



Estrategias en el área de post venta en la responsabilidad ambiental en marroquinería para la empresa Celestino, Bucaramanga, primer semestre de 2025.

Fortalecimiento empresarial

Lizeth Tatiana Barón Valbuena

C.C.1.098.286.077

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER**  
**Facultad ciencias Socioeconómicas Empresariales**  
**Programa Tecnología en Gestión de la Moda**  
**Bucaramanga**

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023



Estrategias en el área de post venta en la responsabilidad ambiental en marroquinería para la empresa Celestino, Bucaramanga, primer semestre de 2025.

Fortalecimiento empresarial

Lizeth Tatiana Barón Valbuena

C.C.1.098.286.077

**Trabajo de Grado para optar al título de**

Tecnólogo en Gestión de la Moda

**DIRECTOR**

Leyla Rangel

**CO-DIRECTOR**

Carolina Raigosa Díaz

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER**

**Facultad ciencias Socioeconómicas Empresariales**

**Programa Tecnología en Gestión de la Moda**

**Bucaramanga**

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

### Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo de grado,  
en modalidad **emprendimiento**, fue APROBADO  
en cumplimiento de uno de los requisitos exigidos por las  
Unidades Tecnológicas de Santander para optar el  
Título de **Tecnología en Gestión de la Moda**,  
según acta No. **4-I-2025** del 11 de marzo del 2025,  
del Comité de Trabajo de Grado



---

Claudia Liliana Ruiz Nova



---

Leyla Manzura Rangel Torres

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

## DEDICATORIA

Principalmente doy gracias a Dios porque me dio la valentía para afrontar cada reto en una ciudad diferente, por darme la resiliencia, fortaleza y ser la luz en mi camino.

Dedico este proyecto a mi familia, en especial a mi mamá que nunca ha dejado de creer en mí; con su amor, apoyo y esfuerzo ha sido mi guía y mayor inspiración. A mi papá que desde el cielo me cuida y todo siempre será en honor a él. A mi hermano Kevin, quien con su elocuencia me ha recargado la vida en muchas ocasiones, deseo ser su mayor ejemplo, para que así, pueda cumplir todo aquello que se propone. A Ángel y a Yesid, que desde el primer momento siempre confiaron en mí, nunca me dejaron sola y han sido mi apoyo en mis momentos difíciles.

Gracias a todos los que han hecho parte de este camino, por su amor y apoyo incondicional.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a las Unidades Tecnológicas de Santander, por poder hacer parte de esta, por todos los conocimientos que con el paso de cada semestre he podido ir aprendiendo.

Al programa de Gestión de la Moda, a su equipo de docentes que han sido un pilar fundamental para poder culminar este título, por sus enseñanzas, tiempo y dedicación.

Mis agradecimientos a mi tutora Leyla Rangel, que desde segundo semestre ha sido un gran apoyo, y fue parte de este proyecto, espero pueda seguir siendo mi guía, para poder aprender aun mas de ella y sus conocimientos.

Gracias por ser parte de mi camino universitario, me han forjado tanto a nivel profesional como personal.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## TABLA DE CONTENIDO

<b><u>RESUMEN EJECUTIVO</u></b> .....	<b>11</b>
<b><u>INTRODUCCIÓN</u></b> .....	<b>13</b>
<b><u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</u></b> .....	<b>14</b>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	14
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	15
1.3. OBJETIVOS.....	15
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	15
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
1.4. ESTADO DEL ARTE.....	16
<b><u>2. MARCO REFERENCIAL</u></b> .....	<b>24</b>
2.1. MARCO DE REFERENCIA.....	24
2.1.1. LA MODA EN LAS MUJERES.....	24
2.1.2. COMPORTAMIENTO DE LAS CONSUMIDORAS .....	26
2.1.3. PROCESOS DE COMPRA EN LA MODA.....	28
<b><u>2.2. MARCO CONCEPTUAL</u></b> .....	<b>29</b>
2.2.1. ÁREA DE PRODUCCIÓN DE BOLSOS .....	29
2.2.2. MODA SOSTENIBLE EN LA PRODUCCIÓN DE UN PRODUCTO .....	31
2.2.3. MEJORAS EN LA PRODUCTIVIDAD DEL CUERO .....	33
2.2.4. MATERIALES EN LA MARROQUINERÍA .....	35
2.2.5. CONFECCIÓN DE MARROQUINERÍA .....	37

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO  
 DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
 EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

2.2.6.	PRODUCTOS EN CUERO .....	38
<b>2.3.</b>	<b>MARCO LEGAL .....</b>	<b>40</b>
2.3.1.	MERCADO FEMENINO .....	40
2.3.2.	PRODUCCIÓN.....	41
2.3.3.	MARROQUINERÍA.....	41
2.3.4.	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL .....	42
<b>3.</b>	<b><u>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u> .....</b>	<b><u>43</u></b>
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	43
3.2.	ENFOQUE CUALITATIVO .....	43
3.3.	MÉTODO ANÁLISIS .....	44
3.3.1.	CONSULTAS EN FUENTES PRIMARIAS.....	44
3.3.2.	CONSULTAS EN FUENTES SECUNDARIAS.....	45
3.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	45
3.4.1.	OBSERVACIÓN PARTICIPANTE O NO PARTICIPANTE.....	45
3.4.2.	ENTREVISTA ESTRUCTURADA.....	46
<b>4.</b>	<b><u>DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</u>.....</b>	<b><u>47</u></b>
<b>5.</b>	<b><u>RESULTADOS</u>.....</b>	<b><u>50</u></b>
5.1.	CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS Y OBSERVACIONES.....	50
5.2.	PROYECTO INTEGRADOR .....	51
5.2.1.	LÍNEAS DE PRODUCTO .....	51
5.2.2.	OBSERVATORIO DE TENDENCIAS .....	54
5.2.3.	LÍNEA DE PRODUCTO .....	57
5.2.4.	ECOPRODUCTO .....	59
<b>6.</b>	<b><u>CONCLUSIONES</u> .....</b>	<b><u>61</u></b>

