



**INFORME FINAL DE PASANTIA  
DISEÑO DE COLECCIÓN DE PRODUCTOS EN CUERO  
WARMY ACCESORIOS**

**DAVID ANDRES RIVERA REINA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO  
FACULTAD DE ARTES  
SAN JUAN DE PASTO  
2009**

**Warmy**  
accesorios



**INFORME FINAL DE PASANTÍA  
DISEÑO DE COLECCIÓN DE PRODUCTOS EN CUERO  
WARMY ACCESORIOS**

**DAVID ANDRÉS RIVERA REINA**

Proyecto de grado modalidad pasantía  
Para optar el título de: Diseñador Industrial

**ASESOR: D.I HÉCTOR PRADO CHICAIZA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO  
FACULTAD DE ARTES  
SAN JUAN DE PASTO  
2009**



**Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son de responsabilidad exclusiva del autor.**

**Artículo 1° del acuerdo No.324 del 11 de octubre de 1966, emanado del honorable concejo directivo de la Universidad de Nariño.**

**Este documento contiene información confidencial y es de propiedad exclusiva del autor. No puede ser reproducido guardado o copiado sin autorización expresa del autor.**



**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

**San Juan de Pasto, septiembre de 2010**





## AGRADECIMIENTOS

Agradecer es una forma corta de retribuir lo que muchas personas han hecho por mí a lo largo de estos años de formación académica.

Con el ánimo de expresar esta infinita gratitud quisiera dedicar este trabajo a mis padres por su enorme entrega y apoyo incondicional, a mi familia, abuelas, tías, primos, por darme ánimo para seguir adelante en este difícil trayecto, a mi hermano que me demostró que con tenacidad y perseverancia se puede lograr las metas.

A mis amigos por estar a mi lado y por su grata compañía en las largas jornadas de estudio, en especial a Oscar Antonio Rocha Guevara y Pili Vanesa Nieto Londoño que sin su ayuda esto no hubiera sido posible

A la Diseñadora Karol Patiño y al Diseñador Oswaldo Ortega por abrir las puertas de su empresa y haberme permitido desempeñar esta labor.

A mi asesor por su paciencia y por aportar su conocimiento para el desarrollo de esta pasantía.

## RESUMEN

El presente trabajo contiene la labor realizada bajo la modalidad de pasantía en la empresa WARMY ACCESORIOS.

Dentro de este proyecto se describe el proceso productivo por medio del cual se da solución a una problemática que plantea esta empresa, esto se realiza a través de un estudio de mercado, presentándose como exigencia del mismo, la necesidad de crear un producto propio, atendiendo los requerimientos del público, y teniendo como principales factores determinantes las debilidades, las oportunidades, el comportamiento del mercado, la descripción del usuario, etc, los cuales nos permitirán hacer un análisis del entorno mercantil, identificando las principales competencias y como opera el producto dentro del contexto donde se lo lanzara, de esta manera se podrá presentar un producto altamente competitivo y de excelente calidad, además este estudio aportara resultados que servirán para hacer una proyección con el más bajo porcentaje de margen de error.

En el documento también se expone la organización que se necesita para el desarrollo de cualquier actividad de producción, que en este caso es la elaboración de un bolso, donde se argumentara la descripción del proceso productivo, desde la representación de una idea (bocetacion), hasta su elaboración (confección), esquematizando cada etapa por medio de un flujograma, que indica el orden que se sigue al momento de poner en ejecución este proceso.

Los factores de riesgo dentro de la empresa también son contemplados, haciendo un análisis de las condiciones laborales complementada por una evaluación de puestos de trabajo, basándose en unos formatos de seguridad industrial que contienen todos los aspectos a evaluar como por ejemplo: el nivel de iluminación, de ruido, la temperatura del aire, el esfuerzo, la postura, etc. Esto se hace con el fin de determinar si estas condiciones dentro del almacén son óptimas, o si es prescindible hacer alguna mejora para obtener un ámbito laboral ameno.



## ABSTRACT

This document contains the work done in the form of internship at the WARMY accessories company.

Within this project describes the production process through which solves a problem posed by this company, this is done through market research, presenting himself as a requirement of the need to create a unique product, taking requirements of the public, and having as main determinants, weaknesses, opportunities, market behavior, the description of the user, etc, which will allow us to analyze the business environment, identifying core competencies and how the product operates within the context where it is launched, so you can present a highly competitive product and excellent quality this study also will furnish results to project with the lowest percentage of error.

The document will also is exposed organization required for the development of any production activity, which in this case is the development of a bag, which argued the description of the production process, from the representation of an idea (sketching) until processing (clothing), outlining each stage by means of a flow chart indicating the order that follows the time to implement this process.

Risk factors within the company are also covered, with analysis of working conditions complemented by an assessment of jobs, based in formats that contain industrial safety to assess all aspects such as: the level of illumination, noise, air temperature, effort, posture, etc. This is done to determinate if these conditions are optimal within the store, or make any improvement is dispensable for a pleasant work environment.



## GLOSARIO

**PATRÓN:** En el ámbito del corte y confección, es una plantilla realizada en papel para ser copiada en el tejido y fabricar una prenda de vestir, cortando, armando y cosiendo las distintas piezas.

**PATRONAJE:** Es el proceso por medio del cual se diseñan los patrones de cualquier pieza de confección.

**OUTSOURCING:** Es el proceso mediante el cual una empresa externaliza una parte de su actividad, es decir, contrata a una empresa externa para gestionar una parte de la compañía.

**TELONERO:** Que actúa antes de la atracción principal en un espectáculo u evento.

## TABLA DE CONTENIDO

### INTRODUCCIÓN INFORME PASANTÍA

#### I. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

1.1	DIRECCIONAMIENTO DE LA EMPRESA	16
1.1.1	IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	16
1.1.2	MISIÓN	16
1.1.3	VISIÓN	17
1.2	PROCESOS QUE TIENE LA EMPRESA	17
1.2.1	EQUIPOS DE PRODUCCIÓN NECESARIO	17

#### 2. ASPECTOS GENERALES DE LA PASANTÍA

2.1	DIAGNOSTICO INICIAL DE WARMY ACCESORIOS	18
2.1.1	PROPUESTA	18
2.2	OBJETIVOS	18
2.2.1	OBJETIVO GENERAL	18
2.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
2.3	JUSTIFICACIÓN	19
2.4	DESARROLLO DE LA PROPUESTA(EXPLICACION DEL ESTUDIO DE MERCADO	19
2.4.1	POBLACIÓN Y MUESTRA	20
2.5	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	21
2.5.1	FUENTES PRIMARIAS	21
2.5.2	FUENTES SECUNDARIAS	21

#### 3 ESTUDIO DE MERCADO APLICADO A LA PROPUESTA

3.1.1	ANÁLISIS DEL ENTORNO	23
3.1.1.1	Análisis Entorno Económico	23
3.1.1.2	Análisis Entorno Sociocultural	23
3.1.1.3	Análisis Entorno Tecnológico	24
3.2	MARKETING MIX	24
3.2.1	ANÁLISIS DEL PRODUCTO	24
3.2.2	ANÁLISIS DEL PRECIO	25
3.2.3	ANÁLISIS PROMOCIÓN O PUBLICIDAD	25
3.3	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	28
3.4	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	29
3.4.1	COMPETENCIA DIRECTA	29
3.4.2	COMPETENCIA INDIRECTA	29
3.5	ANÁLISIS FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS	29
3.5.1	MATRIZ DOFA	30
3.6	APLICACIÓN DEL FORMATO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	30
3.6.1	ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES	31



<b>4. DISEÑO DE LA COLECCIÓN</b>	<b>36</b>
4.1 PROCESO DE DISEÑO	36
· Fase analítica	36
· Fase creativa	36
· Fase productiva	36
<b>4.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO</b>	
· Investigación del usuario	36
· Análisis de resultados	36
· Determinantes	36
· Bocetacion	36
· Representación de modelos en 3d	51
· Planos técnicos	63
· Patronaje	73
· Selección de materia prima	76
<b>4.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO</b>	
· Corte de materia prima	76
· Manufactura	78
· Herramientas utilizadas	80
<b>4.2 ANÁLISIS Y PROPUESTA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN</b>	
4.2.1 flujograma de proceso productivo	81
<b>5. RESULTADO</b>	
5.1 APLICACIÓN DE CONCEPTOS	83
<b>6. OTRAS ACTIVIDADES</b>	
6.1 APOYO A LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	89
6.1.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	89
6.1.1.1 Organigrama	89
6.1.2 ANÁLISIS DE PUESTOS DE TRABAJO	89
6.1.3 COSTOS PRODUCTIVOS	92
<b>7. CONCLUSIONES</b>	<b>97</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>98</b>
<b>ANEXOS</b>	



## LISTA DE CUADROS

<b>Cuadro No 1</b> Equipos de producción necesarios	<b>16</b>
<b>Cuadro No 2</b> Análisis de las funciones que cumple los productos de Warmy accesorios	<b>23</b>
<b>Cuadro No 3</b> Diagnostico de Warmy accesorios	<b>27</b>
<b>Cuadro No 4</b> Matriz D.O.F.A.	<b>28</b>
<b>Cuadro No 5</b> Datos de identificación	<b>73</b>
<b>Cuadro No 6</b> Función principal del puesto	<b>73</b>
<b>Cuadro No 7</b> Descripción de tareas	<b>73</b>
<b>Cuadro No 8</b> Relaciones del puesto	<b>73</b>
<b>Cuadro No 9</b> Condiciones de trabajo	<b>74</b>
<b>Cuadro No 10</b> Condiciones de trabajo	<b>74</b>
<b>Cuadro No 11</b> Costos productivos	<b>75</b>
<b>Cuadro No 12</b> Costos productivos	<b>76</b>
<b>Cuadro No 13</b> Costos productivos	<b>76</b>
<b>Cuadro No 14</b> Costos productivos	<b>76</b>
<b>Cuadro No 15</b> Costos productivos	<b>77</b>
<b>Cuadro No 16</b> Costos productivos	<b>77</b>
<b>Cuadro No 17</b> Costos productivos	<b>77</b>
<b>Cuadro No 18</b> Costos productivos	<b>78</b>
<b>Cuadro No 19</b> Costos productivos	<b>78</b>
<b>Cuadro No 20</b> Costos productivos	<b>78</b>
<b>Cuadro No 21</b> Costos productivos	<b>79</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico No 1</b>	Encuentro regional de comerciantes	25
<b>Gráfico No 2</b>	Modelo look Nariño	26
<b>Gráfico No 3</b>	Análisis de recolección de información	30
<b>Gráfico No 4</b>	Análisis de recolección de información	30
<b>Gráfico No 5</b>	Análisis de recolección de información	31
<b>Gráfico No 6</b>	Análisis de recolección de información	31
<b>Gráfico No 7</b>	Análisis de recolección de información	32
<b>Gráfico No 8</b>	Análisis de recolección de información	32
<b>Gráfico No 9</b>	Análisis de recolección de información	33
<b>Gráfico No 10</b>	Análisis de recolección de información	32
<b>Gráfico No 11</b>	Propuestas preliminares y resultado	38
<b>Gráfico No 12</b>	Propuestas preliminares y resultado	39
<b>Gráfico No 13</b>	Propuestas preliminares y resultado	40
<b>Gráfico No 14</b>	Propuestas preliminares y resultado	41
<b>Gráfico No 15</b>	Propuestas preliminares y resultado	42
<b>Gráfico No 16</b>	Propuestas preliminares y resultado	43
<b>Gráfico No 17</b>	Propuestas preliminares y resultado	44
<b>Gráfico No 18</b>	Propuestas preliminares y resultado	45
<b>Gráfico No 19</b>	Propuestas preliminares y resultado	46
<b>Gráfico No 20</b>	Propuestas preliminares y resultado	47
<b>Gráfico No 21</b>	Propuestas preliminares y resultado	48
<b>Gráfico No 22</b>	Bocetos finales 1ra colección	49
<b>Gráfico No 23</b>	Bocetos finales 2da colección	51
<b>Gráfico No 24</b>	Bocetos finales 2da colección	52
<b>Gráfico No 25</b>	Representación de modelos en 3d	53
<b>Gráfico No 26</b>	Representación de modelos en 3d	54
<b>Gráfico No 27</b>	Representación de modelos en 3d	55
<b>Gráfico No 28</b>	Representación de modelos en 3d	56
<b>Gráfico No 29</b>	Representación de modelos en 3d	57
<b>Gráfico No 30</b>	Representación de modelos en 3d	58
<b>Gráfico No 31</b>	Representación de modelos en 3d	59
<b>Gráfico No 32</b>	Representación de modelos en 3d	60
<b>Gráfico No 33</b>	Representación de modelos en 3d	61
<b>Gráfico No 34</b>	Representación de modelos en 3d	62
<b>Gráfico No 35</b>	Representación de modelos en 3d	63
<b>Gráfico No 36</b>	Patronaje	75
<b>Gráfico No 37</b>	Patrones	75
<b>Gráfico No 38</b>	Selección de materia prima	77
<b>Gráfico No 39</b>	Corte de materia prima	78
<b>Gráfico No 40</b>	Corte de materia prima	78
<b>Gráfico No 41</b>	Corte de materia prima	79
<b>Gráfico No 42</b>	Manufactura	80
<b>Gráfico No 43</b>	Manufactura	81
<b>Gráfico No 44</b>	Cuchilla acero plata	81
<b>Gráfico No 45</b>	Martillo	



<b>Gráfico No 46</b> Devastadora	<b>82</b>
<b>Gráfico No 47</b> Flujograma de proceso productivo	<b>83</b>
<b>Gráfico No 48</b> Concepto 1ra colección	<b>84</b>
<b>Gráfico No 49</b> Concepto 2da colección	<b>86</b>
<b>Gráfico No 50</b> Rosas	<b>87</b>
<b>Gráfico No 51</b> Mariposas	<b>88</b>
<b>Gráfico No 52</b> Mariposas	<b>89</b>
<b>Gráfico No 53</b> Organigrama	<b>90</b>
<b>Gráfico No 54</b> Puesto de trabajo	<b>93</b>



## LISTA DE ANEXOS

<b>Anexo No 1</b> Encuesta de recolección de información	<b>80</b>
<b>Anexo No 2</b> Cronograma de actividades	<b>81</b>

## INTRODUCCION



Debido a la necesidad del mercado actual se ha visto necesario la intervención del Diseño Industrial dentro de varios campos laborales para poder satisfacer las exigencias del diseño moderno, es por eso que debido a esta exigencia laboral se ha visto la oportunidad de desempeñar y aplicar los conocimientos aprendidos durante 5 años de fundamentación y formación universitaria en una práctica profesional para la empresa WARMY accesorios.

Es factible una intervención debido a que la empresa ha decidido lanzar al mercado colecciones, con el propósito de ampliar y complementar la diversidad de accesorios que esta empresa produce.

En la actualidad es común que en éste oficio, el Diseño Industrial intervenga como una estrategia para lograr un mejor rendimiento y un posterior posicionamiento de las empresas.



## PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Warmy  
accesorios



## I. PRESENTACION DE LA EMPRESA

### I.1 DIRECCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

#### I.1.1 IDENTIFICACION DE LA EMPRESA

WARMY, es una empresa de diseño de accesorios; que lanza al mercado colecciones inspiradas en temas contemporáneos de vanguardia, acertando con la identidad del usuario invitando a este a escoger el accesorio que mas vaya con su personalidad; su razón social es WARMY accesorios y se encuentra ubicada en la calle 19 No.27-54.

#### RESEÑA HISTORICA

WARMY, es una palabra en lengua quechua que significa mujer, WARMY ACCESORIOS, es una joven empresa nariñense donde se elaboran accesorios y complementos de prendas de vestir, que reflejan la personalidad de la mujer, de acuerdo a su edad y estilo con el que se identifica cada una de ellas, ya sea clásico, urbano o étnico. La nueva tendencia de accesorios refleja la pasión por el arte, diseño y color, otorgando un estilo propio en cada producto elaborado.

La idea nace con la experimentación de materiales poco convencionales en el campo de la bisutería. Se empieza elaborando piezas que se quedan en familia, que mas tarde se extendieron entre amigos cercanos popularizándose entre los conocidos hasta tal punto que su innovación la llevo a exponer sus productos a nivel nacional convirtiéndose así en una empresa de gran proyección tanto a nivel nacional como regional.

En el año 2008 abre sus puertas el primer almacén en la ciudad donde la originalidad marcó la diferencia presentando un producto innovador, que hoy en día cuenta con dos puntos de venta.

WARMY, es la fusión entre KAROL PATIÑO diseñadora industrial y OSWALDO ORTEGA diseñador grafico que con sus habilidades y competencias en el diseño y creatividad convierten las ideas en colecciones inspiradas en la vida de las ciudades contemporáneas.

#### I.1.2 MISION

Desarrollar una gestión óptima, que permita posesionar la marca mediante técnicas de mercadeo contribuyendo al reconocimiento de “WARMY ACCESORIOS” en mercados nacionales e internacionales, cumpliendo con las expectativas y necesidades de los clientes actuales y potenciales, ofreciendo productos de excelente calidad y diseño acorde con las tendencias, y las exigencias del mercado



### 1.1.3 VISIÓN

Ser una empresa con alto grado de productividad y comercialización de accesorios, con materias primas de excelente calidad y diseños exclusivos e innovadores. Que integre el talento humano y la industria en pro del mejoramiento económico y beneficio social de la región y del departamento de Nariño.

## 1.1 PROCESOS QUE TIENE LA EMPRESA

La empresa no presenta un proceso de producción definido en cuanto a los productos en cuero, pues se dedica a la compra de artículos ya terminados o elaborados para posteriormente comercializarlos en el almacén. El único proceso definido encontrado en la empresa es el que se dedica a la elaboración de accesorios de bisutería; Cabe destacar que este proceso es netamente artesanal y no se utiliza ningún tipo de maquinaria.

El proceso inicia con el diseño y la selección del material, ya sea fantasía o natural como las semillas, una vez seleccionado este material, comienza la elaboración del accesorio armando cada pieza hasta llegar al artículo diseñado.

### 1.2.1 EQUIPOS DE PRODUCCIÓN NECESARIOS

Para la fabricación de los bolsos, es necesario adquirir una maquina troqueladora para agilizar el proceso de corte; en el siguiente cuadro se mencionaran las herramientas que son necesarias para la fabricación del articulo.

CUADRO No. 1

PROCESO	HERRAMIENTA O MAQUINARIA
CORTE	<ul style="list-style-type: none"><li>• CUCHILLA ACERO PLATA</li><li>• ACRILICO PARA HACER CORTES</li></ul>
CONFECCION	<ul style="list-style-type: none"><li>• MAQUINA PLANA</li><li>• MAQUINA DE CODO</li><li>• DEVASTADORA</li><li>• TROQUEL</li><li>• BROCHA</li><li>• MARTILLO</li><li>• SACABOCADOS</li></ul>



## 1. ASPECTOS GENERALES DE LA PASANTIA

### 2.1. DIAGNOSTICO INICIAL DE WARMY ACCESORIOS

El problema observado dentro de WARMY accesorios tiene que ver con el desarrollo de nuevos productos como la elaboración de: bolsos en los cuales su propietaria ha decidido incursionar creando una nueva línea de accesorios, esto se debe al crecimiento que ha tenido la empresa dentro del mercado, y ha sido tal la necesidad de sus clientes por estos accesorios que esta ha optado por traer productos de otras partes del país, además no cuentan con una colección propia que permita a la empresa brindar alternativas distintas a las que ya se encuentran actualmente en el mercado. Debido a esta situación su propietaria ha decidido que quiere implementar colecciones con los productos ya mencionados anteriormente con el nombre de la empresa como su marca.

