



Universidad del ISTMO  
Facultad de Arquitectura y Diseño

**DESARROLLO DE LÍNEA DE BOLSAS DE LA ASOCIACIÓN DE TEJEDORES  
ARTESANALES “AJ QUEN” CON BASE EN INTRODUCCIÓN DE NUEVOS  
DISEÑOS**

**GABRIELA ELIZABETH OCHAETA PAZ**

Guatemala, 24 de julio de 2013



Universidad del ISTMO  
Facultad de Arquitectura y Diseño

**DESARROLLO DE LÍNEA DE BOLSAS DE LA ASOCIACIÓN DE TEJEDORES  
ARTESANALES “AJ QUEN” CON BASE EN INTRODUCCIÓN DE NUEVOS  
DISEÑOS**

Presentado al Consejo de Facultad de Arquitectura y Diseño  
por

GABRIELA ELIZABETH OCHAETA PAZ

Al conferírsele el título de

**LICENCIADA EN DISEÑO INDUSTRIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN EL  
VESTUARIO**

Guatemala, 24 de julio de 2013



UNIVERSIDAD  
DEL ISTMO  
SABER PARA SERVIR

---

Guatemala, 24 de julio de 2013

Consejo Facultad de Arquitectura y Diseño  
Universidad del Istmo  
Presente

Estimados Señores del Consejo:

Me es grato dirigirme a ustedes para informarles que he tenido la oportunidad de asesorar y revisar el trabajo de Tesis titulado: "DESARROLLO DE LÍNEA DE BOLSAS DE LA ASOCIACIÓN DE TEJEDORES ARTESANALES "AJ QUEN" CON BASE EN INTRODUCCIÓN DE NUEVOS DISEÑOS", elaborada y desarrollada por la estudiante Gabriela Elizabeth Ochaeta Paz, correspondiente a la carrera Diseño Industrial con especialización en el Vestuario.

Me permito informarles que la citada estudiante ha completado el Proyecto de Graduación a mi entera satisfacción, por lo que doy un dictamen favorable del mismo.

Sin otro particular me suscribo ante ustedes.

Atentamente,

Licda. Anelli Rodríguez Valdez  
Diseñadora Industrial del Vestuario  
Asesora



UNIVERSIDAD  
DEL ISTMO

FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y  
DISEÑO

Guatemala, 20 de agosto de 2013

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 **GABRIELA ELIZABETH OCHAETA PAZ**, la impresión de su proyecto de graduación titulado:

**“DESARROLLO DE LÍNEA DE BOLSAS DE LA ASOCIACIÓN DE  
TEJEDORES ARTESANALES “AJ QUEN” CON BASE EN  
INTRODUCCIÓN DE NUEVOS DISEÑOS”**

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



---

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

7a. Avenida 3-67 zona 13  
PBX (502) 2429-1400  
(502) 2429-1473 - 88  
Fax: (502) 2475-2192  
E-mail: farq@unis.edu.gt  
www.unis.edu.gt  
Guatemala, Centroamérica



## ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>v</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>vii</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>viii</b>
<b>1. DISEÑO .....</b>	<b>1</b>
1.1 DISEÑO.....	1
1.2 ELEMENTOS DEL DISEÑO.....	1
1.2.1 Línea.....	1
1.2.2 Color.....	3
1.2.3 Textura.....	4
1.3 PRINCIPIOS DE DISEÑO .....	5
1.3.1 Balance.....	5
1.3.2 Proporción.....	6
1.3.3 Ritmo.....	6
1.3.4 Unidad.....	6
1.3.5 Énfasis .....	6
1.4 PROCESO DE DISEÑO .....	7
1.4.1 Diseño del brief.....	7
1.4.2 Investigación .....	7
1.4.3 Desarrollo del diseño .....	7
1.4.4 Prototipo.....	7
1.4.5 Solución .....	7
<b>2. INNOVACIÓN .....</b>	<b>8</b>
2.1 RAZONES PARA LA INNOVACIÓN .....	9

<b>3. EL PRODUCTO</b> .....	<b>10</b>
3.1 CALIDAD DEL PRODUCTO.....	10
3.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	11
3.3 BOLSA.....	12
3.3.1 Estilos básicos de bolsas.....	12
3.3.2 Áreas de diseño de una bolsa.....	15
3.4 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	16
3.4.1 Etapa de introducción.....	16
3.4.2 Etapa de crecimiento.....	16
3.4.3 Etapa de madurez.....	17
3.4.4 Etapa de declinación.....	17
3.5 DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS.....	18
3.5.1 Generación de ideas.....	19
3.5.2 Filtrado de ideas.....	21
3.5.3 Desarrollo y evaluación de conceptos.....	21
3.5.4 Desarrollo de la estrategia de mercadotecnia.....	22
3.5.5 Análisis comercial.....	22
3.5.6 Desarrollo del producto.....	22
3.5.7 Pruebas de mercado.....	23
3.5.8 Comercialización.....	23
4.1 PROBLEMÁTICA.....	26
4.2 ÁREA DE ESTUDIO.....	26
4.3 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA.....	27
<b>5. DETERMINACIÓN DE LA METODOLOGÍA</b> .....	<b>30</b>
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	30
5.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	30
5.3 OBJETIVO DE LAS ENTREVISTAS.....	30
5.4 GRUPO OBJETIVO DE LA ENTREVISTA.....	30
5.5 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	31
5.5.1 Formato de entrevista realizada.....	31
5.5.2 Obtención de los datos.....	31

5.5.3 Observación libre.....	33
5.6 ESTUDIO DE MERCADO .....	33
<b>6. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....</b>	<b>37</b>
6.1 PLANTEAMIENTO DE FINES, MEDIOS Y ACCIONES.....	37
6.2 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN .....	37
6.3 JUSTIFICACIÓN SELECCIÓN DE ALTERNATIVA .....	38
6.4 PROPUESTA DEL PROYECTO .....	38
<b>7. PROPUESTA TEÓRICA.....</b>	<b>40</b>
7.1 POBLACIÓN BENEFICIADA.....	40
7.2 DEMANDA CUBIERTA.....	40
7.3 SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO .....	40
7.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....	42
<b>8. PREMISAS DE DISEÑO.....</b>	<b>43</b>
<b>9. PROPUESTA DE DISEÑO Y MANUAL .....</b>	<b>44</b>
9.1 PROYECTO DE DISEÑO.....	44
9.2 MANUAL DE DISEÑO .....	96
<b>10. VIABILIDAD DEL PROYECTO .....</b>	<b>133</b>
10.1 VIABILIDAD TÉCNICA .....	133
10.2 VIABILIDAD ECONÓMICA.....	133
10.3 VIABILIDAD AMBIENTAL.....	134
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>135</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>136</b>
<b>GLOSARIO .....</b>	<b>138</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>140</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>142</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

### FIGURAS

	Página
1 Tipo de Línea: Silueta .....	2
2 Tipo de Línea: Superficie .....	2
3 Tipo de Línea: Decorativa .....	2
4 Círculo Cromático .....	4
5 Barrel .....	12
6 Box .....	13
7 Clutch .....	13
8 Envelope .....	13
9 Evening .....	14
10 Muff .....	14
11 Pouch .....	14
12 Shoulder .....	15
13 Tote .....	15
14 Tendencia Otoño-Invierno 2011 .....	20
15 Tendencia Primavera-Verano 2011 .....	21

### FOTOGRAFÍAS

	Página
1 Aj Quen .....	28
2 Taller Aj Quen .....	28
3 Taller Aj Quen .....	29
4 Taller Aj Quen .....	29
5 Elaboración de la Muestra.....	62
6 Corte de la Muestra.....	62
7 Corte de la Muestra.....	63
8 Piezas cortadas de la Muestra .....	63
9 Muestra Terminada .....	64
10 Muestra Terminada .....	64

## RESUMEN

El siguiente proyecto fue realizado en el departamento de Chimaltenango. En esta área se encuentra una de las asociaciones de tejedores artesanales llamada Aj Q'uen, que reúne a hombres y mujeres mayas trabajando en un esfuerzo colectivo y solidario para la producción de artesanía textil en los telares más originales y folclóricos del país.

La mayoría de artesanos son mujeres, quienes trabajan en telares de cintura y telares de pedal. Elaboran distintos artículos personales, manteles y una gama de manualidades, todos producidos con un sello único y artesanal propio de la región y de cada mano que lo trabaja.

Actualmente la asociación tiene que enfrentar los problemas de falta de diseño e innovación, la ausencia de combinaciones de colores según tendencias, y actualización de productos de bolsas que se realizan. Estas necesidades afectan indirectamente la demanda del producto, ya que el consumidor, en busca de diseños contemporáneos que reflejen no solamente la originalidad sino también la novedad de productos, no llega a obtener lo que desea.

El objetivo del proyecto es crear un manual con lineamientos y principios del diseño, para que el usuario pueda conocer y realizar una línea de productos, en este caso de bolsas; con un proceso de diseño completo donde incluya las tendencias actuales, colores adecuados a la temporada, las líneas del diseño utilizadas en la tendencia, el balance y proporción que debe de tener el diseño, para crear productos que satisfagan las necesidades del mercado objetivo y solucionen el problema a la falta de diseño.

## **ABSTRACT**

The next project was conducted in the department of Chimaltenango. This area is one of the artisan weavers associations called Aj Q'eq'ib, bringing together men and women Maya working in a collective effort and solidarity for the production of handicraft textile looms in the original and the country folk.

Most artisans are women, who work on backstrap looms and treadle looms. Developed various personal items, linens and a range of crafts, all produced with a unique seal and crafts typical of the region and each hand that works.

The association now has to face the problems of lack of design and innovation, the absence of color combinations based on trend, and product updates bags that are made. These requirements indirectly affect product demand, as consumers, looking for contemporary designs that reflect not only the originality but the new product fails to get what you want.

The project aims to create a manual with guidelines and principles of design, so that the user can know and make a product line, in this case of bags, with a complete design process that will include current trends, colors appropriate to the season, the lines of the design used in the trend, balance and proportion that should have the design to create products that meet the needs of the target market and solve the problem of the lack of design.

## INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de graduación fue realizado en el departamento de Chimaltenango. Este se encuentra situado en la región Central de Guatemala; limita al Norte con los departamentos de El Quiché y Baja Verapaz, al Este con Guatemala y Sacatepéquez, al Sur con Escuintla y Suchitepéquez, y al Oeste con Sololá. La cabecera departamental es Chimaltenango, está a una distancia de aproximadamente 54 kilómetros de la Ciudad Capital de Guatemala.

En esta área se encuentra una de las asociaciones de tejedores artesanales más antigua y más grande de Guatemala llamada Aj Quen. Aj Quen comprende 26 grupos de mujeres tejedoras de las etnias maya: Kac'chiquel, Quiche', Quekchi y Tzutujil en los departamentos de Chimaltenango, Sololá, Alta Verapaz y Totonicapán. Elaboran productos de alta calidad, 100% algodón, según las antiguas tradiciones del telar a cintura y telar a pedal. Se localiza en Carretera Panamericana, Km 56, Chimaltenango Chimaltenango Guatemala, C.A.

Aj Quen elabora sus propias telas y de ellas realiza sus diferentes productos. Algunos de los productos que Aj Quen ofrece son, chalinas, bolsas, cojines, manteles, individuales, billeteras, cortinas, cubre camas, etc. El proyecto está enfocado al producto de bolsas. El problema que se pudo observar es que carecen de diversidad de diseños, falta de conocimiento de combinaciones y mezclas de colores, introducción de tendencias, nuevos estilos, etc.

El consumidor exige diversidad en diseños originales, innovadores y funcionales en donde se puede aplicar la innovación en la funcionalidad del producto, en donde cumpla con requisitos específicos como combinaciones nuevas de colores las cuales se puedan usar para diferentes ocasiones, combinación de telas creando un nuevo estilo, aplicar las tendencias actuales al producto, aplicar métodos de acceso en los diferentes cortes, etc.

Estas necesidades afectan indirectamente la demanda del producto, ya que el consumidor, en busca de diseños contemporáneos que reflejen no solamente la originalidad sino también la novedad de productos, no llega a obtener lo que desea.

Es por ello que se creará un manual de diseño, donde incluya conocimientos y lineamientos del diseño para que con base en las nuevas tendencias se pueda crear una línea de diseños nuevos y originales en productos de bolsas, para aumentar la diversidad y opciones en cuanto a tamaños, formas y colores, para desarrollar un producto que satisfaga las necesidades del consumidor.



## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El diseño de nuevos productos es crucial para la supervivencia de la mayoría de las empresas. En las industrias que cambian con rapidez, la introducción de nuevos productos es una forma de vida y se han desarrollado enfoques muy sofisticados para presentar nuevos productos.

Un buen producto con un buen diseño, hará sobresalir a la empresa por sobre la competencia, trayéndole beneficios en el mercado, como mayores ventas o elevando el concepto de calidad que el público tiene hacia ella. Esto es esencial para poder competir en una sociedad de consumo tan desarrollada, donde los medios están plagados de mensajes, debido al desarrollo de la tecnología y a la feroz competencia en el mercado.

En ocasiones, las empresas parecen olvidar este hecho en la creencia de que los clientes van a comprar por inercia siempre en su empresa o que llegado el momento siempre habrá otros que reemplacen a los que no vuelven. También olvidan que en el mercado actual suelen competir empresas que ofertan productos similares y que el cliente cuando elige comprar a una firma en concreto está haciéndole un verdadero regalo, la elige, deposita en ella su confianza y, por supuesto, su dinero.

La falta de diseños en producto de bolsas afecta indirectamente al consumidor que es el que no llega a obtener lo que desea, ya que está buscando lo mejor en el mercado, que es la innovación y el diseño. Esto puede ocasionar que el consumidor no se sienta a gusto con el producto y quiera satisfacer sus exigencias y necesidades en otras empresas.

Las causas que pueden ocasionar la falta de diseño puede ser que no cuenten con el conocimiento de tendencias, en como las pueden aplicar directamente a los productos, las combinaciones que pueden hacer tanto en colores, como en telas y estampados. Esto puede ocasionar que el producto se

quede estancado en un mismo estilo y no lo renueven haciendo que sus ventas bajen y que el consumidor no se sienta atraído por el producto.

Es importante que en una empresa o asociación se tomen en cuenta todos los requisitos que lleva el poder elaborar un producto, incluyendo el área de diseño, que es lo que más le atrae al usuario hoy en día. Es importante que una asociación como Aj Quen cumpla con las necesidades de los clientes con productos o servicios atractivos, útiles y de alta calidad.

Es conveniente una mejora hacia el producto, proponiendo diseños nuevos, originales y modernos, siguiendo las tendencias actuales. El producto se realizará bajo los lineamientos de la empresa, siguiendo todos los pasos que requiere el desarrollo de un nuevo producto.

Una de las alternativas es crear un manual con los lineamientos del diseño, tendencias nuevas y como aplicarlas al producto, para crear una línea de diseños nueva y originales en productos de bolsas. Mejorando los diseños en bolsas y que la marca se mantenga actualizada y renovada.

## JUSTIFICACIÓN

El crecimiento de la competencia ha generado un cliente más exigente y exquisito en sus pretensiones, obviamente, por tener una mayor gama de ofertas. Ante esta situación, sólo mejorando la calidad del producto y la calidad de servicio se podrá incrementar el tamaño del mercado objetivo y superar las expectativas de los compradores.

Uno de los indicadores para evaluar la calidad de un producto o servicio se relaciona directamente con la satisfacción del consumidor, la cual a su vez se asocia por una parte con la percepción que éste tiene en cuanto a las opciones, variedad y funcionalidad que una marca o línea de productos le ofrece.

El consumidor exige diversidad en diseños originales, innovadores y funcionales en donde se pueda aplicar la innovación en la funcionalidad del producto, en donde cumpla con requisitos específicos como combinaciones nuevas de colores las cuales se puedan usar para diferentes ocasiones, combinación de telas creando un nuevo estilo, aplicar las tendencias actuales al producto, aplicar métodos de acceso en los diferentes cortes, etc.

Es por ello que se creará un manual de diseño, donde incluya conocimientos y lineamientos del diseño para que con base en las nuevas tendencias se pueda crear una línea de diseños nuevos y originales en productos de bolsas, para aumentar la diversidad y opciones en cuanto a tamaños, formas y colores, para desarrollar un producto que satisfaga las necesidades del consumidor.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Aplicar los conocimientos adquiridos en la Universidad, y proponer una solución viable, en este caso enfocado en el diseño de productos de bolsas, para la asociación Aj Quen con el fin de beneficiarlos y mejorarlos.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar una propuesta de diseño en el área de productos de bolsas.
- Crear un nuevo concepto de diseñar en línea, de acuerdo a las tendencias actuales.
- Mejorar la variedad y diseños en los productos de bolsas.

# 1. DISEÑO

## 1.1 DISEÑO

Diseñar es una tarea compleja, dinámica e intrincada. Es la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado con el medio ambiente que rodea a la humanidad. De esto último, se puede desprender la alta responsabilidad ética del diseño y los diseñadores a nivel mundial.

El diseño implica plasmar el pensamiento a través de esbozos, dibujos, bocetos y esquemas trazados en cualquier soporte. El acto de diseñar puede ser considerado como creatividad, innovación o una modificación de algo ya existente.

## 1.2 ELEMENTOS DEL DISEÑO

Los elementos de diseños son la línea, color y textura. Por medio de estos elementos se puede aplicar la creatividad, funcionalidad e innovación en los diseños.

1.2.1 Línea. Es una sucesión continua de puntos interminables e infinitos. La línea es la que guía la mirada de un punto a otro, divide el área por la que pasa y crea formas y figuras en espacios.

Para diseñar se utilizan 3 tipos de líneas: silueta, superficie, y decorativa.

Silueta: son las líneas que darán la forma o estructura de la bolsa. Si la bolsa es cuadrada, redonda, ovalada, etc.

**Figura 1**

**Tipo de Línea: Silueta**

Bolsa



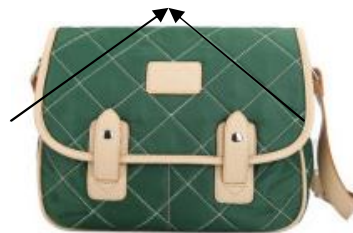
Fuente: <http://www.lightinthebox.com>

Superficie: son las líneas que se encuentran o forman la superficie de la bolsa.

**Figura 2**

**Tipo de Línea: Superficie**

Bolsa



Fuente: <http://www.lightinthebox.com>

Decorativa: son las líneas que forman la decoración de la bolsa, desde sobrecosturas hasta detalles como flores, moñas, listones, etc.

**Figura 3**

**Tipo de Línea: Decorativa**

Bolsa



Fuente: <http://www.lightinthebox.com>

La línea puede tener un efecto visual en las bolsas, la línea horizontal visualmente ensancha y acorta da la sensación de serenidad y reposo. La línea vertical alarga, adelgaza, da la sensación de fuerza. La línea diagonal ensancha y alarga da la sensación de movimiento y dinamismo. Es importante ver qué efecto queremos causar para lograr un diseño balanceado.

1.2.2 Color. Es una percepción visual que se genera en el cerebro al interpretar las señales nerviosas que le envían los fotorreceptores de la retina del ojo y que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda que captan de la parte visible del espectro electromagnético.

El color es básicamente dos cosas: algo que ocurre de forma externa y crea sensaciones de forma interna, algo a lo que se responde de manera física y psicológicamente ya sea de manera consciente o inconsciente.

Colores Fríos: tienen una onda de longitud visual corta, retroceden (azules, verdes, violetas).

Colores Cálidos: tienen una onda de longitud visual larga, avanzan (rojo, amarillo, naranja).

Los colores se dividen en tres:

Colores Primarios: es un color puro que no se obtiene de la mezcla de ningún otro color. Estos son: rojo, amarillo y azul.

Colores Secundarios: son los colores que se obtienen de la mezcla de dos primarios. Estos son: morado, verde, y naranja.

Colores Terciarios: son los colores que se obtienen al mezclar dos partes iguales de un color primario y uno secundario.

**Figura 4**  
**Círculo Cromático**



Fuente: <http://sobrecolores.blogspot.com>

El color es algo que ocurre de forma externa y causa sensaciones de forma interna, hay colores que provocan la sensación de serenidad, alegría, movimiento, calor o frío. Esto dependerá de que sea lo que se quiere reflejar, expresar o diseñar; a qué temporada está dirigida, primavera, verano, otoño o invierno y para las ocasiones en que será utilizada la bolsa, para la playa, para la noche, para trabajar, etc.

1.2.3 Textura. Es la propiedad que tienen las superficies externas de los objetos, así como las sensaciones que causan, que son captadas por el sentido del tacto. La textura es la parte visible y tangible de una estructura o superficie.

Textura del tejido, es el entrelazamiento, disposición y orden de los hilos en un tejido, también se refiere a la superficie de un vestido o al material de su confección, existen varios tipos de fibras, las naturales: algodón, lana, seda y lino. Las de algodón y lino son fibras naturales vegetales y la lana y seda son fibras naturales animales. Por otra parte, también se tiene las fibras artificiales siendo estas las de polyester y nylon.



La textura tiene tres aspectos principales:

1. Las cualidades táctiles de la superficie.
2. Las cualidades táctiles de una sustancia manipulada tridimensional.
3. Las cualidades visuales de la superficie y la sustancia. <sup>1</sup>

La textura será importante para determinar la funcionalidad de la bolsa. En el caso de una cosmetquera la tela y la textura debe de ser accesible para llevar en la bolsa y evitar que se salgan los cosméticos, del mismo modo si la bolsa es para ir a trabajar debe de tener un material resistente para poder guardar los objetos diarios que llevamos al trabajo.

