8. MATERIALES A UTILIZAR Y COSTOS

Los materiales deben transmitir la idea de ser naturales, por lo que se propone el uso de tejidos planos de algodón, tales como la manta, pues es muy versátil, lavable, fresca y de larga duración.

Si en algún punto fuera necesario teñir la tela, se sugiere utilizar los tintes naturales, descritos en el capítulo 1 de este trabajo, pues los materiales son elaborados a base de semillas y plantas propias de la región por lo que serían accesibles y de bajo costo para el fabricante.

Para el desarrollo de esta colección, se incorporaron aplicaciones y sobrecosturas como detalles de diseño. Algunas técnicas alternas podrían ser aplicar diseños a través de stencils o sellos, tal como era propio en la cultura maya, para que la persona que lo elabore pueda aplicar su creatividad, manteniendo la unidad dentro de la colección.

Los costos se dividen en: directos e indirectos. Los costos directos son aquellos que van explícitamente en el objeto, tales como: tela, hilo, pintura, etc. Por otro lado, los costos indirectos son aquellos que sin ir físicamente en el producto, deben hacerse, tal como: pago de luz, agua, sueldos, etc.

Los costos en los que deberá incurrir son los siguientes:

8.1 COSTOS DIRECTOS

- Tela
- Hilo
- Tintes
- Empaque exterior
- Etiqueta / Serigrafía
- Materiales para fijar tintes

8.2 COSTOS INDIRECTOS

- Luz
- Agua
- Alquiler del local
- Mantenimiento de las máquinas
- Sellos/Stencil
- Transporte de materia prima
- Mantenimiento y limpieza del local

Entre el rubro de costos el más importante es el empaque, porque a través del mismo, se va a mercadear mejor el producto. Su presentación al cliente final se convierte en un valor agregado, de manera que deben escogerse cuidadosamente los materiales que transmitan las ideas y fundamentos de la colección. Esto ayuda a que al consumidor se le envíe el mensaje de exclusividad; que está recibiendo un producto excelente al precio correcto.

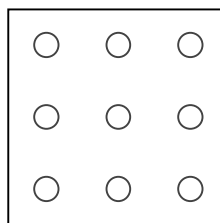
9. SUGERENCIAS DE CONFECCIÓN

Para asegurar un nivel de calidad adecuado, se recomienda aplicar las siguientes sugerencias a los acabados de los productos:

- Elaborar siempre un patrón en papel, antes de cortar la tela.
- Siempre corroborar anchos y altos en los patrones, para evitar errores más adelante.
- Realizar una prueba en manta cada vez que se altere algún detalle en la forma del producto.
- No dejar hilos sueltos en ninguna parte del producto, pues podrían ocasionar accidentes.
- Terminar los bordes de los productos con: ruedos, overlock o bias.
- Al hacer ruedos, pasar un pespunte a $\frac{1}{4}$ ó $\frac{1}{2}$ pulgada, planchar hacia el interior y luego cerrar definitivamente.
- Luego de realizar cualquier costura, plancharla para que los acabados finales sean de la mayor calidad posible.

Como método de control de calidad, previo a realizar los productos, se debe:

- A) Cortar 3 cuadros de tela de 15" x 15".
- B) Sobre uno de ellos, coser un cuadrado de dacrón blanco de 8" x 8".
- C) Con otro, marcar un cuadro de 10" x 10" con marcador permanente.



- D) El tercero se guarda.
- E) A los dos sobre los que se trabajó, se deben lavar tres veces, es necesario verificar entre cada lavada, el encogimiento de la tela y si ha sufrido alguna alteración el color.

CONCLUSIONES

- Las tendencias de moda actuales, indican un repunte en el gusto por decorar de forma más personalizada cada ambiente del hogar, requiriendo de mayores productos con diseño.
- Los trajes indígenas de Guatemala, son ricos en elementos para aplicar al diseño de los productos de decoración del hogar elaborados con textiles. Estos diseños ayudarán a promover la cultura guatemalteca como un valor agregado.
- La producción de piezas textiles para el hogar no requiere de una mayor inversión en maquinaria.
- Aplicar diseño a los productos textiles para el hogar, representa un nivel bajo de complejidad para las personas de Quetzaltenango, Guatemala.
- En la ciudad de Guatemala existe un vacío en el mercado. Para los consumidores es difícil encontrar variedad en la línea de blancos.
- Las medidas de las líneas de blancos disponibles en el mercado son más pequeñas que las necesarias para los productos a los que van dirigidos.
- El consumidor presenta interés por el uso de productos naturales, de manera que en la producción se debe tomar en cuenta al elegir materias primas.
- Al momento de producir una línea de accesorios textiles para el hogar, es importante tomar en cuenta las medidas de los diferentes objetos disponibles en el mercado nacional, a los que va dirigidos.

- El mercado objetivo se divide en dos grupos:
 - Jóvenes: recién casados o independientes y,
 - Personas mayores.

- El grupo de mercado joven, da mayor importancia a decorar la sala, a ésta le sigue el comedor y por último, el dormitorio.

- Los colores predilectos por el mercado joven para decorar son: amarillo, azul, verde y anaranjado.

- Para el grupo objetivo de personas mayores, tiene mayor relevancia al decorar: la sala, luego el comedor y finalmente la cocina.

- El grupo de personas mayores del estudio, eligen como colores predilectos el amarillo, verde, azul y anaranjado.