Debido a la situación que expone la empresa creo que hay argumentos suficientes como para que haya una adecuada intervención del diseño industrial por medio de la modalidad de práctica profesional (pasantía).

#### 2.1.1 PROPUESTA

Basado en un estudio de mercado realizado anteriormente, la solución a la problemática encontrada en WARMY ACCESORIOS es el diseño de una colección de productos en cuero.

### 2.2 OBJETIVOS


#### 2.2.1 OBJETIVOS GENERALES DE LA PASANTIA

Intervenir en los procesos creativos de diseño y producción, desarrollando productos con innovación, haciendo que los diseños futuros sean aceptados y reconocidos por la clientela.

#### 2.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA PASANTIA

- Desarrollar un estudio de mercado que permita identificar las diferentes necesidades de los clientes, para satisfacer la demanda no satisfecha en los consumidores.

Proponer alternativas de diseño en pro del reconocimiento de la empresa generando diseños que la identifiquen, logrando así que WARMY sea un

- 
- establecimiento que se distinga por sus procesos creativos y su diseño (colecciones)
  - Con el desarrollo de nuevas propuestas lograr cada vez más una mayor promoción de los productos WARMY en el mercado de accesorios.
  - Elaborar diseños innovadores de acuerdo con las últimas tendencias que maneje la empresa.
  - Intervenir en los procesos productivos: desarrollo de patronaje (elaboración, corte de moldes) corrección de muestras y cartas de producción.
  - Análisis y evaluación de las condiciones laborales, y clasificación de los factores de riesgo dentro de WARMY.

### 2.3 JUSTIFICACION

Debido a la aceptación que han tenido en el público los productos de marroquinería que se comercializan en WARMY accesorios, la empresa ha decidido introducir nuevos productos dentro del mercado de accesorios (bolsos), para implementarlos se desarrollaran líneas de acuerdo a las tendencias que maneje la empresa. La elaboración de sus propios diseños será la clave, para que este accesorio tenga éxito en el mercado, además de ser el más importante ya que otras empresas se dedican a la copia de modelos ya existentes, dentro del proceso creativo de la empresa se contribuirá con el diseño, patronaje (elaboración de moldes), y corte de moldes para que posteriormente sean enviados a confección. Posteriormente se contribuirá con el desarrollo de un puesto de trabajo agilizando la elaboración de los accesorios y mejorando las condiciones laborales. Todo este proceso se debe desarrollar dentro de un plazo de 6 meses trabajando tiempo completo que es el tiempo de duración de la práctica profesional.

La meta de esta práctica profesional es lograr la intervención y aceptación de los nuevos productos, mejorando el impacto comercial dentro WARMY ACCESORIOS se espera así que la solución planteada influya en gran medida en la clientela, y de esta forma se espera que WARMY ACCESORIOS sea una empresa pionera en Nariño en el diseño y fabricación de accesorios.





## 2.4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA (Estudio de mercado)

Que es un estudio de mercado?

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis importantes:

### A. 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 o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

### B. Análisis de la competencia

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto.

Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas

### C. Estrategia

Concepto breve pero imprescindible que marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa.

## 2.4.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para poder obtener la muestra se recurrió a herramientas estadísticas, la muestra para el trabajo realizado estuvo determinado por el docente, entonces, la muestra se tomo del universo de 36.490 mujeres comprendidas entre los 14 y 30 años en la ciudad de San Juan de Pasto.

$$\text{Formula: } n = \frac{Z^2 \cdot 1-\alpha/2 \cdot V^2}{e^2}$$

*TAMAÑO DE MUESTRA PARA CONSUMIDORES (mujeres en la ciudad de San Juan de Pasto).*

$Z_{1-\alpha/2}$  = Valor en la tabla de la normal estándar correspondiente a un  $\alpha$  confiabilidad dada



$e^2$  = Error estándar (0.05)  
Nivel de confianza = 95% o 0.95  
 $1 - \alpha$  = confiabilidad = 95%  
 $1 - \alpha = 0.95$   
 $\alpha = 0.05$   
 $\alpha/2 = 0.025$   
 $1 - \alpha/2 = 1 - 0.025$   
 $1 - \alpha/2 = 0.975$   
 $Z_{1-\alpha/2} = Z = 0.975 = 1.96$  valor de la tabla normal estándar

$$n = \frac{Z^2 \cdot 1 - \alpha/2 * V^2}{e^2} = \frac{(1.96)^2 * (0.5)^2}{(0.05)^2} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16$$

Ajustamos el tamaño de la muestra dado que el tamaño de la población es finita con esta fórmula.

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

$$N = 36.490$$

Reemplazamos

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}} = \frac{384}{1 + \frac{384-1}{36.490}} = \frac{384}{1 + 0.010} = \frac{384}{1.01} = 380 \text{ tamaño de muestra a encuestar.}$$

Este tamaño de muestra nos permite generalizar las conclusiones de la muestra a la población con una confiabilidad del 95% y un error de estimación de 0.5.

## 2.5 TECNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

### 2.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Como fuente de información primaria utilizaré la encuesta que se aplicará a los clientes de la empresa WARMY ACCESORIOS, el formato presenta preguntas cerradas que permiten identificar las variables de mayor impacto.

### 2.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Como información secundaria se hará uso de libros, publicaciones impresas, así como revistas y tesis.



# INFORME DE PASANTÍA

Warmy  
accesorios

## I. INFORME DE PASANTÍA

### 3.1 ESTUDIO DE MERCADO APLICADO A LA EMPRESA WARMY ACCESORIOS

#### 3.1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

##### 3.1.1.1 Análisis Entorno Económico

La economía del Departamento de Nariño, está centrada en el sector agrícola con cultivos de papa, cebada y trigo, además de cultivos industriales de palma africana, Ganadería en los altiplanos de los Municipios de Túquerres e Ipiales.

Cultivo de camarón para exportación; explotación y procesamiento de madera, en el litoral Pacífico, se destacan las industrias de alimentos y bebidas, y las artesanías. Por su carácter de zona fronteriza, las ciudades de la región han desarrollado una intensa actividad comercial, cuyo sentido cambia según varíen las condiciones económicas según varíen las condiciones económicas de los dos países.

Paulatinamente, la economía de lo que hoy es el municipio de Belén, fue dependiendo en su mayor porcentaje de la artesanía del cuero a tal punto que en la actualidad la base económica del municipio está representada por esta industria manufacturera. En números concretos se puede decir que la economía del municipio se representa así: 70% Artesanía del cuero, 15% Agricultura, 10% Ganadería, 5% Comercio.

##### 3.1.1.2 Análisis Entorno Sociocultural

Se puede decir que en Colombia la moda es un aspecto social y cultural que influye en la forma de vestir de las mujeres, ya sea porque muchas de ellas se guían por ésta para decidir que atuendos lucir o que estilo de vida llevar, o porque simplemente así no sea la moda un factor fundamental eso es lo que les ofrece el mercado. Así mismo los accesorios tienen diferentes influencias de la moda que permiten que estos se adapten a los diferentes gustos y necesidades de las mujeres.

Pasto es un escenario que muestra claramente lo que se mencionó con anterioridad, vemos poblaciones con diferentes gustos, que se rigen por distintas tendencias culturales, provenientes de la música, de un programa de televisión, de algún artista etc, y todo ello influye en la forma de vestir. Se puede decir que hay infinidad de tendencias que rigen la forma de vestir y de actuar de las personas y en las cuales los accesorios siempre están presentes.

Lo anterior muestra que existe una gran tendencia cultural hacia la compra de los accesorios; en Pasto lugar donde comercializara el producto, se encuentran varias



culturas y tendencias que influyen, en el estilo de vida y forma de vestir de las mujeres, de tal manera que los accesorios cumplen un papel fundamental, toda vez que se ajusten a las necesidades de todos estos tipos de mujeres.

### **3.1.1.3 Análisis Entorno Tecnológico**

Este es uno de los factores más sobresalientes que actualmente determina el destino de las empresas, el entorno de las organizaciones presenta día a día nuevas tecnologías que reemplazan las anteriores; a la vez que crean nuevos mercados y oportunidades de comercialización, los cambios en la tecnología pueden afectar seriamente las clases de productos disponibles en una industria afectando los valores y estilos de vida del consumidor.

De tal manera este entorno hace que los procesos productivos sean cada vez más eficaces, permitiendo la disminución de costos y desarrollando productos cada vez más novedosos, incrementando el nivel de diseño y calidad.

## **3.2 MARKETING MIX**

### **3.2.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO**

- **Bolsos**

Este tipo de accesorios serán diseñados como complemento a los atuendos de las mujeres consumidoras de los productos de la empresa, complementarios también a los diferentes estilos y modelos que se ofrecerán. Estos productos también tienen la característica de exclusividad por cuanto pueden ser diseñados con respecto a las necesidades del cliente.

El producto a desarrollar estará ligado a una serie de requerimientos los cuales van a ser determinados por el público encuestado, factores como: forma, color, material, diseños diferentes a los convencionales se presentaran como resultado de este estudio el cual fue realizado con el fin de satisfacer la opinión del público atendiendo también las condiciones de la empresa. Las características que este producto presentara hacen referencia en cuanto a innovación y calidad, en sus formas y materiales se verá reflejado el resultado analizado, acompañado por las tendencias del mercado haciendo que este producto tenga aceptación desde su lanzamiento hasta su comercialización.



## ANALISIS DE LAS FUNCIONES QUE CUMPLE LOS PRODUCTOS DE WARMY ACCESORIOS CUADRO No. 2

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	CONCEPTO
USO	UTILIDAD	ARTICULO UTILIZADO POR LAS MUJERES PARA LLEVAR ELEMENTOS PERSONALES COMO MAQUILLAJE, DOCUMENTOS, LIBROS, CUADERNOS
	PRACTICIDAD	DE FACIL USO Y TRANSPORTE, AL MOMENTO DE UTILIZARLO
	ERGONOMIA	SE DISEÑA DE ACUERDO A LA UTILIDAD QUE PRESTA PERMITIENDO AL USUARIO LLEVARLO DE FORMA COMODA
	MATERIAL	EL MATERIAL UTILIZADO EN ESTE PRODUCTO ES CUERO Y TELA
	DURABILIDAD	DEBIDO A LA CALIDAD DE SUS MATERIALES ES UN PRODUCTO RESISTENTE A LAS DIFERENTES CONDICIONES AMBIENTALES
CATEGORIA	SUBCATEGORIA	CONCEPTO
ESTETICA	FORMA	LOS PRODUCTOS ESTAN CONCEBIDOS EN BASE A FORMAS PRIMARIAS COMO EL CIRCULO, EL TRIANGULO, EL CUADRADO. LAS CUALES HAN SIDO MODIFICADAS OBTENIENDO UN PRODUCTO DE DISEÑO ATRACTIVO.
	COLOR	LOS COLORES PROPUESTOS SON COLORES FUERTES COMO EL FUCSIA, AMARILLO, VIOLETA, Y COLORES TRADICIONALES COMO EL ROJO, CAFÉ, NEGRO Y BLANCO.
	SIMETRIA	TODOS LOS ARTICULOS DISEÑADOS POSEEN UNA SIMETRIA AXIAL EN CUANTO A SU FORMA SE REFIERE.
	CONFIGURACION	MANEJA UNA CONFIGURACION DE BOLSILLOS DE LA SIGUIENTE MANERA: UN BOLSILLO EN LA PARTE INTERNA DEL PRODUCTO. UN BOLSILLO EN LA PARTE POSTERIOR DEL ARTICULO. UN BOLSILLO GRANDE QUE ES EL COMPARTIMIENTO PRINCIPAL
SIMBOLICA	CONNOTACION	PRODUCTO CON DISEÑO INNOVADOR, JUVENIL Y ACTUAL.

### 3.2.2 ANALISIS DE PRECIO

WARMY Accesorios teniendo en cuenta la recesión económica actual existente en la región, venderá sus productos a un precio moderado que puede estar por debajo o en el mismo rango que el de sus competidores, de esa forma podrá penetrar en el mercado, compitiendo con empresas que ya son reconocidas; vale la pena aclarar que ese precio será definido teniendo en cuenta el segmento del mercado al que se dirige la empresa, y que no puede ser tan bajo debido a sus atributos como diseño, calidad, y materias primas, lo cual incrementa con el fin de penetrar en el mercado con un precio competitivo, es indispensable tecnificar algunos procesos de la mano de obra, así en cuanto a los procesos productivos, no todo se puede realizar de manera artesanal, sino que se debe adquirir maquinaria que permita incrementar la productividad reduciendo costos.

En este aspecto son también importantes los proveedores de la materia prima, especialmente los de cueros (materia prima con la que inicia operaciones la empresa), con el fin de comprarlos a un precio que permita la competitividad dentro del mercado.

### 3.2.3 PROMOCION O PUBLICIDAD

La estrategia y medio de publicidad que emplea WARMY es la pasarela, desfiles en los cuales se hace los lanzamientos de las nuevas colecciones diseñadas,



estos eventos constan de modelos que exhiben los productos de manera individual, de esta forma el público tiene una percepción detallada del elemento diseñado. También se hace publicidad radial de esta manera se promueve la nueva colección que se encuentra en el mercado. En Pasto se realizaron eventos en los se ha solicitado la participación deWARMY.

Eventos:

*Gráfico 1: Encuentro regional de comerciantes*



*WARMY accesorios es telonero de Adriana Santacruz.*





Gráfico 2: Modelo Look Nariño 2010

*WARMY accesorios encabeza el desfile siguiendo el mismo procedimiento de exhibición y promoción.*







WARMY accesorios, tiene pensado en ampliar su gama de publicidad creando una página web con información de la empresa, imágenes de los principales productos, aspectos de moda y tendencias, e información de la empresa.

### 3.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los Canales de Distribución son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor final. Las decisiones sobre el Canal de distribución o Comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de Mercadotecnia.

La capacidad con la que cuenta la empresa WARMY accesorios para poder llevar el producto al cliente estará determinada por la implantación de un canal “**DIRECTO**” de distribución.



Se identifica este canal, el cual se hace necesario implementarlo debido a que WARMY accesorios tendrá como prioridad el contacto directo con el cliente, de tal forma que se recepcione con mayor rapidez las necesidades del mismo, en este sentido se presentan ciertas ventajas como:

- Alto control del producto
- Alto contacto con el cliente
- Bajos costos en la distribución ya que el canal es directo
- Tiempo de entrega
- Bajos precios del producto
- Evita intermediarios asegurando la eficiencia
- Mayor satisfacción del cliente

*Proyección futura como medio de distribución:*

**VENTA DIRECTA POR MEDIO DE PAGINA WEB:** A corto plazo, la empresa tendrá su propia página web donde maneje una plataforma de ventas de productos por internet, llamada tienda virtual, que es un espacio en la web donde se encuentra información de la empresa, imágenes de algunos productos y otra información de interés como temas de moda y accesorio del mes, entre otros; por medio de la cual se pueden vender los productos, con una forma de pago contra entrega, es decir el cliente hace su pedido, se le lleva al lugar donde indique y al momento de la entrega lo puede pagar, también, si el cliente lo desea puede recoger el producto en la tienda física de la empresa.



### 3.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

#### 3.4.1 COMPETENCIA DIRECTA

Como competencia directa se puede determinar a todos aquellos almacenes que fabrican y comercializan artículo en cuero, sin embargo, los materiales, el nivel de calidad, poca variedad de modelos, hacen que el impacto no se muy representativo, además, porque el factor “economía” puede presentar un comportamiento de variabilidad debido a los criterios al momento de realizar las compras, si bien, algunos clientes a la hora comprar se dejan llevar por los precios bajos o mayor economía como lo suelen llamar, también son exigentes a la hora de comprar y determinar llevar un producto con calidad e innovación ya que los diseños son exclusivos de WARMY accesorios y es así como su principal estrategia de venta “los diseños y la calidad” representa una excelente alternativa para sus clientes.

#### 3.4.2 COMPETENCIA INDIRECTA

En la competencia indirecta se encuentran aquellos productos que son sustituyentes del nuestro, para el caso, los artículos que se fabrican en un material diferente al cuero, como por ejemplo la lona, cuero sintético, tela, y otros materiales potenciales para fabricar bolsos o cualquier producto semejante que pueda reemplazar a los productos que ofrece WARMY accesorios

### 3.5 ANÁLISIS FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

#### • DIAGNOSTICO DE WARMY ACCESORIOS

CUADRO No. 3

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Se tiene un importante grado de desarrollo de producto con alto contenido de diseño y calidad.</li><li>• Innovación a través de sus formas.</li><li>• Calidad en sus materiales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competir con varias empresas en el mercado que ofrecen productos similares o con atributos parecidos, además algunas de estas ya tienen reconocimiento en el mercado</li><li>• El Producto de Warmy es nuevo en el mercado, por lo tanto no tiene reconocimiento.</li></ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• A futuro se tiene la posibilidad de seguir desarrollando nuevos productos según la necesidad de los clientes.</li><li>• Al contar con profesionales como diseñadores industriales y un diseñador gráfico se puede desarrollar productos con un interesante nivel de innovación.</li><li>• Participación en eventos comerciales donde se pueda brindar una excelente vitrina comercial.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entrada de nuevos competidores</li><li>• Empresas que tienen posicionamiento en el mercado.</li></ul>



### 3.5.1 MATRIZ DOFA CUADRO No.4

ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar una comunicación efectiva a través de los diferentes medios y productos que ofrece la empresa.</li> <li>• Lograr el posicionamiento del producto entre los consumidores usando como fortaleza la calidad de los mismos.</li> <li>• Explotar el conocimiento profesional en beneficio del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una estrategia sólida para la penetración en el mercado es el manejo de precios cómodos para los clientes.</li> <li>• Utilizar como vitrina de los productos aquellos eventos en los que la empresa WARMY accesorios es invitado.</li> </ul>
ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar el reconocimiento del mercado por medio de los productos y las estrategias de comunicación para buscar ser líderes y fidelizar a los clientes.</li> <li>• Utilizar el factor innovación para así obtener una ventaja competitiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar el reconocimiento del mercado por medio del producto y las estrategias de mercadeo.</li> <li>• Resaltar las cualidades del producto, para estar a la altura de los demás almacenes.</li> </ul>

### 3.6 APLICACIÓN DEL FORMATO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La recolección de información se realizó para identificar las necesidades del producto a desarrollar, para que posteriormente se puedan analizar factores como las fortalezas y debilidades que permitirán que el producto terminado satisfaga las necesidades más sentidas. Para esta recopilación de información se utilizaron instrumentos de investigación como lo son las encuestas y la matriz (D.O.F.A).

**Encuesta:** este instrumento nos permite conocer las necesidades o inquietudes que el cliente tiene con respecto al producto por medio de una serie de preguntas específicas.

**Matriz (D.O.F.A):** es una herramienta analítica que nos permite identificar, evaluar y solucionar cada uno de los problemas que presenta el producto a desarrollar.