### 1.3 PRINCIPIOS DE DISEÑO

Para poder diseñar se debe tener en cuenta los principios de diseño. Los principios de diseño son: balance, proporción, ritmo, unidad y énfasis.

1.3.1 Balance. Es la distribución correcta de pesos que dan como resultado equilibrio, estabilidad y reposo. Hay dos tipos de balance: simétrico y asimétrico.

Simétrico: es el que da la vista de un espejo, un lado igual al otro, logra un balance formal, el cual es más conservador y usual en vestimenta profesional.

Asimétrico: si la línea deja un lado diferente al otro se considera un balance informal, el cual es más popular en ropa de noche, es más dramático y glamoroso.

En una colección el balance se puede observar en los cortes, combinaciones de textura, de color, en los accesorios. Un balance simétrico es cuando la bolsa es completamente igual un lado del otro, en el caso del asimétrico podemos ver dos o más tipos de tela en una bolsa, intercalados, de colores diferentes, etc.

---

<sup>1</sup> DAVIS L. Marian, "Visual Design in Dress", 3a. edición. Estados Unidos: Prentice Hall, 1996 p. 180.

1.3.2 Proporción. Es el resultado comparativo entre relación de distancias, áreas, cantidades, grados o partes. Hay tres tipos de proporción:

Relación 1-1

Relación 1-2 con énfasis en 1

Relación 1-2 con énfasis en 2

La proporción se refleja en los detalles, accesorios, cortes y texturas que pueda llevar una bolsa. Cuando es una proporción de relación 1-1 es cuando la bolsa tiene la misma medida o cantidad de detalles en toda la bolsa. En relación 1-2 con énfasis en 1 es cuando habrá más detalle en la parte superior de la bolsa, en los agarradores, métodos de acceso, vuelos, etc. En relación 1-2 con énfasis en 2, será cuando tenga más detalles en la parte inferior, flecos, vuelos, moñas, etc.

1.3.3 Ritmo. Es el sentimiento de movimiento organizado que lleva la vista de un lugar a otro. Hay seis tipos de ritmo: repetido, alternado, paralelo, de secuencia, escalonado y radial.

El ritmo lo marcará el color, telas, estampado, accesorios, cortes, y detalles. Es repetido, si podemos ver líneas que se repiten en toda la bolsa, alternado si se van alternando ya sea dos colores, o dos diferentes telas.

1.3.4 Unidad. Se logra cuando todos los elementos se juntan creando un efecto armonioso y placentero.

Una colección se verá unificada si la paleta de color es armoniosa, si va de acuerdo a la temporada, y a la ocasión a las que nos vamos a enfocar. Otro factor de unidad son las telas a utilizar, los accesorios, y líneas.

1.3.5 Énfasis. Es el área que atrae el ojo de una manera inmediata. Los diferentes énfasis son: con línea, con color y con textura.

En una colección, las telas, la paleta de color, los cortes, sobre costuras, puede ser el énfasis, si se quiere que sobresalga el color, se logra haciendo una paleta de color armoniosa y llamativa eso será lo primero que llame la atención, del mismo modo con las telas y detalles que se quieran sobresalir.

#### **1.4 PROCESO DE DISEÑO**

El proceso de diseño es complejo y consta de varias etapas que son:

1.4.1 Diseño del brief. En esta etapa de diseño es cuando se realiza el brief, éste parte de lo que se quiere diseñar, es una lista o formato en el cual se debe de ser claro y contar con todos los datos necesarios para lo que se quiere realizar, las especificaciones deben ser claras y se deben de definir objetivos.

1.4.2 Investigación. Requiere de inspiración, innovación, análisis de tendencias, observaciones, creatividad, análisis del mercado, fabricación y experimentación.

1.4.3 Desarrollo del diseño. Para el desarrollo del diseño se debe tener en cuenta, una forma, silueta, apariencia estética, proporción, color, textiles, patrones, decoraciones, movimiento, ritmo, cortes, construcción, etc.

1.4.4 Prototipo. La realización del prototipo requiere de un sketch, que es un dibujo hecho a mano en el cual se demuestra de forma gráfica de lo que se desea realizar.

1.4.5 Solución. Se toma una decisión final, la analiza la economía con la que se cuenta para realizarlo, se observa si va a ser un producto masivo o más artesanal, se realizan los costos del producto y su precio según la manufactura etc.

Es preciso evaluar el diseño después de que es lanzado al mercado basándose en las ventas que obtuvo para ver si fue exitoso.

## 2. INNOVACIÓN

Es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. La innovación va de la mano con la mejora continua. La diferencia es que en la mejora continua se ven resultados a corto plazo, y los cambios son graduales, mientras que en la innovación se notan grandes cambios y se pueden ver resultados a mediano plazo. Mientras que la mejora continua es orientada al proceso, la innovación va orientada al resultado final.

“La innovación es cuando un inventor desarrolla un producto o proceso, el cual cambia de manera exitosa la forma de hacer las cosas”.<sup>2</sup>

Según la autora Kathryn Mackelvey autora del libro “Fashion Design” existen dos tipos de innovación: original y por incremento.

La innovación original: es aquella que nace de la nada, no existía o no había nada parecido a esa innovación antes.

La innovación por incremento: es aquella que como dice su nombre se incrementa, es decir a un invento se modifica o se le agregan ciertos aspectos que lo hacen nuevo y cambian su forma de uso.

La innovación se desarrolla y se introduce en donde está el problema, cambia el formato y la forma en que las cosas están hechas. La innovación requiere de ser proactivo, buscar problemas a través de los medios de comunicación como el periódico, noticias en la televisión o cualquier cosa que se observe en donde sea necesario un cambio para el progreso de una región; buscar alguna solución a los problemas y que lleve a una mejora introduciendo la innovación.

La innovación lleva un ciclo. Este ciclo va de la investigación, a la influencia, a un proceso de incubación, luego surge la inspiración, la invención

---

<sup>2</sup> McKELVEY Kathryn, MUNSLOW Janine; FASHION DESIGN, process, innovation and practice, Blackell publishing, P.

para finalmente innovar. La innovación se aplica en la funcionalidad de una bolsa, si la función de la bolsa es cargar objetos pesados, la innovación se aplica en las telas, combinaciones de telas resistentes, utilizando entretelas, costuras más resistentes, etc.

La innovación de producto es una de las estrategias de empresa encaminada a ganar competitividad en el mercado, mediante ahorros de costos de producción o distribución mediante éxitos comerciales (aumento de ventas, fidelización de clientes, aumento de cuota de mercado, etc.).

## **2.1 RAZONES PARA LA INNOVACIÓN**

Una de las razones de innovar será la relación que el cliente tenga con la marca, al presentarle nuevos beneficios del producto, permite nuevos argumentos de ventas, aumenta el nivel de ventas al presionar sobre el índice de sustitución de producto. Mejora la imagen de la empresa presentándola como activa y moderna, establece barreras de entrada a la competencia.

### **3. EL PRODUCTO**

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de *marketing* de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 4 Ps.

Las decisiones sobre el producto o productos, giran alrededor de aquellos bienes, y servicios que una empresa debe ofrecer para la venta y de las características que éstos deben tener. El consumidor también es importante para el producto. El consumidor es el que requiere satisfacer cierta necesidad a través de la compra u obtención de determinados productos.

El producto también es símbolo complejo que denota posición, gusto, categoría, realización personal, aspiración y sobre todo saber comprar. Los clientes le asignan valor a un producto en proporción con lo que reciben como capacidad de ese producto para solucionar sus problemas o satisfacer sus necesidades.

Para diseñar un nuevo producto, en primer lugar se debe investigar y analizar las necesidades, gustos, preferencias, deseos y características de los consumidores que conforman el mercado objetivo. Cuando se diseña un producto, se debe empezar por definir el núcleo de los beneficios que el producto ha de proporcionar a los consumidores.

El desarrollo de un producto implica la definición de los beneficios que éste va a ofrecer. Estos beneficios se entregan a través de ciertas particularidades tangibles: la calidad, las características y el diseño.

#### **3.1 CALIDAD DEL PRODUCTO**

En el desarrollo del producto, el fabricante tiene que elegir el nivel de calidad que ha de apoyar la posición de éste en el mercado meta, ya que es una de las principales herramientas de posicionamiento. La calidad del

producto se constituye en la capacidad para cumplir sus funciones, incluye su durabilidad general, fiabilidad, precisión, su facilidad de operación y reparación.

Mejorar la calidad del producto significa la utilización de un mejor control de calidad para reducir los defectos que resultan molestos para el consumidor, sin embargo, la estrategia de calidad implica mucho más que eso, se trata de adelantarse a los competidores ofreciendo productos que satisfagan las necesidades de los consumidores y sus preferencias sobre calidad.

La calidad del producto, en este caso las bolsas, se verá reflejada en la calidad del diseño que es el grado en el que un producto o servicio se ve reflejado en su diseño, calidad de uso, en donde el producto ha de ser fácil de usar, seguro, fiable, etc. Buenos acabados en costuras y métodos de acceso, como el zipper, botones, elásticos, imanes, broches, etc.

Acabados: un acabado es una parte del proceso de fabricación de un producto que usualmente se realiza al final con la cual se obtiene una característica final.

En confección o diseño de modas los acabados se pueden dar desde el acabado en un textil, como en acabados de confección. Acabados en confección conlleva costuras especiales usualmente hechas a mano lo cual hacen a la prenda mejor, con un aspecto más fino, y de mejor calidad.

### **3.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

Un producto puede ofrecerse con diversas características. La empresa puede inventarse modelos de mayor nivel, añadiéndoles más características. Lo cual constituyen una herramienta de competencia para diferenciar los productos de una empresa frente a sus competidores.

Las características que se le pueden agregar a un producto estarán en relación al valor que le proporcione el cliente en comparación con su costo para la empresa. Las características a las que el cliente atribuye poco valor en relación con su costo deben abandonarse y deben añadirse las que tienen un alto valor para el consumidor en relación con su costo adicional.

### 3.3 BOLSA

Es un instrumento cuya función es la de transportar un número reducido de objetos de uso frecuente, tales como billeteras, monederos, llaves, documentos, utensilios de belleza femenina (maquillaje, pintalabios, etc.), peines, cigarrillos, etc. Puede tener diferentes formas y tamaños y, asimismo, puede fabricarse con una pluralidad de materiales (por ejemplo, en cuero, plástico o tela); estos elementos dependen, en gran medida, de las modas existentes en un lugar.

Una bolsa es uno de los accesorios más importantes en el guardarropa femenino. Una mujer a menudo adquiere o tiene varias bolsas, las cuales tienen funciones diferentes y propósitos desde utilidad hasta decoración. Pueden ser coordinadas en un guardarropa por tamaño, color, estilo y materiales.

#### 3.3.1 Estilos básicos de bolsas.

a. Barril: bolsa con forma cilíndrica con agarradores cortos, se lleva de forma horizontal. Su diseño es basado e inspirado en la bolsa usada por los soldados para llevar su ropa que fue en esa época adaptada al equipaje. Este estilo de bolsa es usualmente larga, espaciosa, con cierre de zipper y hecha con lona o cuero suave.

**Figura 5**

**Barrel**



Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

b. Caja: bolsa rígida con la forma de una caja cuadrada o rectangular con un tipo de agarrador. En algunas ocasiones puede tener forma redonda pero sigue siendo rígida.



**Figura 6**

**Box**



Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

c. Clutch: bolsa que se caracteriza por no tener agarrador, se lleva en la mano, es muy elegante y formal, puede ser rígida o suave y su cierre es un broche de vuelta o de dedo.

**Figura 7**

**Clutch**

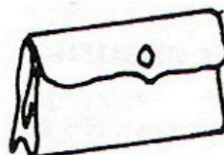


Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

d. Sobre: bolsa plana, cuadrada o rectangular, con una tapadera plana y lisa, como la forma de un sobre. Puede ser de cualquier tamaño, tipo clutch, con agarradores largos de hombros o cortos solo para las manos. Elaborada en distintos materiales y usualmente es elegante.

**Figura 8**

**Envelope**



Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

e. Bolsa de noche: bolsa elegante con un marco rígido como método de acceso y usualmente lleva bordados de lentejuelas o mostacillas, decoraciones delicadas y elegantes.

**Figura 9**

**Evening**



Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

f. Muff: este estilo suele ser llamado manguito, se utiliza para cubrir las manos del frío está realizado en materiales gruesos como pieles.

**Figura 10**

**Muff**



Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

g. Pouch: bolsa que se caracteriza por tener la forma de un monedero, es pequeña, tiene un marco como método de acceso y puede ser confeccionada de diferentes materiales.

**Figura 11**

**Pouch**

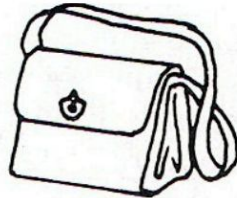


Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

h. Shoulder: bolsa tradicional que se utiliza en el hombro colgada por medio de un agarrador, su diseño puede variar y hay de todos tamaños.

**Figura 12**

**Shoulder**



Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

i. Tote: bolsa básica, de forma rectangular, se caracteriza por ser grande. Es robusta y tosca, no lleva ningún cierre, es abierta y tiene dos agarradores. En el interior de la bolsa se pueden encontrar algunas bolsas con zipper como compartimientos aparte.

**Figura 13**

**Tote**



Fuente: DAVIS, Marian. Visual Design in Dress. P. 124

3.3.2 Áreas de diseño de una bolsa. Las áreas de diseño pueden ser internas o externas.

Las áreas externas que se pueden trabajar son: la base de la bolsa, bolsas exteriores, agarradores, marco de la bolsa, fondo de la bolsa, laterales de la bolsa, y todos los accesorios que se desean aplicar como zippers, botones, ojales, ojetes, etc.

Las áreas internas que se pueden trabajar son forros, bias interno, bolsas internas, etiquetado, y todos los accesorios como zippers, botones, etc.

### 3.4 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

La vida de un producto se divide en cuatro fases: introducción, crecimiento, madurez y declinación. Los ciclos de vida de un producto pueden ser: unas cuantas horas (periódico), meses (modas), años (video-grabadoras) y décadas (carros). Cada producto tiene un ciclo de vida definido por un conjunto cambiante de problemas y oportunidades.

3.4.1 Etapa de introducción. Durante esta etapa del ciclo de vida del producto, este se lanza en el mercado con una producción a gran escala y un programa exhaustivo de mercadotecnia; es cuando el producto es distribuido por primera vez y puesto a disposición de los compradores, la introducción lleva tiempo y el crecimiento de las ventas pueden ser lento. Productos tan conocidos como el café instantáneo, el jugo de naranja congelado y otros subsistieron durante muchos años antes de que entraran en una etapa de crecimiento rápido.

En muchos aspectos la etapa de introducción es la más riesgosa y cara, sin embargo, en el caso de productos realmente nuevos, existe escasa competencia directa. El programa promocional puede diseñarse para estimular la demanda primaria más que la secundaria es decir, el tipo de producto se pone de relieve y no la marca del vendedor.

3.4.2 Etapa de crecimiento. En esta etapa de crecimiento o aceptación del mercado las ventas crecen rápidamente, los competidores entran en el mercado en grandes cantidades porque las perspectivas de las utilidades resultan sumamente atractivas. El creciente número de competidores dará lugar a un incremento en el número de distribuidores y las ventas subirán repentinamente porque los revendedores construirán sus inventarios. Los precios permanecerán estables o disminuirán ligeramente. Los productores seguirán gastando lo mismo o un poco más en promoción para mantenerse en la competencia y seguir educando el mercado. Las empresas optan por una estrategia promocional de "Compren mi producto" más que por la de "Pruebe mi producto".

En esta etapa las compañías utilizan diferentes estrategias para sostener el crecimiento rápido; mejoran la calidad del producto y agregan nuevas características y modelos; penetran nuevos segmentos del mercado y abren nuevos canales de distribución; la publicidad cambia.

3.4.3 Etapa de madurez. Esta etapa se caracteriza por la acentuación de la competencia, la disminución de las ventas y la disminución de utilidades. Normalmente esta etapa es la más larga que las anteriores en donde en la primera parte de este periodo las ventas siguen creciendo a un ritmo menor, luego tienden a estabilizarse pero disminuye las utilidades del fabricante es por ello que los retos que se plantea el mercadólogo son mayores porque está tratando con productos maduros, la disminución de las ventas hacen que los productores tengan muchos artículos que vender, a su vez este exceso de capacidad implica mayor competencia.

Los competidores empiezan a bajar los precios, incrementan su publicidad y promociones de ventas y a subir sus presupuestos de investigación y desarrollo para mejorar el producto. Estas medidas implican que las utilidades disminuyan. Los más débiles empezaran a salir del mercado y a la larga solo quedaran los que ocupen las mejores posiciones.

Los gerentes del producto no deben contentarse con defenderlo pues una buena ofensiva es la mejor defensa. Entonces tienen que pensar en modificar el mercado, el producto y la mezcla de mercadotecnia.

3.4.4 Etapa de declinación. A la larga las ventas de casi todas las formas y marcas de productos tienen su final. La declinación puede ser lenta como en el caso del cereal de avena; o rápida como los juegos de video. Pueden llegar a cero o alcanzar un nivel bajo en que se mantienen durante años.

Algunas de las razones de la declinación son los avances tecnológicos, cambios en los gustos de los consumidores y la creciente competencia.

Mantener un producto débil puede ser muy costoso y no solo en cuanto utilidades se refiere, hay muchos costos ocultos: puede exigir mucho tiempo del administrador, frecuentes ajustes de precios e inventarios, atención de los

publicistas y vendedores que podría dedicarse con más provecho o hacer saludables otros artículos más productivos.

En esta etapa los administradores tienen que tomar decisiones muy importantes al identificar el envejecimiento de los productos:

- Mantener la marca sin modificaciones con la esperanza de que los competidores se retiren y por otra parte puede decidirse reposicionar la marca.
- Segar el producto, es decir reducir varios costos (planta, equipo, mantenimiento, investigación y desarrollo, publicidad, vendedores) con la esperanza de que las ventas se mantengan en un nivel más o menos adecuado durante cierto tiempo.
- Retirar el producto de la línea y del mercado, en este caso puede venderlo a otra compañía o simplemente liquidarlo a su valor de desecho.

Claro está que no todos los productos siguen este ciclo como está dispuesto, algunos productos son introducidos y mueren rápidamente, estos permanecen en la etapa de madurez durante largo tiempo, otros pasan a la etapa de declinación y vuelven a la de crecimiento mediante fuertes promociones o reposiciones.

La tendencia hacia ciclos de vida más cortos es una de las limitaciones al concepto. Todas las evidencias indican que los ciclos de vida de los productos se vuelven más y más cortos. Esto es particularmente verdadero en el campo de los aparatos domésticos y de productos de alta tecnología, como computadoras y cámaras fotográficas.

### **3.5 DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS**

Es necesario crear nuevos productos. Para producir nuevos productos las empresas necesitan los elementos básicos de buena calidad, bajo costo, diferenciación para sobresalir en el mercado competitivo, velocidad y flexibilidad.

El desarrollo de nuevos productos implica ocho etapas siendo las siguientes:

1. Generación de ideas.
2. Filtrado de ideas.
3. Desarrollo y evaluación de conceptos.
4. Estrategia de mercadotecnia.
5. Análisis comercial.
6. Desarrollo del producto.
7. Prueba de mercadotecnia
8. Comercialización

3.5.1 Generación de ideas. Esta etapa consiste en buscar ideas para nuevos productos. Dicha búsqueda debe ser sistemática, de lo contrario la empresa podría encontrar muchas ideas, pero no adecuadas. Para que fluyan las ideas la empresa puede utilizar diversas fuentes, entre las principales están:

Fuentes interna: aprovechando el potencial de las personas que trabajan en ella, incluyendo a la fuerza de ventas.

Clientes: muchas ideas pueden ser proporcionadas por los clientes, al observar y escucharlos. La información se puede obtener a través de encuestas.

Competencia: al analizar los productos de la competencia, puede provocar nuevas ideas. Conocer su publicidad y también desarrollar otras comunicaciones con empresas similares.

Distribuidores y proveedores: los revendedores están muy cerca del consumidor y la posibilidad de nuevo producto. Los proveedores pueden hablar a la empresa de los nuevos conceptos, técnicas y materiales utilizables en el desarrollo de nuevos productos.

Otras fuentes: las publicaciones, exposiciones y seminarios comerciales y otras actividades pueden constituirse en fuentes para la generación de ideas para nuevos productos.

Tendencias: una tendencia es una idea o corriente que sigue determinada dirección. Una tendencia es un estilo o una costumbre que marca una época o lugar. Hoy en día existen varias páginas en la web donde se pueden encontrar las nuevas tendencias en estilos, colores, prendas y accesorios para estar siempre a la moda.

La formulación de tendencias en moda es, desde el enfoque de la industria, una forma de reducir el riesgo de la no-venta o de la no-acertada producción frente a nuevas propuestas, y una manera de división de mercados.

Las empresas pronosticadoras, a través de equipos compuestos por buscadores de tendencias, concept leaders, sociólogos, antropólogos, psicólogos sociales, diseñadores etc., proponen unas series de conceptos globales de inspiración que serán traducidos en múltiples manifestaciones estéticas.

Las empresas distribuyen catálogos de tendencias de cada temporada permitiendo de esta manera una difusión de la moda globalizada. De esta forma se minimalizan los riesgos de errores porque la producción se basa sobre reglas de inspiración en cuanto a conceptos, formas, texturas y colores.