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

<b><u>7.</u></b>	<b><u>RECOMENDACIONES</u></b> .....	<b><u>62</u></b>
<b><u>8.</u></b>	<b><u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u></b> .....	<b><u>63</u></b>
<b><u>9.</u></b>	<b><u>APÉNDICES</u></b> .....	<b><u>68</u></b>
<b><u>10.</u></b>	<b><u>ANEXOS</u></b> .....	<b><u>72</u></b>

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023



## LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1. Elaboración de cuero en taller por artesana .....	33
Ilustración 2. Folleto final.....	49
Ilustración 3. Modelo Canvas .....	51
Ilustración 4. Matriz Dofa.....	54
Ilustración 5. Moodboard macro/micro tendencia.....	56
Ilustración 6. Moodboard consumidor .....	58
Ilustración 7. Diagrama entradas y salidas.....	59
Ilustración 8. Ciclo de vida .....	60
Ilustración 9. Formato de entrevista .....	68
Ilustración 10. Formato de consentimiento.....	69
Ilustración 11. Folleto final .....	70
Ilustración 12. Formato de observación .....	71
Ilustración 13. Formato de entrevista .....	71
Ilustración 14. Formato de entrevista realizado.....	72
Ilustración 15. Formato de consentimiento firmado.....	73
Ilustración 16. Fotografías de evidencia.....	74

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Observaciones no participantes .....45

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto busca fortalecer el compromiso de la marca Celestino con la sostenibilidad y la economía circular, mediante la implementación de un folleto educativo dirigida a los clientes, el cual explicará cómo reutilizar y reciclar los materiales de los bolsos elaborados en fique. Esta estrategia se desarrollará durante el primer semestre de 2025 con el objetivo de extender la vida útil de los productos y minimizar su impacto ambiental.

Se realizó una investigación descriptiva de cada tema importante sobre la marroquinería, analizando artículos, tesis, trabajos de grado y revistas, que abordan la sostenibilidad y el diseño según el mercado femenino, buscando estrategias para el desarrollo de este proyecto.

El enfoque principal del proyecto es la creación de un folleto detallado que contenga información clave sobre los materiales del bolso (fique, algodón, cuero y acero inoxidable) y las opciones para su reciclaje o reutilización. Esta herramienta tiene como finalidad educar a los clientes sobre prácticas sostenibles, fomentar un consumo responsable y fortalecer la identidad de la marca como un referente en moda artesanal y ecológica.

La implementación de este folleto representa un paso significativo en la estrategia de sostenibilidad de Celestino, promoviendo un mayor compromiso ambiental entre los consumidores. Fortaleciendo su imagen como marca y ofreciendo un valor agregado.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

**PALABRAS CLAVE:** Folleto, marroquinería, manufactura, sostenibilidad, mercado femenino, bolsos.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio se centra en la implementación de estrategias de economía circular y sostenibilidad en la moda artesanal, a través del desarrollo de una infografía educativa que informe a los clientes de Celestino sobre cómo reutilizar y reciclar los materiales de sus bolsos. Espinoza (2023) menciona que la economía circular es una alternativa sostenible que busca aprovechar al máximo los recursos y reducir el impacto ambiental. Más que una tendencia, es una solución para avanzar hacia un futuro más responsable. Además, su implementación en las industrias podría reducir de manera significativa las emisiones contaminantes y la acumulación de plásticos en el planeta.

La metodología de este proyecto tiene un enfoque cualitativo y descriptivo, basado en el análisis de fuentes secundarias y en la recopilación de información clave sobre sostenibilidad, economía circular y educación ambiental. Se consultaron artículos académicos, tesis y revistas especializadas para comprender el impacto de la reutilización de materiales en la moda sostenible. Esta herramienta busca comunicar de manera clara y visual cómo reutilizar y reciclar los materiales de los bolsos, promoviendo un consumo más consciente y alineado con los valores de la marca.

Este proyecto propone la creación de un folleto educativo para los clientes de Celestino, con el objetivo de explicar cómo reutilizar y reciclar los materiales de sus bolsos. A través de esta herramienta visual, la marca busca fomentar la sostenibilidad, reducir residuos y fortalecer su compromiso con la economía circular, brindando alternativas responsables para prolongar la vida útil de cada producto.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el área de producción de las empresas de marroquinería en Bucaramanga, no tienen buen proceso de calidad y construcción, debido a que no cuentan con personal especializado para hacer el desarrollo de ajuste de bolsos. Las mujeres tienen desconocimiento a la hora de comprar un bolso adecuado para su cuerpo, esto afecta su comodidad, postura y salud. Lo anterior debido a que no tienen presente la importancia de contar con un tamaño y peso correcto con relación a su morfología.

La comercialización de bolsos para el mercado femenino se basa en una variedad de factores, principalmente por su diseño, que genera un vínculo con el producto y se fideliza como consumidor. Pero deja a un lado el bienestar como última opción, y se enfrenta a procesos perjudiciales para la salud.

En la industria de la moda son muy pocas las marcas que tienen en cuenta la importancia de brindarle información al consumidor respecto a la manera correcta de seleccionar un bolso adecuado según su morfología. Esto genera una afectación para el usuario porque su proceso de compra es incorrecto y esto implica que compre una talla para la contextura de su cuerpo que no es la adecuada.

¿Qué estrategias se deben aplicar en el área de post venta en la responsabilidad ambiental en marroquinería para la empresa Celestino, Bucaramanga, primer semestre de 2025?

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

Se busca desarrollar diferentes estrategias para abordar y dar solución a los desafíos que existen en el área de producción de marroquinería de Bucaramanga. Por esta razón, se deben realizar procesos cortos de producción, con el fin de tener mejor calidad en la confección de los bolsos, implementando una excelente estructura en su diseño. Esto permite tener como resultado que el consumidor se sienta satisfecho por su compra, ya sea tanto por su estética como por su funcionalidad y comodidad.