Dentro de este punto se analizarán dos aspectos que son:

Internos: En donde se verán las fortalezas y debilidades del producto.

Externos: Aquí se observarán las oportunidades y amenazas dentro del mercado



### 3.6.1 ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

Después de haber recopilado la información con los clientes, los datos obtenidos se analizaron con el fin de identificar los factores que más riesgo representan para el producto.

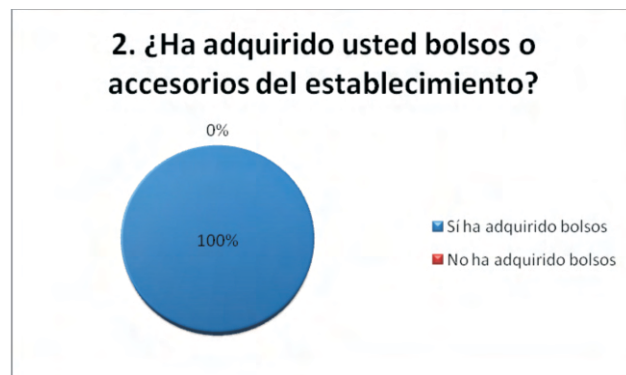
#### ANÁLISIS DE LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Grafico No 3



En esta gráfica podemos apreciar que el 61% de la clientela encuestada está de acuerdo en la forma de atención que presta el personal de la empresa.

Grafico no 4



Se puede apreciar en la gráfica que el 100% de las encuestadas ha adquirido bolsos o accesorios del almacén, con esto se demuestra la gran demanda que WARMY tiene en el mercado y el reconocimiento que este almacén posee actualmente.



### 3. ¿Qué factor cree usted que es el más importante para la compra de un bolso?

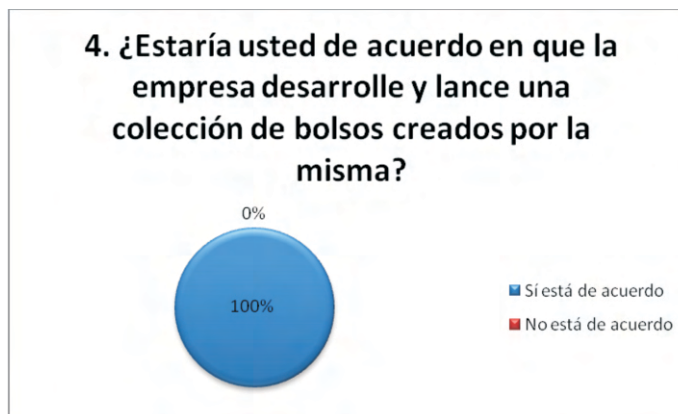
Gráfico no 5



Con la información obtenida por medio de este gráfico, se puede determinar que el factor Diseño, es muy importante para el cliente al momento de elegir un accesorio, siendo este el 44%, así mismo se puede ver que el precio es un factor que no influye tanto en la decisión de compra.

### 4. ¿Estaría usted de acuerdo en que la empresa desarrolle y lance una colección de bolsos creados por la misma?

Gráfico No 6



El 100% de las mujeres encuestadas están de acuerdo con que se lance una colección de bolsos desarrollada por la misma empresa; demostrando así el interés que el cliente tiene por conocer la nueva propuesta de WARMY accesorios.

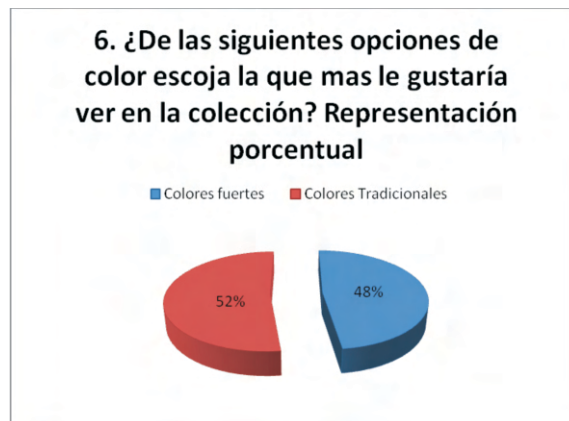


Gráfico No 7



De la anterior gráfica podemos apreciar que el 70% se inclina por el cuero como material preferido para desarrollar la colección haciendo que este sea un factor influyente al momento de compra por parte de las encuestadas.

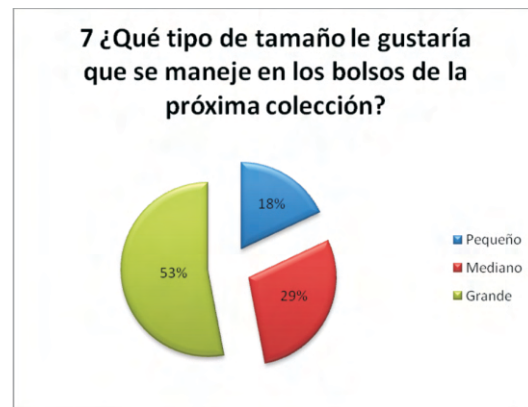
Gráfico No 8



De esta gráfica podemos concluir que el 52% de las encuestadas se inclinan por los colores tradicionales como el rojo, blanco, negro, etc. Mientras que el 48% se inclinan por los colores fuertes como el amarillo, fucsia, violeta, etc. Con lo que se puede concluir que es factible presentar una colección con colores fuertes y otra con colores tradicionales.

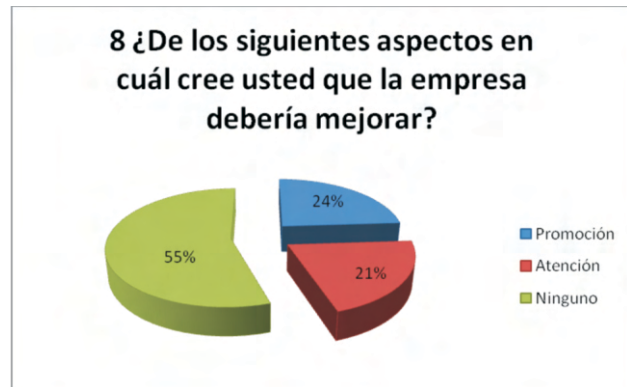


Gráfico No 9



Los resultados de esta gráfico nos permiten analizar que el tamaño de bolsos con mayor preferencia por las mujeres es de tamaño grande, seguido del tamaño mediano y por ultimo el tamaño pequeño, con esto se puede concluir que la empresa desarrollara los tamaños que mayor porcentaje hayan tenido en la encuesta.

Gráfico No 10



En el anterior gráfico se analiza dos aspectos como la promoción y la atención, se determina que el 55% de los clientes encuestados esta de acuerdo en que no se debe hacer mejoras en cuanto a ninguno de los aspectos mencionados, en cuanto a la promoción el 24% dice que debe mejorar y el 21% dice que la atención debe mejorar, concluyendo que hay una buena promoción y atención pero que se puede mejorar.



## DISEÑO DE LA COLECCIÓN

Warmy  
accesorios



## I. DISEÑO DE LA COLECCIÓN (metodología)

**4.1 PROCESO DE DISEÑO:** Para realizar el proceso de diseño, se tuvo en cuenta tres fases:

- **Fase analítica:** En esta fase se inicia el proceso de investigación a través del formato de recolección de información, con el fin de identificar las necesidades de los clientes.
- **Fase creativa:** Basados en la información recolectada se procede a realizar la proyección a través del **proceso de diseño**.
- **Fase productiva:** Una vez se tiene el esquema de diseño se procede a la etapa de desarrollo, denominado **proceso de producción**, que es en donde el bolso pasa del dibujo a la realidad. Una vez listo todas las partes del bolso, son posteriormente llevadas a la sección de costura para su confección. Vale la pena aclarar, que la empresa Warmy realiza outsourcing con la etapa de producción, es decir, que contrata la mano de obra especializada y cuyo proceso no esta ligado a la empresa, pero que así la empresa los subcontrate, Warmy vigila cada detalle de la producción para asegurar un producto de excelente calidad.

### 4.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO (fase creativa)

- **investigación del usuario:** Se realiza para obtener información del cliente para saber sus gustos y preferencias.
- **Análisis de resultados:** Basado en la anterior información se hace un análisis para determinar los factores que mas le gustan al cliente y de esta forma poder proyectarlo en el producto.
- **Determinantes:** en esta etapa se establecen los criterios mas importantes los cuales van a ir en cada bolso diseñado, los cuales brindaran el acabado y el aspecto final del producto. Estas son:

Forma  
Color  
material

**Bocetacion:** En esta fase es donde se comienza a dar forma a la idea a representar, se empieza con un bosquejo donde se determina las especificaciones del producto, como por ejemplo su forma, medidas costuras, cremallera, etc, hasta lograr un diseño concreto el cual una vez



- terminado y aceptado, se le presentara al marroquinero para que haga lo que se ha propuesto en el boceto.

**PROPUESTAS PRELIMINARES Y RESULTADO  
GRÁFICO No 11**

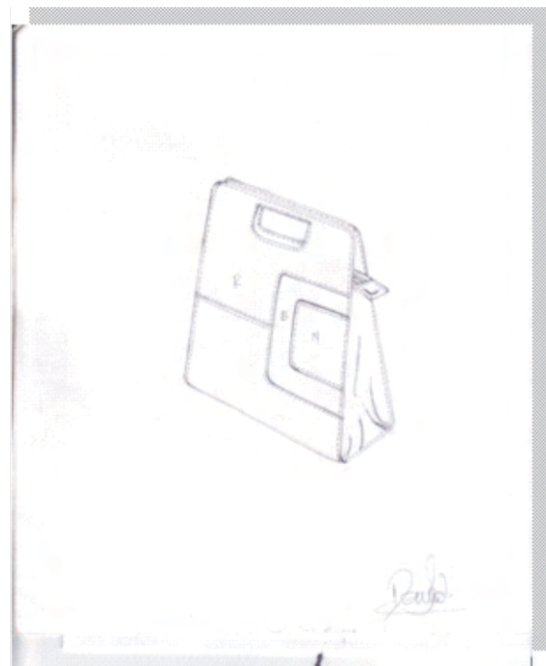
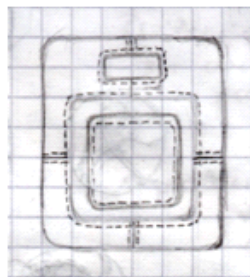
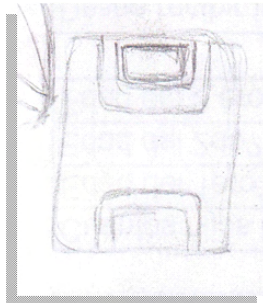
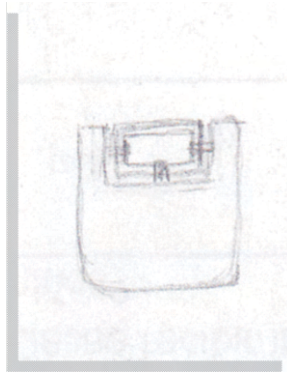




GRÁFICO No 12

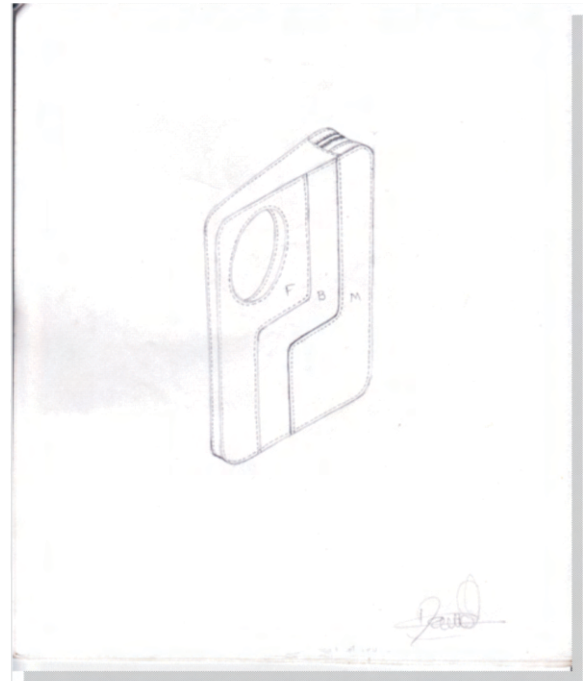




GRÁFICO No 13

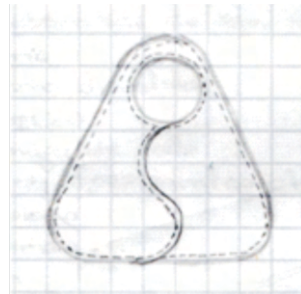
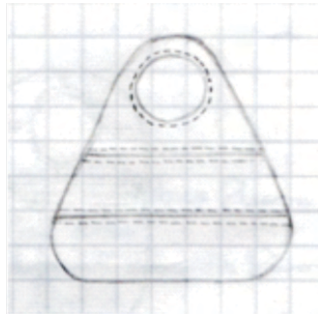
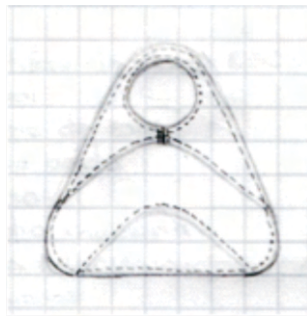
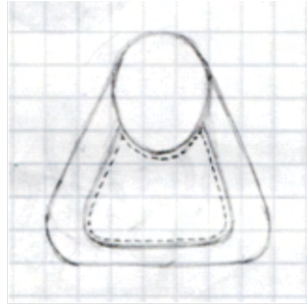




GRÁFICO No 14

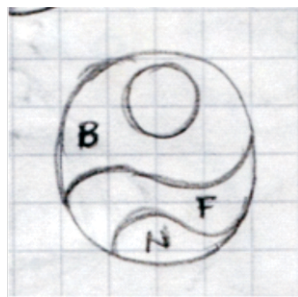
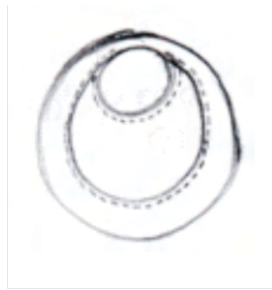
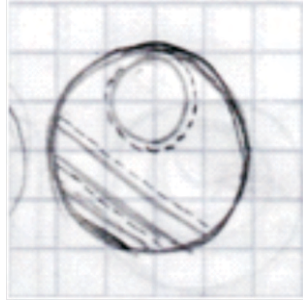






GRÁFICO No 15

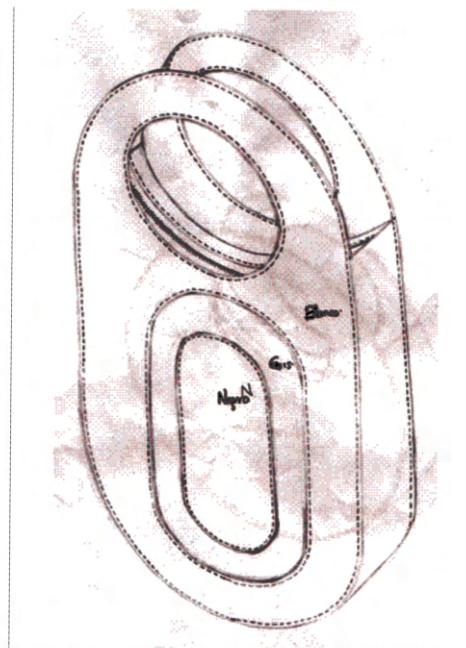
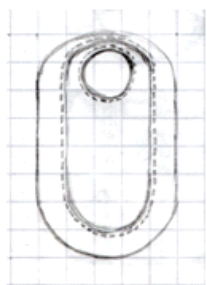
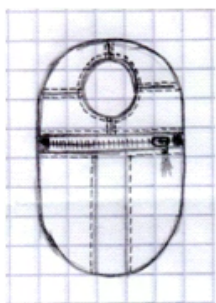
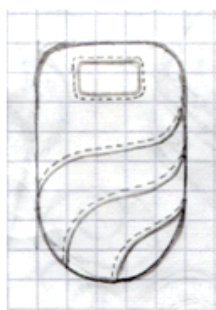
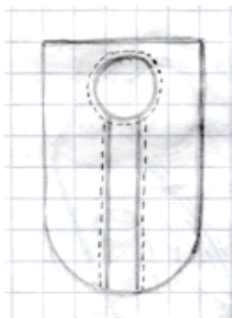




GRÁFICO No 16

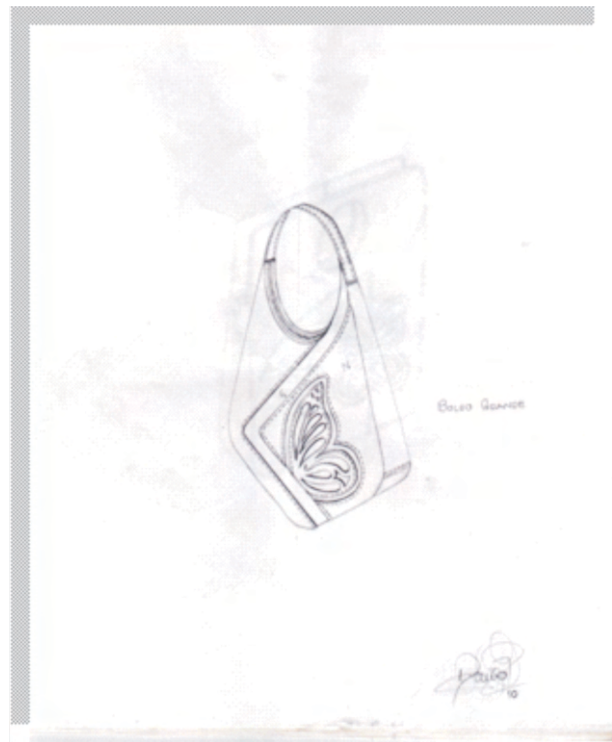
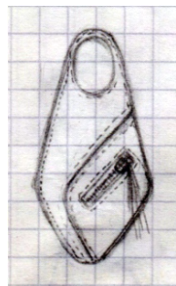




GRÁFICO No 17

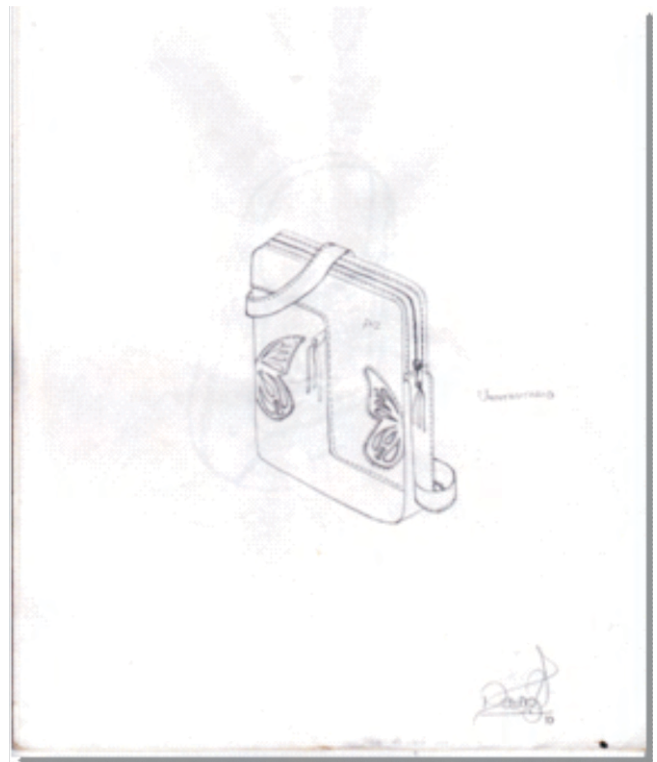
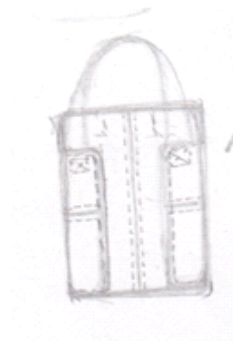