**Figura 14**

**Tendencia Otoño-Invierno 2011**



Fuente: <http://www.nosotras.com>



**Figura 15**

**Tendencia Primavera-Verano 2011**



Fuente: <http://www.shopaholic-prr.com>

Después de nuestra lluvia de ideas se genera la idea en sí, ¿qué queremos crear? Se pueden realizar varios sketches o dibujos los cuales hacen visualizar la idea, luego se va en busca de la materia prima para realizar dicho objeto, en este caso, crear diseños de bolsas.

**3.5.2 Filtrado de ideas.** El objetivo de esta etapa es la de reducir el número de ideas generadas, detectando las buenas y desechar las que no son, tan pronto como sea posible. Los costos de desarrollo de los productos se incrementan grandemente en las últimas etapas, por eso es conveniente las ideas que puedan convertirse en productos de ingresos.

**3.5.3 Desarrollo y evaluación de conceptos.** Desarrollo del concepto consiste en desarrollar la idea del producto, para convertirla en varios conceptos, deducir que tan atractiva es cada alternativa y elegir la mejor. En este paso es parte de la información que se tiene del mercado, la necesidad que se quiere cubrir, el producto que se quiere realizar, las tendencias, que es lo que los

buscadores de tendencia proponen, y con base en eso elaborar las diferentes ideas. La verificación del concepto. Consiste en poner en prueba las ideas establecidas con un grupo de consumidores meta.

3.5.4 Desarrollo de la estrategia de mercadotecnia. Consiste en formular una estrategia planeada para un nuevo producto que delinea el futuro mercado meta, el posicionamiento planeado y los objetivos de ventas, participación del mercado y utilidades para los primeros años. Consta de tres partes:

La primera describe el mercado meta, el posicionamiento planeado para el producto y los objetivos de ventas, participación del mercado y utilidades a alcanzar en los primeros años.

La segunda parte de la formulación de la estrategia, describe el precio probable del producto, la distribución y el presupuesto de mercadotecnia para el primer año.

La tercera parte describe las ventas planeadas a largo plazo, las utilidades meta y la estrategia de la mezcla de mercadeo.

3.5.5 Análisis comercial. En esta etapa se revisan las proyecciones de ventas, costos y beneficios para determinar si satisfacen los objetivos de la empresa, si es ese el caso, se avanza a la etapa de desarrollo del producto. Con el propósito de estimar las ventas, la empresa puede examinar la historia de las ventas de productos similares y/o hacer una encuesta de opinión en el mercado. Luego se prepara el pronóstico de ventas, estimar los costos y beneficios esperados del producto.

3.5.6 Desarrollo del producto. En esta etapa se transforma el concepto de un producto en un producto físico, se realizarán una o más versiones físicas del concepto de producto, y se espera concentrar un modelo que satisfaga los siguientes criterios:

- Los consumidores ven en él las características clave descritas en la formulación del concepto de producto.
- Se desempeña adecuadamente en el uso normal.

- Su producción va de acuerdo con los costos presupuestados.

El desarrollo de un modelo puede llevar desde días hasta meses e incluso hasta años, dependiendo del producto que se quiera introducir al mercado. Cuando esté listo el producto debe ponerse a prueba de funcionalidad que se puede hacer a nivel de laboratorio o en el campo según sea los requerimientos del producto.

**3.5.7 Pruebas de mercado.** Si el producto pasa las pruebas de funcionalidad y del consumidor, el siguiente paso es probarlo en el mercado. Las pruebas de mercado constituyen la etapa en que el producto y el programa de mercadeo se introducen a un ambiente de mercado más realista.

Estas pruebas permiten detectar posibles problemas y reunir más información antes de hacer el gasto para la introducción formal. El objetivo primordial de esta etapa es probar el producto en situaciones reales de mercado, también permite poner a prueba el programa global de mercadeo.

Los resultados obtenidos de mercadeo, pueden ser utilizados para entregarse de la reacción de consumidores y distribuidores ante el manejo, uso y recompra del producto.

**3.5.8 Comercialización.** Las pruebas de mercado proporcionan la información necesaria para tomar la decisión final sobre el lanzamiento de un nuevo producto. Para lanzar un nuevo producto, la empresa debe tomar en consideración cuatro decisiones:

- ¿Cuándo? Es decir si es el momento de introducirlo al mercado.
- ¿Dónde? La empresa debe decidir si lanza su nuevo producto en un solo lugar, en una región o varias.
- ¿A quién? La empresa debe dirigir su distribución y promoción a los mejores prospectos.
- ¿Cómo? La empresa también tiene que desarrollar un plan de acción para introducir el nuevo producto en los mercados seleccionados.

Los puntos vistos con anterioridad juegan un papel importante para la realización de nuevos diseños. Todo va de la mano, junto con la información que se obtenga del mercado objetivo y los procedimientos del diseño para crear nuevos productos.

En una empresa es importante que se tomen en cuenta todos los puntos para la elaboración de un producto. El saber de las etapas de un producto ayudará para poder detectar en qué momento es adecuado introducir nuevos diseños. El introducir un producto nuevo conlleva muchas inversiones, es por ello que se hace un estudio previo para recolectar información necesaria para poder realizarlo.

Al crear un producto se empieza por buscar una necesidad que se quiera cubrir para cierto nicho de personas. Se estudia el estilo de vida, preferencias, gustos, estilos, ingresos, etc. Con la información requerida, se elabora estrategias o ideas para cubrir esa necesidad mediante el producto. Para la lluvia de ideas es necesario, cubrir todas las áreas que se puedan con base en el producto, si son bolsas, que es lo nuevo en bolsas, tendencias, estilos, colores, observar revistas, informarse sobre las nuevas tecnologías, usos, acabados y todo lo que conlleva una bolsa.

Teniendo ya establecidas las ideas, el siguiente procedimiento será diseñar. Para la creación de nuevos diseños hay lineamientos y pasos a seguir, es importante conocer sobre los elementos de la línea, color y textura para ver los efectos que puedan causar en el diseño, conocer los lineamientos de proporción, balance, unidad, para crear una colección armoniosa, aplicar las tendencias e inspiración en un diseño, poder innovar en las áreas de diseño de una bolsa, saber combinar nuevas texturas y colores, para crear una colección nueva y original, que a la vez satisfaga las necesidades de las personas.

Con la colección en mano, lo siguiente a realizar será la elaboración del producto, dependerá de la capacidad de la empresa, la cantidad que se quiera realizar. Se lleva a cabo la recolección de materiales, y materia prima para llevar a cabo la producción.

Es importante que ya teniendo el producto en el mercado se estudie su introducción, aceptación, madurez y declinación, de esta manera se podrá saber cómo reacciona el mercado ante los nuevos productos, que tan largo es el tiempo para poder introducir un nuevo diseño, como mantener interesado al consumidor hacia el producto hasta la salida de uno nuevo, etc.

Es por eso que es importante que se tenga en cuenta y que se ponga en práctica, todos los pasos, etapas, lineamientos y principios para el desarrollo de una línea de producto, en este caso de bolsas, en base a la introducción de nuevos diseños.

## **4. DIAGNÓSTICO**

### **4.1 PROBLEMÁTICA**

La falta de diseños en producto de bolsas afecta indirectamente al consumidor que es el que no llega a obtener lo que desea, ya que está buscando lo mejor en el mercado, que es la innovación y el diseño. Esto puede ocasionar que el consumidor no se sienta a gusto con el producto y quiera satisfacer sus exigencias y necesidades en otras empresas.

Las causas que pueden ocasionar la falta de diseño puede ser que no cuenten con el conocimiento de tendencias, el cómo las pueden aplicar directamente a los productos, las combinaciones que pueden hacer tanto en colores, como en telas y estampados. Esto puede ocasionar que el producto se quede estancado en un mismo estilo y no lo renueven haciendo que sus ventas bajen y que el consumidor no se sienta atraído por el producto.

Es importante que en una empresa o asociación se tomen en cuenta todos los requisitos que lleva el poder elaborar un producto, incluyendo el área de diseño, que es lo que más le atrae al usuario hoy en día. Es importante que una asociación como Aj Quen cumpla con las necesidades de los clientes con productos o servicios atractivos, útiles y de alta calidad.

### **4.2 ÁREA DE ESTUDIO**

Aj Quen es una asociación de tejedoras artesanales de Guatemala. Aunque su sede se encuentra en Chimaltenango, tejedoras y tejedores originarios de Sololá, Quetzaltenango, Totonicapán, Alta Verapaz y Chimaltenango se reúnen para la elaboración de lienzos artesanales y al mismo tiempo, reciben capacitación para mejorar sus formas de producción procurando su desarrollo integral.

Aj Quen se encuentra en el departamento de Chimaltenango. Este se encuentra situado en la región Central de Guatemala. Limita al Norte con los departamentos de El Quiché y Baja Verapaz; al Este con Guatemala y Sacatepéquez; al Sur con Escuintla y Suchitepéquez, y al Oeste con Sololá. La cabecera departamental es Chimaltenango, está a una distancia de aproximadamente 54 kilómetros de la Ciudad Capital de Guatemala. Se localiza en Carretera Panamericana, Km 56, Chimaltenango Chimaltenango Guatemala, C.A.

Aj Quen se encuentra en un área accesible, ya que está a la orilla de la carretera principal. El centro ofrece varios servicios para los artesanos, les da materia prima para la realización de los tejidos, en otros casos les da la maquinaria para la confección de los productos, aparte reciben capacitación para mejorar sus formas de producción procurando su desarrollo integral.

#### **4.3 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA**

El centro de artesanos Aj Quen cuenta con una infraestructura adecuada que brinda las herramientas necesarias y adecuadas para los artesanos que alberga. Tienen una tienda de artesanías en la cual se encuentra la variedad de productos que realizan los diferentes artesanos. También cuenta con un edificio de tres niveles, en el cual hay varios salones de capacitación, oficinas centrales, habitaciones de hospedaje para los artesanos que llegan de regiones lejanas, área de corte y confección, área de elaboración de tejidos en telar de cintura y pedal y cafetería.

## Fotografía 1

### Aj Quen



Fuente: Propia

## Fotografía 2

### Taller Aj Quen



Fuente: Propia



**Fotografía 3**  
**Taller Aj Quen**



Fuente: Propia

**Fotografía 4**  
**Taller Aj Quen**



Fuente: Propia

## **5. DETERMINACIÓN DE LA METODOLOGÍA**

### **5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Al realizar la investigación se utilizó la investigación cualitativa, que conforme a los datos recolectados se llega al problema, y sus causas, tratando de llegar a una solución.

Metodología e instrumentos que se utilizaron para la identificación del problema.

- Entrevista a Personal de Aj' Quen.
- Observación libre y visita al centro Aj' Quen.
- Análisis de las respuestas obtenidas.

Muestra: se entrevistó a José Víctor Pop y Carlos Manuel García, son los encargados de aprobar cualquier producto antes de que salga a la venta.

### **5.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Entrevista, observación libre. Se realizó una entrevista no estandarizada, en la cual se hicieron preguntas que no tuvieran respuestas cerradas y diera flexibilidad, a fin de concebir el problema de una forma más profunda.

### **5.3 OBJETIVO DE LAS ENTREVISTAS**

Detectar el problema, el cual se llegó a la falta de diseño y variedad en producto de bolsas.

### **5.4 GRUPO OBJETIVO DE LA ENTREVISTA**

Se entrevistó al Director José Víctor Pop que trabaja en el centro Aj' Quen. Es el encargado de tomar las decisiones antes de que salgan a producción.

## 5.5 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Se hizo una entrevista a profundidad, no estandarizada en base a 5 preguntas abiertas a responder.

### 5.5.1 Formato de entrevista realizada.

1. ¿De qué manera cree que al implementar una nueva línea de productos de bolsas, traerá mejoras a Aj' Quen y todos sus involucrados?
2. ¿Ve la necesidad de crear nuevos diseños en productos de bolsas?  
¿Por qué?
3. ¿Piensa que el tejido que elaboran va de acuerdo a las necesidades o gustos del mercado objetivo?
4. ¿Qué piensa acerca de integrar una paleta de color diferente siguiendo las tendencias actuales para el producto de bolsas?
5. ¿Cree que es importante la existencia de un manual de diseño que cumpla con el objetivo de crear una línea de diseños de bolsas para la variedad en el producto?

5.5.2 Obtención de los datos. A continuación, se detallan las respuestas obtenidas.

**Pregunta No. 1 ¿De qué manera cree que al implementar una nueva línea de productos de bolsas, traerá mejoras a Aj' Quen y todos sus involucrados?**

- Habría variedad en diseños de bolsas.
- Pienso que podría aumentar las ventas.

- Podría generar más ingresos.
- La producción aumentaría.
- El producto podría ser más demandado.
- El consumidor quedaría más satisfecho.

**Pregunta No. 2 ¿Ve la necesidad de crear nuevos diseños en productos de bolsas? ¿Por qué?**

- Si. Para mejorar la variedad en bolsas
- Si. Para mejorar el producto que ofrecemos.
- Si. Para estar a la vanguardia en diseño y productos.
- Si. Para atraer nuevos mercados.

**Pregunta No. 3 ¿Piensa que el tejido que elaboran va de acuerdo a las necesidades o gustos del mercado objetivo?**

- Si. El tejido que elaboran es resistente y muy bien elaborado.
- Si, ya que es fácil de adaptarse a cualquier uso.
- El tejido da lugar a que se hagan varios diseños.
- Los productos que se han realizado, han quedado bien y se han vendido.
- Si porque el tejido es original y llama la atención.

**Pregunta No. 4 ¿Qué piensa acerca de integrar una paleta de color diferente siguiendo las tendencias actuales para el producto de bolsas?**

- Pienso que es bueno ya que el mercado objetivo desea nuevos colores que vayan acorde a sus gustos y necesidades.
- Pienso que es una buena manera de dar a conocer nuevos diseños en bolsas.
- Es muy bueno pues así puede atraer nuevos mercados.
- Al hacerse, se puede competir con otro nivel de productos que no son artesanales.

- Es bueno pues se hacen nuevas cosas con el tejido sin perder la tradición y legado.

**Pregunta No. 5 ¿Cree que es importante la existencia de un manual del diseño que cumpla con objetivo de crear una línea de diseños de bolsas para la variedad en el producto?**

- Si es importante ya que posee todos los conocimientos para lograrlo.
- Mejoraría la calidad del producto.
- Nos enseñaría nuevas formas de diseñar los productos.
- Los consumidores se verán más satisfechos con el producto.
- Es importante porque de alguna manera todos nos beneficiamos al tener nuevos diseños.
- Es importante pues así, los clientes tienen productos originales.
- Si porque nos aporta nuevas ideas.

5.5.3 Observación libre. Se realizó una observación libre en el centro Aj' Quen en donde se puede ver los diferentes departamentos en los cuales trabajan. Los departamentos están divididos en educación, producción, diseño y tienda. Los departamentos cuentan con el equipo, material e infraestructura adecuada, cuenta con personal calificado en el área de confección, ventas, comercio, etc. En el área de diseño parte del personal no es permanente.

El área de venta de productos cuenta con una sección de bolsas en la cual se pudo apreciar la clase de productos que han elaborado anteriormente y la calidad de estos.

## **5.6 ESTUDIO DE MERCADO**

### Demanda

Debido a que la materia prima y mano de obra de los productos son de buena calidad, Aj Quen tiene la oportunidad de exportar a un mercado internacional. Aj Quen se ha especializado en la elaboración de textiles exportándolos mayormente a Europa así como también a Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Canadá. Estos mercados, reconocen la importancia del trabajo en textiles típicos. Demandan un producto original, con buena calidad, buenos acabados, con tendencias actuales, diseños nuevos e innovadores.

Tras haber realizados una observación libre y entrevistas a diferentes empleados de la asociación. Las encargadas de tienda dieron a conocer que los productos en bolsas están teniendo una mayor demanda, puesto que el uso de tejido maya aplicado a este tipo de productos, llama la atención del cliente. Los artesanos ven la necesidad de poder aprender a desarrollar nuevos productos, ya que esto les traerá mejoras a su trabajo.

Según resultados de entrevistas pasadas, se ve que el mercado objetivo se interesa por artículos decorativos que sean hechos de textil típico. Demandan la necesidad de poder encontrar diseños que sean innovadores que tengan detalles como botones, aros de metal, zippers, y accesorios como listones, pitas, agarradores. Una gama de colores de acuerdo a las tendencias si están de moda los colores fríos (azul, morado, verde) o colores cálidos (rojo, anaranjado, amarillo). En conclusión creen que el implementar una nueva línea de productos en bolsas utilizando el textil típico es una propuesta innovadora.

### Oferta

Aj Quen, cuyo nombre en cakchiquel significa “El Tejedor”, está conformada por 26 grupos asociados que hacen un total de 800 personas; todos descendientes de los cuatro grupos mayas: Quiché, Cakchiquel, Tzutujil y Kekchí.

Los tejedores y tejedoras originarios de Sololá, Quetzaltenango, Totonicapán, Alta Verapaz y Chimaltenango se reúnen para la elaboración de

lienzos artesanales y para recibir capacitación para mejorar sus formas de producción, aprender a cómo elaborar nuevos productos, conferencias de desarrollo personal y administrativo.

La mayoría de artesanos son mujeres, quienes trabajan en telares de cintura y pedal. Elaboran distintos artículos como: accesorios personales, bolsas, artículos para el hogar y manualidades; todos los productos tienen un sello único y artesanal propio de la región y de cada mano que lo trabaja.

Fue fundada en febrero de 1989 por la iniciativa de diferentes grupos de artesanos organizados, quienes motivados por la cultura artesanal, la búsqueda de mejores mercados y la preservación de la identidad, decidieron unirse para hacer piezas que sellen el color de la diversidad.

Aj Quen cuenta con el apoyo de diferentes programas e instituciones como: el Programa de Encadenamientos Empresariales, capacitación en tinte natural y en diseño de nuevos tejidos, participación en misiones comerciales y participación en ferias nacionales e internacionales para conocer el mercado.

La tienda de Aj Quen cuenta con variedad de productos a ofrecer tales como: bolsas, chalinas, gorros, caminos de mesa, manteles, individuales, servilletas, fundas de cojines, entre otros. En el área de productos de bolsas, ofrecen estilos básicos, con un mismo tejido típico, difícilmente se ve unidad en la línea de bolsas, una carta de color que esté de acuerdo a la temporada, no se ven combinaciones de textiles, e innovación en los métodos de acceso, o accesorios como en los agarradores, bolsas extras y pitas.

Según resultados de entrevistas, para que los productos logren llamar la atención del consumidor, tiene que ser diseños innovadores que vengan de la mano con las tendencias nuevas y las propuestas que hay en el mercado actualmente.

#### FODA

Fortalezas: instalaciones con infraestructura adecuada y artesanos abiertos a aprender, página web dónde se da a conocer la asociación, la tienda y los productos que vende. Cuentan con mano de obra calificada, ayuda del centro Aj Q'eq'ib, pueden exportar a un mercado internacional.

Oportunidades: desarrollo de nuevos productos o mejoras del mismo, los artesanos podrán incrementar sus ventas, mejorar sus ingresos, ampliar su conocimiento en cuanto a tendencias y como aplicarlas, nuevas propuestas de diseños en bolsas.

Debilidades: no cuentan con un diseñador permanente que les ayude en la dirección de nuevas propuestas innovadoras, diseños tradicionales, los productos no atraen al consumidor, falta de conocimiento en tendencias y diseño.

Amenazas: costo de la materia prima, alto costo de exportación, ventas bajas, lento crecimiento de la asociación.



## **6. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN**

### **6.1 PLANTEAMIENTO DE FINES, MEDIOS Y ACCIONES**

Consiste en determinar las personas, grupos u organismos que se deben involucrar en el proyecto, para establecer cómo perciben el problema, sus causas y las soluciones que proponen.

Se llegó a la conclusión de enseñarles a los encargados del área de diseño lo básico en el proceso de diseño, los elementos, principios, colores, texturas, tendencias, etc. Y como aplicarlo al producto de bolsas; de ese modo ampliar el conocimiento y crear una línea de producto de bolsas nuevo y a la moda.

Con productos, nuevos que van de acuerdo a la tendencia, con los colores de la temporada, detalles y accesorios, etc., se puede lograr llamar la atención del consumidor y que sea fiel a la marca , que compren sus productos y que AJ Quen crezca y se dé a conocer en más lugares, haciendo que sus ventas incrementen y mejoren su marca.

### **6.2 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN**

Es conveniente una mejora hacia el producto, proponiendo diseños nuevos, originales y modernos, siguiendo las tendencias actuales. El producto se realizará bajo los lineamientos de la empresa, siguiendo todos los pasos que requiere el desarrollo de un nuevo producto.

Una de las alternativas es crear un manual con los lineamientos del diseño, tendencias nuevas y como aplicarlas al producto, para crear una línea de diseños nueva y originales en productos de bolsas. Mejorando los diseños en bolsas y que la marca se mantenga actualizada y renovada.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN SELECCIÓN DE ALTERNATIVA**

El crecimiento de la competencia ha generado un cliente más exigente y exquisito en sus pretensiones, obviamente, por tener una mayor gama de ofertas. Ante esta situación, sólo mejorando la calidad del producto y la calidad de servicio se podrá incrementar el tamaño del mercado objetivo y superar las expectativas de los compradores.

Uno de los indicadores para evaluar la calidad de un producto o servicio se relaciona directamente con la satisfacción del consumidor, la cual a su vez se asocia por una parte con la percepción que éste tiene en cuanto a las opciones, variedad y funcionalidad que una marca o línea de productos le ofrece.