“El bolso se constituye como una parte primordial de toda mujer ya que este proyecta seguridad, resalta singularidad y elegancia total”. (Solís Caicedo y Lissette Jazmín, 2021)

Desde el programa de la Tecnología en Gestión de la Moda, los estudiantes de fortalecimiento empresarial adquieren competencias relacionadas en el área de manufactura, para desempeñarlas en las marcas locales de la ciudad de Bucaramanga. Se enfocan en el mercado femenino, para fortalecer la importancia de elegir su bolso correcto según la morfología de su cuerpo.

## 1.3. OBJETIVOS

### 1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar estrategias en el área de post venta en la responsabilidad ambiental en marroquinería para la empresa Celestino, Bucaramanga, primer semestre de 2025.

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar las necesidades en los procesos de compra de bolsos para el mercado femenino.
- Estudiar los procesos de modelado y ensamble en el área de producción en la industria de la moda.
- Indagar las técnicas de fabricación y acabado en productos de marroquinería.
- Determinar las estrategias de práctica empresarial en las empresas de moda.

### **1.4. ESTADO DEL ARTE**

#### **Analizar las necesidades en los procesos de compra de bolsos para el mercado femenino.**

En los procesos de compra para el mercado femenino de productos de moda, es importante tener claro que no todas desarrollan el mismo gusto o estilo al elegir moda. La identificación de este proceso, se valida según su diseño y estructura, pero sin dejar a un lado la comodidad, ya que es un factor muy importante para el mercado objetivo porque de esto depende que el cliente no tenga ningún daño morfológico.

En el sector de la industria de la moda en Bucaramanga, se observa que el comercio electrónico es un mecanismo que se encuentra distante de ser extensivo

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023



hacia todo el sector. Poder manifestar la importancia y las ventajas que manifiesta este plan de comercialización, y poder dar paso al s-commerce como una estrategia que opta porque el cliente se sienta satisfecho en los procesos y servicios, por medio de ciertas comunidades que se forman en los medios sociales, dejando al usuario como eje principal (Guzmán Duque y Abreo Villamizar, 2017).

Las empresas consolidadas en el sector manufacturero que comprenden la importancia de tener claras las necesidades de sus consumidoras establecen una fidelización con ellas, de esta forma el público objetivo se casa con la marca por la experiencia que esta la puede llegar a brindar. Gracias a esto, el cliente permanece fiel a los productos de la marca constantemente, generando una relación directa con los usuarios en los procesos de compra.

La gran parte de consumidores que reciben información a partir de sus teléfonos inteligentes, se ayudan por este medio para comparar precios, de este modo, las empresas que no posean de una plataforma web para llamar la atención de los clientes y que puedan seguir navegando. La información en estas páginas debe ser clara y concisa, sin dejar a un lado el interés para los usuarios generar cierta comunicación con este, y obtener información sobre lo que queremos generar para proteger sus necesidades; tenemos que producir un vínculo con el consumidor, debemos establecerlo para que permanezca fiel (Santillan Garay y Rojas Herrera, 2017).

En el mercado femenino contamos con diversos productos, uno de ellos son los bolsos, un accesorio clave que nos permite ayudarnos en nuestro día a día, por esta razón, las mujeres a la hora de realizar una compra revisan que el diseño sea de su gusto, generando un sentimiento con el producto y rapidez en el proceso de compra, porque no solo es una característica funcional, sino que

también lo ven como un complemento estético para sus prendas, creando así, una manera de expresión.

Actualmente el marketing es fundamental, debido a su avance en el mercado y con sus clientes, porque tiene como propósito orientar la empresa. Permitiendo así, que bienes y servicios logren un mayor alcance, ya que su meta es tener estabilidad y poder solucionar las necesidades de los consumidores según su mercado, generando fidelización y felicidad compartida (Martínez, J. et.al. 2018).

### **Estudiar los procesos de modelado y ensamble en el área de producción en la industria de la moda.**

El modelado en manufactura es un proceso fundamental en la fabricación de productos, ya sea calzado o bolsos. Consiste en crear los moldes, o plantillas según el diseño que se quiera obtener, de esta forma, nos sirven como guía a la hora que se vaya a cortar el cuero y poder ensamblar de manera correcta las piezas para dejar el producto terminado.

En esta etapa se logran percibir técnicas artesanales en el área de manufactura, muy importantes en la labor de los artesanos, son cinco: trenzado, ensamble, corte, grabado y estampado. Son algunas de las técnicas más fundamentales y usadas a la hora de desarrollar el diseño de calzado exclusivo y con buenos materiales, ofreciendo así, buena calidad de producto al cliente (Sinchigalo Guaman, 2023).

Por otro lado, un sector que hace parte de este proceso es el ensamble de cuero, permite unir las diferentes piezas para llegar al producto final, que depende de muchas técnicas según el diseño y la funcionalidad. La costura, el pegado y remachado facilitan y son esenciales en el proceso de la elaboración, dando como

resultado que el producto quede de mejor calidad, sea estético y funcional, porque es lo que siempre busca el cliente.

Carvajal Villaplana (2017) descubrió que el sector de la moda no solo es la creación de diseños, esto solo se integra a todo lo que es el procedimiento de elaboración de cualquier producto que haga parte de esta rama, seguido del desarrollo de patrones, selección de materiales, cortes, confección, acabados, control de calidad y finalmente el embalaje para que esta termine en su destino final, ya sea en tiendas o directamente con el cliente principal, sin dejar de lado el compromiso ecológico en el ciclo de vida del producto.

En la industria de la moda hay variedades de productos que se suplen con las necesidades de los consumidores, ya sean prendas de vestir, calzado, bolsos, accesorios y más, pero muchas veces los productos no resultan como lo esperábamos, esto sucede porque no se realiza el proceso adecuado en su fabricación, por eso es necesario que, al comprar, revisemos los acabados.

El referente convencional de la elaboración lineal empleado en el sector de la indumentaria, apoyado en extraer, generar y desaprovechar, genera graves repercusiones desfavorables en el área medioambiental, financiero y colectivo. Se presenta como un reto aquello que conocemos como slow fashion, teniendo como propósito incorporar la responsabilidad ambiental en el sector textil. Así, comienza el cambio en dirección hacia la ejecución de economía circular que genera transformaciones significativas, ya sea por los proveedores o los consumidores (Núñez, T. et. al. 2021).