GRÁFICO No 18

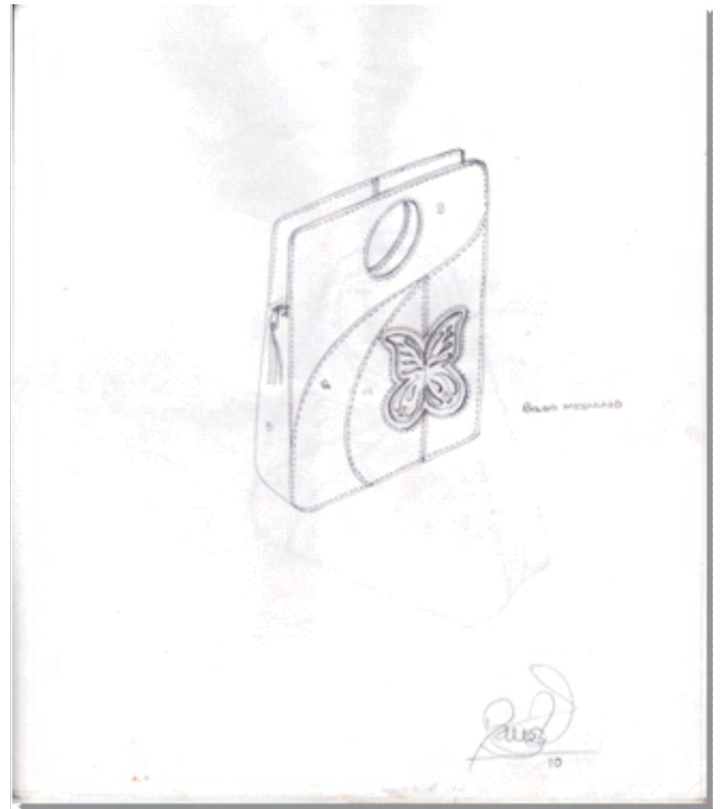
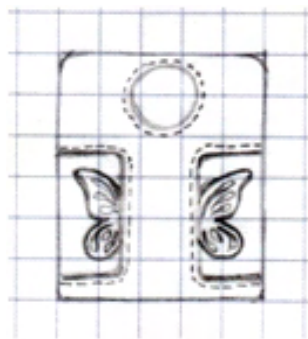
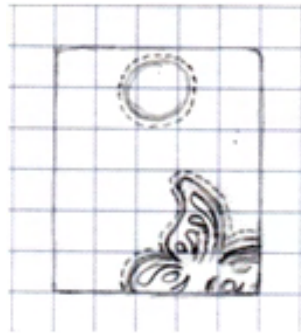
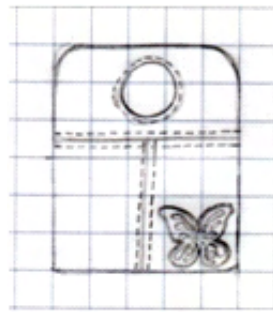
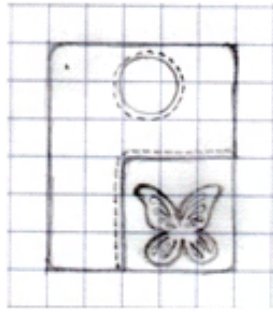




GRÁFICO No 19

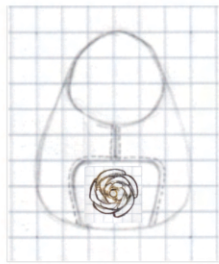
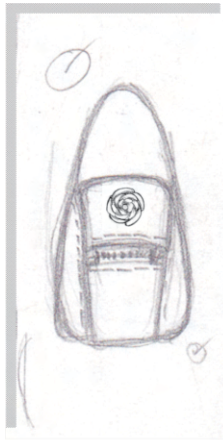




GRÁFICO No 20

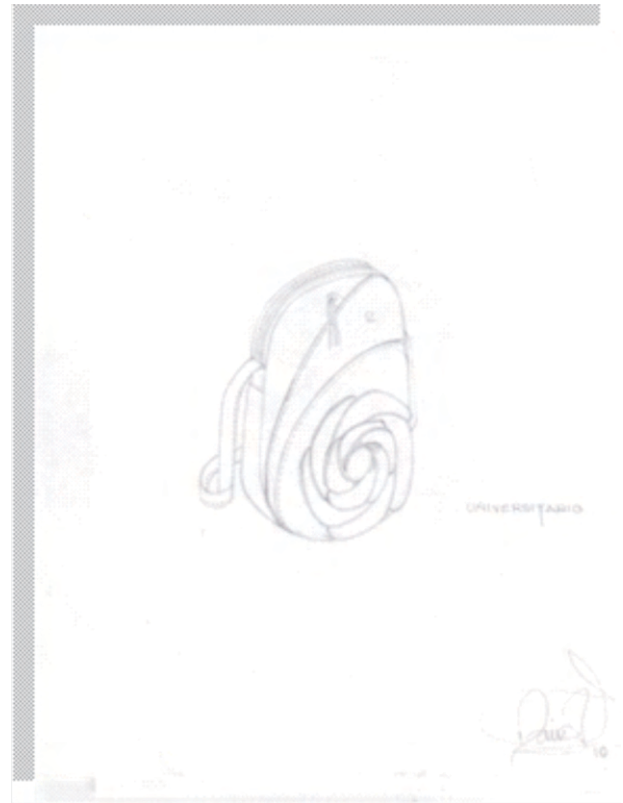
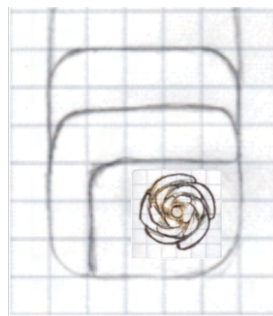
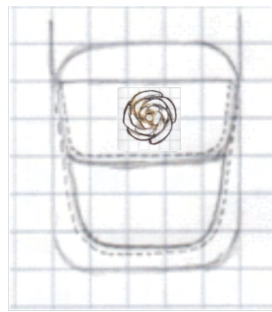
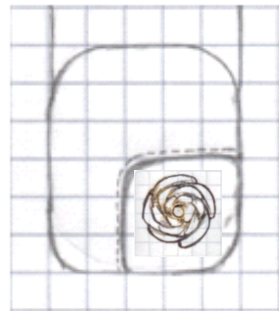
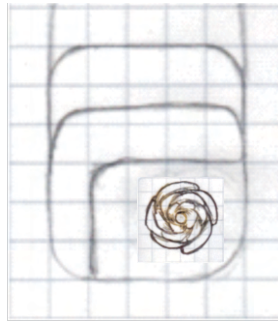
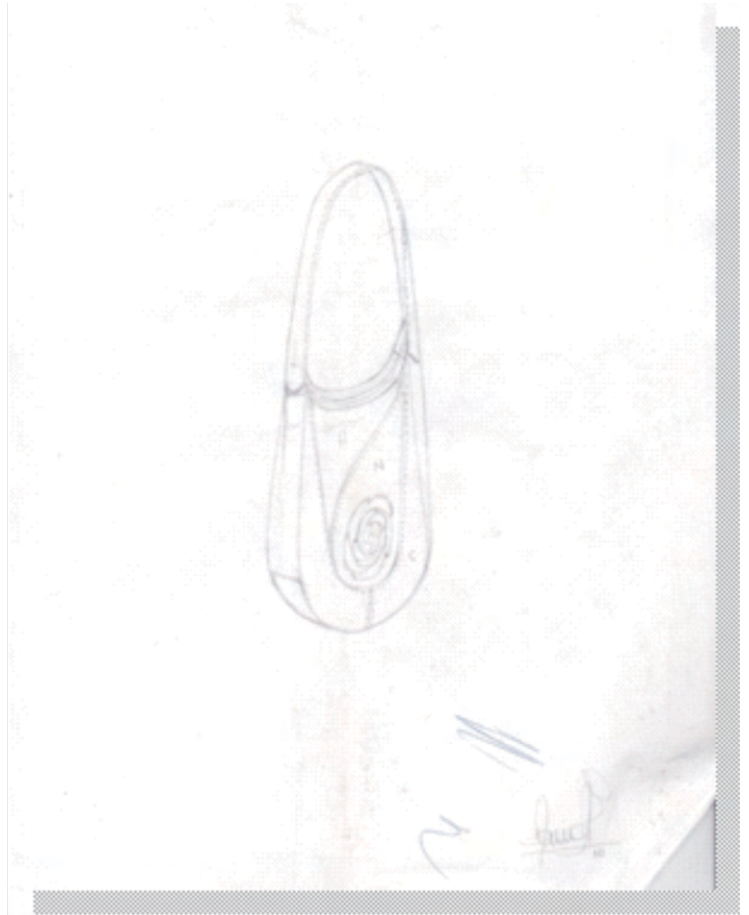
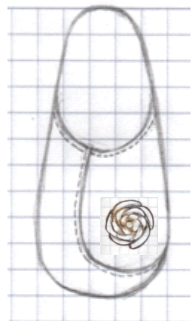
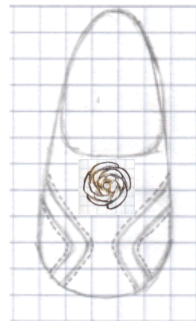
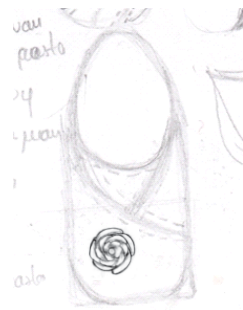




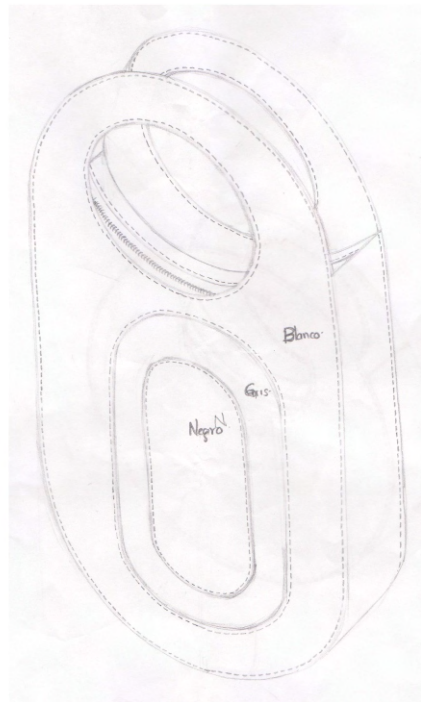
GRÁFICO No 21





- Bocetos finales I ra colección  
Grafico No 22









Bocetos finales 2da colección  
Grafico No 23

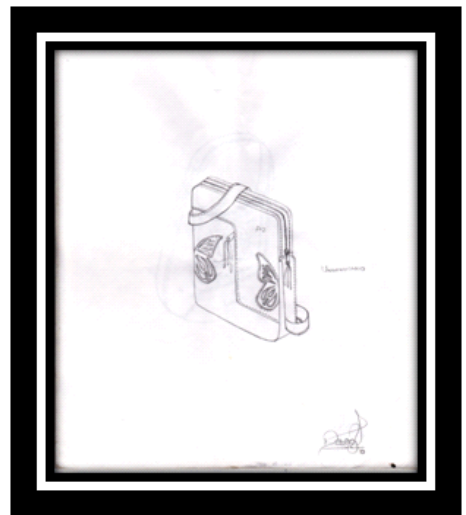
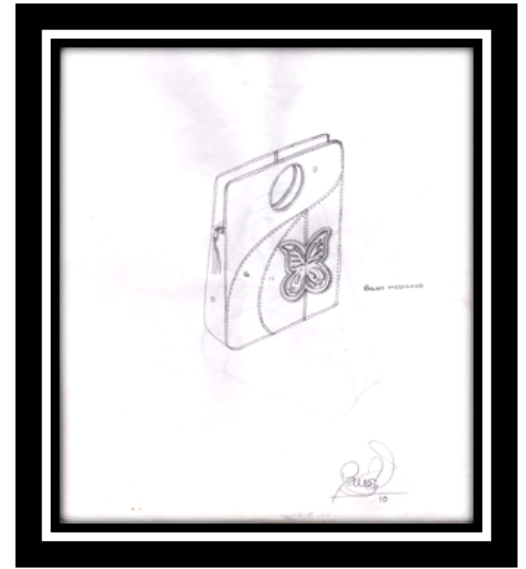
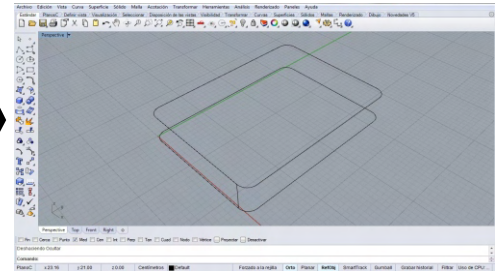
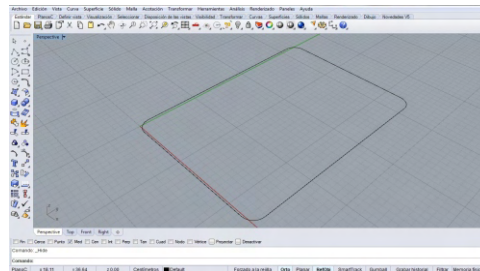


Gráfico No 24



- **Representación de modelos en 3d:** En esta fase es donde se presenta las propuestas en tercera dimensión, haciendo una proyección de los modelos, asemejandolos lo mas posible a la realidad.





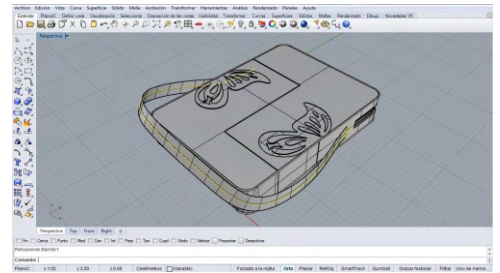
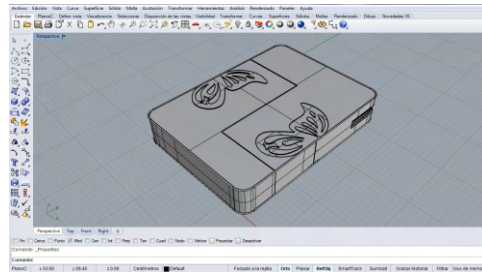
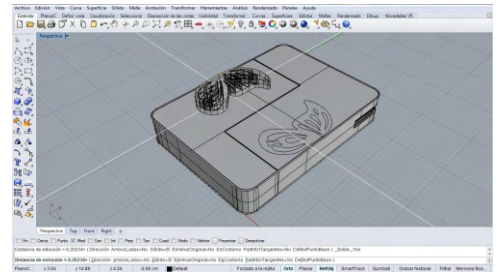
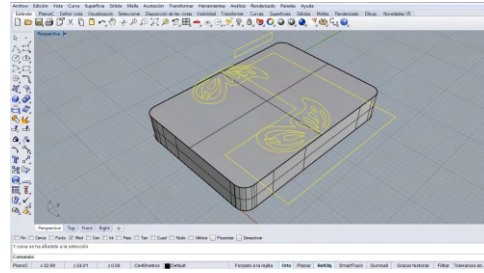


Grafico No 25



Modelo terminado

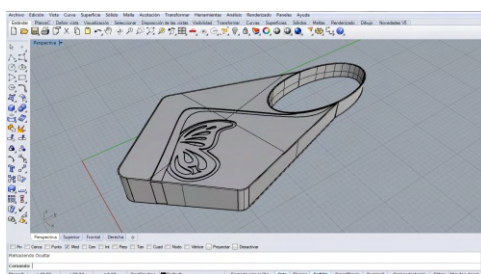
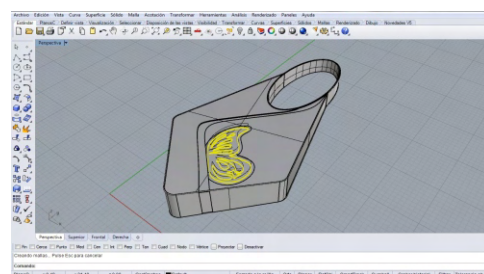
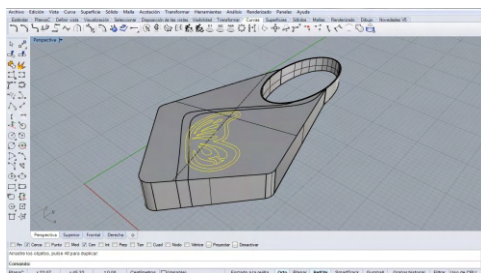
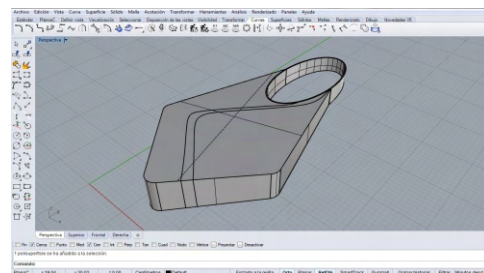
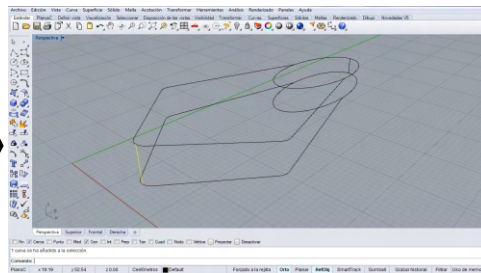
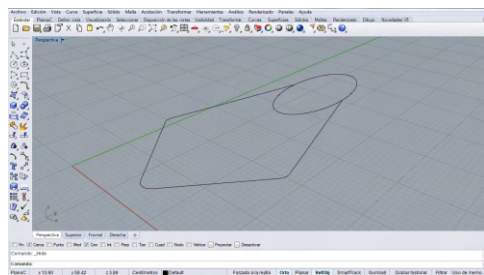