El consumidor exige diversidad en diseños originales, innovadores y funcionales en donde podemos aplicar la innovación en la funcionalidad del producto, en donde cumpla con requisitos específicos como combinaciones nuevas de colores las cuales se puedan usar para diferentes ocasiones, combinación de telas creando un nuevo estilo, aplicar las tendencias actuales al producto, aplicar métodos de acceso en los diferentes cortes, etc.

Es por ello que se creará un manual de diseño, donde incluya conocimientos y lineamientos del diseño para que con base en las nuevas tendencias se pueda crear una línea de diseños nuevos y originales en productos de bolsas, para aumentar la diversidad y opciones en cuanto a tamaños, formas y colores, para desarrollar un producto que satisfaga las necesidades del consumidor.

### **6.4 PROPUESTA DEL PROYECTO**

Manual del Proceso de diseño aplicado a productos de bolsas para la Asociación de Aj Quen.

El manual tendrá temas como:

- Estudio de Mercado
- Brief
- Proceso de Diseño
- Elementos de Diseño
- Principios de Diseño
- Inspiración
- Tendencia
- Estilos básicos de bolsas
- Área de Diseño de una bolsa
- Colección

## 7. PROPUESTA TEÓRICA

Manual del Proceso de diseño aplicado a productos de bolsas para la Asociación de Aj Quen.

### 7.1 POBLACIÓN BENEFICIADA

La Asociación de Aj Quen que cuenta con 26 grupos asociados, todos descendientes de los cuatro grupos mayas: Quiché, Cakchiquel, Tzutujil y Kekchí. Es una de las asociaciones de tejedores artesanales más antigua y más grande de Guatemala, que reúne a hombres y mujeres mayas, quienes trabajan en un esfuerzo colectivo y solidario para la producción de artesanía textil en los telares más originales y folclóricos del país.

### 7.2 DEMANDA CUBIERTA

La demanda a cubrir será la que está directamente relacionada con el diseño de los productos de bolsas utilizando la teoría del manual y la aplicación del mismo a las bolsas. Se verán beneficiadas alrededor de 400 personas que trabajan en la asociación de Aj Quen. El porcentaje de la demanda total que ésta representa se determinará una vez esté terminada la línea de bolsas revisado el resultado del diseño en las nuevas tendencias.

### 7.3 SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

#### La Matriz de planificación

- Resumen de objetivos de Actividades

Meta: Crear un manual del proceso de diseño aplicados a productos de bolsas.

Objetivos Específicos: Mejorar la variedad de los diseños en bolsas.

Resultados Esperados: Se crea el manual y una muestra del diseño deseado.

Actividades: Creación del manual de diseño, colección de 15 diseños de bolsas según el manual, aprobación de diseños, confección de la muestra de bolsa.

- Indicadores Verificables

Realización del manual, con tendencias nuevas aplicándolas a una colección de 15 diseños de bolsas.

Proposición del manual para obtener nuevos diseños para mejorar la variedad y venta de los productos.

Manual terminado y aprobado. Muestra terminada y aprobada.

Proyecto, costo, materiales, personal y maquinaria.

- Medios/Fuentes de Verificación

Producto nuevo de acuerdo a las tendencias actuales, diseños originales.

Presentación del manual de diseño y muestra de una bolsa del resultado final de la colección.

Presentación del manual y de la muestra terminada.

- Premisas o Supuestos

Mejora y variedad del producto de bolsas.

Los diseños nuevos, siguen los lineamientos del manual y las tendencias actuales

Aceptación del manual por parte de la asociación.

Financiamiento y presupuesto aprobados.

## **7.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **General**

Crear un manual del Proceso de Diseño aplicado a una colección de bolsas.

### **Específicos**

- Crear una línea de 15 diseños de bolsas, proponiendo diseños nuevos, innovadores y originales, siguiendo las tendencias actuales y lineamientos del diseño.
- Desarrollo de muestra de un diseño de bolsa, de la colección realizada con el manual.
- Elaboración de patrones de diseño escogido de la colección de bolsas.
- Confección de la bolsa escogida de la colección de bolsas.

## 8. PREMISAS DE DISEÑO

- Premisas morfológicas: se refiere a los rasgos elementales que tendrá la propuesta, en este caso los estilos básicos de las bolsas, elementos del diseño, principios de diseño, colores, texturas, etc. Todo relacionado al producto de bolsas.
- Premisas funcionales: la relación que existe entre el diseño y las necesidades que se piensan satisfacer, en tamaño de la bolsa, espacio interior, facilidad de uso, etc.
- Premisas tecnológicas: materiales y tecnología que serán utilizados en el proyecto. Papel mantequilla para los patrones, manta para las muestras, equipo de computadoras para la realización de desglose de patrones, diseños planos, especificaciones, etc.

## **9. PROPUESTA DE DISEÑO Y MANUAL**

### **9.1 PROYECTO DE DISEÑO**

#### **INTRODUCCIÓN**

Pensar es un proceso lógico de abstracción que tiene que ver con racionalizar y organizar información para crear una idea, un concepto o llevar a cabo algo. Materializar esa idea, pensar y analizar forman parte de un proceso que hoy en día se conoce como diseñar. Diseñar es un proceso estructural para llegar a un fin, el cual es “crear”.

Crear es concebir. El diseño se trata de un proceso complejo compuesto de diversas etapas en las que se analiza, sugiere, desecha, retorna, corrige, afinan detalles, se prueba y se decide. Las decisiones en el proceso de diseño se habrán tomado con base en la funcionalidad y estética de aquello que se diseña.

El diseño es una labor a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear. El acto de diseñar requiere de consideraciones funcionales y estéticas, que a su vez necesitan de investigación, análisis y adaptaciones hasta la producción definitiva del objeto.

Al diseñar se debe comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos, dependiendo del grupo de personas o público al que vaya dirigido el mensaje. Conocer los procesos de comunicación, para poder captar los mensajes que el diseño ha de comunicar.

El diseño de nuevos productos es crucial para la supervivencia de la mayoría de las empresas. En las industrias que cambian con rapidez, la introducción de nuevos productos es una forma de vida y se han desarrollado enfoques muy sofisticados para presentar nuevos productos.



El diseño del producto es un pre requisito para la producción. El resultado de la decisión del diseño del producto se transmite a operaciones en forma de especificaciones del producto. En estas especificaciones se indican las características que se desea tenga el producto y así se permite que se proceda con la producción.

El diseño siempre es una propuesta estética, sensorial y funcional. Lo más importante que aporta la idea del diseño es que se lleva a cabo de interpretar las necesidades que presenta. Detrás de cada producto de diseño hay una reflexión sobre la realidad que, consiste en una reinterpretación de las necesidades, los deseos, los gustos y los anhelos de las personas.

En el siguiente trabajo se presentará una colección de diseños de bolsas, la cual se diseñó bajo los lineamientos del proceso de diseño, con tendencias actuales, logrando una colección original y agradable para el público.

## FUNDAMENTO DEL DISEÑO

Diseñar es una tarea compleja, dinámica e intrincada. Es la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado con el medio ambiente que rodea a la humanidad. De esto último se puede desprender la alta responsabilidad del diseño y los diseñadores a nivel mundial.

El diseño implica plasmar el pensamiento a través de esbozos, dibujos, bocetos y esquemas trazados en cualquier soporte. El acto de diseñar puede ser considerado como creatividad, innovación o una modificación de algo ya existente.

La moda para muchos puede ser un estilo de vida como para los diseñadores y los modelos. Los estilos y tendencias deben ir de acuerdo con la persona que ocupa determinada prenda; las personas se tienen que ubicar en su edad, trabajo y/o gusto por la moda, para que alguien se pueda ver moderno, se tiene que ver bien no solo es traer ropa de la tendencia que llegó al mercado si no tiene que buscar que vaya con su carácter, fisonomía, edad, pero sobre todo se tiene que sentir bien consigo mismo/a para que en realidad comunique esa moda que le atrae. Para ello es importante conocer que existen diferentes tipos de cuerpo, y cada uno necesita algo específico para resaltar sus mejores atributos y esconder sus pequeños defectos.

La moda no solo se trata de estética si no de lograr diseñar productos con materiales de buena calidad, complementados con cualidades artísticas, a fin de lograr una duradera relación entre el producto y el consumidor.

Se entiende por medio ambiente al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su vida. No solo la moda cambia sino que el medio también, cada día ocurren nuevos acontecimientos que influyen en todos los aspectos tanto tecnológicos, económicos y sociales.

Se puede decir que el producto representa a la empresa donde se muestra la imagen y la calidad, siempre con el fondo de satisfacer las necesidades de los consumidores. La personalidad del producto es la capacidad de dar a cada uno lo que desea.

El objetivo de la colección es poder brindarles a las personas un producto pensado en la comodidad y necesidad de cada una, que tenga durabilidad, está hecha para crear nuevas tendencias, una nueva línea de ropa la cual sea agradable a todo público, que satisfaga las necesidades de las personas y que a la vez marque una nueva época del vestuario.

## BRIEF

Es entender exactamente los requerimientos de un cliente o un proyecto. Es una colección de 15 diseños de bolsas para mujer. Es una línea de ocasión casual para verano, para uso diario, para ocasiones como la playa, almuerzos, reuniones con amigas, etc.

El mercado objetivo va dirigido para mujeres de 20-35 años, de clase B+A, con una personalidad extrovertida, alegre, que está dispuesta a probar cosas diferentes, dispuestas a un cambio en su vida diaria. La temporada que se está trabajando es de Primavera-Verano 2012 - 2013. Las telas a utilizar son: dacrón, algodón típico tejido en telar de pie. Son prendas resistentes y muy coloridas que agregan un nuevo estilo a los accesorios.

Para llevar a cabo la colección, fue necesario tener una inspiración, la cual está basada en una fotografía de una mujer en un campo de flores, de la cual se toma como elementos las líneas curvas que forman las flores, el movimiento que tienen, los colores brillantes que sobresalen, como el azul, amarillo, naranja, y verde.

La tendencia a utilizar se llama Expressive Primavera-Verano 2013. Es una tendencia muy colorida y alegre. Los colores que predominan son el azul, verde, amarillo, blanco y naranja, siguiéndole otros colores como el rosado, lila, celeste. Es una tendencia energética, brillante, juguetona, animada, fresca, positiva y fantasiosa. Se puede observar estampados llamativos con flores de diferentes formas, líneas diagonales, las líneas curvas que forman las flores.

Para seguir el proceso de creación se tiene que tener una carta de color, y una carta de textiles y una de trims que vaya acorde a la inspiración y tendencia escogidas. Se llevará a cabo los 15 diseños en blanco y negro y a color. Se presentará patrones del diseño escogido, y se elaborará la muestra en tela del diseño elegido. Se realizará trabajo escrito con hojas de especificación, diseño plano y toda la información requerida.

## MERCADEO

El mercadeo es el conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio.

### Análisis del Consumidor

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto.

Que compran...



Que lugares frecuenta...



Estilo de vida...



Gustos y estilos...



## **Mercado Objetivo**

### **Meta**

Crear una línea original, de bolsas que sea del agrado y comodidad para las personas.

## **Estudio de Mercadeo**

### Demográfico

**Estado civil:** soltera / casada

**Nivel económico:** medio B + A

**Familia:** compuesto por padres y dos a tres hijos

**Posición geográfica:** ciudad de Guatemala

**Sexo:** femenino

**Edad:** 20-35 años

**Estudios:** nivel universitario /profesional

**Religión:** no importa que religión sea

**Etnia:** Hispana

### Psicográfico

**Cultura:** guatemalteca

**Clase social:** media- alta

**Actividades:** almuerzos con amigas, ir al cine, ir al teatro, hacer deporte, ir de compras.

**Personalidad:** alegres, extrovertidas, dispuestas a probar algo nuevo, seguras.

**Gustos:** colores fuertes y alegres, combinaciones diferentes, con muchos detalles, diversidad de estilos.

El consumidor es la persona u organización a la que el mercado dirige sus acciones para orientar e incitar a la compra, estudiando el proceso de toma de decisiones del comprador. El consumidor al que se dirige la nueva línea pertenece a la Generación Y.

Generación Y se refiere a las personas que nacieron entre 1982 y 1992. Durante este tiempo la economía, la tecnología, la atención de la salud, los avances e incluso las condiciones económicas en todo el mundo estaban creciendo rápidamente. Ellos están dispuestos a hacer cualquier cosa como la aceptación de nuevos retos, hacer frente a los cambios en el trabajo y personales fácilmente.

El mercado objetivo son mujeres que realizan actividades como ir al cine, salir a comer, salir de compras, tomar un café, etc. Frecuentan lugares como Miraflores, Saúl Restaurante, Pradera, Tikal Futura, Oakland Mall, etc. Les gusta vestirse a la moda, estar bien vestidas según la ocasión, les gusta la cultura guatemalteca y los tejidos típicos, están abiertas a la moda y a probar diferentes propuestas.

## **Mezcla de 4 Ps**

### **Producto**

El producto a trabajar en el proyecto es de bolsas. Es un instrumento cuya función es la de transportar un número reducido de objetos de uso frecuente, tales como billeteras, monederos, llaves, documentos, utensilios de belleza femenina (maquillaje, pintalabios, etc.), peines, cigarrillos, etc. Puede tener diferentes formas y tamaños y, asimismo, puede fabricarse con una pluralidad de materiales (por ejemplo, en cuero, plástico o tela); estos elementos dependen, en gran medida, de las modas existentes en un lugar.

La colección consta de 15 diseños de bolsas, para la temporada Primavera-Verano 2013. Esta dirigida a mujeres de 20 a 35 años, proporcionándoles variedad en diseño, combinaciones llamativas, un producto durable y de calidad.

## **Plaza**

Actualmente Aj Quen cuenta con una tienda localizada en Antigua Guatemala. La ubicación es favorable ya que una cantidad considerable de turistas la visita. Aj Quen tiene la oportunidad de promover sus productos con telares típicos, que es un detalle que a los turistas les atrae y lo compran.

## **Promoción**

Aj Quen promueve sus líneas de producto a través de su página Web, es accesible para cualquier persona. Cuentan con una tienda en las oficinas centrales en Chimaltenango, donde dan a conocer sus diferentes productos.

## **Precio**

El telar típico es una artesanía que hoy en día atrae mucho al consumidor. Existen diferentes productos como accesorios para el hogar (manteles, individuales, cubrecamas, cojines, etc.), bolsas, billeteras, chalinas, gorros, etc. El precio varía del producto y de la cantidad, una bolsa puede costar de Q 150.00 hasta Q300.00, mientras que un cubrecama tendrá un precio de Q500.00 a Q 800.00.

La elaboración de un tejido típico es muy delicada y minuciosa. Tiene un gran valor y mano de obra de parte de la tejedora o tejedor. es por eso que en algunos productos el precio será muy alto y en otros moderados, dependiendo del producto.



## DESARROLLO DE DISEÑO GENERAL

### Tendencia

Una tendencia es una idea o corriente que sigue determinada dirección. Una tendencia es un estilo o una costumbre que marca una época o lugar. Hoy en día existen varias páginas en la web donde se puede encontrar las nuevas tendencias en estilos, colores, prendas y accesorios para estar siempre a la moda.



Es una tendencia muy colorida y alegre. Los colores que predominan son el azul, verde, amarillo, blanco y naranja, siguiéndole otros colores como el rosado, lila, celeste. Es una tendencia energética, brillante, juguetona, animada, fresca, positiva y fantasiosa. Se pueden observar estampados llamativos con flores de diferentes formas, líneas diagonales, las líneas curvas que forman las flores.

De esta tendencia se escogerán los colores: azul, verde, amarillo y naranja, y se tomarán las flores como parte de la decoración en los diseños. Elementos como las líneas curvas, continuas, verticales.

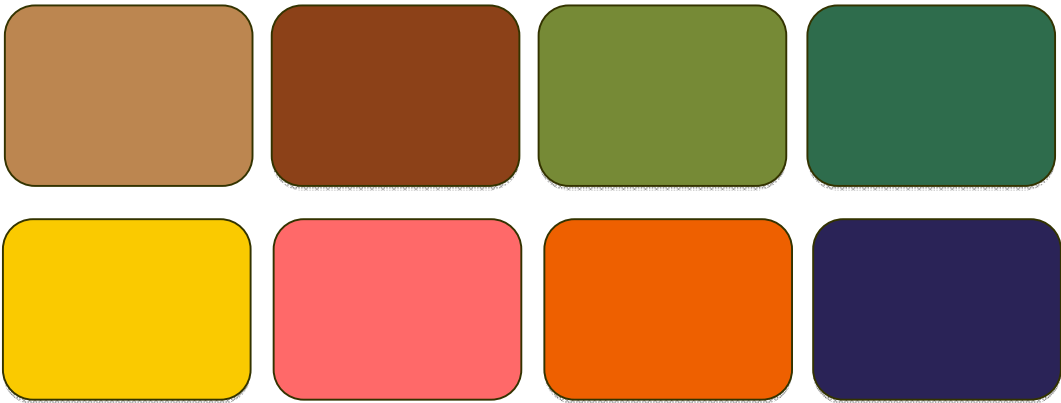
## Inspiración

Es el sentido de creatividad para realizar obras de arte. Puede haber diferentes fuentes de inspiración como la naturaleza, arquitectura, objetos, comida, etc. El proceso de inspiración pueden ser varios, ya que la imagen puede dar una idea para algún estampado, o crear alguna silueta. Se pueden tomar los colores que la fotografía o la imagen nos refleje, agregar detalles en los accesorios, ver las líneas que sobresalen, textura, etc.



De esta fotografía me inspiré en los colores que refleja, de eso seleccioné los colores: azul, amarillo, verde y naranja para que sean parte de mi paleta de color. Tomé la forma de las flores para representar flores con la tela y ponerlas como decoración en los diseños de bolsas, líneas curvas para hacer de los diseños más dinámicos, y los diferentes cortes que tienen, haciendo una colección alegre, fresca, divertida y original.

**Carta de Color**



**Carta de Textil**



## **Principios de Diseño**

### **Balance**

Es la distribución correcta de pesos que dan como resultado equilibrio, estabilidad y reposo. Hay dos tipos de balance, simétrico y asimétrico.

Simétrico: da la visión de un espejo, los dos lados iguales, logra un balance formal, el cual es más conservador.

Asimétrico: si la línea central deja un lado diferente al otro se considera un balance informal, el cual es más popular en ropa de noche, es más dramático y glamoroso.

En la colección se utilizó un balance simétrico y asimétrico, ya que en algunos diseños se puede observar el balance formal, el cual tiene como resultado que un lado sea igual que el otro, y en otros diseños se puede ver un balance informal, el cual tiene un lado diferente al otro, eso se puede reflejar en cortes, mezcla de texturas y textiles en la bolsa.

### **Proporción**

Es el resultado comparativo entre relación de distancias, áreas, cantidades, grados o partes. Hay tres tipos de proporción: relación 1-1, relación 1-2 con énfasis en 1, relación 1-2 con énfasis en 2.

La proporción aplicada en los diseños es de: 1-2 con énfasis en 1, ya que en unos diseño hay más detalles en la parte superior de la bolsa incluyendo el agarrador, y 1-2 con énfasis en 2, se puede observar algunos accesorios en la parte inferior de la bolsa, como vuelos, o flores hecha de tela.

## **Ritmo**

Es el sentimiento de movimiento organizado que lleva la vista de un lugar a otro.

El ritmo que se puede observar en la colección es el repetido y se puede ver en los textiles que se repiten en los diseños y en algunos hasta en la misma bolsa. Se puede ver que los accesorios como las trenzas, cuerdas y flores de tela se repiten en unos diseños, haciendo armoniosa la colección.

## **Unidad**

Se logra cuando todos los elementos se juntan creando un efecto armonioso y placentero. En la colección se puede ver la unidad en la carta de color que forma cada diseño, también se puede ver en los textiles y en las líneas y cortes que tienen las bolsas. Los accesorios agregan un detalle más para que la colección se vea más unida.

## **Énfasis**

Es el área que atrae el ojo de una manera inmediata. Los diferentes énfasis son: con línea, con color, con textura. El énfasis de la colección está en las líneas y cortes de las bolsas. Es lo primero que nos llama la atención haciendo que el diseño se vea original y novedoso, el textil también forma una parte importante ya que resalta las líneas curvas y cortes que lleva el diseño.