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## **Indagar las técnicas de fabricación y acabado en productos de marroquinería.**

Las técnicas de fabricación se refieren al conjunto de procesos que se desarrollan a la hora de ensamblar artículos de cuero, estas técnicas son muy importantes a la hora de realizar cualquier producto en marroquinería, porque de esto depende que el cliente busque y encuentre calidad en lo que realizamos para el mercado. Es necesario que el producto satisfaga las necesidades del cliente, cumpliendo así, con sus expectativas.

En el área de manufactura, un ente principal y fundamental, es el tiempo, y, esto depende que es un medio muy limitado e influye en los avances, determinando, que tan eficiente es un proceso de fabricación, según el índice de eficiencia o productividad, quiere decir que hay un nivel superior respecto a la cantidad de mercancía que ofrecer para que los consumidores queden satisfechos y con sus expectativas cumplidas (Mendoza, S. et. al. 2022).

Una etapa que hace parte de todo el proceso de la creación de un producto, es la revisión de acabado, en esta se permite observar que todo esté en óptimas condiciones para su comercialización, de esta forma, podemos notar que para el vendedor es crucial que su producto este correctamente ejecutado, así el cliente lograra estar satisfecho y con sus expectativas cumplidas, pero, la única forma de estar completamente seguros, es pasarlo por control de calidad, con el fin de corregir algún defecto que pueda llegar a tener la mercancía.

La industria de cuero, calzado y marroquinería incluye el curtido de cueros, recurtido y teñido de pieles; fabricación de calzado y la fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería. (Rivera, 2020)

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

En la marroquinería y como en todos los sectores que hacen parte de la industria de la moda, es fundamental que el producto pase por todas las etapas, una muy importante, es que después de ensamblado, el producto pase por diferentes fases de acabado, para mejorar su apariencia y durabilidad, para finalmente realizar los detalles, ya sean por utilidad o estética del diseño.

Marroquinería, es una labor ejecutada por el ser humano desde el surgimiento de los primeros grupos prehistóricos, donde nace como necesidad el uso de indumentaria y el calzado como señal de protección, actuando como una barrera entre el cuerpo y el entorno. Antiguamente todos estos procesos de marroquinería se desarrollaban de forma más rudimentaria, porque no había mucha tecnología ni había muchos conceptos de moda como los que se tienen hoy en día. Para lograr obtener cuero, lo hacían de forma natural, procedente de la caza de animales, fue a medida del tiempo que se fueron originando diversos conceptos económicos y comerciales que permitieron lograr optimizar la obtención del cuero, empezando con la creación de curtidos (Rojas & Castaño, 2018).

### **Determinar las estrategias de fortalecimiento empresarial en las empresas de moda.**

El fortalecimiento empresarial es una ayuda fundamental en el desarrollo de los universitarios para poco a poco formarse para la vida profesional, es de gran importancia poder hacer parte de una empresa en donde se pueda ejercer una estrategia de mejora, enfrentados de esta forma, a contribuir en la empresa.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

Se propone un modelo para sistematizar el desarrollo de los servicios de consultoría organizacional, que sirva de guía y contribuya a la formación de consultores mediante la transmisión del conocimiento, que se articule con el marco legal, como contribución a la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, al brindar servicios de mayor calidad que permitan aprovechar las mejoras prácticas existentes en el equipo consultor. (Guerrero, A. et. al. 2019)

Toda empresa necesita realizar un seguimiento de lo que necesita para fabricar cada producto, cuánto cuesta, qué máquinas utiliza y quién las opera. Además, es importante asegurarse de conocer los costos completos que hacen parte, ya sea el agua, la electricidad, pagos de nómina y otros servicios que la empresa necesita para funcionar de manera correcta, el fortalecimiento empresarial, lo que hace es complementar toda esta estructura ya creada.

Vargas Jiménez (2020) descubrió que el hecho de realizar las prácticas en una empresa es muy sorprendente y enriquecedor, porque al obtener un cargo según el área y tener claros todos los objetivos se puede dar un gran aporte a la empresa. Cuando nos asignan diversos roles dentro de la empresa y que cada vez conlleven más responsabilidad, se convierte en un compromiso consigo mismo por querer aportar y dar el cien por ciento.

El proceso de fortalecimiento empresarial para los estudiantes de Diseño de Moda es muy importante porque de esta forma se pueden ver reflejados, sus aprendizajes serán mayores y adicional, estarían aportando de sus conocimientos y habilidades a la empresa, que de cierta forma es una ayuda tanto para la empresa como para el estudiante. Además del desarrollo de las habilidades blandas, como el trabajo en equipo, la buena comunicación, la solución de problemas y la adaptación a cualquier cambio.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

Las labores determinadas en una empresa según su área ejercen un rol muy importante en la consecución de objetivos y se sigue trabajando en los avances de procedimientos. Según el contexto empresarial hoy día, en donde se lleva a cabo la administración de los recursos y las elecciones fundamentadas en información son fundamentales, los roles necesitan de relevancia estratégica. Partiendo de actividades esenciales que permiten llegar al éxito y rendimiento empresarial (Mora Mira, 2023).

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1. Marco de referencia

#### 2.1.1. La moda en las mujeres

El mercado femenino ha evolucionado en cualquier parte del mundo, en la historia, paso de ser un segmento poco considerado a convertirse en uno de los más importantes e influyentes en la economía mundial, porque no solo son consideradas consumidoras clave, sino que se encargan de generar un aporte en todo el sector moda y belleza, generando así, un impacto importante a la hora de desarrollar colecciones.