Gráfico No 26



Modelo terminado



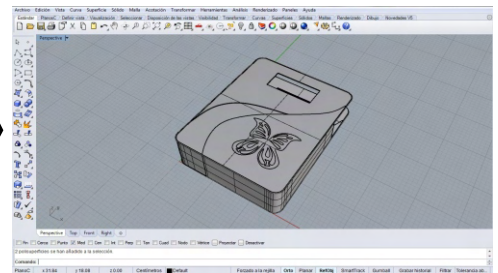
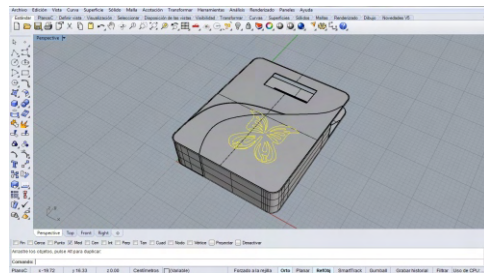
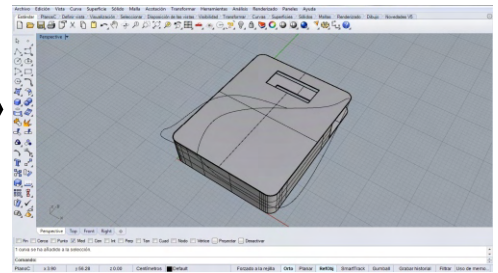
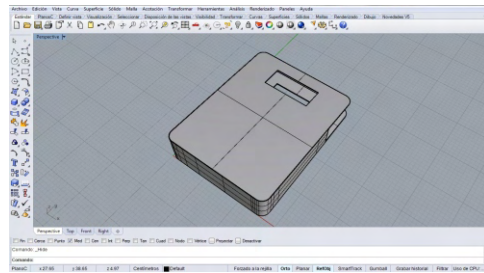
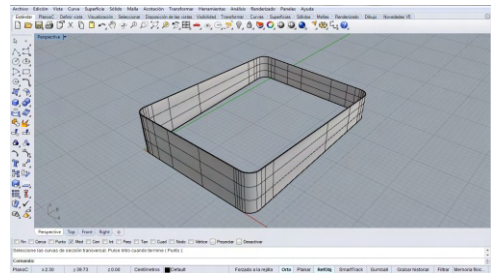
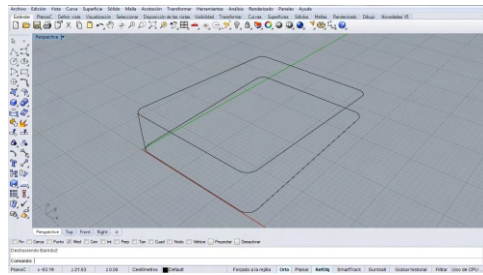


Gráfico No 27



Modelo terminado

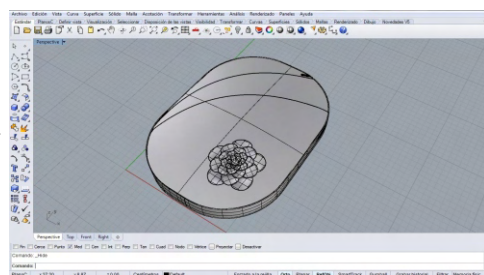
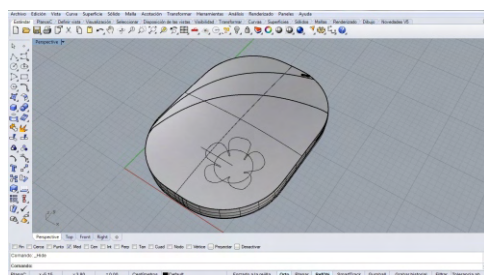
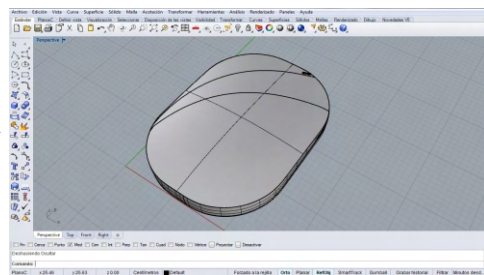
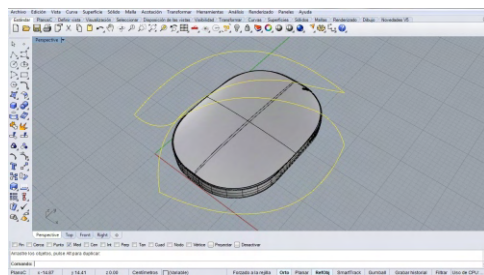
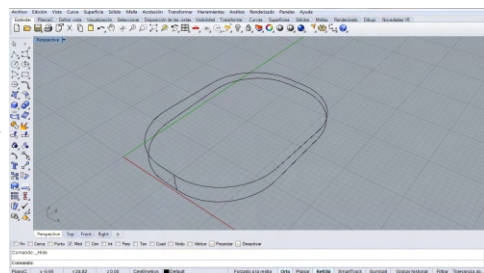
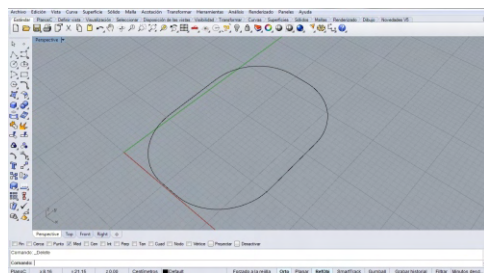


Gráfico No 28



Modelo terminado



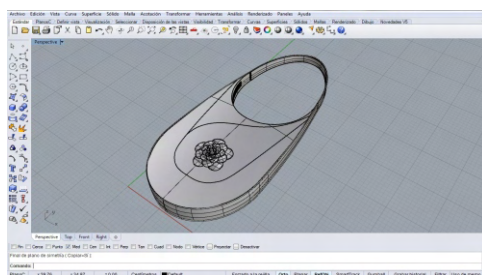
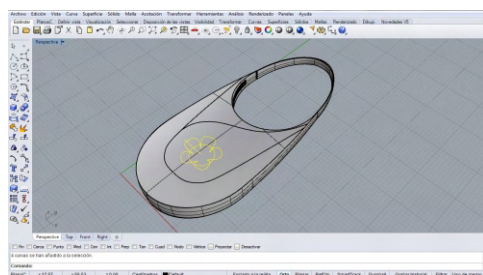
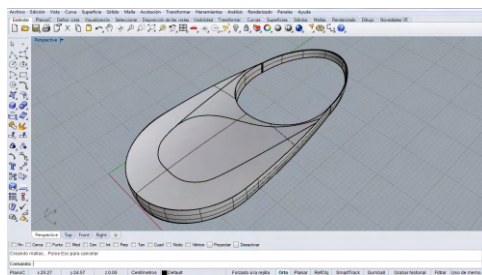
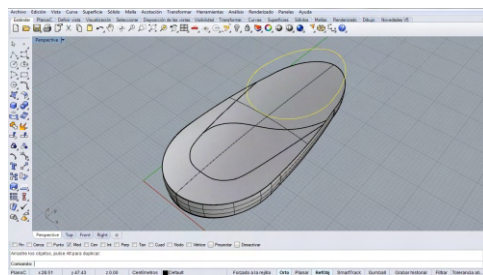
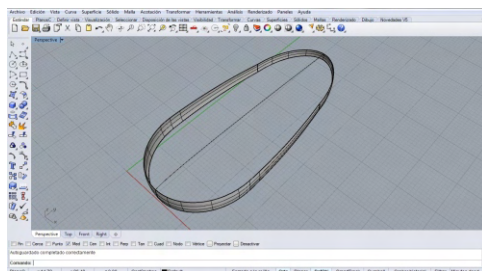
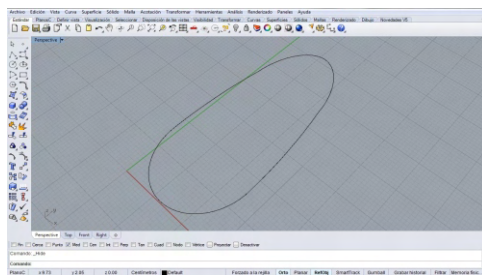


Gráfico No 29



Modelo terminado

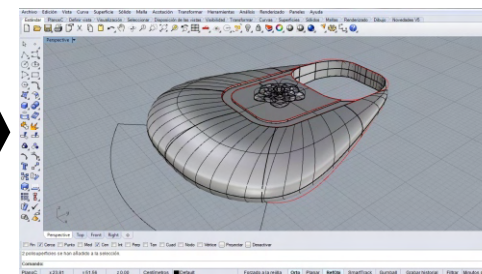
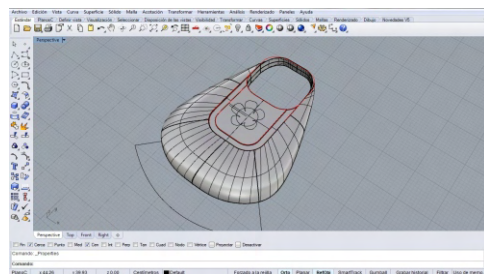
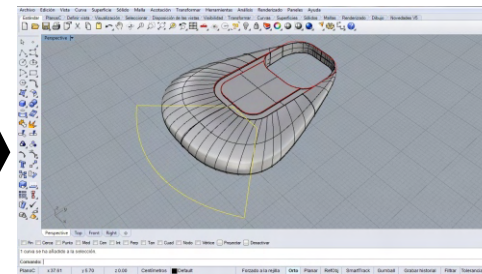
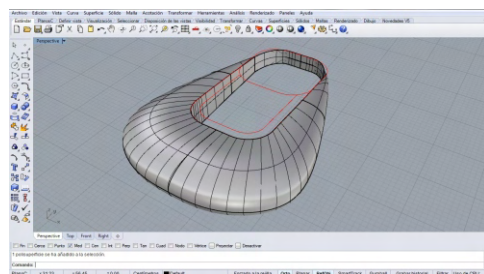
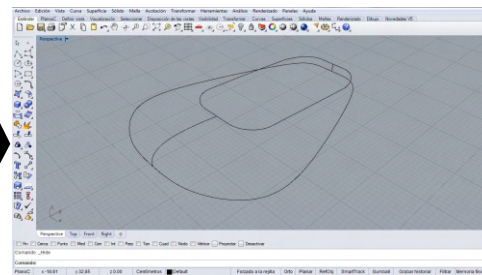
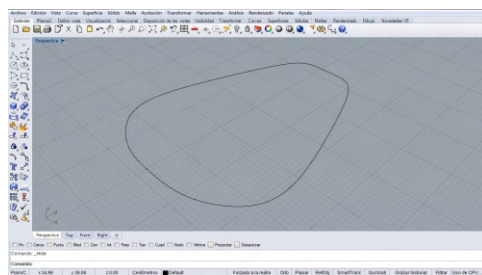


Gráfico No 30



Modelo terminado



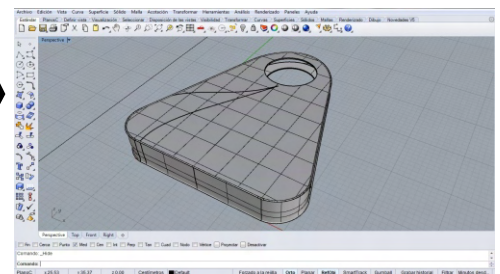
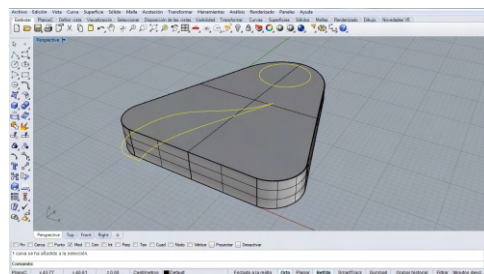
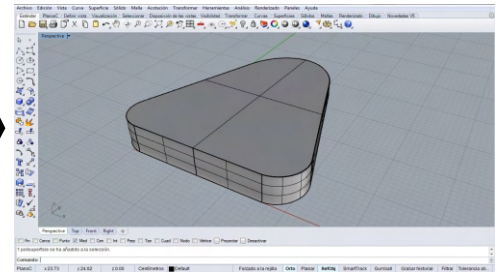
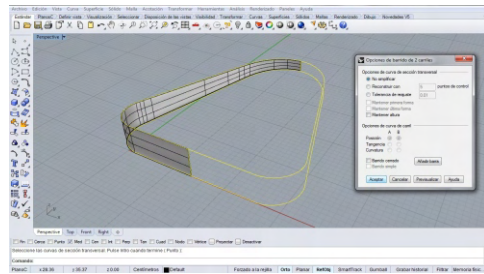
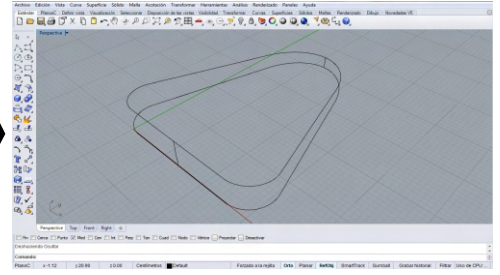
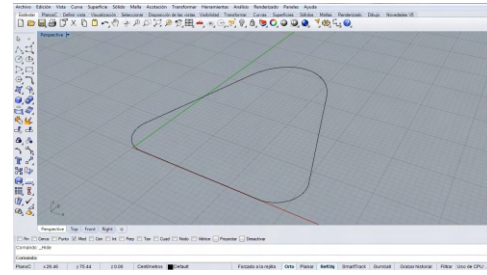


Gráfico No 31



Modelo terminado

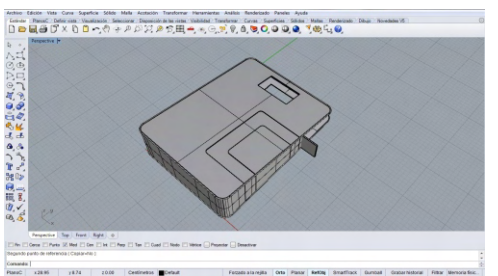
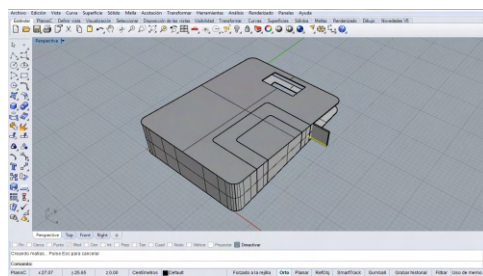
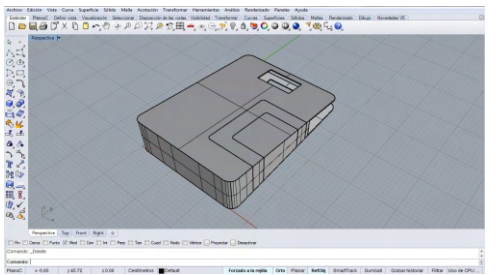
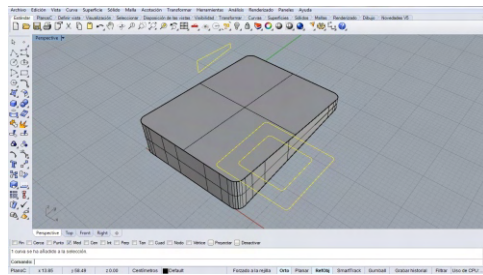
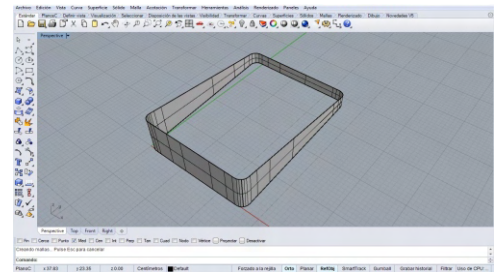
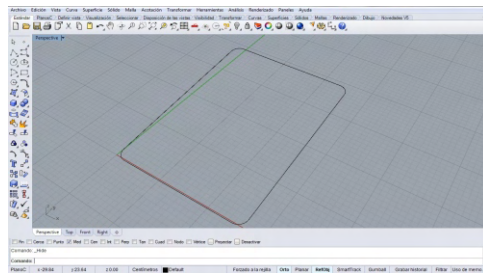
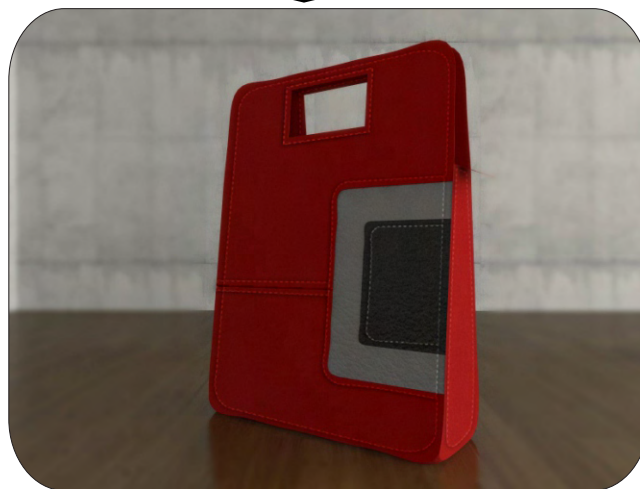


Gráfico No 32



Modelo terminado



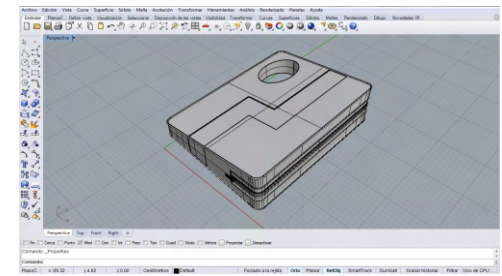
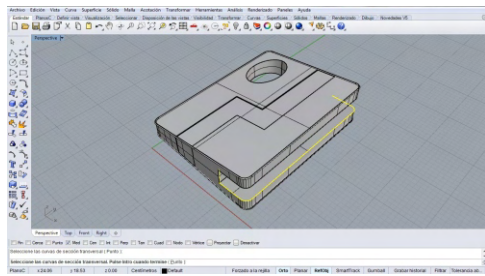
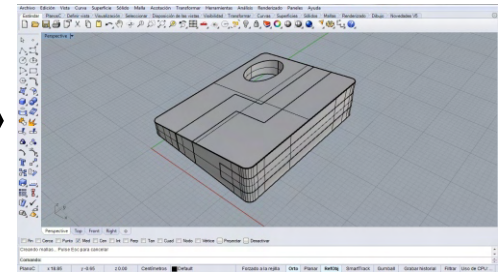
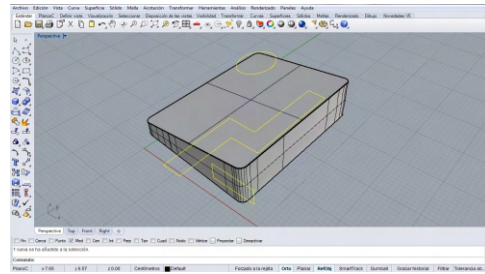
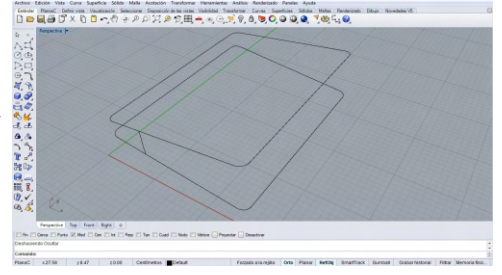
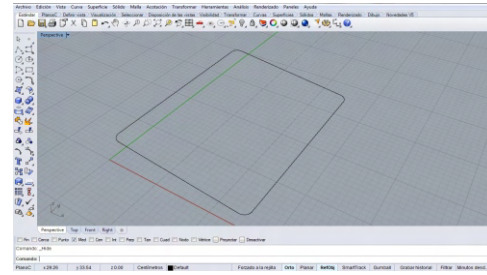