## **Elementos del Diseño**

### **Líneas utilizadas**

- Curvas
- Rectas
- Gruesa
- Verticales

- Continua

### **Colores utilizados**

- Blanco
- Beige
- Café
- Naranja
- Amarillo
- Verde
- Azul

### **Textura**

- Formas cuadriculadas
- Formas circulares
- Telas suaves
- Telas rígidas

### **Estilos básicos de bolsas utilizados**

- Tote
- De hombro
- De sobre



**Diseños**

**Frente**



**Espalda**



**Frente**



**Espalda**



**Frente**



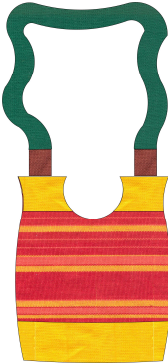
**Espalda**



**Frente**



**Espalda**



**Frente**



**Espalda**



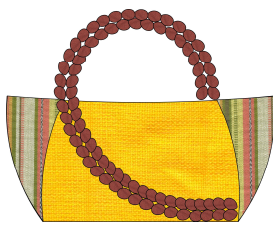
**Frente**



**Espalda**



**Frente**



**Espalda**



**Frente**



**Espalda**



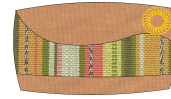
Frente

Espalda



Frente

Espalda



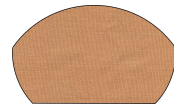
Frente

Espalda



Frente

Espalda



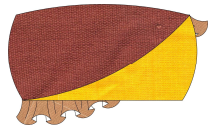
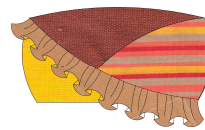
Frente

Espalda



Frente

Espalda



Frente

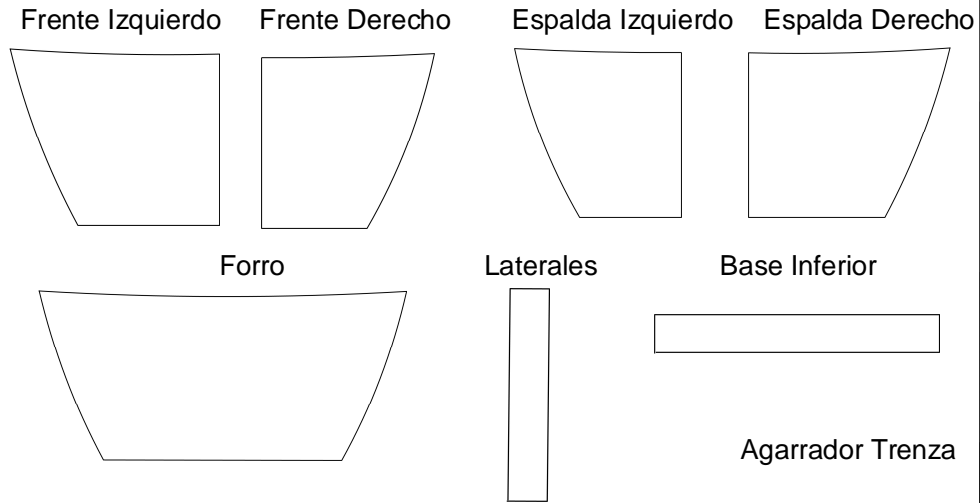
Espalda



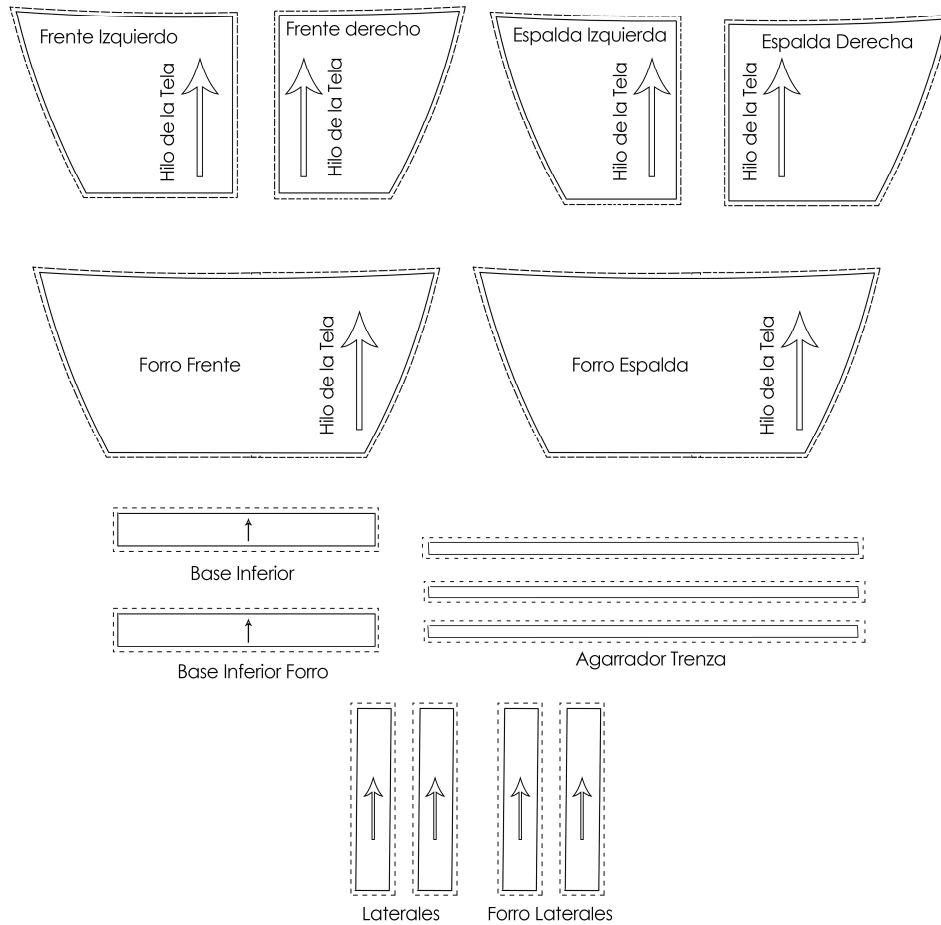


## DESARROLLO DE DISEÑO DE LA MUESTRA

### Patrón Base



### Desglose de Patrones



## Muestra Terminada

### Fotografía 5

#### Elaboración de la Muestra



Fuente: Propia

### Fotografía 6

#### Corte de la Muestra



Fuente: Propia

### Fotografía 7

#### Corte de la Muestra



Fuente: Propia

### Fotografía 8

#### Piezas cortadas de la Muestra



Fuente: Propia



**Fotografía 9**

**Muestra terminada**



Fuente: Propia

**Fotografía 10**

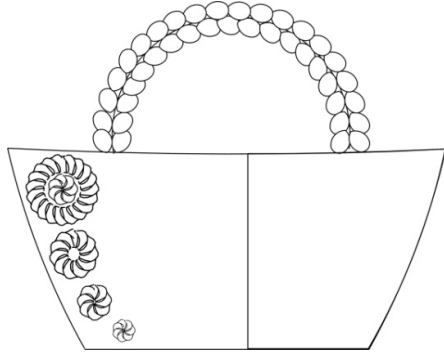
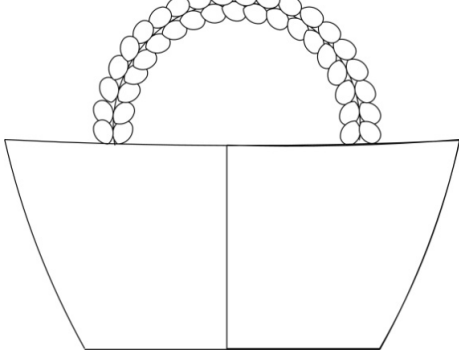
**Muestra terminada**



Fuente: Propia

### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	01

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote. Posee un agarrador de trenza de tela en forma circular. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee flores hechas de tela en la parte de frente como decoración.</p> <p>Tiene como combinación dos telas diferentes, una en color amarillo y el otro estampado de líneas color rosado con amarillo.</p>

#### Comentarios

El agarrador de trenza se realiza a mano, se corta 3 líneas de tela y se van amarrando hasta crear la trenza. Las flores de tela, se corta un pedazo de tela y se frunce a modo que se pueda doblar e ir formando la flor.

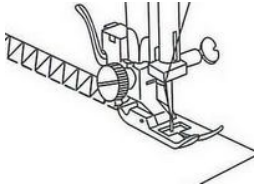
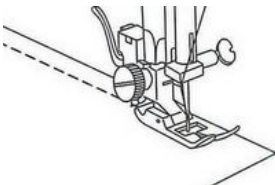
### LISTA DE MATERIALES

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Materiales	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	02

Descripción	Uso	Proveedor	Material	Ancho / Tamaño	Cantidad	Colocación
Algodón Típico color amarillo	Bolsa	Aj Quen	Textil	50"	1 Yd.	Frente, espalda, base y lateral de la bolsa.
Algodón típico estampado	Bolsa	Aj Quen	Textil	60"	¾ de Yd.	Frente, espalda y lateral.
Algodón típico color café	Bolsa	Aj Quen	Textil	45"	3 tiras de tela, largo: 40", ancho: 2"	Agarrador de la bolsa.
Algodón típico color azul	Decoración de la bolsa	Aj Quen	Textil	45"	4 tiras de tela, ancho: 1", largos: 15", 10", 7" y 5"	Flores de decoración en el frente de la bolsa.
Dacrón	Bolsa	Aj Quen	Textil	60"	1 ½ " Yd	Forro de la bolsa.

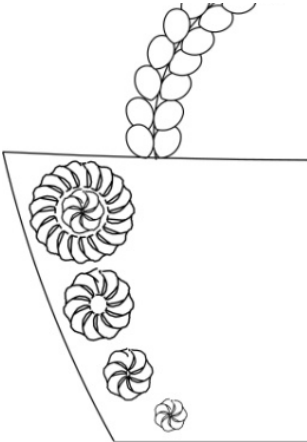
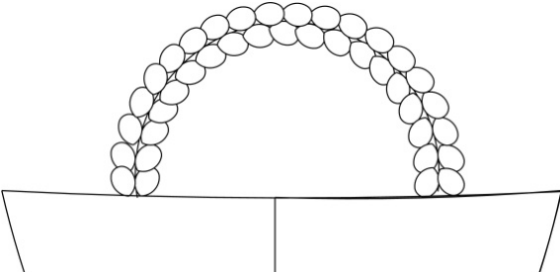
### ESPECIFICACIÓN DE CONSTRUCCIÓN

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Construcción	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	03

Maquinaria	Tipo de Puntada	Tipo de Aguja	Detalles de construcción	Dibujo
Overlock	Overlock	Se utilizan dos agujas	Se overlokea todas las orillas de las telas para evitar que se deshile con el uso.	
Plana	Plana	No. 11	Se confecciona toda la bolsa con la maquina plana	

### ESPECIFICACIÓN DE DETALLES

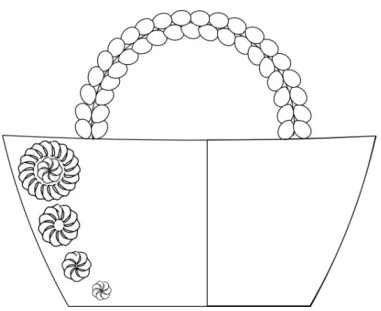
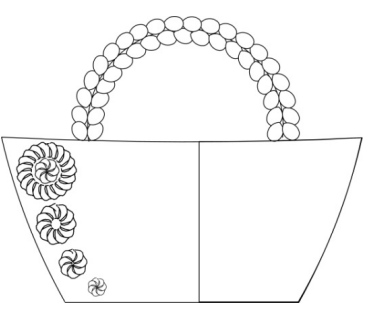
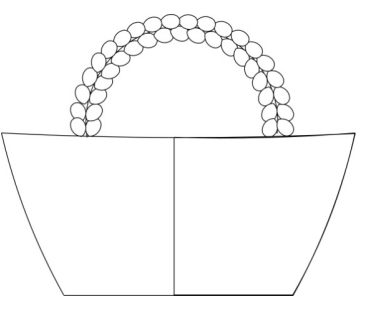
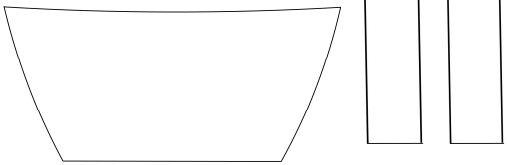
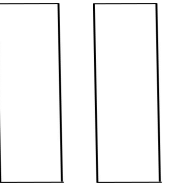

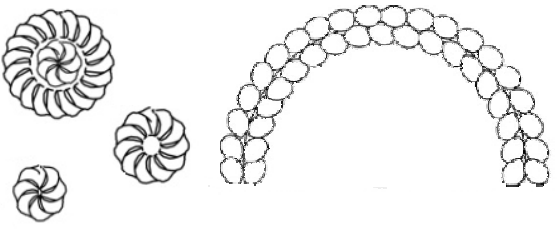
GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Detalles	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	04

Detalles Frente	Detalles Espalda
 <p>Flores hechas de tela, fruncidas y enrolladas dando la forma de la flor.</p>	 <p>Trenza como agarrador, hecha de tela, se corta 3 pedazos y se arma la trenza.</p>



### PATRÓN DE IDENTIFICACIÓN

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Patrón	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	05

Boceto	Fronte	Espalda
		
Forro	Laterales y base	
<p>Se cortan 2: Fronte y espalda laterales</p> 	<p>2 laterales</p> 	<p>Base de la bolsa</p> 
Adornos		
		

### ESPECIFICACIÓN DE MEDIDA DE LA MUESTRA


GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Medida	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	06

<b>Clase de Tallas</b>	Única	<b>Talla de la Muestra</b>	Única
<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>Unidad de Medida</b>	Pulgadas
<b>Tipo de Producto</b>	Bolsa estilo tote	<b>Tipo de Medición</b>	Metro

POM	Descripción	Medida	Tolerancia (+/-)
Largos y anchos	Laterales de la bolsa.	11 ½ " de largo 5" de ancho	½ " menos en largo ½ " menos en ancho
Alto y ancho	Frente y espalda de la bolsa	11 ½" de largo 17" de ancho	½" menos en ancho ½" menos en alto
Largo y ancho	Base de la bolsa	13 ½" de largo 5" de ancho	1" menos de largo ½ " menos de ancho

## ESPECIFICACIÓN DE ETIQUETA

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Etiqueta	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	07

Materiales	Etiqueta colgante o Etiqueta externa
<p>Papel texcote para la impresión de la etiqueta</p>	 <p>The image shows a yellow hanging label with a decorative border. At the top, there are two circular patterns: a stylized flower on the left and a geometric sun-like pattern on the right. Below these, the text reads 'Tejidos de diseño contemporáneo y tradicional con calidad de exportación.' In the center is a framed illustration of a woman with curly hair, wearing a white top and a dark skirt, holding a loom. Below the illustration is the brand name 'AJ QUEN' in a stylized font, with 'TEJIENDO CULTURA' written underneath. At the bottom, there is contact information: 'Km. 56 Carretera Panamericana, Chimaltenango (502) 7839-1729 www.ajquen.com'.</p>

### ESPECIFICACIÓN DE COLOR Y TEXTILES

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Color y textil	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	08

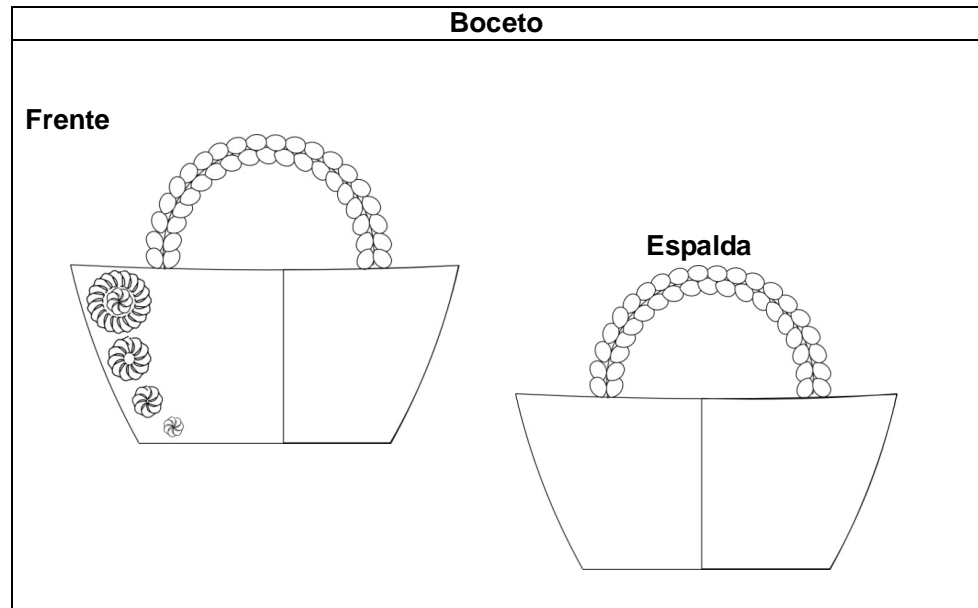
Paleta de Color	Muestra de Textiles	Descripción	Colocación
		Algodón típico elaborado en telar de pie por los artesanos de Aj Quen, hilos 100% algodón.	Frente, espalda, un lateral y base de la bolsa.
		Algodón típico elaborado en telar de pie por los artesanos de Aj Quen, hilos 100% algodón.	Frente, espalda, y un lateral de la bolsa.
		Algodón típico elaborado en telar de pie por los artesanos de Aj Quen, hilos 100% algodón.	El agarrador en forma de trenza.
		Algodón típico elaborado en telar de pie por los artesanos de Aj Quen, hilos 100% algodón.	Flores hecha de tela, para la decoración de la bolsa.

### ESPECIFICACIÓN DE COSTOS

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01 Muestra	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>	001	<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa Tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de tallas</b>	Talla única	<b>color</b>	Amarillo y estampado de líneas	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Costos	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	09

Materiales	Yds	Precio	Costo
Algodón típico amarillo	1	35.00	35.00
Algodón típico estampado	¾	45.00	33.75
Algodón típico café	¼	35.00	8.75
Algodón típico azul	¼	55.00	13.75
			<b>165..5</b>

**Nota:** al costo total de materiales se le suma el 20% de mano de obra, el resultado sería el costo total de la bolsa.



## PRUEBA DE LAVADO

### Tela Algodón Típico color Amarillo

Algodón Típico	1 Lavada	2 Lavada	3 Lavada	Promedio
A - B	1" ¾	1" ½	1" ¼	1.50
B - C	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.63
D - E	1" 5/8	1" ½	1" 3/8	1.50
E - F	1" 7/8	1" ¾	1" 5/8	1.75
G - H	1" 5/8	1" ½	1" 3/8	1.50
H - I	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.63
A - D	1" ¾	1" 3/8	1" ½	1.54
D - G	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
B - E	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
E - H	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
C - F	1" 7/8	1" 7/8	1" ¾	1.83
F - I	1" ½	1" ½	1" 3/8	1.46
A - E	135	133	130	132.67
C - E	45	45	45	45.00
G - E	50	50	50	50.00
I - E	145	145	145	145.00

### Tela Algodón Típico color Verde

Algodón Típico	1 Lavada	2 Lavada	3 Lavada	Promedio
A - B	1" ½	1" 3/8	1" ¼	1.38
B - C	1" 5/8	1" ½	1" 3/8	1.50
D - E	1" ½	1" 3/8	1" ¼	1.38
E - F	1" ¾	1" ½	1" 3/8	1.54
G - H	1" ½	1" ½	1" ¼	1.42
H - I	1" 3/8	1" ¼	1" 1/8	1.25
A - D	2"	2"	2"	2.00
D - G	1" 5/8	1" ½	1" 3/8	1.50
B - E	2"	2"	2"	2.00
E - H	1" ½	1" 3/8	1" ¼	1.38
C - F	2"	2"	2"	3.00
F - I	1" ½	1" ½	1" 3/8	1.46
A - E	130	127	125	127.33
C - E	55	55	55	55.00
G - E	50	50	50	50.00
I - E	130	130	130	130.00

### Tela Algodón Típico color Café

Algodón Típico	1 Lavada	2 Lavada	3 Lavada	Promedio
A - B	1" ¾	1" ½	1" ¼	1.50
B - C	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.63
D - E	1" 5/8	1" ½	1" 3/8	1.50
E - F	1" 7/8	1" ¾	1" 5/8	1.75
G - H	1" 5/8	1" ½	1" 3/8	1.50
H - I	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.63
A - D	1" ¾	1" 3/8	1" ½	1.54
D - G	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
B - E	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
E - H	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
C - F	1" 7/8	1" 7/8	1" ¾	1.83
F - I	1" ½	1" ½	1" 3/8	1.46
A - E	135	133	130	132.67
C - E	45	45	45	45.00
G - E	50	50	50	50.00
I - E	145	145	145	145.00

### Tela Algodón Típico color Café Claro

Algodón Típico	1 Lavada	2 Lavada	3 Lavada	Promedio
A - B	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
B - C	2"	2"	2"	2.00
D - E	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.63
E - F	2"	2"	2"	2.00
G - H	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.54
H - I	2"	2"	2"	2.00
A - D	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
D - G	1" ½	1" ½	1" ¼	1.42
B - E	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
E - H	1" ½	1" 3/8	1" ¼	1.38
C - F	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
F - I	1" ½	1" ½	1" 3/8	1.46
A - E	135	135	135	135.00
C - E	45	45	45	45.00
G - E	45	45	45	45.00
I - E	145	145	145	145.00

### Tela Algodón Típico color Azul

Algodón Típico	1 Lavada	2 Lavada	3 Lavada	Promedio
A - B	1" 5/8	1" 1/2	1" 1/2	1.54
B - C	1" 1/2	1" 1/4	1" 3/8	1.38
D - E	1" 3/4	1" 3/4	1" 1/2	1.67
E - F	1" 3/4	1" 3/4	1" 5/8	1.71
G - H	1" 5/8	1" 5/8	1" 1/2	1.58
H - I	1" 1/2	1" 1/2	1" 3/8	1.46
A - D	1" 3/4	1" 3/4	1" 1/2	1.67
D - G	2"	2"	2"	2.00
B - E	1" 3/4	1" 3/4	1" 5/8	1.71
E - H	2"	2"	2"	2.00
C - F	1" 3/4	1" 3/4	1" 5/8	1.71
F - I	2"	2"	2"	2.00
A - E	130	133	133	132.00
C - E	55	55	55	55.00
G - E	55	55	55	55.00
I - E	133	133	135	133.67