- Se recomienda seguir el modelo de venta tradicional, por ser más organizado y previsor, el ciclo de venta es más lento, lo que le dará la oportunidad de preparar el inventario necesario de mercadería para cada temporada u ocasión especial.

- A pesar de identificarse dos grupos definidos dentro del mercado, en este trabajo de investigación se enfocarán los diseños para los consumidores jóvenes, quienes demuestran mayor aceptación de los productos para el hogar.

RECOMENDACIONES

- Investigar más a fondo acerca de las materias primas disponibles en el mercado guatemalteco.
- Cerciorarse de que el producto final se encuentre correctamente empacado, para lograr que el consumidor final lo reconozca como un producto con diseño y de buena calidad.
- Comercializar el producto en un área adecuada, para que el mercado objetivo tenga un fácil acceso al mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

ARRIOLA DE GENG, Olga. *Los tejedores en Guatemala y la influencia española en el traje indígena*. Guatemala: Litografías Modernas, 1991.

ASTURIAS DE BARRIOS, Linda. *Cuyuscate: El algodón café en la tradición textil de Guatemala*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 1997.

ASTURIAS DE BARRIOS, Linda y Fernández García, Dina. *La indumentaria y el tejido mayas a través del tiempo*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 1992.

JONES, Sue J. *Fashion design*. 2ª. ed. Great Britain: Laurence King Publishing, 2005. p. 240.

KNOKE DE ARATHOON, Barbara. *Símbolos que se siembran*. Guatemala: Ediciones del Museo Ixchel, 2003. 20 p.

REICHE, Olga. *Manual de Tintes Naturales*. 2ª. Ed. Guatemala: Subcentro nacional de artesanías y artes populares, 2001. 50p.

STONE, Elaine. *The Dynamics of fashion*. 6a. ed. United States of America: Fairchild Publications, 1999, 505 p.

ABC del Textil. España: Instituto Nacional del Consumo. 62p.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

SANDOVAL, Julieta. [en línea]. Disponible en <http://www.prensalibre.com/pl/ domingo/archivo/revistad/ 2005/mayo05/150505/dartesia.shtml> [Consulta: Mayo 2006]

www.home-decorating-home-decorating.com/infopages/rustic.htm [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.bbc.co.uk/home/design [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.scandinaviandesign.com [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.offect.se [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.simplicitas.se [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.bbc.co.uk/homes/design/colour_naturalinspiration.shtml [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.artesaniasdecolombia.gov.co/documentos/documentos_pub/pbrasil.htm [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.prensalibre.com/suplementos/RYS/vgt/comm/guatemala.htm [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.prensalibre.com/suplementos/RYS/vgt/guatemala/2003719193425.htm

groups.msn.com/ChapinlandiaEterna/guatemalaactual.msnw [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.sevilla5.com/sevilla/indice.html [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.spanishcourse.info/cities/45_sevilla_ES.asp [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.marimekko.co.uk/pages/history.htm [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.detnews.com/2005/homestyle/0505/01/E13-165497.htm [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.bbc.co.uk/radio4/news/shoptalk/shoptalk_20040518.shtml [en línea] [Consulta: mayo 2006]

www.forbes.com/leadershipinnovation/2006/09/13/leadership-fashion-retail-lead-innovation-cx_ag_0913fashion.html [octubre de 2006] Autora: Kristine Miller Publicado el 12 de septiembre de 2006 a las 10:15 horas

http://uk.geocities.com/balihar_sanghera/cmefashion.html [octubre de 2006]

GLOSARIO

Accent pillow – Cojín de acento: Es un cojín pequeño, cuadrado, redondo o con forma innovadora, que puede ser ubicado en camas, sofás, sillas o bancas para resaltar un detalle o unificar varios elementos dentro de una habitación.

Appliqué – Aplicación: Diseño decorativo en un pedazo de tela que luego es unido a otra tela de fondo, con goma o con pespuntos.

Algodón egipcio: Algodón de calidad superior, es más lustroso y durable que otros tipos de algodón. Crece en África del Norte.

Algodón pima: Una variedad de algodón egipcio que crece en el suroccidente de Estados Unidos. Es más resistente, reconocido por su textura sedosa y durabilidad.

Baffle: Es el tipo de construcción de edredones, donde el relleno es sostenido a través canales formados con pespuntos, para evitar su deformación.

Bedskirt – Vuelos: Pedazo de tela que se ubica entre el colchón y la base de una cama, para cubrir la misma. Puede tener detalles de fruncidos y paletones.

Bedsread – Cobertor: Cubrecama decorativa que llega hasta el suelo y tiene tela extra para cubrir las almohadas sobre la cama .

Bordado: Diseño ornamental que se cose a la tela con aguja e hilo.

Brocado: Diseño creado en la tela durante su proceso de elaboración, al intercalar distintos tipos de hilos. Se puede crear cualquier tipo de figuras, es elegante.

Comforter – Edredón: Cobertor de cama, relleno con fibras de material sintético o natural. Cae sobre los lados de la cama hasta la altura de la base de la misma.

Coverlet: Cubrecama ligera, similar al edredón, pero sin relleno.

Duvet Cover: es un forro protector, decorativo y removible para edredones.

Euro pillow: Cojín cuadrado grande de 26" x 26" que se puede ubicar en camas o en el suelo, tiene un carácter más funcional que un cojín de acento.

Neckroll: Cojín tubular, usualmente de 6" x 14", usado como acento en una cama

Quilt: Pedazos de tela unidos con costuras para formar una superficie más grande como cobertores, usualmente tiene diseños geométricos.