Gráfico No 33



Modelo terminado

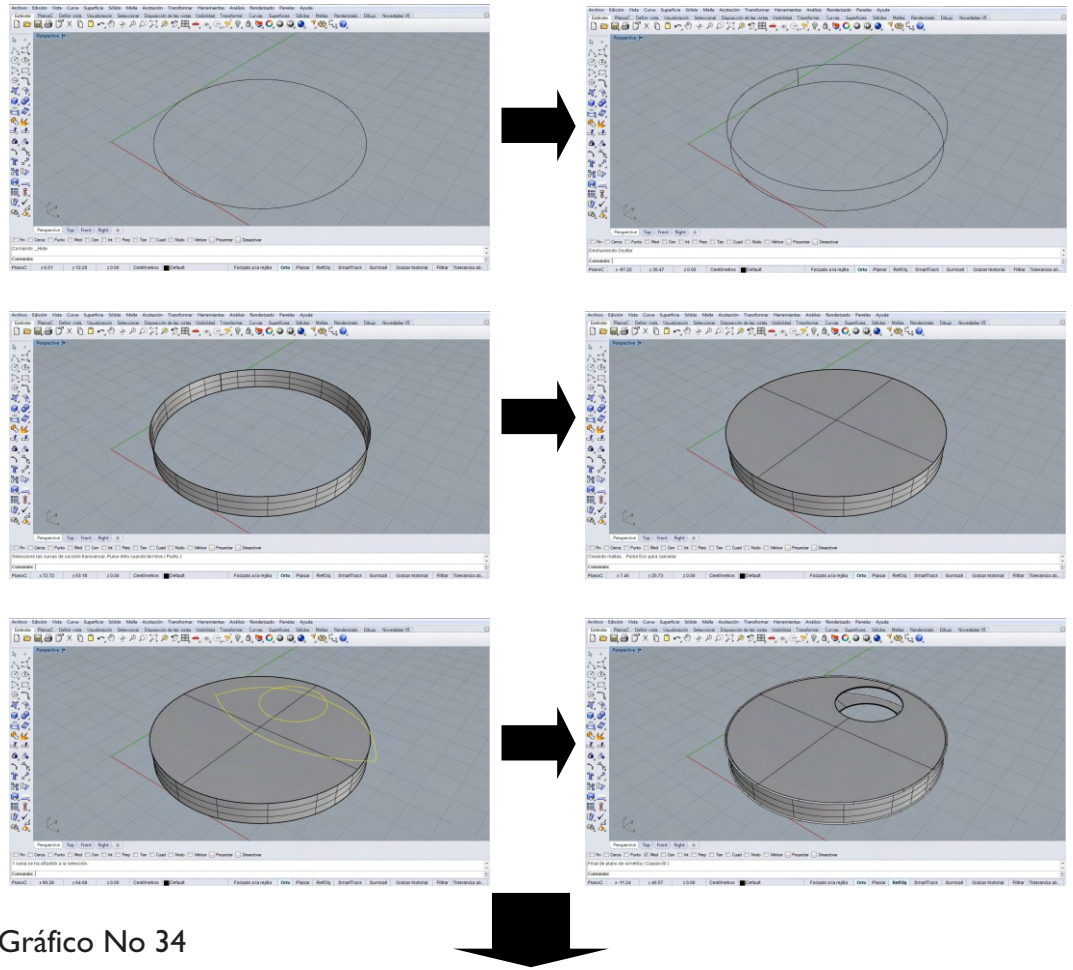


Gráfico No 34



Modelo terminado



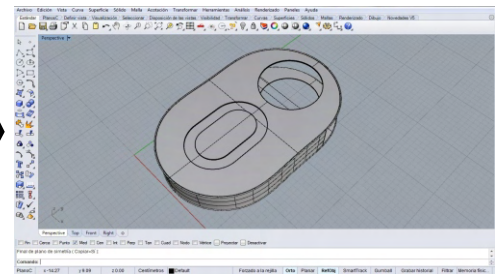
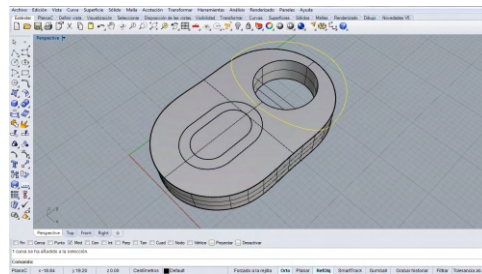
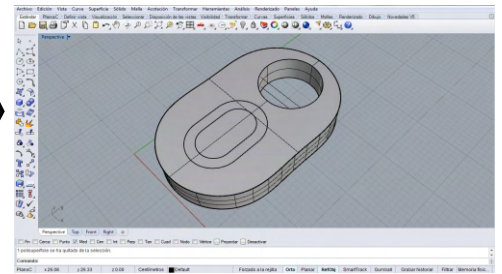
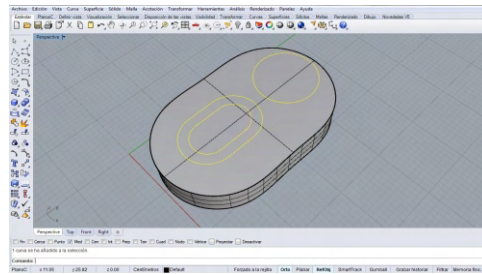
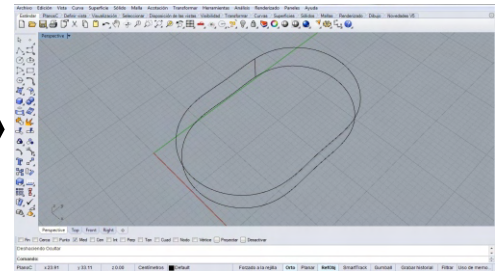
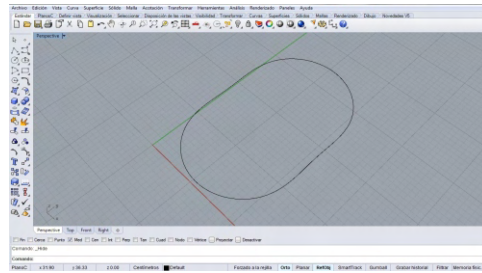
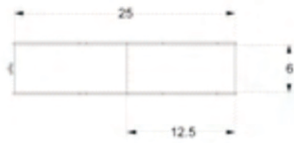


Gráfico No 35

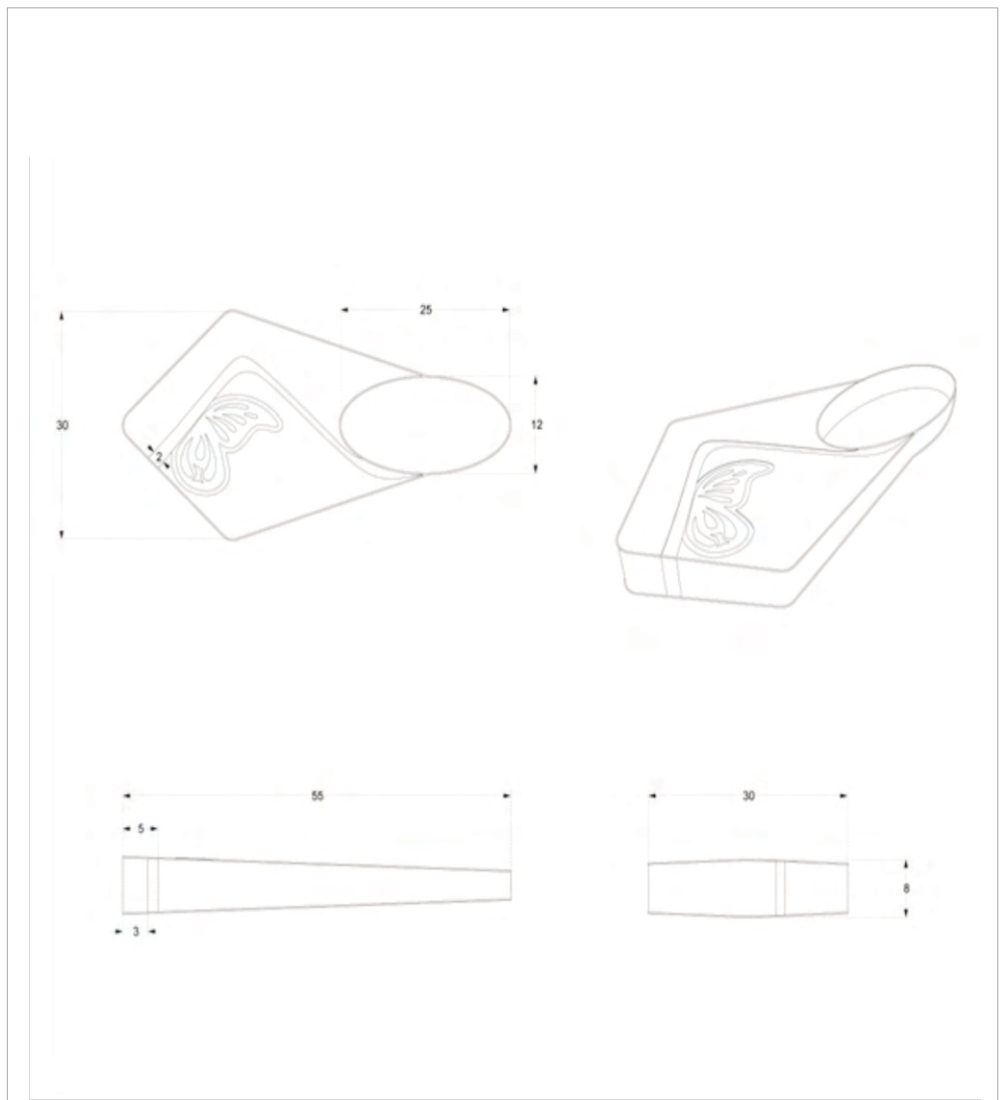


Modelo terminado

Planos técnicos



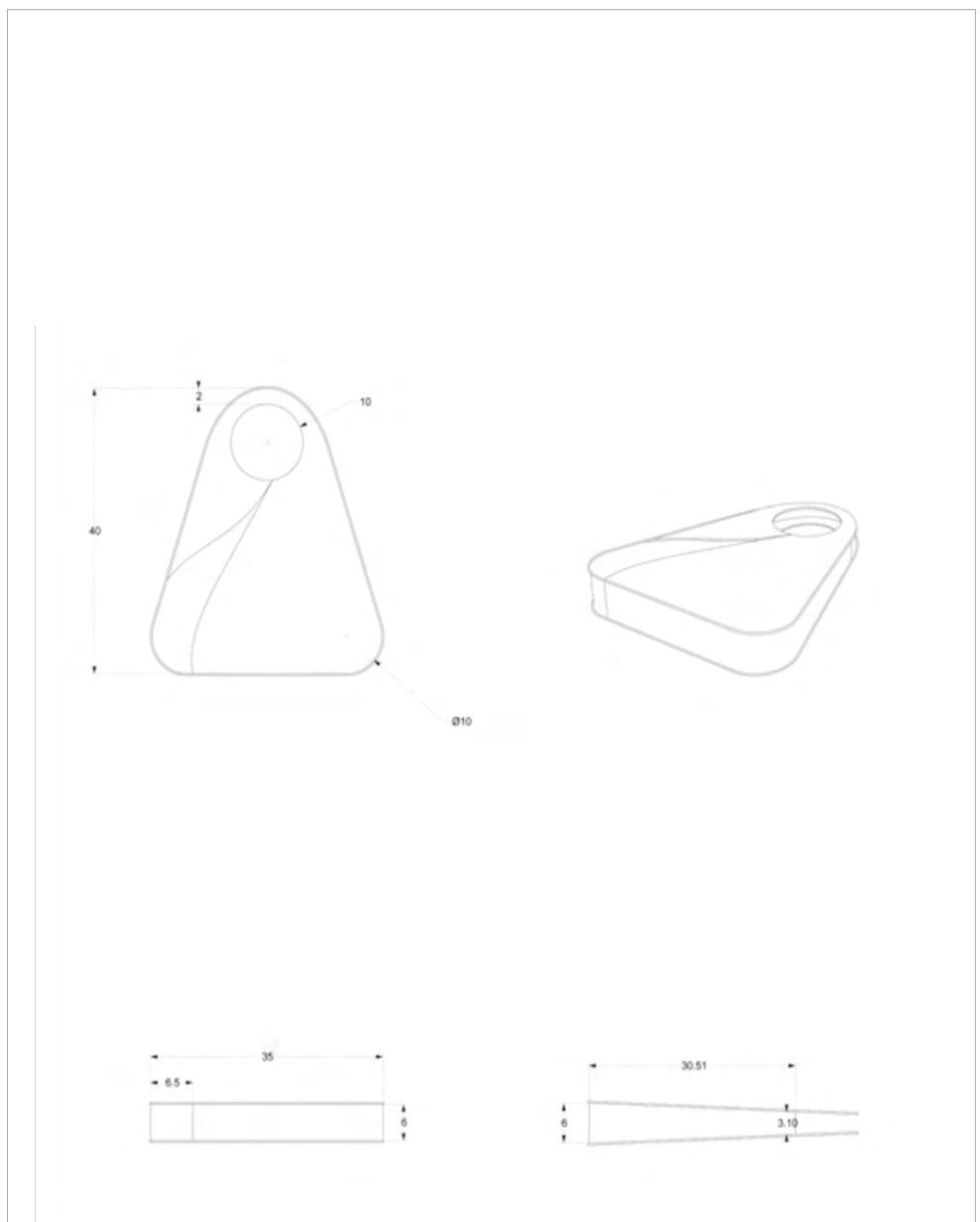
Material	CUERO	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	WARMY ACCESORIOS	Escala:		



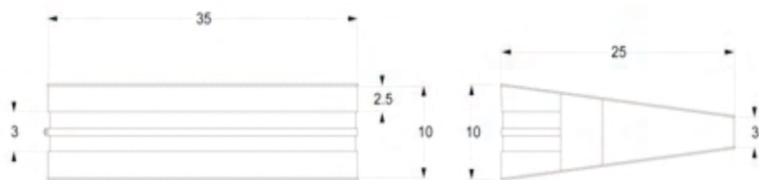
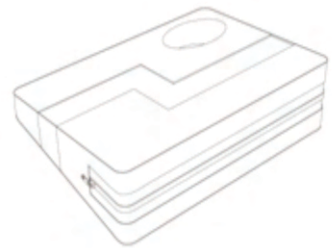
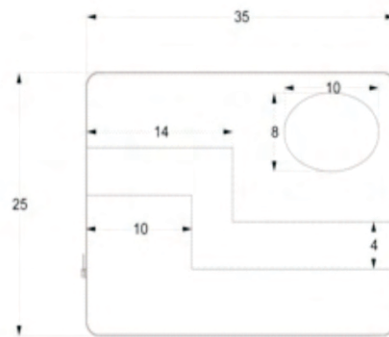
Material	<b>CUERO</b>	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	<b>WARMY ACCESORIOS</b>	Escala:		



Material	CUERO	No de plano	Revision
Institucion	WARMY ACCESORIOS	Escala:	
		Referencia	



Material	CUERO	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	WARMY ACCESORIOS	Escala:		

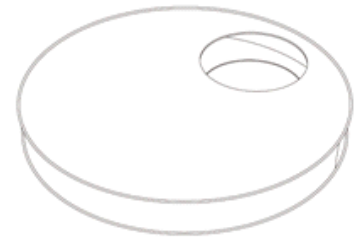
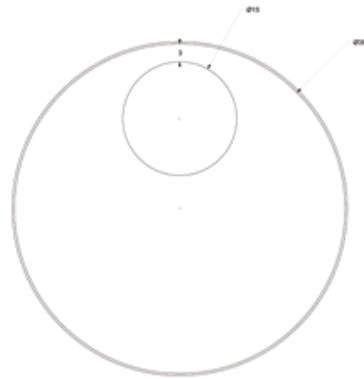


Material	<b>CUERO</b>	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	<b>WARMY ACCESORIOS</b>	Escala:		

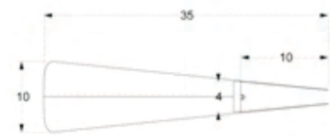
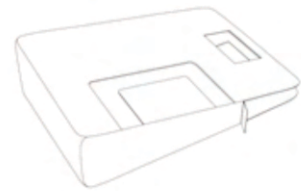
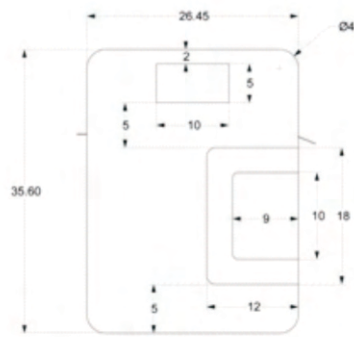




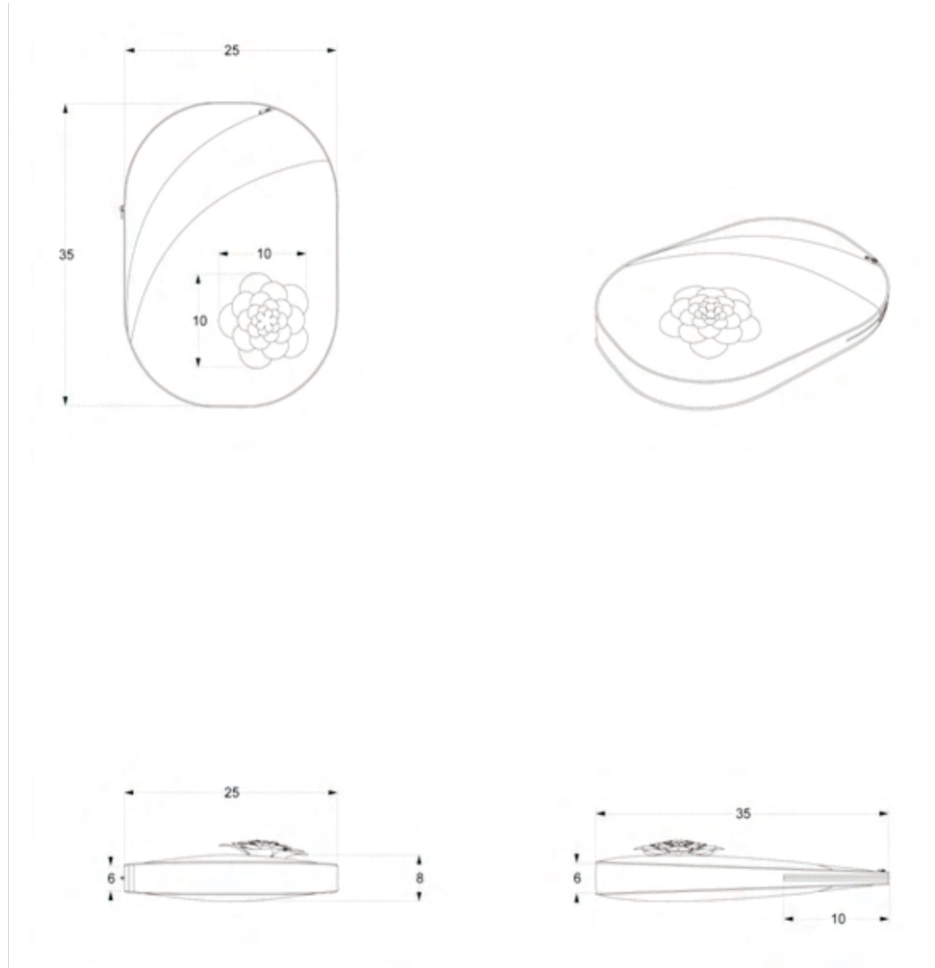
Material	CUERO	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	WARMY ACCESORIOS	Escala:		