### Tela Algodón Típico estampado Verde

Algodón Típico	1 Lavada	2 Lavada	3 Lavada	Promedio
A - B	1" 3/4	1" 3/4	1" 5/8	1.71
B - C	2"	2"	2"	2.00
D - E	1" 3/4	1" 5/8	1" 1/2	1.63
E - F	2"	2"	2"	2.00
G - H	1" 3/4	1" 5/8	1" 1/2	1.63
H - I	2"	2"	2"	2.00
A - D	1" 3/4	1" 1/2	1" 1/2	1.58
D - G	1" 1/2	1" 1/2	1" 1/4	1.42
B - E	1" 3/4	1" 1/2	1" 1/2	1.58
E - H	1" 1/2	1" 3/8	1" 1/4	1.38
C - F	1" 3/4	1" 1/2	1" 1/2	1.58
F - I	1" 1/2	1" 1/2	1" 3/8	1.46
A - E	130	127	125	127.33
C - E	53	55	55	54.33
G - E	55	55	55	55.00
I - E	130	130	130	130.00



### Tela Algodón Típico estampado Rosado

Algodón Típico	1 Lavada	2 Lavada	3 Lavada	Promedio
A - B	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
B - C	2"	2"	2"	2.00
D - E	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.63
E - F	2"	2"	2"	2.00
G - H	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.63
H - I	2"	2"	2"	2.00
A - D	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
D - G	1" ½	1" ½	1" ¼	1.42
B - E	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
E - H	1" ½	1" 3/8	1" ¼	1.38
C - F	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
F - I	1" ½	1" ½	1" 3/8	1.46
A - E	130	130	130	130.00
C - E	50	50	50	50.00
G - E	50	50	53	51.00
I - E	133	135	135	134.33

### Tela Algodón Típico estampado Anaranjado

Algodón Típico	1 Lavada	2 Lavada	3 Lavada	Promedio
A - B	1" 5/8	1" ½	1" ½	1.54
B - C	1" ½	1" 1/4	1" 3/8	1.38
D - E	1" ¾	1" ¾	1" ½	1.67
E - F	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
G - H	1" 5/8	1" 5/8	1" ½	1.58
H - I	1" ½	1" ½	1" 3/8	1.46
A - D	1" ¾	1" ¾	1" ½	1.67
D - G	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
B - E	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
E - H	1" ¾	1" ½	1" ½	1.58
C - F	1" ¾	1" ¾	1" 5/8	1.71
F - I	1" ¾	1" 5/8	1" ½	1.63
A - E	125	125	125	125.00
C - E	50	53	55	52.67
G - E	53	55	55	54.33
I - E	145	145	145	145.00

### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	01	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa de hombro	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Amarillo y estampado	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Tela amarilla: 50" Tela estampada: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	01

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa de hombro cuadrangular. Posee un agarrador de cuerda. El método de acceso es zipper en la parte superior de la bolsa.</p> <p>Tiene como decoración un cordón en la parte de frente enrollado simulando una flor.</p> <p>Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

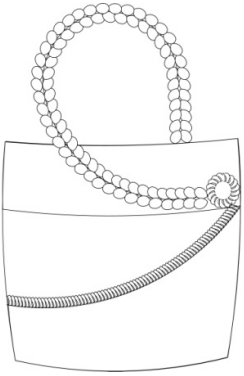

### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	02	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 / 04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Azul, verde, café claro	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Tela azul: 45" Tela café: 50" Tela verde: 45"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	02

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote en forma rectangular. Posee un agarrador de plástico en forma circular. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Tiene como decoración un cordón en la parte de frente en cada esquina de la bolsa. Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

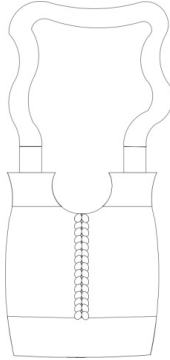
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	03	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Café claro, café oscuro, estampado verde	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Café: 50" Verde: 45"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	03

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote en forma cuadrangular. Posee un agarrador de tela con forma de trenza que va unido a la parte de frente enrollándose. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee una flor de tela al final de la trenza.</p> <p>Tiene como decoración un cordón en la parte de frente a la mitad de la bolsa.</p> <p>Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

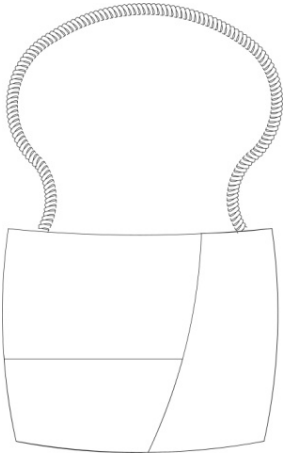
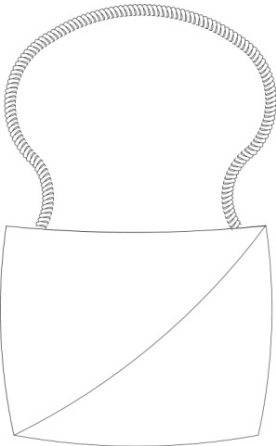
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	04	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa de hombro	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Amarillo, estampado naranja, verde	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Amarilla: 50" Verde: 45" Estampado: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	04

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa de hombro en forma rectangular. Posee un agarrador largo de tela. El método de acceso es con un imán en la parte superior de la bolsa. Posee una trenza de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

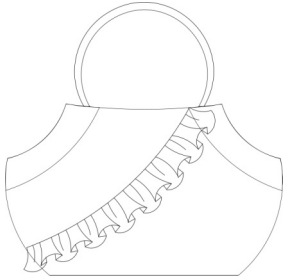
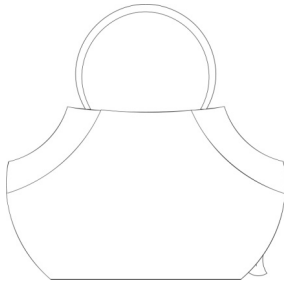
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	05	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Café claro y oscuro, azul	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Café: 50" Azul: 45"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	05

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote en forma cuadrangular. Posee un agarrador de cuerda. El método de acceso es con un zipper en la parte superior de la bolsa. Tiene como combinación tres telas diferentes.</p>

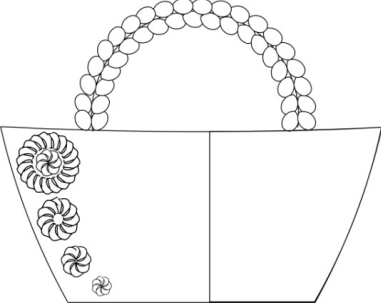
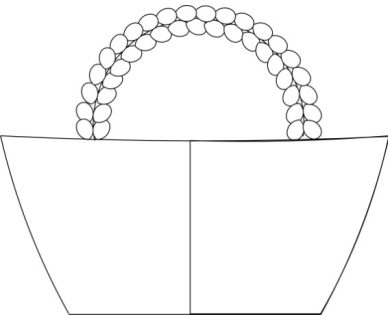
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	06	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Verde, amarillo, estampado naranja	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Amarillo: 50" Estampado: 60" Verde: 45"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	06

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote . Posee un agarrador de plástico en forma circular. El método de acceso es con un imán en la parte superior de la bolsa. Posee un vuelo de tela en la parte de frente como decoración.</p> <p>Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

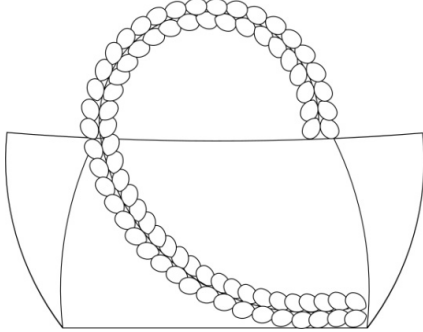
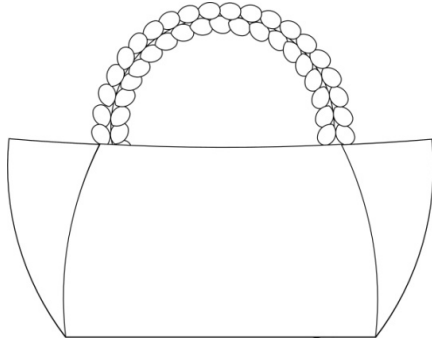
GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	07	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Amarillo, café, estampado rosado	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Amarillo: 50" Café: 50" Estampado: 45"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	07

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote . Posee un agarrador de trenza de tela en forma circular. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee un flores de tela en la parte de frente como decoración.</p> <p>Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>




### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	08	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Amarillo, estampado verde, café	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Café: 50" Verde: 45" Amarillo: 50"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	08

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote . Posee un agarrador de trenza de tela en forma circular y que pasa por la parte de frente. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	09	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Estampado rosado, café claro	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Estampado: 45" Café: 50"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	09

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote . Posee un agarrador de plástico en forma circular. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee cuerda enrolladas simulando flores en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

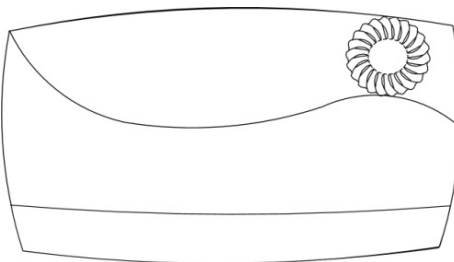
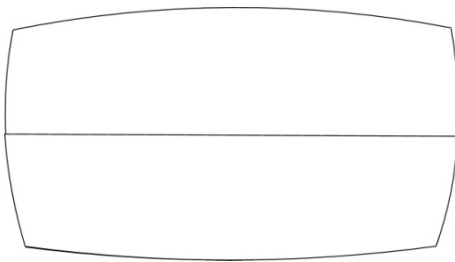
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES		TEXTIL					
<b>Diseño #</b>	10	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa tote	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Azul, estampado naranja, café	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Azul: 45" Estampado: 60" Café: 50		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	10

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo tote . Posee un agarrador largo de tela. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee cuerda en la parte de frente como decoración y una trenza de tela en la parte superior de la bolsa frente y espalda.</p> <p>Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

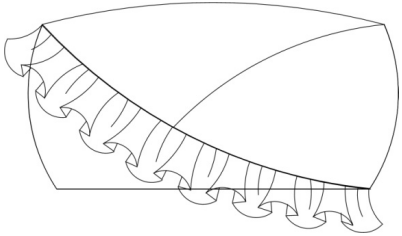
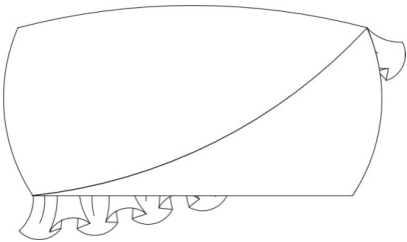
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	11	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa sobre	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Estampado verde, café	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Café: 50" Estampado: 45"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	11

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo sobre. El método de acceso es un zipper en la parte superior de la bolsa. Posee una flor de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación tres telas diferentes.</p>

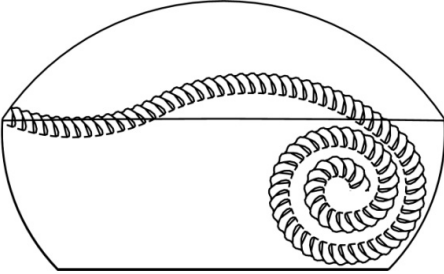
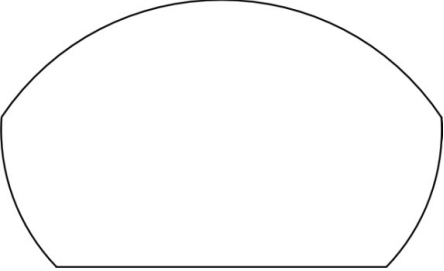
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	12	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Amarillo, estampado naranja, café	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Amarillo: 50" Estampado: 60" Café: 50"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	12

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo sobre . El método de acceso es un imán en la parte de frente de la bolsa. Posee un vuelo de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación tres telas diferentes.</p>

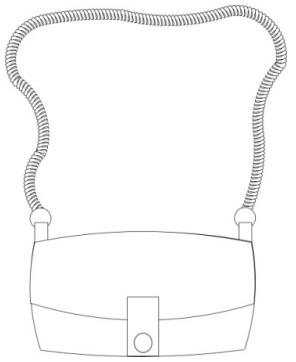
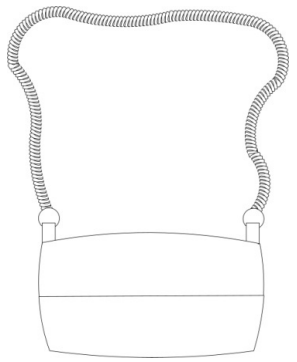
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	13	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Azul, café	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Azul: 45" Café: 50"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	13

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo sobre . El método de acceso es un imán en la parte de frente de la bolsa. Posee una cuerda enrollada de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación dos telas diferentes</p>

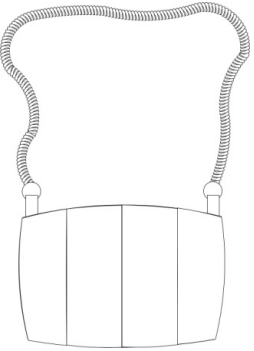
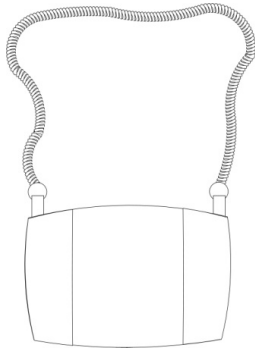
### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	14	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Azul, estampado naranja	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Azul: 45" Estampado: 60"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	14

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo sobre . El método de acceso es un imán en la parte de frente de la bolsa. Posee un agarrador de cuerda. Tiene como combinación dos telas diferentes.</p>

### ESPECIFICACIÓN DE ESTILO

GENERALES				TEXTIL			
<b>Diseño #</b>	15	<b>Temporada</b>	Primavera-Verano	<b>código</b>		<b>Fecha de creación</b>	15 /04 /2012
<b>Descripción</b>	Bolsa	<b>Tallas</b>	Única	<b>tela</b>	Algodón típico	<b>Modificación</b>	25 /04/ 2012
<b>Diseñador</b>	Gabriela Ochaeta	<b>Rango de Tallas</b>	Única	<b>color</b>	Verde, estampado verde, café, estampado naranja	<b>Fecha terminado</b>	11/ 05 /2012
<b>Marca</b>	Aj Quen	<b>Talla de la Muestra</b>	Talla única	<b>ancho</b>	Café: 50" Verde: 45"		
<b>División</b>	Mujer	<b>Tipo de Espec.</b>	Estilo	<b>proveedor</b>	Aj Quen	<b>Pág. No.</b>	15

Frente	Espalda	Descripción
		<p>Bolsa estilo sobre . El método de acceso es un imán en la parte superior de la bolsa. Posee un agarrador de cuerda. Tiene como combinación cuatro telas diferentes.</p>



**Etiqueta**



**Empaque**



## **CONCLUSIONES**

Para poder diseñar en un área específica se debe de estudiar primero el mercado al cual se le va a vender, qué es lo que están buscando, cuál es su necesidad, estilo de vida, gustos, etc.

Los diseños tienen que ir de acuerdo a la temporada y las tendencias de la época en la que están,

A la hora de diseñar, los diseños deben de tener una lógica, agregar pinzas si el diseño lo permite, cortes, accesorios etc.

Crear una colección de bolsas para mujeres, para la temporada Primavera-Verano,

## **RECOMENDACIONES**

Los diseños deben de cumplir con las necesidades de las personas, con la ocasión de uso, con los elementos básicos escogidos, tienen que ir de acuerdo con la temporada.

Deben de llevar como toda prenda, método de acceso, método de cierre, buenos acabados, que cumpla con todo lo descrito en el estudio de mercado y con los gustos de la persona.

Que sea una línea de accesorios en la cual las personas estén bien y se sientan bien con el producto.

## 9.2 MANUAL DE DISEÑO

# MANUAL DE PROCESO DE DISEÑO PARA BOLSAS



## INTRODUCCIÓN

El diseño implica plasmar el pensamiento a través de esbozos, dibujos, bocetos y esquemas trazados en cualquier soporte. El acto de diseñar puede ser considerado como creatividad, innovación o una modificación de algo ya existente.

El diseño es una actividad técnica y creativa encaminada a idear un proyecto útil, funcional y estético que pueda llegar a producirse en serie como en el diseño industrial, el diseño gráfico o el diseño de joyas.

El siguiente proyecto se trata de un manual de diseño, el cual tiene como temas, el proceso, los principios y elementos del diseño, para poder realizar una colección, en este caso de bolsas, aplicando las nuevas tendencias, colores y combinaciones que están de moda en la actualidad para proveer un producto actualizado, original y a la moda, al mercado en el que estemos trabajando.

## ÍNDICE

### 1. Estudio de Mercado

#### Mercado objetivo

### 2. Brief

### 3. Proceso de Diseño

#### Diseño

- Funcional
- Estructural
- Decorativo

### 4. Elementos de Diseño

#### Línea

- Silueta
- Superficie
- Decorativa

#### Color

- Colores Fríos
- Colores Cálidos
- Colores Primarios
- Colores Secundarios
- Colores Terciarios

#### Armonía de Color

- Monocromática
- Análoga
- Complementaria
- Triada
- Neutralizada

## **Textura**

- Fibras naturales
- Fibras artificiales
- Fibras sintéticas

## **5. Principios de Diseño**

- Balance
- Proporción
- Ritmo
- Unidad
- Énfasis

## **6. Inspiración**

## **7. Tendencia**

## **8. Estilos básicos de bolsas**

- Caja
- Sobre
- Pouch
- De hombro
- Tote

## **9. Áreas de diseño de una bolsa**

- Base de la bolsa
- Bolsas exteriores
- Marco de la bolsa
- Agarradores
- Fondo de la bolsa
- Laterales de la bolsa
- Accesorios como zipper, botones, ojales, ojetes, pitas, etc.
- Forros, bias interno
- Bolsas internas
- Etiquetado
- Accesorios como zipper, botones, etc.

## **10. Colección " Flores Primaverales"**



1.

## ESTUDIO DE MERCADO

El mercadeo es el conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio.

### Análisis del Consumidor

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto.

Que compran...



Que lugares frecuentan...



E estilo de Vida...



Gustos en bolsas...



01

## Mercado Objetivo

### Meta

Crear una línea original, de bolsas que sea del agrado y comodidad para las personas.

### Estudio de Mercadeo

#### Demográfico

- ✓ **Estado civil:** soltera / casada
- ✓ **Nivel económico:** medio B + A
- ✓ **Familia:** compuesto por padres y dos a tres hijos
- ✓ **Posición geográfica:** ciudad de Guatemala
- ✓ **Sexo:** femenino
- ✓ **Edad:** 20-35 años
- ✓ **Estudios:** nivel universitario / profesional
- ✓ **Religión:** no importa que religión sea
- ✓ **Etnia:** Hispana

#### Psicográfico

- ✓ **Cultura:** guatemalteca
- ✓ **Clase social:** media- alta
- ✓ **Actividades:** almuerzos con amigas, ir al cine, ir al teatro, hacer deporte, ir de compras.
- ✓ **Personalidad:** alegres, extrovertidas, dispuestas a probar algo nuevo, seguras.
- ✓ **Gustos:** colores fuertes y alegres, combinaciones diferentes, con muchos detalles, diversidad de estilos.

El mercado objetivo son mujeres que realizan actividades como ir al cine, salir a comer, salir de compras, tomar un café, etc. Frecuentan lugares como Miraflores, Saúl Restaurante, Pradera, Tikal Futura, Oakland Mall, etc. Les gusta vestirse a la moda, estar bien vestidas según la ocasión, les gusta la cultura guatemalteca y los tejidos típicos, están abiertas a la moda y a probar diferentes propuestas.

## 2.

# BRIEF

### Analizando el Brief

El Brief es entender exactamente los requerimientos de un cliente o un proyecto.

#### Preguntas

- Qué se le está pidiendo que haga.
- Cómo se espera que lo haga en términos de formato, presentación.
- Tiene una fecha de entrega.
- Se puede planear un horario para cada tarea.
- Cómo se lleva a cabo cada tarea.
- Es necesario un reporte de tienda para entender el mercado.
- Para qué temporada se está diseñando.
- Qué utilizará como dirección de moda.
- Tiene que proporcionar el textil aparte de escogerlo.
- Debe incluir muestras de acabados.
- Tiene una idea firme acerca de la carta de color, textil, silueta, detalles, patronaje y texturas.
- Qué estilo de ejecución es requerido.

#### Ejemplo

### BRIEF

Una colección de 15 diseños de bolsas en programa Kaledo Mercadeo:

- Análisis de la investigación y segmentación del mercado

Desarrollo de Diseño General:

- Tendencia descrita e ilustrada
- Desarrollo de inspiración personal descrita e ilustrada
- Desarrollo de principios y elementos de diseño

Desarrollo de Diseño de la Muestra:

- Carta textilera (muestras físicas)
- Carta de accesorios (muestras físicas)
- Prototipo hecho en el lugar que se llevará a cabo el proyecto (muestra física)

### 3.

## DISEÑO

Diseñar se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación para uso humano.

Dicho de un modo más sencillo, diseñar es dibujar un objeto o cosa para que sirva de modelo en su realización.

El Diseño se divide en tres partes:

- Funcional
- Estructural
- Decorativo

**Funcional:** es todo lo que lleva para que funcione la prenda, da finalidad, protección y seguridad.

Ejemplo: la funcionalidad de una bolsa sería el método de acceso que podría ser los botones, broches, zipper, velcro, imanes, pitas, cinchos, cadenas, agarradores, bolsas interiores o exteriores.