Aunque en los discursos aparece la figura de una mujer liberada de las restricciones impuestas por la sociedad a su identidad individual, esto no constituye una evidencia definitiva de un cambio en la percepción del llamado "sexo débil". Se muestra como son las mujeres que se enfrentaban al dilema de seguir el rol tradicional ligado al hogar, asumir las nuevas posibilidades que surgían en décadas anteriores. Los medios de comunicación comenzaron a reflejar un mundo femenino más amplio, en el que las mujeres exploraban nuevas ocupaciones y reafirmaban su identidad como parte de la sociedad (Cubillos Vergara, 2014).

Las marcas poco a poco han entendido que la idea no es solo comercializar productos, lo verdaderamente importante es que el consumidor se fidelice con la marca y pueda conectar con los valores de las mujeres, que estas se sientan representadas y que toda una sola comunidad vaya por el mismo camino. Ser



auténticas, incluidas y representadas por aspectos fundamentales permite el crecimiento de la marca, porque se convierte en un valor agregado para la empresa.

Velasco Molpeceres (2019) descubrió que la moda ha sido históricamente percibida como algo superficial y vinculado a lo femenino, lo que genera que no se le dé la suficiente importancia en el ámbito académico. La moda pasó a considerarse un elemento propio de las mujeres. Poco a poco evolucionó este concepto, pero siempre ha sido vista con prejuicios y estereotipos, porque la sociedad prioriza la estética por encima de otros aspectos.

Actualmente después de toda la evolución, aún existen diferentes retos, como eliminar por completo los estereotipos en las mujeres; para mejorar la vida de ellas, que puedan salir libremente a cualquier espacio y no sean juzgadas por su forma de vestir, el futuro del mercado femenino no solo radica en la comercialización, sino en la tranquilidad que usar ciertas prendas le genere, donde ellas sean las protagonistas siempre sin ser señaladas.

Trascender culturas a través del cuerpo y el vestido, nos permite reflexionar la estética y la ejecución de sentido que pertenece a la historia. La sociedad establece quiénes son incluidos o excluidos, según la cultura, qué es aceptable y qué no. Además, moldea nuestra identidad, forma de ser y manera de relacionarnos con los demás, siendo una guía, que abarca la creación de objetos como ropa y accesorios, la percepción de la belleza, los gustos estéticos y la armonía en formas y colores. También se relaciona con la producción y la manera en que la apariencia influye en la sociedad (Medina Cano, 2018).

## 2.1.2 Comportamiento de las consumidoras

El comportamiento de las consumidoras en la industria de la moda; en la marroquinería, se genera a partir de tendencias que sigan, sus principios personales enfocados a sus gustos, y la percepción emocional que sientan sobre la marca. Hoy en día no solo buscan diseños bonitos, sino que estos tengan un reflejo de quienes son ellas en su diario vivir y que le produzcan cierta comodidad. Partiendo también de la exclusividad y calidad que la marca pueda generarle, son factores clave a la hora de comprar porque ven un bolso como un elemento de identidad.

Ramírez Vargas (2017, agosto) descubrió que hoy en día, comprar en línea es más fácil y accesible para muchas mujeres, ayudando a reducir la brecha de género y tecnológica. Antes, este tipo de compras era más común entre personas con altos ingresos y educación superior, pero ahora mujeres de distintos niveles socioeconómicos están aprovechando las ventajas del comercio digital. Los cambios en la sociedad y la cultura han hecho que comprar por internet sea cada vez más común. Gracias a la tecnología, más mujeres de clase media con formación técnica o tecnológica han incorporado esta opción en su día a día. Esto demuestra que las compras en línea ya no son exclusivas de unos pocos, sino una herramienta accesible para todos.

Actualmente, las consumidoras están educando su comportamiento de compra y acceden a realizar compras sostenibles y con conciencia social, una gran parte de ellas seleccionan marcas que utilizan materiales ecológicos, con procesos de producción responsable al planeta, y apoyando los productos elaborados por artesanos, el compromiso con el medioambiente es de todos y si las marcas lo implementan, los clientes van a preferir realizar una compra eco amigable, generando, una decisión de compra responsable.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

El consumo responsable poco a poco se va incorporando en comportamientos de compra, se vuelven positivos porque ayudan al medio ambiente y su cuidado. Todos es un trabajo conjunto, porque es una orientación estratégica ya que se generan bienes y servicios de calidad siendo responsables, gracias a las redes sociales, se pueden implementar cada vez más diferentes estrategias que generen compromiso con nuestro ecosistema (Marroquin, C. et.al. 2019).

El comportamiento de las mujeres también influye de todo aquello que ven mediante sus redes sociales, y es diferente como interactúan con la marca por medio del internet, las experiencias de compra online para todas pueden llegar a ser diversas, pero su uso es el mismo, ya que nos ayuda a que sea más fácil y rápido, según la percepción de calidad y valor del producto, siendo estos los factores que determinan la compra de bolsos y otros artículos de moda.

Es importante que las plataformas y paginas digitales tengan una armonía visual, donde se representen los valores de la empresa y se faciliten a la hora de realizar la compra, que el cliente se sienta cómodo usando la plataforma. Con facilidad de pago, de una manera práctica, ágil y confiable, para que el cliente sienta confianza con la marca. De cierta forma, también es bueno que puedan agregar sus reseñas, según como les haya ido con el producto, de esta forma, poder mejorar a favor de la marca (Palacios Saavedra, 2020).

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

### 2.1.3 Procesos de compra en la moda

La compra de productos de marroquinería tiene como influencia el entorno, actualmente es lo que conocemos como redes sociales, marketing y la publicidad que les hacen a diferentes marcas, pero las opiniones de los consumidores se vuelve un criterio importante de escuchar, las decisiones son individuales, pero las opiniones son las que nos impulsan a tomar o dejar la compra.

Aunque la inteligencia emocional no cambia lo que una persona cree que los demás esperan en moda, sí influye en la forma en que decide comprar. La percepción de calidad también es clave, ya que un producto bien valorado genera mayor confianza y deseo de adquisición. Además, tanto las opiniones del entorno como la actitud individual juegan un papel importante en la decisión de compra, mostrando que este proceso no depende del género, sino de factores personales y sociales (Lima, V. et.al. 2022).