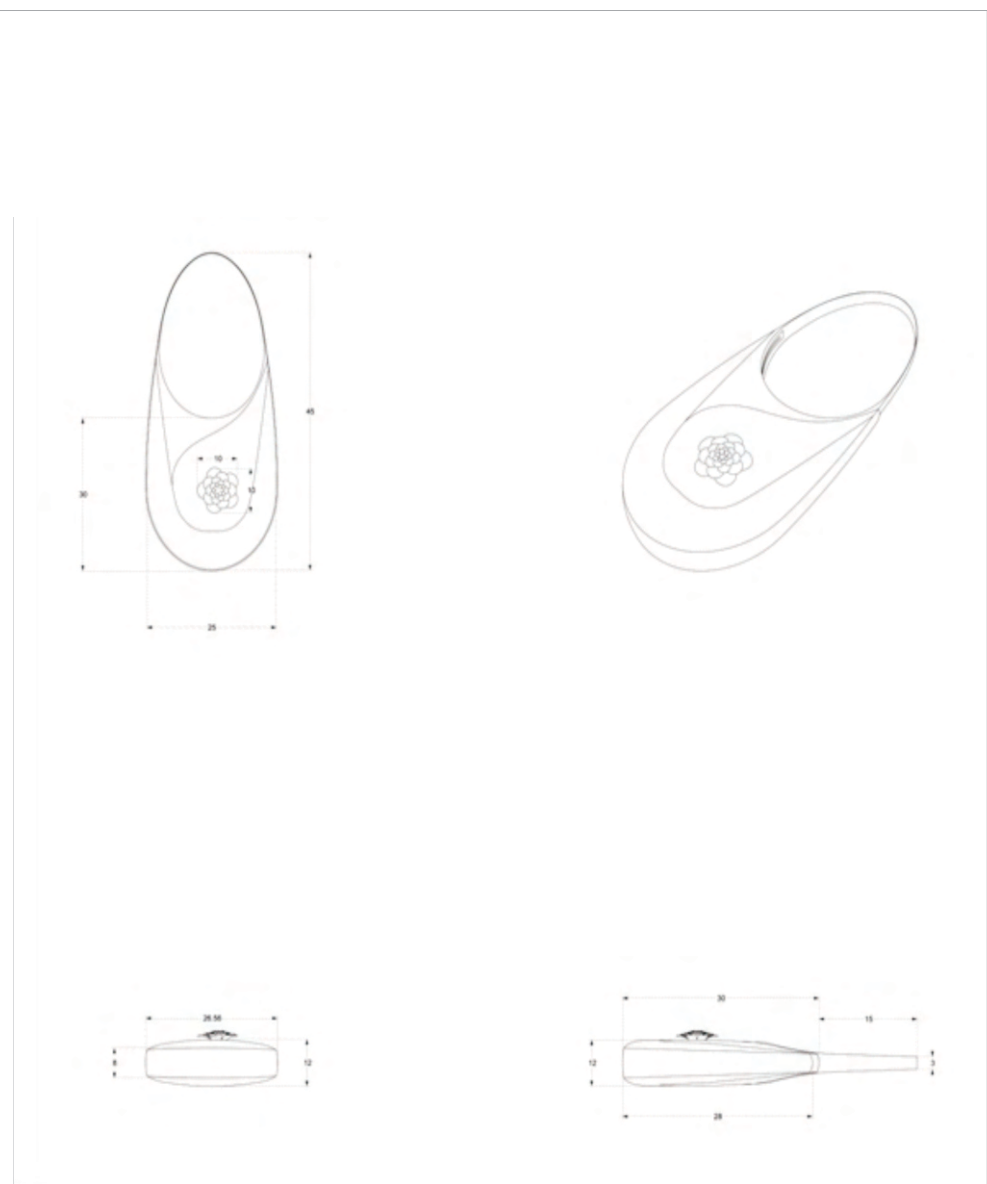
Material	<b>CUERO</b>	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	<b>WARMY ACCESORIOS</b>	Escala:		



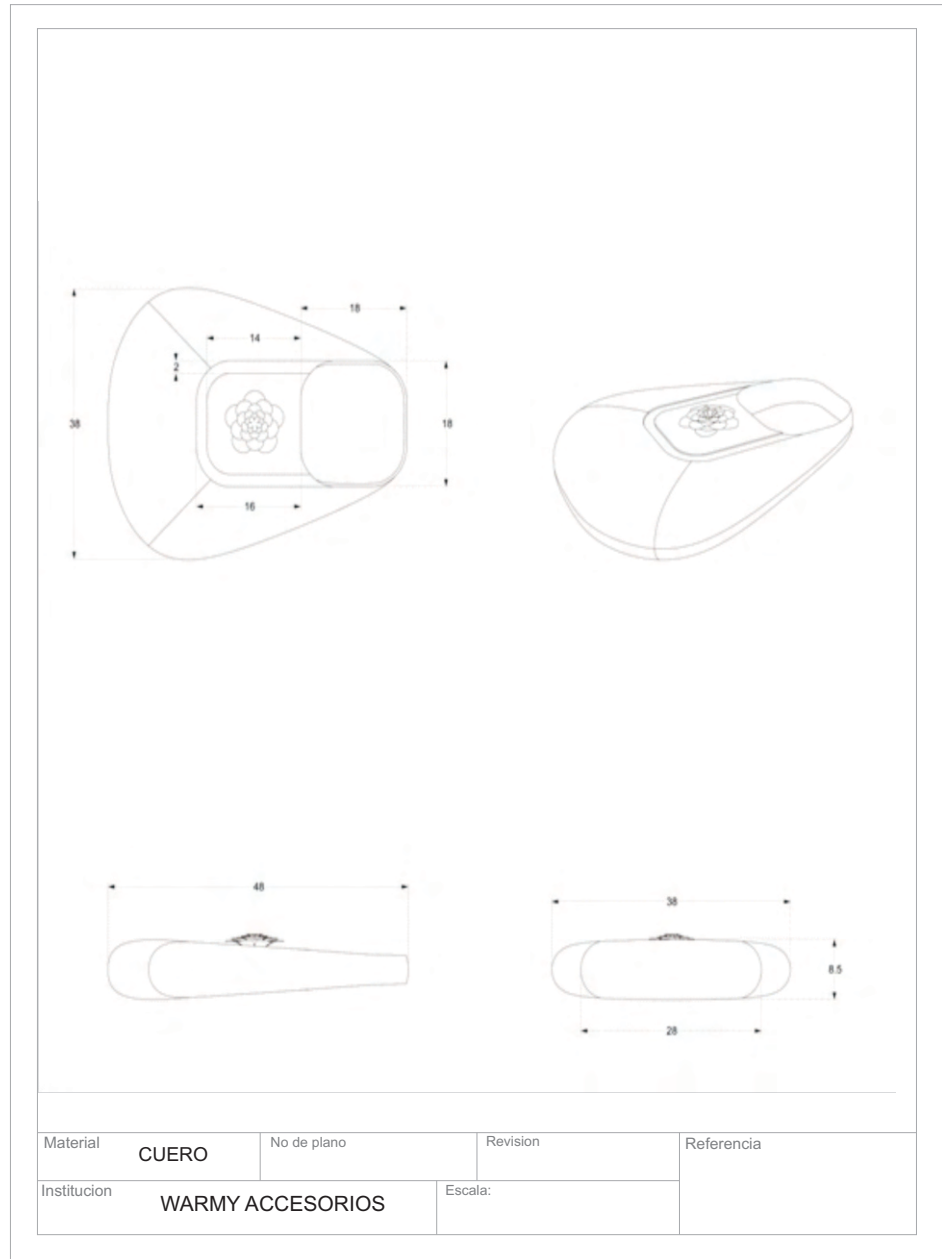
Material	<b>CUERO</b>	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	<b>WARMY ACCESORIOS</b>	Escala:		



Material	CUERO	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	WARMY ACCESORIOS	Escala:		



Material	<b>CUERO</b>	No de plano	Revision	Referencia
Institucion	<b>WARMY ACCESORIOS</b>	Escala:		



- Patronaje:** En esta fase se procederá a elaborar los moldes para que posteriormente sean cortados en la materia prima. Comenzando por el dibujo del patrón donde se hace cada una de las piezas que conformaran el volumen final, en este paso se aplican todas las especificaciones que un molde debe tener para que al momento de la confección el marroquiner no se le presente ningún percance al armar el modelo.





Grafico No 36

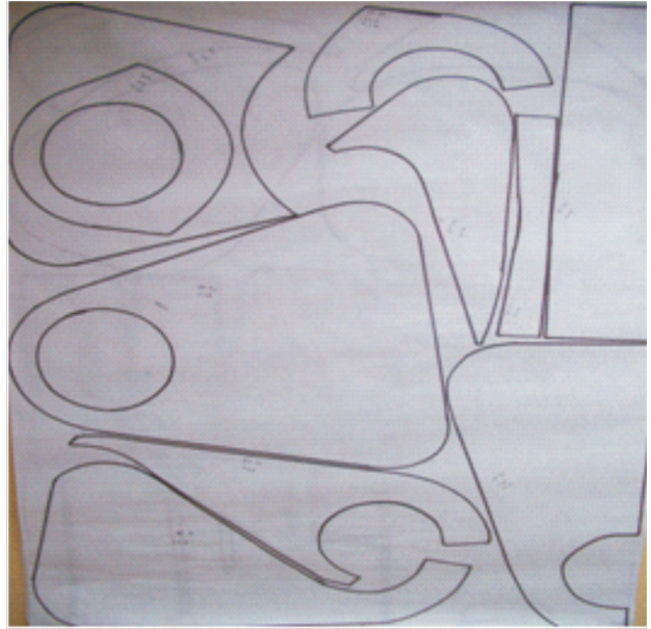
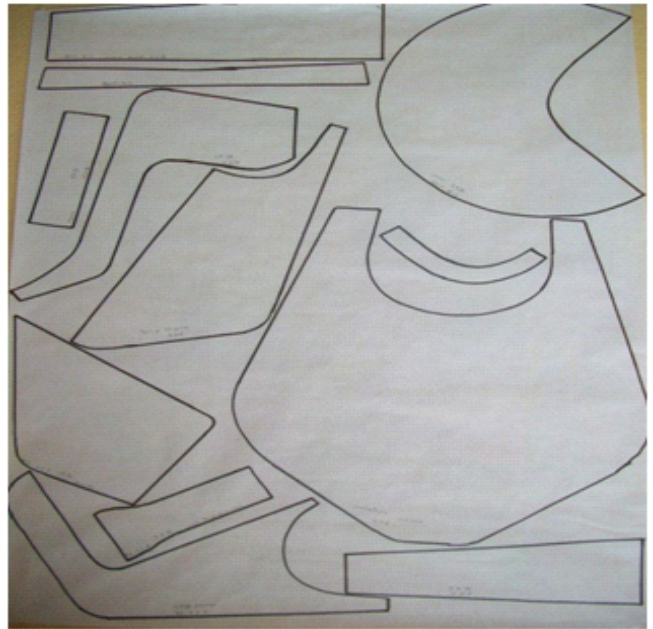
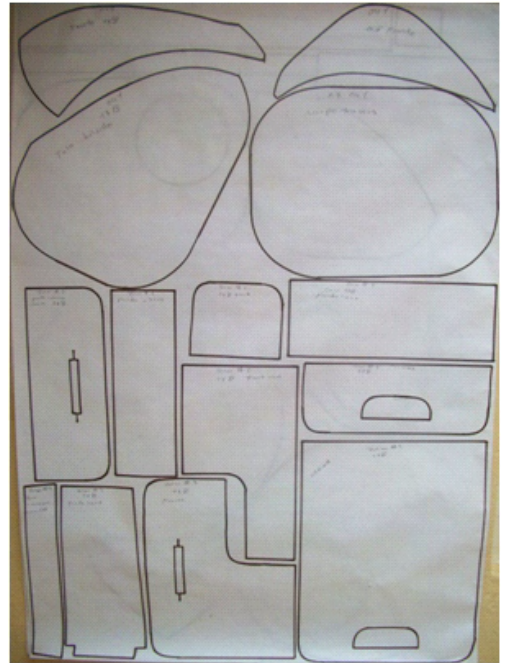
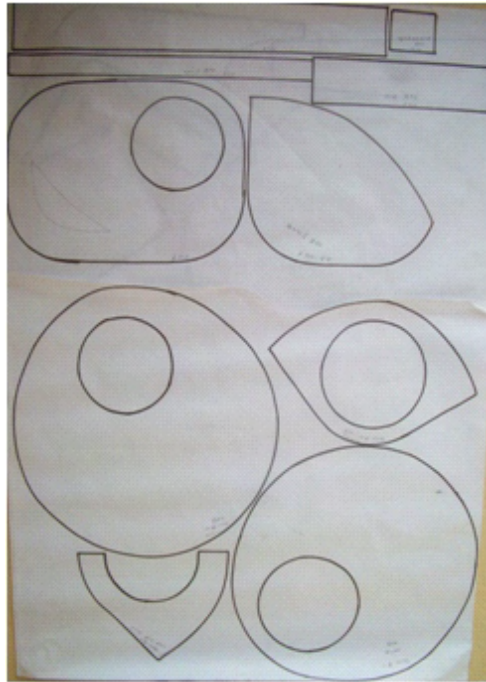
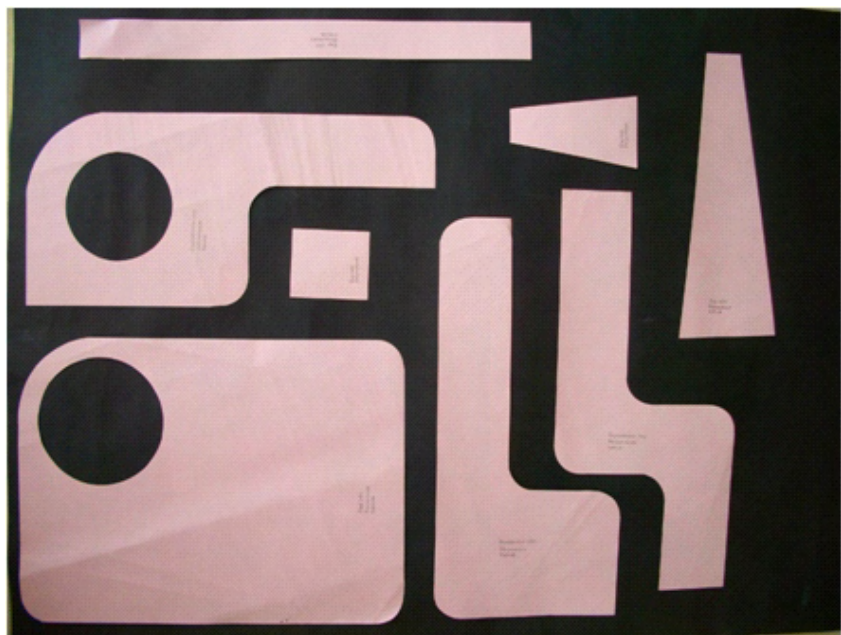


Grafico 37  
Patrones (moldes)





Patrones terminados





- **Selección de materia prima:** Terminada la fase de patronaje, se acuerda con el marroquino cual es el cuero con el que se va a trabajar, esta selección se hace de acuerdo a la calidad, tipo, textura, color, que se utilizará en la elaboración de el producto. En esta fase también se prepara materiales como forros y cremalleras.

#### 4.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO (proceso de producción)

gráfico No 38



- **Corte de materia prima:** Una vez obtenidos los patrones se procede a disponer los moldes en el cuero, se los despliega de tal forma que al momento del corte, el desperdicio del material sea mínimo, una vez ubicados en este el marroquino lo único que tiene que hacer es cortar.



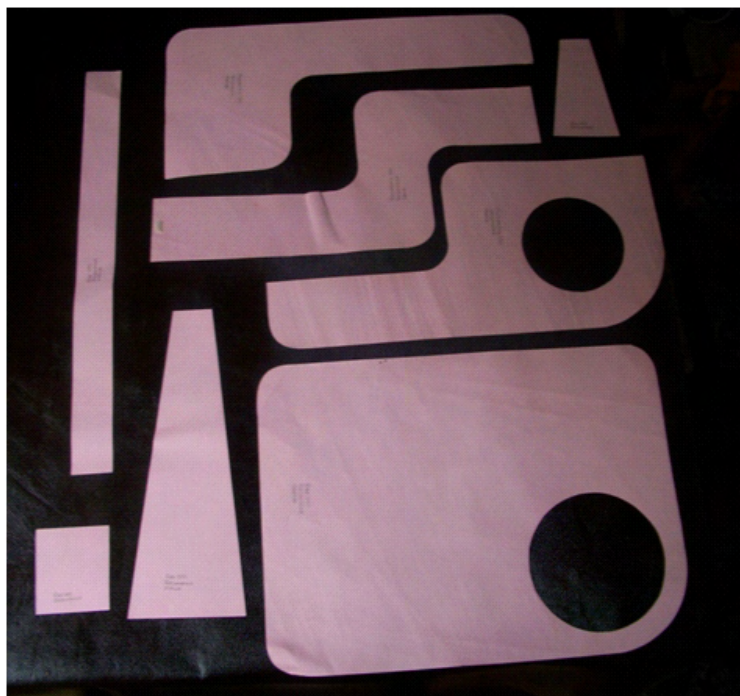


Grafico no 39



Grafico no 40



Gráfico no 41



- **Manufactura:** Después de que el marroquintero tiene listo los cortes de la materia prima, este procede aplicando las primeras costuras para empezar el montaje de las piezas, una vez hecha esta operación se realiza la aplicación de solución blanca para que haya una mejor resistencia en la confección, armadas todas la piezas de cuero, el marroquintero realiza el procedimiento de adjuntar los forros correspondientes acompañados de sus respectivas cremalleras, terminado con este proceso se le da una inspección final de control de calidad para corroborar de que el producto no presente ninguna falla, hecho este paso el bolso esta terminado.



Grafico 42





gráfico No 43



- **Herramientas utilizadas:** para la elaboración y confección de los elementos diseñados se necesitó de herramientas y máquinas las cuales permitieron el corte de los materiales y la confección de estos.

**Cuchilla acero plata:** herramienta manual que sirve para cortar el cuero, sin que este se maltrate, obteniendo así un corte limpio y pulido

Gráfico No 44





**Martillo:** esta herramienta se utiliza para unir bordes, a los cuales se les aplica pegamento, y este objeto por medio de golpes proporciona mayor fijación evitando que posteriormente se despeguen.

Gráfico No 45



**Devastadora:** Esta maquina sirve para hacer los bordes del cuero mas delgados, de manera que sea mas fácil trabajar el material al momento de la confección.