# Diseño

**Estructural:** es el material del cual se va a construir, tiene que ser funcional para la prenda.

Ejemplo: la estructura de una bolsa sería la tela.

## Telas o materiales

Cuero



Dacrón



Algodón Típico



**Decorativo:** son todos los detalles que lleva una prenda, no tienen funcionalidad.

Ejemplo: la decoración en una bolsa podría ser los colores, el estampado de la tela, sobrecosturas, fruncidos, paletones, vuelos, flores, moños, pitas, listones, encaje, flecos.

Encaje



Flores



Flecos



Moña



Pitas



Vuelos



Listones



Fruncido



Éstas tres partes del diseño son importantes ya que se serán de mucha ayuda para poder facilitar el proceso de diseño.

## 4.

# ELEMENTOS DE DISEÑO

Los elementos de diseños son la línea, color y textura. Por medio de estos elementos se puede aplicar la creatividad, funcionalidad e innovación en los diseños.

### Línea

Es una sucesión continua de puntos interminables e infinitos. La línea es la que guía la mirada de un punto a otro, divide el área por la que pasa y crea formas y figuras en espacios. Existen tres tipos de línea: silueta, superficie y decorativa.



- **Horizontal:** visualmente ensancha, acorta. Da la sensación de serenidad, reposo.
- **Vertical:** visualmente alarga, adelgaza. Da la sensación de dignidad, fuerza.
- **Diagonal:** visualmente ensancha, alarga. Da la sensación de dinamismo, movimiento.





# Elementos de Diseño

## Color

El color es básicamente dos cosas: algo que ocurre de forma externa y crea sensaciones de forma interna, algo a lo que se responde de manera física y psicológicamente ya sea de manera consciente o inconsciente.

- **Colores Fríos:** provocan la sensación de serenidad, recogimiento, la pasividad, el sentimentalismo, la sensación de frío (azul, verde, violeta).

Azul



Verde



Violeta



- **Colores Cálidos:** provocan la sensación de alegría, actividad, movimiento, calor (rojo, amarillo, naranja).

Rojo



Amarillo



Naranja



Los colores se dividen en tres:

- **Colores Primarios:** es un color puro que no se obtiene de la mezcla de ningún otro color. Estos son: rojo, amarillo y azul.

Rojo



Amarillo



Azul



# Color

▪ **Colores Secundarios:** son los colores que se obtienen de la mezcla de dos primarios. E stos son: morado, verde, y naranja.

Morado



Verde



Naranja



▪ **Colores Terciarios:** son los colores que se obtienen al mezclar dos partes iguales de un color primario y uno secundario. E stos son: verde amarillo, violeta azulado, violeta rojizo, verde azulado, rojo naranja, rojo amarillo.

Verde amarillo



Violeta rojizo



Verde azulado



## Circulo Cromático



Circulo Cromático



# Color

## Armonía del Color

Son combinaciones de color.

### ➤ Monocromática

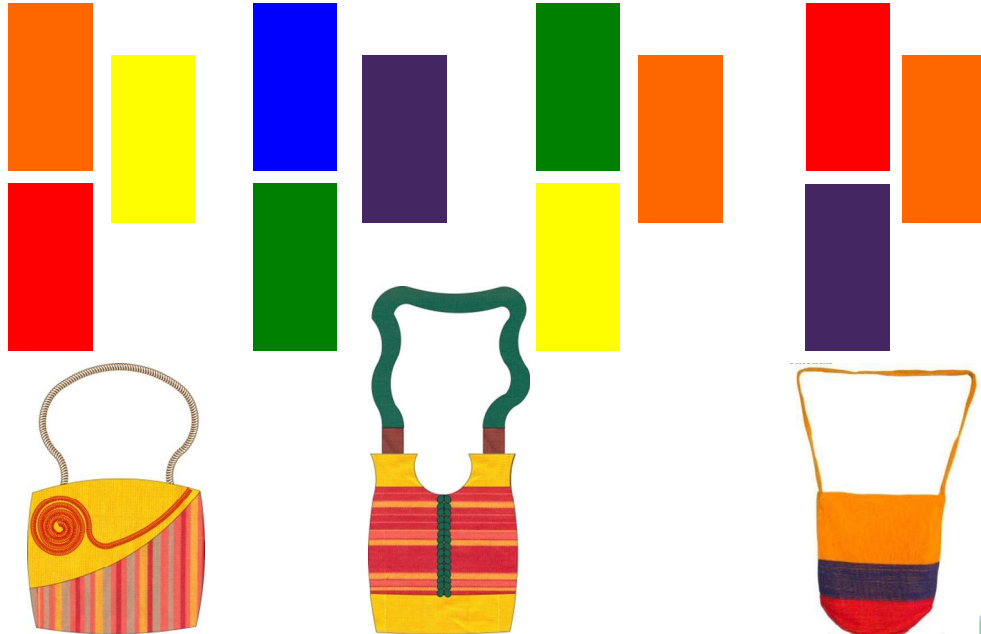
Es la armonía que está compuesta por un solo color en diferentes tonalidades.



En la bolsa se puede ver el color café en diferentes tonalidades, tanto en el estampado como en los agarradores y el resto de la bolsa.

### ➤ Análoga

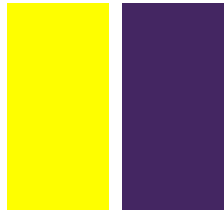
Es la armonía compuesta por 2 ó 3 colores que se encuentran uno a la par del otro en el círculo cromático.



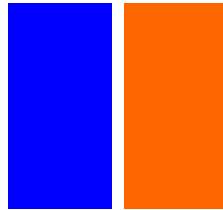
# Color

## ➤ Complementaria

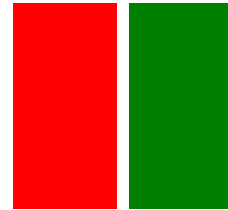
Es una armonía compuesta por 2 colores que se encuentran en posición opuesta en el círculo cromático.



Amarillo y Morado



Azul y Naranja

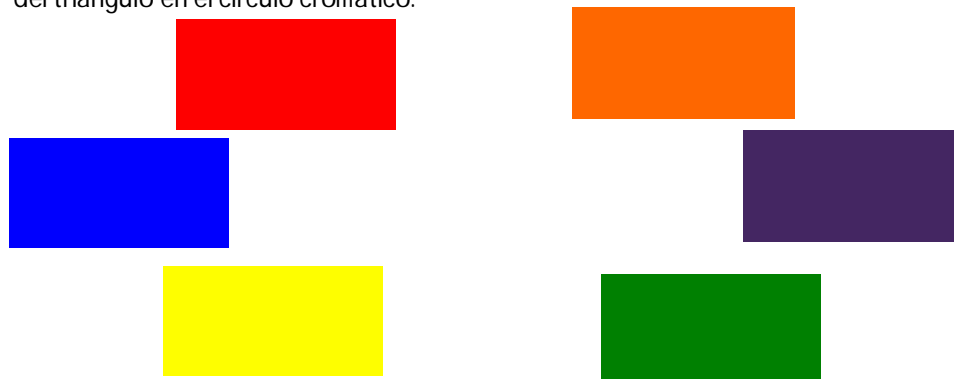


Rojo y Verde



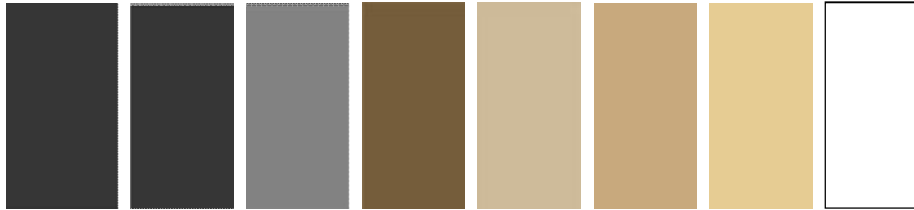
## ➤ Triada

Es la armonía compuesta por 3 colores los cuales obtienen al colocar un triángulo sobre el círculo cromático, los colores serán los que marquen las puntas de del triángulo en el círculo cromático.

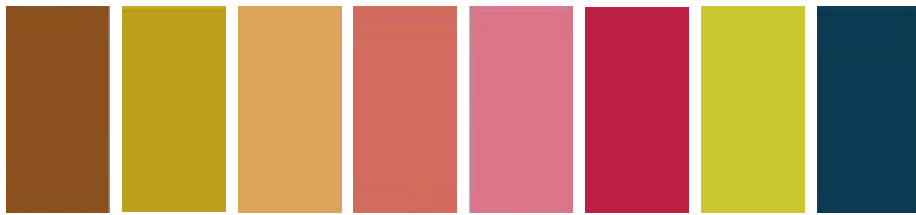


# Color

## Colores Neutros



## Colores Terrosos



## Colores Neutros



## Colores Terrosos



# Elementos de Diseño

## Textura:

Es la propiedad que tienen las superficies externas de los objetos, así como las sensaciones que causan, que son captadas por el sentido del tacto. La textura es la parte visible y tangible de una estructura o superficie.

## Textura del tejido

Es el entrelazamiento, disposición y orden de los hilos en un tejido, también se refiere a la superficie de un vestido o al material de su confección, existen tres tipos de fibras:

**1. Fibras naturales:** estas se dividen en origen animal, vegetal y mineral.

- ✓ Origen animal: lana, pelos (cabra, camélidos), seda.
- ✓ Origen vegetal: algodón, coco, kapok, lino, yute, ramio, henequén, esparto.
- ✓ Origen mineral: asbesto, fibra de vidrio, fibra cerámica.

**2. Fibras artificiales:** rayón alginato, hilo metálico, rayón acetato.

**3. Fibras Sintéticas:** poliamida, fibras poliéster, fibra acrílica.

## Texturas

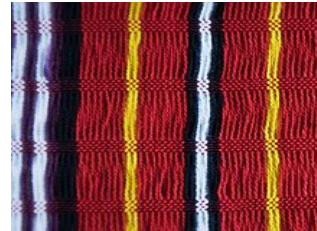
Lisa



Gruesa



Delgada



## 5.

# PRINCIPIOS DE DISEÑO

### Balance

Es la distribución correcta de pesos que dan como resultado equilibrio, estabilidad y reposo. Hay dos tipos de balance, simétrico y asimétrico.

Simétrico: es el que da la visión de un espejo que logra un balance formal, el cual es más conservador.



Es como un espejo, tiene lo mismo de un lado que el otro.

Asimétrico: si la línea central nos deja un lado diferente al otro se considera un balance informal, el cuál es más popular en ropa de noche, es más dramático y glamoroso.

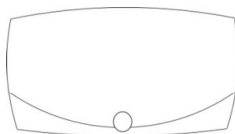


Los lados de la bolsa no son idénticos ya sea por el color, o las telas que lleve la bolsa.

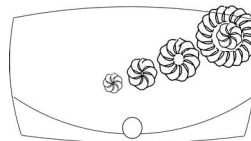
### Proporción

Es el resultado comparativo entre relación de distancias, áreas, cantidades, grados o partes. Hay tres tipos de proporción: relación 1-1, relación 1-2 con énfasis en 1, relación 1-2 con énfasis en 2.

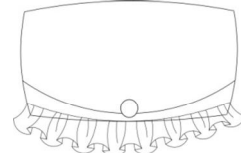
**1-1** tiene la misma proporción en toda la bolsa



**1-2** con énfasis en 1, tiene mayor detalles en la parte superior de la bolsa



**1-2** con énfasis en 2, tiene mayor detalles en la parte inferior de la bolsa



# Principios de Diseño

## Ritmo

Es el sentimiento de movimiento organizado que lleva la vista de un lugar a otro.



El ritmo de esta bolsa está en el estampado, se repite en toda la bolsa.



El ritmo de esta bolsa está en el estampado alternando varias telas.

## Unidad

Se logra cuando todos los elementos se juntan creando un efecto armonioso y placentero.

## Colección Gucci

La unidad de esta colección está en la paleta de color, permaneciendo en una gama de colores neutros.



# Principios de Diseño

## Énfasis

Es el área que atrae el ojo de una manera inmediata. Los diferentes énfasis son: con línea, con color, con textura.

### Con línea



### Con color



### Con textura





6.

## INSPIRACIÓN

Es el sentido de creatividad para realizar obras de arte. Pueden haber diferentes fuentes de inspiración.

### Naturaleza



En los ejemplos anteriores se puede observar la inspiración de la naturaleza, podemos inspirarnos para crear un estampado, como en las bolsas que tienen estampado de cebra, o se puede recrear la naturaleza en una bolsa.

### Objetos



En el ejemplo anterior se puede ver como la inspiración esta plasmada en la bolsa, dándole la forma del objeto o en el estampado utilizando algún objeto y plasmarlo en la tela.



# Inspiración

## Arquitectura



De la misma forma que en los ejemplos anteriores podemos ver como la arquitectura puede ser inspiración para crear bolsas, dándole la forma de algún edificio o utilizándolo en la tela como estampado.

## Comida



Ya vimos que muchas pueden ser las inspiraciones incluso la comida, como vemos en el ejemplo de tomar la forma de alguna comida o utilizarla en la tela como algún estampado.

## 7.

# TENDENCIAS

Una tendencia es una idea o corriente que sigue determinada dirección. Una tendencia es un estilo o una costumbre que marca una época o lugar. Hoy en día existen varias páginas en la web donde se puede encontrar las nuevas tendencias en estilos, colores, prendas y accesorios para estar siempre a la moda.

Páginas Web

<http://www.fashiontrendsetter.com>

<http://www.fashionising.com>

<http://www.cbi.eu>

En las tendencias lo que veremos son los colores que sobre salen, los detalles en las ropas, que líneas, siluetas que usan, las telas que utilizan, si hay estampado, bordados, telas lisas, con textura, si son delgadas o gruesas, es importante ver cada detalle de la tendencia, ya que nos dirá que es lo que esta por venir y lo que estará de moda.

### Ejemplo

Es el comienzo de una tendencia muy fuerte donde los colores que predominan son el rosa, celeste, lila, naranja y amarillo en diferentes valores. Es una gama de colores pastel. Una estética muy femenina, dulce y fuerte. Tiene una silueta muy suelta, con faldas paletoneadas, blusas flojas con algunos vuelos y fruncidos.



# Tendencias

## Tendencia "Fin de Verano" 2013



Fin de verano es una tendencia donde se destacan los tonos pasteles, las siluetas confortables y está presente la memoria de la infancia. Bajo el calor que diluye los colores, volvemos a clase conformando looks colegiales e inocentes. Conceptos claves: Conciencia serena, dulzura naif, texturas íntimas, reducir a la esencia, maxi envolventes.

## Tendencia "Estrategias Oblicuas" 2013



Estrategias Oblicuas es una tendencia que busca una inspiración para crear nuevas funcionalidades en las prendas. Jugar con los gráficos, con el adentro – afuera y las estructuras. Juega con las formas, el volumen y las siluetas. Conceptos claves: estructuras translúcidas, arte geométrico, flores digitales, ilustración botánico.

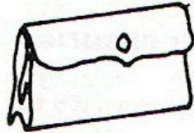
8.

## ESTILOS BÁSICOS DE BOLSAS

Caja



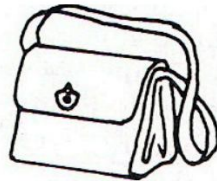
Sobre



Pouch



De hombro



Tote



## 9.

# ÁREAS DE DISEÑO DE UNA BOLSA

Las áreas de diseño pueden ser internas o externas.

Las áreas externas que se pueden trabajar son: la base de la bolsa, bolsas exteriores, agarradores, marco de la bolsa, fondo de la bolsa, laterales de la bolsa, y todos los accesorios que se desean aplicar como zippers, botones, ojales, ojetes, etc.

Las áreas internas que se pueden trabajar son forros, bies interno, bolsas internas, etiquetado, y todos los accesorios como zippers, botones, etc.





## 10. COLECCIÓN "FLORES PRIMAVERALES"

En este punto veremos como ejecutar los pasos para poder realizar una colección de bolsas.

Como primer punto tenemos que tener en cuenta qué es lo que queremos realizar o qué es lo que nos está pidiendo nuestro cliente.

### Ejemplo

#### Brief

Una colección de 15 diseños de bolsas en programa Kaledo Mercadeo:

- Análisis de la investigación y segmentación del mercado

Desarrollo de Diseño General:

- Tendencia descrita e ilustrada
- Desarrollo de inspiración personal descrita e ilustrada
- Desarrollo de principios y elementos de diseño

Desarrollo de Diseño de la Muestra:

- Carta textilera (muestras físicas)
- Carta de accesorios (muestras físicas)
- Prototipo hecho en el lugar que se llevará a cabo el proyecto (muestra física)

El siguiente punto será mi mercado objetivo, a quien va dirigida la colección.

### Estudio de Mercadeo

#### Demográfico

**Estado civil:** soltera / casada

**Nivel económico:** medio B + A

**Familia:** compuesto por padres y dos a tres hijos

**Posición geográfica:** ciudad de Guatemala

**Sexo:** femenino

**Edad:** 20-35 años

**Estudios:** nivel universitario / profesional

**Religión:** no importa que religión sea

**Etnia:** Hispana

## Colección “Flores Primaverales”

### Estudio de Mercado

#### Psicográfico

**Cultura:** guatemalteca

**Clase social:** media- alta

**Actividades:** almuerzos con amigas, ir al cine, ir al teatro, hacer deporte, ir de compras.

**Personalidad:** alegres, extrovertidas, dispuestas a probar algo nuevo, seguras.

**Gustos:** colores fuertes y alegres, combinaciones diferentes, con muchos detalles, diversidad de estilos.

El mercado objetivo son mujeres que realizan actividades como ir al cine, salir a comer, salir de compras, tomar un café, etc. Frecuentan lugares como Miraflores, Saúl Restaurante, Pradera, Tikal Futura, Oakland Mall, etc. Les gusta vestirse a la moda, estar bien vestidas según la ocasión, les gusta la cultura guatemalteca y los tejidos típicos, están abiertas a la moda y a probar diferentes propuestas.

Teniendo en cuenta que es lo que le gusta a mi mercado objetivo, puedo iniciar la parte creativa para diseñar, buscando una inspiración que como vimos anteriormente puede ser cualquier cosa.

**Inspiración:** fotografía



Se observa la fotografía y nos fijamos en las líneas, colores, formas que se pueden encontrar para poder plasmarlo en los diseños. De esta fotografía selecciono los colores: azul, amarillo, verde, rosado y naranja. Tomo la forma de las flores para representar flores con la tela, líneas curvas para hacer de los diseños más dinámicos.

## Colección “Flores Primaverales”

El siguiente paso será buscar una tendencia siempre buscando un año más adelante que el actual. La tendencia elegida para esta colección es la tendencia que lleva el nombre de: **Expressive Primavera 2013**.



Es una tendencia muy colorida y alegre. Los colores que predominan son el azul, verde, amarillo, blanco y naranja, siguiéndole otros colores como el rosado, lila, celeste. Es una tendencia energética, brillante, juguetona, animada, fresca, positiva y fantasiosa. Se pueden observar estampados llamativos con flores de diferentes formas, líneas diagonales, las líneas curvas que forman las flores.

De todos los detalles que podemos observar en nuestra tendencia, dependerá de cómo queremos reflejarla en nuestros diseños, se puede inspirar en la tendencia también para poder seleccionar la carta de color, y ver que detalles se quieren poner en los diseños. De esta tendencia se escogió los colores: azul, verde, amarillo y naranja, y tomaremos las flores como parte de la decoración en los diseños.

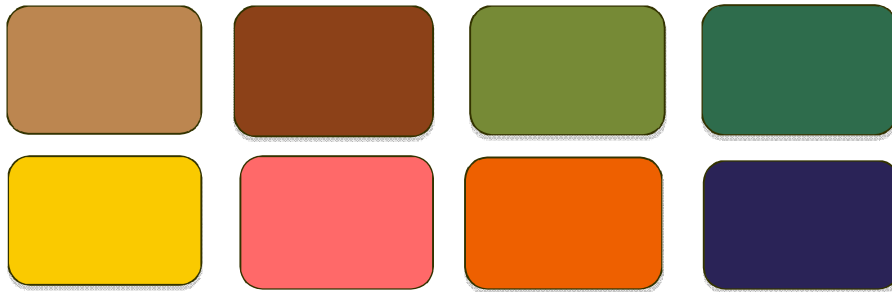


## Colección "Flores Primaverales"

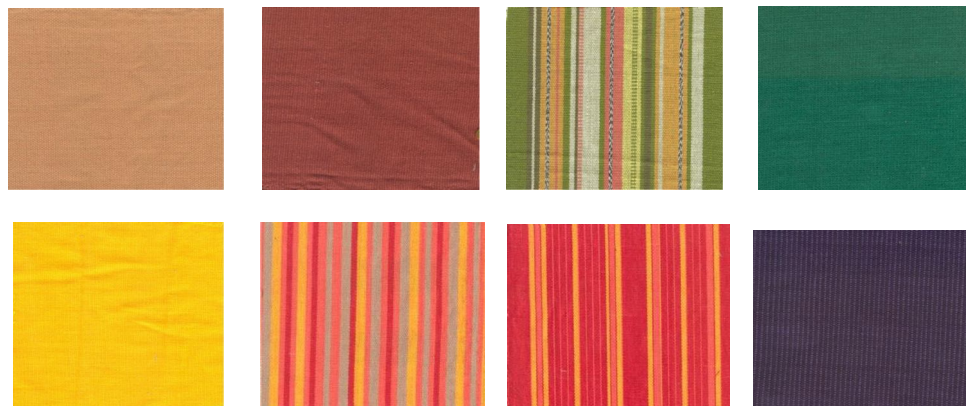
Con la ayuda de las tendencias se puede formar la paleta de color, que estará basada en la inspiración junto con la tendencia que se escogió. Una paleta de color puede estar formada por 7 colores incluyendo los colores neutros como vimos anteriormente.