Cuando compramos una prenda o un accesorio, nadie garantiza la satisfacción de este, todo depende de si se alinea con las expectativas del consumidor. Hay aspectos muy importantes a la hora de adquirir un producto: la calidad, comodidad y durabilidad porque de esto depende si una compra se convierte en una buena inversión o en un gasto, de esta forma se define el valor emocional con la marca, ya sea por el producto o por su valor agregado.

Esto demuestra que, en la moda sostenible, la calidad sigue siendo un aspecto clave. Aunque los materiales sean ecológicos, los consumidores no solo buscan sostenibilidad, sino también productos bien hechos, duraderos y con buenos acabados (Guerrero, V. et.al. 2021).

La producción en masa nos domina, un proceso de compra es elegir muy bien que producto es completo, y si es creado por artesanos, tiene un valor agregado, se vuelve un producto importante porque quiere decir que la marca si tiene en cuenta la sostenibilidad para el desarrollo de sus productos, las compras hechas por artesanos no solo garantizan calidad, nos aporta originalidad a nuestro estilo y apoyo a la cultura, porque mantiene vivas las tradiciones.

Sotomayor, et.al. (2018) descubrieron que los habitantes de Machala eligen dónde comprar según lo que ven, ya que el entorno influye en su decisión. Además de la vista, el olfato, el oído y el tacto también juegan un papel en su experiencia y en cuánto tiempo permanecen en un lugar. Para ellos, una fachada atractiva y un diseño interior llamativo hacen que un negocio sea más fácil de recordar. Aunque muchos saben que los comercios buscan destacar a través de los sentidos, pocos se dan cuenta de que esto forma parte de una estrategia de marketing para captar su atención y fidelizarlos.

## **2.2. Marco conceptual**

### **2.2.1. Área de producción de bolsos**

En el área de producción se pueden realizar diferentes actividades de fabricación y ensamble de materias primas para la realización de un producto que posiblemente vaya a salir al mercado, ya que es un espacio donde se puede llevar a cabo la transformación de dicha mercancía, esta área es muy importante porque de ella depende que el producto sea eficiente y tenga buena calidad, generando así, un valor agregado para el cliente.

El inicio de los mercados dirigido a un entorno más extenso de comercio ha fomentado el surgimiento de condiciones con rivalidad, en donde las compañías tienen que fomentar sus diversas labores. Este método de internacionalización ha perjudicado mayormente a las industrias mayor habitadas debido a la falta de poderse confrontar a los competidores más potenciales, que son: aprovechamiento del avance tecnológico, ausencia de formación, escaso dominio de representación, ilustración y diseño de calzado, entre otros (Montenegro et. al. 2017, 29 septiembre).

En la industria de la moda, cuando hablamos de producción, debemos tener en cuenta que hay muchos factores importantes, uno de ellos, es la economía, esta área genera mucho empleo en todo el mundo, siendo así, la elaboración de bolsos, una parte fundamental en el desarrollo de producción, ya que este es esencial para todas las personas, porque igual que las prendas, se encarga de resguardar necesidades básicas y al mismo tiempo, representa la estética.

Andrade, et. al. (2018) descubrieron que el tiempo de producción puede llegar a medir la eficiencia en una empresa, de esta forma, haciendo estudios podemos saber si el tiempo es el adecuado y así mejorar los diferentes procesos a lo largo de la elaboración de un producto, realizando ajustes y cambios en las etapas de fabricación, se puede lograr optimizar el rendimiento, dejando como base la calidad de este. Al mejorar, las empresas y entidades van a notar cambios directos, como lo es el aumento de competitividad, generando así, un producto de calidad, eficiente y rentable.

El área de producción de bolsos se enfoca en generar calidad y eficacia en cada etapa de este proceso para la elaboración de cada producto. Iniciando desde el corte del cuero, hasta la última fase que se conoce como control de calidad,

hoy en día podemos hacer uso de tecnologías y diferentes maquinas que nos pueden llegar a agilizar un poco la elaboración de cada producto, sin dejar a un lado la sostenibilidad, para lograr desarrollar estos procesos de manera más ecológica e incluyendo el uso del reciclaje.

Para lograr mejorar la productividad de la empresa se realizó un estudio de tiempos con cronómetro y del trabajo enfocándose a la mano de obra utilizada en cada proceso la cual fue utilizada para la medición de la productividad de cada proceso, con la ayuda de la metodología de la estandarización de tiempos se obtuvo un mejor desempeño de los procesos. (Gómez Coello, 2021)

### **2.2.2. Moda sostenible en la producción de un producto**

La moda sostenible es un tema que es tendencia en todas las industrias, en este caso, la producción de productos en cuero busca generar prototipos funcionales, estéticos, pero, sin dejar de lado la conciencia ecológica. De este modo, hay diferentes practicas éticas que se pueden implementar para la reducción del impacto ambiental.

Los impactos ambientales que se pueden llegar a generar por la industria de la moda tienen un efecto directo con el planeta en el que habitamos, los ecosistemas tienen cierto nivel de resistencia y adaptación a los cambios constantes que se generan por la explotación, generando cambios climáticos y poniendo en riesgo cada vez más la salud de nuestro planeta tierra, afectándonos de cierta forma (Zeas, 2017).

En la moda al generar productos en cuero, se desarrollan diferentes etapas, una de ellas es el proceso de curtido. Puesto que, las curtiembres generan muchos desechos tóxicos, produciendo contaminación, y consumo de agua, por esta razón,

se deben adoptar prácticas sostenibles porque de eso depende nuestro futuro, una posible solución, es el uso de curtidos vegetales o fabricación de materiales en alta calidad para que su vida útil sea más larga y el consumo sea más eficiente.

Sánchez, et. al. (2020) descubrieron que los altos niveles de consumismo están desencadenando efectos graves en el camino hacia un desarrollo sostenible, por ello es necesario establecer un modelo de crecimiento económico sostenible que reconozca el impacto de su alto consumo y proporcioné estrategias para reducir los indicadores de aumento de dicha problemática. Centrándose en la industria de la moda, se presenta la Moda Lenta como una alternativa responsable a la moda rápida, promoviendo la calidad sobre la cantidad y buscando reducir el impacto ambiental mediante un consumo más consciente y prolongado.