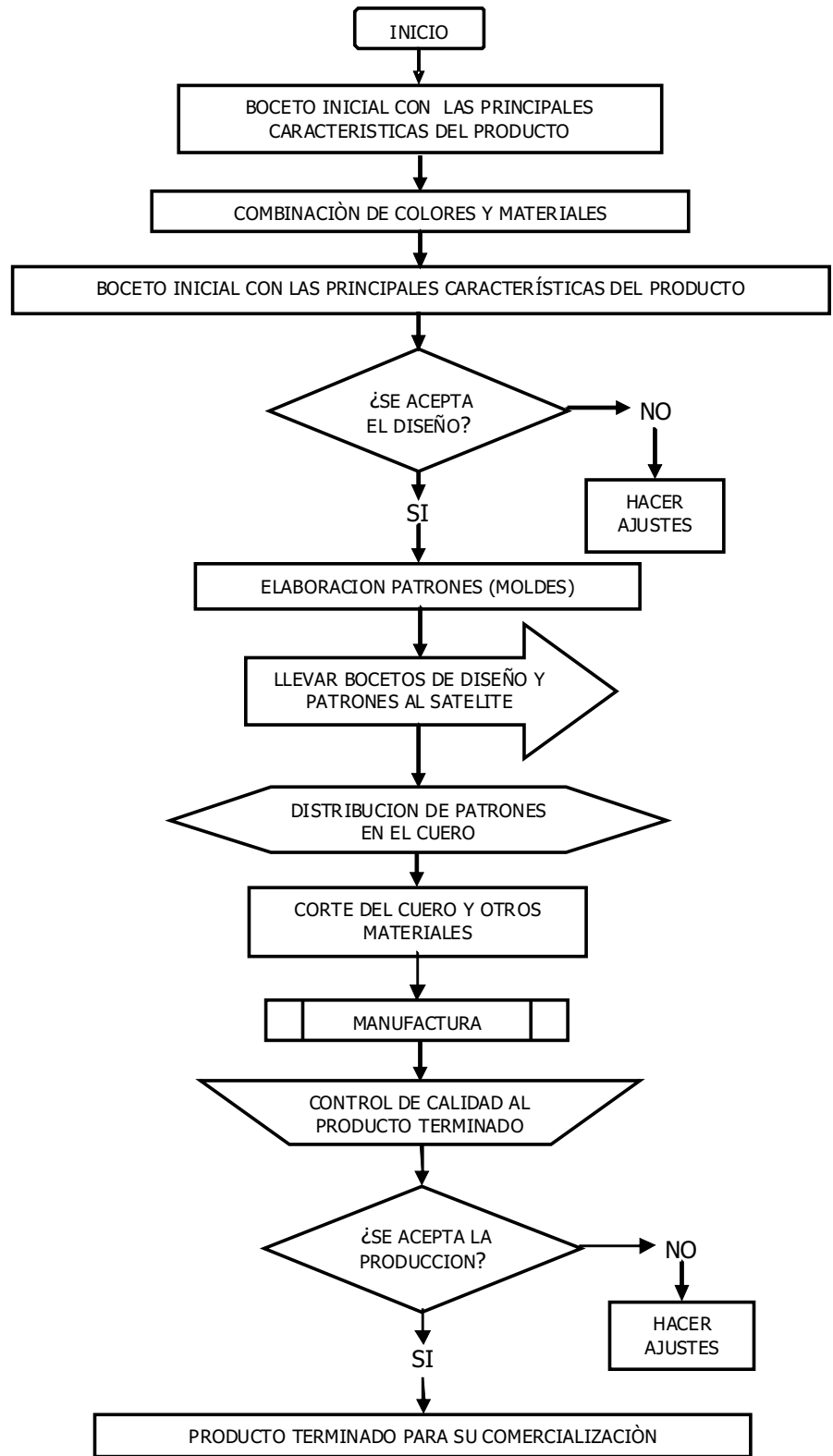
Gráfico No 46



## 4.2 ANALISIS Y PROPUESTA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

### 4.2.1 Flujograma de proceso productivo

Gráfico No 47



## I. RESULTADO

### 5.1 APLICACIÓN DE CONCEPTOS





Dentro de esta etapa se procede a la aplicación del concepto con el cual se basara el desarrollo de las colecciones.

El concepto seleccionado, y el cual predominara en las colecciones es la **abstracción**, el cual estará complementado con formas básicas como el rectángulo, círculo, cuadrado, triángulo, y elementos de la naturaleza como rosas y mariposas.

#### Ira colección

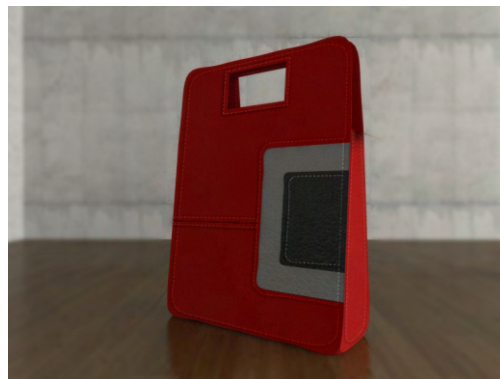
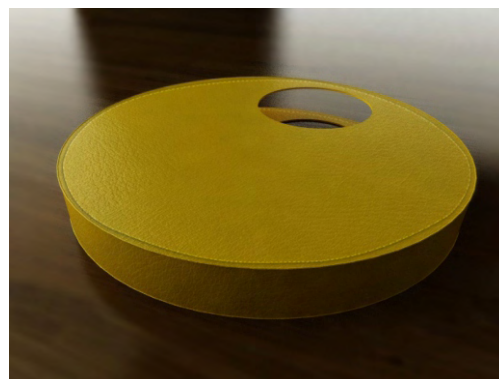
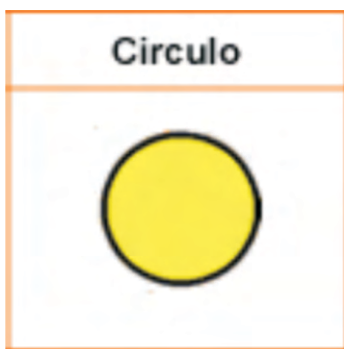
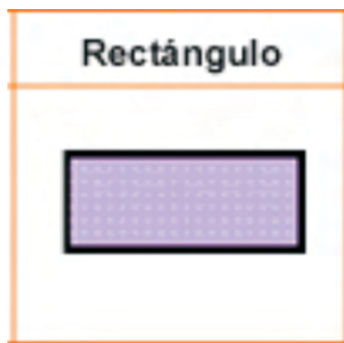
Esta colección está inspirada en las figuras básicas como el rectángulo, el círculo, el triángulo, y el cuadrado, que complementan el concepto principal dando como resultado un producto juvenil y moderno.

Grafico No 48

Cuadrado	Triángulo	Rectángulo	Circulo
			









## 2da colección

Siguiendo el concepto de abstracción de la anterior colección, esta colección se inspiró en elementos de la naturaleza como las rosas y las mariposas

Grafico No 49







**ROSAS**  
Grafico No 50





**MARIPOSAS:** Se escogió este concepto para esta colección porque representa la imagen de la empresa y que mejor forma de exhibir su nueva colección incluyendo elementos de su propia imagen.

Gráfico No 51





Gráfico No 52





## 6. OTRAS ACTIVIDADES

### 6.1 APOYO A LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

##### 6.1.1.1 Organigrama

Grafico No 53



### 6.2 ANÁLISIS DE PUESTOS DE TRABAJO

#### ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DE RIESGO DENTRO DE LA EMPRESA

Aunque los riesgos laborales dentro de la empresa son mínimos el factor humano es esencial en cualquier sistema de trabajo que se quiera desarrollar, el conocimiento que tengan los trabajadores sobre los riesgos producidos por las condiciones laborales es un factor determinante, por lo que se hace necesario identificarlos, evaluarlos y tomar acciones correctivas para disminuirlos o eliminarlos, tanto como sea posible.

Se desarrollo una evaluación de puesto de trabajo, que basado en el análisis de los factores le permitirán al trabajador que esté a cargo, realizar una labor más eficiente y organizada.



**Cuadro No.5**

DATOS DE IDENTIFICACION	
<b>Nombre del cargo</b>	Diseñador
<b>Departamento</b>	DISEÑO
<b>Horario de trabajo</b>	8 A.M a 12 P.M 2 P.M a 6 P.M
<b>Jefe inmediato</b>	KAROL PATIÑO

**Cuadro No. 6**

FUNCION PRINCIPAL DEL PUESTO
Fabricación de accesorios

**Cuadro No.7**

DESCRIPCION DE TAREAS		
TAREAS Y/O FUNCIONES DEL PUESTO		TIEMPO DEDICADO (%)
<b>COTIDIANAS</b>	En este puesto de trabajo es donde se cumple el proceso de diseño y manufactura de todos los accesorios (bisutería) que la empresa produce.	<b>70%</b>
<b>PERIODICAS</b>	Diseños de bolsos cuyo material principal es el cuero en diversidad de tonos y texturas.	<b>30%</b>

**Cuadro No.8**

RELACIONES DEL PUESTO		
CON QUIEN SE RELACIONA?	CON QUE FRECUENCIA?	POR QUE MOTIVO?
INTERNAMENTE	DIARIAMENTE	Ellos son los que trabajan con los elementos para la elaboración de los accesorios
PERSONAL Y JEFE A CARGO		
EXTERNAMENTE	Esporádicamente, sobre todo cuando se aplica investigación de mercados	Para identificar de primera mano las necesidades de los clientes, gustos, precio, comodidad, calidad, satisfacción etc.
Los clientes		



**Cuadro No.9**

CONDICIONES DE TRABAJO										
AMBIENTE	PESIMO	DEFICIENTE	BUENO	EXCELENTE	TIPO DE TRABAJO (% TIEMPO)	100	75	50	25	10
ILUMINACION				X	EXTERIOR					
OLORES			X		INTERIOR	X				
EMANACIONES					EN ESCRITORIO					
HUMEDAD					CON MAQUINA					
SEQUEDAZ					EN MOSTRADOR		X			
CORRIENTES		X			CON VEHICULO					
VENTILACION		X			DE PIE					
FRIO			X		SENTADO		X			
CALOR			X		CAMINANDO			X		
LIMPIEZA				X	MANEJANDO					
RUIDO			X							

**Cuadro no.10**

CONDICIONES DE TRABAJO										
RIESGOS	ELEVADO	CONSIDERABLE	ESCASO	REMOTO	ENFERMEDAD PROFESIONAL	ELEVADO	CONSIDERABLE	ESCASO	REMOTO	
CAIDAS				X	ALERGIAS				X	
CORTADAS			X		OIDO				X	
MUTILACIONES				X	VISTA			X		
QUEMADURAS				X	SISTEMA RESPIRATORIO				X	
GOLPES		X			SISTEMA NERVIOSO				X	
CHOQUES ELECTRICOS				X	SISTEMA DIGESTIVO				X	
RASPADURAS				X	CONTAGIOS				X	
MACHACADURAS				X						





## PUESTO DE TRABAJO

Gráfico No 54




## 6.3 COSTOS PRODUCTIVOS

Cuadro No.11

UNIVERSITARIO			
	CUERO	8 pies X 3000 pesos	24.000 pesos.
	TELA	0,82cms X 0,44 cms	600 pesos.
	CIERRE	1 mt	500 pesos.
	HERRAJE	1 trabilla	150 pesos.
		4 remaches No 8.	200 pesos.
		50 pesos c/u	
		2 llaves	550 pesos.
	1 broche imán	350 pesos.	
MANO DE OBRA		8000 pesos	
	Total		34.350 pesos




**Cuadro No.12**

<b>ROMBO</b>			
	CUERO	8 pies X 3000 pesos	24.000 pesos.
	TELA	1,20cms X 0,44 cms	600 pesos.
	CIERRE	80 cm	400 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos.
	MANO DE OBRA		8000 pesos
<b>Total</b>			<b>33.550 pesos</b>

**Cuadro No.13**


<b>GOTA</b>			
	CUERO	8.5 pies X 3000 pesos	25.500 pesos.
	TELA	1,26cms X 0,44 cms	600 pesos.
	CIERRE	85 cms	450 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
<b>Total</b>			<b>35.100 pesos</b>

**Cuadro No. 14**


<b>REDONDO</b>			
	CUERO	8 pies X 3000 pesos	24.000 pesos.
	TELA	1,30cms X 0,50 cms	700 pesos.
	CIERRE	80 cms	400 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
<b>Total</b>			<b>33.650 pesos</b>




**Cuadro No.15**

<b>CANDADO</b>			
	CUERO	8.5 pies X 3000 pesos	25.500 pesos.
	TELA	1,30cms X 0,44 cms	650 pesos.
	CIERRE	85 cms	450 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
Total			35.150 pesos

**Cuadro No.16**

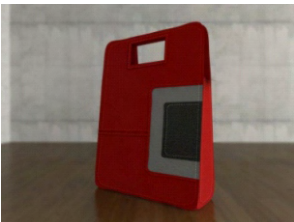
<b>RECTANGULO</b>			
	CUERO	8.5 pies X 3000 pesos	25.000 pesos.
	TELA	1,26cms X 0,44 cms	600 pesos.
	CIERRE	1 mt	500 pesos.
	HERRAJE	1 llave	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
Total			34.650 pesos

**Cuadro No.17**

<b>OVALADO</b>			
	CUERO	8.5 pies X 3000 pesos	25.000 pesos.
	TELA	1,25cms X 0,45 cms	600 pesos.
	CIERRE	87 cms	450 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
Total			34.600 pesos




**Cuadro No.18**

<b>CUADRADO</b>			
	CUERO	8 pies X 3000 pesos	24.000 pesos.
	TELA	1,26cms X 0,44 cms	600 pesos.
	CIERRE	72 cms	500 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
<b>Total</b>			<b>33.650 pesos</b>

**Cuadro No.19**

<b>TRIANGULO</b>			
	CUERO	8.5 pies X 3000 pesos	25.500 pesos.
	TELA	1,26cms X 0,44 cms	600 pesos.
	CIERRE	85 cms	450 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
<b>Total</b>			<b>35.100 pesos</b>

**Cuadro No.20**

<b>CUADRADO 2</b>			
	CUERO	8 pies X 3000 pesos	24.000 pesos.
	TELA	1,26cms X 0,44 cms	600 pesos.
	CIERRE	85 cms	450 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
<b>Total</b>			<b>33.600 pesos</b>



**Cuadro No. 21**

<b>BANDOLERO</b>			
	CUERO	8.5 pies X 3000 pesos	25.000 pesos.
	TELA	1,26cms X 0,44 cms	600 pesos.
	CIERRE	85 cms	450 pesos.
	HERRAJE	2 llaves	550 pesos
	MANO DE OBRA		8000 pesos
	Total		34.600 pesos
<b>VALOR TOTAL</b>			<b>378.000 pesos</b>





## 7. CONCLUSIONES

- Se demostró que WARMY accesorios está en capacidad de diseñar productos en cuero como cualquier otra industria marroquinera de la ciudad.
- La colección diseñada cumplió con las expectativas del público y tuvo gran acogida en su lanzamiento.
- Se necesita una mejor organización en el puesto de trabajo para obtener una mejor eficacia al momento de la elaboración de los productos.
- Aunque se presentaron algunos inconvenientes, el desarrollo de la pasantía se logró con un buen resultado.
- A pesar de que la competencia es fuerte, las colecciones se vendieron en su totalidad.
- Se demuestra que con investigación e innovación se pueden lograr productos de excelente calidad.

## 8. BIBLIOGRAFIA

**BURDEK, Bernhard**, “Historia, teoría y practica del diseño industrial”, Ed Gustavo Gili, Barcelona 1994.

**WONG, Wucius**, “Fundamentos del diseño”, Ed Gustavo Gili, Barcelona 1995.

**ROJAS, JAIRO**, “Revista del cuero” Ed 31, Cali, 2009.

**CASEY, PATRICIA** “Revista tecnología del cuero”. Ed AAQTIC, Buenos Aires 2009.

**DOONER, KATE** “A century of handbags” Ed Books Vintage, 1993.

### CIBERGRAFIA

<http://www.agatharuizdelaprada.com/esp/productos>

<http://www.google.com.co>

[http://www.louisvuitton.es/front/#!/esp\\_ES/Homepage](http://www.louisvuitton.es/front/#!/esp_ES/Homepage)

<http://www.mariohernandez.com>

<http://www.prada.com>



# ANEXOS



## ENCUESTA

### ANEXO NO I.

#### WARMY ACCESORIOS

**Objetivo:** Establecer los aspectos favorables de WARMY accesorios, empresa dedicada al desarrollo de accesorios en San Juan de Pasto, con el fin de identificar y definir algunas características específicas para el desarrollo de un nuevo producto.

Importante: El siguiente Estudio se realizará exclusivamente con fines académicos y es responsabilidad del encuestador.

#### CUESTIONARIO PARA CLIENTES

**NOMBRE DEL ENCUESTADOR:** \_\_\_\_\_ **N° de encuesta**

**NOMBRE DEL ENCUESTADO:** \_\_\_\_\_ **EDAD:**

INFORMACION GENERAL (marque con una x su respuesta)

1. ¿COMO LE PARECEA USTED LA ATENCION RECIBIDA POR PARTE DEL PERSONAL?

MALA \_\_\_\_\_ BUENA \_\_\_\_\_ MUY BUENA \_\_\_\_\_

2. ¿HA ADQUIRIDO USTED BOLSOS O ACCESORIOS DEL ESTABLECIMIENTO?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

3. ¿QUE FACTOR CREE USTED QUE ES EL MAS IMPORTANTE PARA LA COMPRA DE UN BOLSO? (Seleccione uno)

A) Diseño                      B) calidad                      C) Precio                      D) Servicio

4. ¿ESTARIA USTED DE ACUERDO EN QUE LA EMPRESA DESARROLLE Y LANCE UNA COLECCIÓN DE BOLSOS CREADOS POR LA MISMA?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

5. ¿QUE MATERIAL LE GUSTARIA VER EN LA COLECCIÓN?

A) Cuero                      B) lona                      C) Tela                      D) Material Sintético

6. DE LAS SIGUIENTES OPCIONES DE COLOR ESCOJA LA QUE MAS LE GUSTARIA VER EN LA COLECCIÓN







**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

ACTIVIDAD	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7	SEMANA 8
RECOLECCION DE INFORMACION	Aplicación de instrumentos de investigación como matriz de observación y encuestas							
ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES		Evaluación las necesidades encontradas						
PROYECCION			Bocetacion, elección de formas, dimensiones, materiales, Colores, representación de los modelos en 3d					
ACEPTACION DE PROPUESTAS				Definición y selección de modelos a realizar				
PATRONAJE					Elaboración de moldes y asignación de medidas			



PRODUCCION						Confección de modelos en lona de muestra		
CORRECCION DE MUESTRAS							Rectificación de muestras confeccionadas	
ENTREGA FINAL								entrega del producto final

Este proceso de realizara a manera de ciclo con una duración de dos meses cada uno y se repetirá 3 veces, cumpliendo así con el tiempo estimado de la pasantía.

El tiempo para el análisis de las condiciones laborales y puesto de trabajo se dispondrá del que proporciona la fase de producción al momento en que esta empiece con la confección de los modelos