Como ya tenemos la inspiración y la tendencia, se procedió a crear nuestra propia paleta de color, que estará formada por 7 colores: azul, verde, verde oscuro, amarillo, rosado y naranja. A estos colores se le agregan los neutros que siempre son importante en una colección: café y beige.

### Paleta de Color



Teniendo nuestra paleta de color lista, el siguiente paso será formar nuestra carta de textil, viendo que los estampados de las telas vayan de acuerdo a los colores, y a nuestra inspiración, junto con la tendencia, para formar una armonía en los diseños.



## Colección "Flores Primaverales"

### Principios de Diseño

Como se vio con anterioridad los principios de diseño son: balance, proporción, ritmo, unidad y énfasis.

En la colección se utilizó un balance simétrico y asimétrico, ya que en algunos diseños se puede observar el balance formal, el cual tiene como resultado que un lado sea igual que el otro, y en otros diseños podemos ver un balance informal, el cual tiene un lado diferente al otro, eso se puede reflejar en cortes, mezcla de texturas y textiles en la bolsa.

La proporción aplicada en los diseños es de: 1-2 con énfasis en 1, ya que en unos diseño hay mas detalles en la parte superior de la bolsa incluyendo el agarrador, y 1-2 con énfasis en 2, se puede observar algunos accesorios en la parte inferior de la bolsa, como vuelos, o flores hecha de tela.

El ritmo que se puede observar en la colección es el repetido y se puede ver en los textiles que se repiten en los diseños y en algunos hasta en la misma bolsa. Se pueden ver los accesorios como las trenzas, cuerdas y flores de tela se repiten en unos diseño, haciendo armoniosa la colección.

En la colección se puede ver la unidad en la carta de color que forma cada diseño, también se puede ver en los textiles y en las líneas y cortes que tienen las bolsas. Los accesorio agregan un detalle mas para que la colección se vea mas unida.

El énfasis de la colección esta en las líneas y cortes de las bolsas. Es lo primero que nos llama la atención haciendo que el diseño se vea original y novedoso, el textil también forma una parte importante ya que resalta las líneas curvas y cortes que lleva el diseño.

## Colección "Flores Primaverales"

### Elementos de Diseño

Como se vio anteriormente los elementos del diseño son: línea color y textura.

### Líneas utilizadas

- Curvas
- Rectas
- Gruesa
- Verticales
- Continua

### Colores utilizados

- Blanco
- Beige
- Café
- Naranja
- Amarillo
- Verde
- Azul

### Textura

- Formas cuadriculadas
- Formas circulares
- Telas suaves
- Telas rígidas

### Estilos básicos de bolsas utilizados

- Tote
- De hombro
- De sobre

## Colección "Flores Primaverales"

El siguiente paso es diseñar, hacer los bocetos de nuestra colección. En este caso serán 15 diseños de bolsas, para la temporada de verano 2013.



Bolsa de hombro cuadrangular. Posee un agarrador de cuerda. El método de acceso es zipper en la parte superior de la bolsa. Tiene como decoración un cordón en la parte de frente enrollado simulando una flor. Tiene como combinación dos telas diferentes.



Bolsa estilo tote en forma rectangular. Posee un agarrador de plástico en forma circular. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Tiene como decoración un cordón en la parte de frente en cada esquina de la bolsa. Tiene como combinación dos telas diferentes.



Bolsa estilo sobre. El método de acceso es un zipper en la parte superior de la bolsa. Posee una flor de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación tres telas diferentes.

## Colección "Flores Primaverales"



Bolsa estilo tote . Posee un agarrador de trenza de tela en forma circular. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee un flores de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación dos telas diferentes.



Bolsa estilo sobre . El método de acceso es un imán en la parte superior de la bolsa. Posee un agarrador de cuerda. Tiene como combinación cuatro telas diferentes.



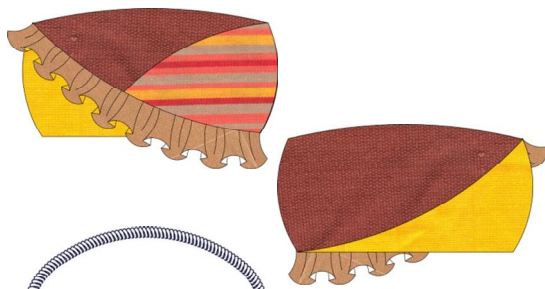
Bolsa estilo tote . Posee un agarrador de plástico en forma circular. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee cuerda enrolladas simulando flores en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación dos telas diferentes.



## Colección "Flores Primaverales"



Bolsa de hombro en forma rectangular. Posee un agarrador largo de tela. El método de acceso es con un imán en la parte superior de la bolsa. Posee una trenza de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación dos telas diferentes.



Bolsa estilo sobre. El método de acceso es un imán en la parte de frente de la bolsa. Posee un vuelo de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación tres telas diferentes.



Bolsa estilo tote en forma cuadrangular. Posee un agarrador de cuerda. El método de acceso es con un zipper en la parte superior de la bolsa. Tiene como combinación tres telas diferentes.

## Colección "Flores Primaverales"



Bolsa estilo tote . Posee un agarrador largo de tela. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee cuerda en la parte de frente como decoración y una trenza de tela en la parte superior de la bolsa frente y espalda. Tiene como combinación dos telas diferentes.



Bolsa estilo sobre . El método de acceso es un imán en la parte de frente de la bolsa. Posee un agarrador de cuerda. Tiene como combinación dos telas diferentes.

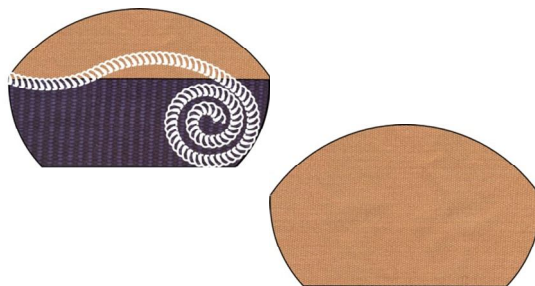


Bolsa estilo tote . Posee un agarrador de trenza de tela en forma circular y que pasa por la parte de frente. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Tiene como combinación dos telas diferentes.

## Colección "Flores Primaverales"



Bolsa estilo tote en forma cuadrangular. Posee un agarrador de tela con forma de trenza que va unido a la parte de frente enrollándose. El método de acceso es abierto en la parte superior de la bolsa. Posee una flor de tela al final de la trenza. Tiene como decoración un cordón en la parte de frente a la mitad de la bolsa. Tiene como combinación dos telas diferentes.



Bolsa estilo sobre . El método de acceso es un imán en la parte de frente de la bolsa. Posee una cuerda enrollada de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación dos telas diferentes.



Bolsa estilo tote . Posee un agarrador de plástico en forma circular. El método de acceso es con un imán en la parte superior de la bolsa. Posee un vuelo de tela en la parte de frente como decoración. Tiene como combinación dos telas diferentes.



## **10. VIABILIDAD DEL PROYECTO**

Estudios recientes han demostrado que la clave para una operación rentable de la empresa es el conocimiento de las necesidades de sus clientes y el nivel de satisfacción alcanzado por ellos al consumir el producto o servicio ofrecido.

La satisfacción de los consumidores se podrá alcanzar mediante ofertas competitivas superiores hacia el producto, desarrollando nuevos productos o mejorando la calidad del mismo.

Es conveniente una mejora hacia el producto, proponiendo diseños nuevos, originales y modernos, siguiendo las tendencias actuales. El producto se realizará bajo los lineamientos del manual de diseño, aplicando tendencias nuevas, creando una colección de bolsas originales e innovadoras.

Se creará un manual con lineamientos del diseño, y de cómo aplicarlos al producto de bolsas, para crear una colección de nuevos diseños originales y productos que estén a la moda.

### **10.1 VIABILIDAD TÉCNICA**

Aj Quen cuenta con personas capacitadas en el área de patronaje, confección y producción. Al brindarle el conocimiento del procedimiento del diseño podrán complementar e incrementar sus líneas en los diferentes productos que elaboran. Cuentan con una página web para mostrar y vender sus productos.

### **10.2 VIABILIDAD ECONÓMICA**

Aj Quen cuenta con proveedores de hilos 100% algodón, con el cual elaboran sus propias telas, los diferentes grupos que conforman la asociación se dedican a la elaboración de lienzos y con los mismos elaboran los diferentes

productos. Cuentan con accesorios como aros de metal, zippers, elásticos, entretelas, botones, etc. La inversión que realizan para la elaboración de los productos, es mínima, ya que cuentan con la mayoría de materiales.

### **10.3 VIABILIDAD AMBIENTAL**

El resultado que dará el manual, afecta de manera positiva a las personas que conforman Aj Quen, con nuevos diseños podrán incrementar su mercado y satisfacer las necesidades de su mercado ya existente. Afecta también a los clientes frecuentes de la marca, que podrán obtener productos nuevos y originales sin tener que cambiarla. Del mismo modo promueve la cultura de Guatemala, extendiendo el mercado de los textiles típicos en diferentes productos.

## CONCLUSIONES

La introducción de nuevos diseños es pieza clave para la venta e introducción de nuevas líneas de productos, así como para el desarrollo de nichos de mercado en diferentes regiones del mundo.

La imagen siempre ha sido esencial, es la carta de presentación de una persona, en el caso del producto la imagen será el factor determinante para su venta. Debe de ser atractivo, actual, a la moda. Es importante estar a la vanguardia y estar informados de lo que está pasando en la actualidad.

El diseño toma un papel importante para cualquier producto. El diseño se aplica, en todos los ámbitos y se encuentra por todas partes. Dentro del mundo digital, en toda la red, internet (la web). Diseños de todo el mundo publicitario, revistas, periódicos, libros, manuales (diseño y maquetación). Se encuentra diseño en el mobiliario, una silla, un mueble, etc. (diseño industrial y ergonomía). Se divisa el diseño en el mundo multimedia, el cine, televisión, videos, musicales, trailers, y demás efectos especiales.

Los textiles típicos tienen mucho potencial en la industria de la moda. Con mezclas interesantes y nuevos acabados se puede crear una colección dirigida a un público específico. Los textiles son versátiles, fáciles de confeccionar, agregan un valor cultural, son llamativos; se pueden utilizar para muchas cosas, ya sea en vestuario, decoración de interiores, accesorios, zapatos, etc.

Para crear un diseño es necesario la información requerida y los pasos de una planeación del diseño. Con la creación del manual de diseño es mucho más fácil elaborar líneas del producto de bolsas, en base a los lineamientos, principios, tendencias, y elementos que el diseño requiere.

## RECOMENDACIONES

Al momento de realizar un nuevo producto, no importando cual sea, es necesario analizar a las personas a las cuales se quiere dirigir. Por esta razón se realiza un estudio del mercado objetivo, recolectando la información que va hacer necesaria para el producto, (gustos, estilos, colores, estilo de vida, etc.).

Los diseños deben de cumplir o tener concordancia con las estadísticas o resultados de nuestro estudio de mercado, que cumpla con los requisitos para ofrecer un producto satisfactorio a nuestros clientes.

A la hora de diseñar es importante ver la funcionalidad que va a tener el diseño, tener en cuenta que sea posible la confección del producto. El diseño debe de ser racional, usar pinzas si es necesario, agregar cortes si la pieza lo permite, no sobrecargarlo con muchos detalles, etc.

Realizar pruebas de calidad es un valor agregado que todo producto debería tener, de esta forma se sabrá si se está brindando la mejor calidad y acabados al producto terminado que llegará eventualmente a las manos de nuestro cliente y con base a su experiencia será un comprador fiel.

Todas las prendas realizadas deben de llevar ciertas cualidades como, la durabilidad, funcionalidad, buenos acabados finales, métodos de acceso, etiquetas de lavado y calidad, etiqueta de la marca.

Mantenerse actualizados con las nuevas tendencias, ofrecer productos nuevos, estar innovando para brindarle otras opciones al consumidor. El estar siempre a la moda dará una gran ventaja sobre la competencia y atraerá a más clientes.

Enfocarse en la imagen del producto, y como se presentará al cliente es parte de un paquete completo que ayudará a tener una imagen establecida al consumidor. Darle importancia a los empaques, etiquetas, servicios de entrega, ofertas.

Mantener una misma imagen que nos identifique del resto de la competencia y del mercado, realizar una imagen de marca la cual prevalezca y pueda tener modificaciones sin cambiar toda la imagen para mantenerse a la moda.

Brindarle un lugar acogedor y armonioso al cliente, hacer que se sienta a gusto, que se identifique y que quiera formar parte de su marca. Darle importancia al servicio que están ofreciendo, formar una relación con el cliente para que se sienta que es importante para la marca.

## GLOSARIO

**Armonía:** conveniente proporción y correspondencia de unas cosas con otras.

**Boceto:** esbozo o bosquejo de rasgos generales que sirve de base al artista antes de emprender la obra definitiva.

**Colección:** conjunto de cosas, generalmente de una misma clase y dispuestas de forma ordenada.

**Confección:** hechura de un traje o prenda de vestir. Fabricación de prendas de vestir con máquinas y en serie, en oposición a las que se encargan a medida.

**Desglose:** separación de las distintas partes de un todo, para considerarlas por separado.

**Entretela:** tejido que se pone entre la tela y el forro de una prenda de vestir para reforzarla o darle consistencia.

**Esbozo:** dibujo inacabado y esquemático de un proyecto artístico.

**Estampado:** tejido en que se estampan o graban diferentes labores o dibujos.

**Fibras:** cada uno de los filamentos que entran en la composición de los tejidos orgánicos vegetales o animales, de ciertos minerales y de algunos productos químicos.

**Lienzo:** tela preparada para pintar sobre ella.

**Marca:** signo externo reconocido legalmente que certifica la autenticidad de un producto.

**Muestra:** ejemplar o modelo que se ha de copiar o imitar.

**Overlock:** máquina de coser que funciona a altas velocidades y la mayoría son utilizadas en la industria para tratar bordes de telas, y coser diversas telas y productos.

**Patrón:** modelo que sirve de muestra para sacar otra cosa igual.

**Temporada:** tiempo durante el cual sucede alguna cosa o se realiza habitualmente.

**Tendencia:** movimiento religioso, económico, político, artístico o semejante, que se orienta en determinada dirección.

**Textil:** materia capaz de reducirse a hilos y ser tejida.

**Textura:** disposición y orden de los hilos de una tela.

**Tríada:** conjunto de tres seres o unidades estrechamente vinculados entre sí.

**Trims:** accesorios o detalles para decorar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Libros:

DAVIS, L. Marian. *Visual Design in Dress*. 3ª ed. Estados Unidos: Editorial Prentice Hall, 1996. 180 p.

McKELVEY, KATHRYN y MUNSLOW, Janine. *FASHION DESIGN, process; innovation and practice*. 3ª ed. Estados Unidos: Blackell publishing, 277 p.

### Documentos electrónicos:

*Definición de Diseño*. [en línea]. [definición.de.]. Disponible en: <<http://definicion.de/disenos/>>. [Consulta: 15/02/2008].

*Fundamentos del Diseño*. [en línea]. [Fotonostra]. Disponible en: <<http://www.fotonostra.com/grafico/definiciondiseno.htm>>. [Consulta: 24/02/2008].

IBORQUIZA,; MAXIMILIANO. *Tendencias*. [en línea]. [Maximiliano Iborquiza]. Disponible en: <<http://maximilianoiborquiza.blogspot.com/>>. [Consulta: 16/03/2008].

VIGIL, Q.; JUAN. *Ciclo de Vida del Producto*. [en línea]. [Monografías.com]. Disponible en: < <http://www.monografias.com/trabajos69/ciclo-vida-producto/ciclo-vida-producto.shtml>>. [Consulta: 22/04/2008].

### Entrevistas:

GARCÍA, Carlos Manuel. *Entrevista personal*. Lugar: Local "Aj Quen" Guatemala, Chimaltenango. Abril 2009.



POP, José Victor. *Entrevista personal*. Lugar: Local "Aj Quen", Guatemala, Chimaltenango. Abril 2009.

## ANEXOS

**Cuadro de Involucrados**

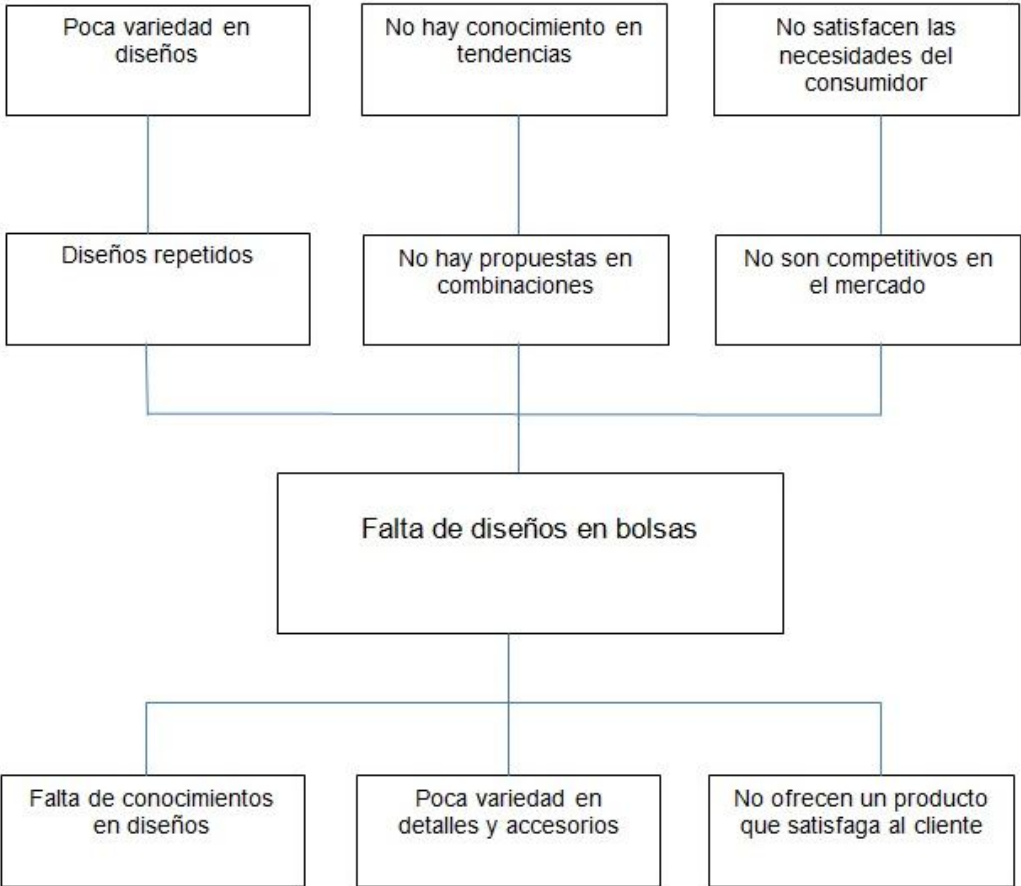
<b>Grupos</b>	<b>Intereses</b>	<b>Problemas Percibidos</b>	<b>Recursos y Mandatos</b>
Directiva de AJ QUEN	Mejorar variedad en productos (bolsas)	Diseños tradicionales y poca variedad.	Mejorar productos (bolsas).
Tejedoras de AJ QUEN	Mejorar las ventas.	Falta de conocimiento en diseño y tendencias.	Brindarle el conocimiento de tendencias para poder aplicarlo a productos.
Diseñador	Crear un manual de diseño y tendencias en productos de bolsas.	Poca variedad en diseños de bolsas y falta de conocimiento en tendencias.	Proposición de manual de diseño y tendencias y como aplicarlas al producto de bolsas.
Consumidor	Productos que satisfagan sus necesidades.	Poca satisfacción en productos ofrecidos.	Recibir un producto innovador.

La Matriz de planificación

<b>Resumen de Objetivos /Actividades</b>	<b>Indicadores Verificables</b>	<b>Medios/Fuentes de Verificación</b>	<b>Premisas o Supuestos</b>
<b>Meta:</b> Crear un manual del proceso de diseño aplicados a productos de bolsas.	Realización del manual, con tendencias nuevas aplicándolas a una colección de 15 diseños de bolsas.	Producto nuevo de acuerdo a las tendencias actuales, diseños originales.	Mejora y variedad del producto de bolsas.
<b>Objetivos Específicos:</b> Mejorar la variedad de los diseños en bolsas.	Proposición del manual para obtener nuevos diseños para mejorar la variedad y venta de los productos.	Presentación del manual de diseño y muestra de una bolsa del resultado final de la colección.	Los diseños nuevos, siguen los lineamientos del manual y las tendencias actuales.
<b>Resultados Esperados:</b> Se crea el manual y una muestra del diseño deseado.	Manual terminado y aprobado. Muestra terminada y aprobada.	Presentación del manual y de la muestra terminada.	Aceptación del manual por parte de la asociación.
<b>Actividades:</b> Creación del manual de diseño, Colección de 15 diseños de	Proyecto Costo Materiales Personal Maquinaria		Financiamiento y presupuesto aprobados.

bolsas según el manual, Aprobación de diseños, Confección de la muestra de bolsa.			
---	--	--	--

**Análisis de Problemas**



## Análisis de Objetivos