El ciclo de vida de un producto es muy importante porque este es el que nos indica la calidad y la conciencia ambiental con la que trabajan las empresas, estas dos combinaciones generan un producto que llama la atención a su público objetivo, al implementar practicas sostenibles, estamos contribuyendo de cierta forma con la preservación del medio ambiente, la industria de la moda hoy por hoy se ha encargado de tener un compromiso con un futuro más sano y eco amigable para las próximas generaciones.

La industria de la moda hace parte fundamental de las producciones industriales realizadas en nuestro entorno. Siendo así una forma de poder satisfacer las necesidades de vestuario, aspectos estéticos y llegando a involucrar los



sentimientos como persona, ejerciendo diferentes cargos difíciles en un entorno posmoderno. Partiendo como distinción, elección, búsqueda personal o el simple hecho de querer pertenecer a diferentes grupos sociales, dejando a un lado la

finalidad que tiene, como lo es cubrir y proteger el cuerpo según el clima. A medida que pasa el tiempo, la ropa ha servido como símbolo de distinción social (Soler Rovira et. al. 2012).

### 2.2.3. Mejoras en la productividad del cuero

Las mejoras en la productividad del cuero no solo significan aumentar la producción, sino también que los recursos sean eficientes para que el producto tenga calidad, sin necesidad de realizar desperdicios de material, una parte esencial es entender que, para que esto funcione correctamente, se debe promover un excelente entorno laboral, que funcione como un equipo y termine siendo motivador, para así, innovar en los procesos y que los productos sean excepcionales.

**Ilustración 1.** Elaboración de cuero en taller por artesana



**Nota:** Artesano en taller.

**Fuente:** <https://es.vecteezy.com/foto/39190301-ai-generado-artesano-elaboracion-cuero-en-taller-con-ai-generado>

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

La ingeniería de métodos reúne distintos términos como el diseño, la creación y la selección de los métodos de fabricación, procesos, herramientas, equipos y habilidades más adecuados para el proceso de manufactura de un producto según las indicaciones aportadas por el departamento de ingeniería del producto. Cuando el mejor método coincide con las habilidades disponibles óptimas, se logra una relación eficiente entre el trabajador y la máquina. Una vez que el método se ha establecido en su totalidad, es necesario determinar un tiempo estándar para la fabricación del producto (Guzmán Aguilar, 2018, 15 enero).

La productividad del cuero va muy de la mano con la investigación que se les realice a las tendencias que estén vigentes, la mayoría de los consumidores son influenciados por estas, así mismo, como la innovación en los materiales, los clientes son muy visuales, pero son muy individuales y muchos quieren tener

productos únicos, por esta razón, es fundamental estudiar al público objetivo al que se le quiere ofrecer la marca, que conozca el ADN de esta, para que así pueda lograr conectar y se fidelice.

En primer lugar, nos enfocamos en identificar y evaluar los problemas clave utilizando herramientas de análisis ingenieril. Al concluir esta etapa, notamos una acumulación de productos en proceso, falta de competitividad de productos, retrasos en las entregas y deficiencias en orden y limpieza. Una vez identificados estos problemas, procedimos a seleccionar la metodología y las herramientas más apropiadas. Utilizamos el proceso de análisis jerárquico (AHP) para elegir la metodología adecuada. Para abordar los problemas identificados, optamos por implementar las herramientas Heijunka y 5'S (Chavez Flores y Moreno Ramírez, 2024, febrero).

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

La etapa productiva en la industria del cuero es una de las más importantes, porque de esta depende reconocer los avances que se tienen, va más allá de la cantidad de productos que se realicen, lo verdaderamente importante es que exista un equilibrio entre eficiencia, calidad y estética, cada una de las etapas debe incluir sostenibilidad, ya sea en el consumo de energía o diferentes maquinas que se necesitan para la elaboración de estos.

La productividad es la rapidez con la que se realiza cualquier actividad, que hacer o trabajo; y no siempre es la velocidad de una transformación física, porque también hay transformaciones mentales, que son intangibles, como se da en la creatividad del pensamiento y en lo espiritual. (López Herrera, 2012)

#### **2.2.4. Materiales en la marroquinería**

La marroquinería es un oficio que se encarga de trabajar el cuero para crear, diseñar e innovar los diferentes productos que salen al mercado. Para realizar algún artículo con cuero, se llevan a cabo diferentes etapas, una de ellas es la elección del cuero, lo ideal es que sea de calidad, esto le dará un valor agregado al producto final, puede derivar de diferentes tipos de pieles de animales, pero la elección de este depende del uso que se le dé al cuero, considerando factores como durabilidad, utilidad, textura y color.

Hoy en día, el cuero con procedencia animal por consiguiente está disminuyendo su dominio en el rubro, de esta forma se investigará de qué manera podría sustituirse este material, sin dejar a un lado la calidad y utilidad del producto. Desarrollando una exploración sobre diversas alternativas y metodologías que puedan hacer parte y ser integradas, ya sean materiales sintéticos o procedencia

vegetal, integrando técnicas contemporáneas y tradicionales, como la fusión de la orfebrería con la producción 3D o grabado láser (Martini, 2019).

En el ámbito de la marroquinería, es esencial investigar sobre el origen de los materiales que compramos, porque muchas veces no proviene de fuentes responsables y de industrias donde no tengan procesos de producción eco amigables con el medio ambiente, por otro lado, es importante tener claro, que, según el material comprado, así mismo durara el producto final, gracias a esto, podemos tomar decisiones responsables para las empresas.

Vallejos (2013) descubrió que los materiales son un factor importante, pero que existen diversos materiales, cada día se crean nuevos materiales y cualquiera que se elija es una buena opción. La elección de este depende de la calidad que se desee obtener, pero normalmente, además, los forros proporcionan una mejor durabilidad y acabado al producto final, asegurando su funcionalidad, estética y dejándolo con una mejor estructura. Es importante mencionar que los materiales se pueden dividir, y todo depende del uso de su tejido, ya sea para proporcionar resistencia, estructura o para la protección de su parte interna.

La marroquinería ofrece variedad de productos con diferentes materiales, cada material tiene texturas, tonalidades, y formas diferentes, por lo tanto, se genera un vínculo con la artesanía, implicando técnicas y materiales tradicionales que aportan en cada cultura de los diferentes países, es necesaria la compra de materiales para la elaboración de productos, así pues, se debe hacer una buena inversión en los materiales, para que sean artículos finales de calidad.

Para crear productos que utilicen tanto materiales textiles como madera, y que satisfagan la necesidad fundamental de habitar en un entorno saludable, protegiéndolo para las generaciones futuras, se busca añadir un valor innovador que motive a los consumidores a

### 2.2.5. Confección de marroquinería

La confección en marroquinería es el proceso de fabricar artículos en cuero acompañado de diversos materiales para su elaboración, esta etapa inicia desde el corte, hasta el ensamble, finalizando con el control de calidad, que nos asegura que el producto cumpla con las expectativas del diseño. Se puede realizar a mano, que es el trabajo de los artesanos, o con maquinaria especializada en talleres.

Una de las principales dificultades que afronta el sector de la confección y la marroquinería, es garantizar la seguridad de los empleados que manejan las

máquinas para agregar materiales a los productos terminados. En esta área, ha habido escasos progresos tecnológicos en las máquinas utilizadas para aplicar materiales lo que brinda una gran oportunidad para la investigación y la mejora. Por esta razón, este proyecto se concentra en crear un sistema de protección para los trabajadores que operan estas máquinas, aprovechando la tecnología de visión artificial (Bonilla Giraldo, 2016).

En confección, el cuero es un material que se debe coser correctamente, porque las costuras son fuertes y al quedar en óptimas condiciones, asegura que pueda soportar el uso diario y no pierda su forma, pero para que esto suceda, no solo depende del material, sino de su elaboración, por esta razón, la persona que ensamble debe tener total experiencia porque el cuero es un material muy delicado.

Para mejorar la productividad en la industria del cuero, se implementan cinco estudios clave. Primero, un estudio de mercado analiza la oferta, demanda, precios y comercialización. Luego, un estudio técnico define la ubicación, insumos, tecnología e instalaciones necesarias. Un estudio legal y administrativo establece

los principios y valores de la empresa. A continuación, un estudio financiero determina la estructura de costos, gastos e ingresos. Tras completar estos análisis, se evalúa la viabilidad del proyecto desde perspectivas financieras, económicas, sociales y ambientales. Finalmente, se resumen los resultados y se ofrecen recomendaciones para optimizar la productividad (Delgado Córdoba y Zambrano Rodríguez, 2014).

En la confección del cuero existen dos tipos de costuras importantes, las que se realizan para brindar funcionalidad, ya sea para poder aumentar resistencia y que el producto dure lo suficiente, o están aquellas que se usan como decoración, todo depende del diseño. Esta fase permite unir las piezas en cuero, sin importar la

complejidad o innovación de este, lo ideal es permitir experimentar diversos bocetos que terminan siendo artículos llamativos y que posiblemente, puedan terminar en tendencias.

Cárdenas (2017, 26 junio p.13) descubrió que la venta y exportación de bolsos de cuero presenta una gran oportunidad de mercado gracias a la accesibilidad de la mano de obra y la diversidad de materia prima en distintas calidades y precios. El talento humano contribuye con creatividad en diseños y tejidos. Con una estrategia de marketing adecuada, una red de distribución eficiente y la implementación de prácticas sostenibles, estos productos pueden destacar en mercados internacionales, valorizando la artesanía y la calidad.

### **2.2.6. Productos en cuero**

Los productos de cuero hacen parte de una tradición cultural, es un arte que hace parte de toda la historia y que poco a poco ha ido evolucionando, son artículos que nos acompañan en nuestro día a día, por eso es muy importante

tener claro a que tipo de bolso o calzado le vamos a invertir, buscando comodidad y estética.

Actualmente el cuero se encuentra limitado a los sectores clásicos como lo es la marroquinería en general, incluyendo hasta la indumentaria, este se encuentra como componente base en productos denominados “diseñados”, siendo dirigidos por tendencias globales en la industria de la moda. Por consiguiente, la importancia del cuero se destaca según la funcionalidad que se le dé al producto y valorando su calidad, conforme a su resistencia, capacidad y su respirabilidad (Reissig, 2020).

Cada uno de los productos diseñados tienen una historia y pueden llegar a generar un vínculo con la persona que desee comprarlo, cada detalle, elemento, color, textura, terminan siendo influencias a la hora de elegir, pero, todo depende de nuestros gustos, el valor que le damos a cada producto, la conexión que tengamos con este, por esta razón, las empresas buscan fidelizar a su público objetivo estudiándolo de forma directa, analizando sus preferencias y necesidades.

Aguirre y Ricardo (2020) descubrieron que hoy en día hay mucha competencia en las diferentes industrias, pero en la moda, el factor diferencial es el que llama la atención al cliente, y según la originalidad del producto el decide. Por esta razón, debemos definir qué tipo de producto vamos a vender, y que enfoque se le quiere dar, porque todo depende de los diferentes aspectos que existan, desde su materialidad hasta su diseño. Si nos logramos adaptar a las necesidades del público objetivo, se puede vender el producto de manera eficiente.

Todos los productos elaborados en cuero representan el trabajo de operarios o artesanos que realizan procesos eficientes, aplicando técnicas en los diseños, no solo es tener el conocimiento, sino también una habilidad, porque cada costura y detalle se debe elaborar con destreza, se encargan de que sean productos que

perduren años en el tiempo y puedan ser apreciados por su calidad, estética y en este caso, funcionalidad.

En este proyecto se detalla el proceso de producción diseñado para abordar los desafíos que enfrenta la empresa. Esto se logra mediante un exhaustivo estudio de mercado, que destaca la necesidad de desarrollar un producto propio que responda a las demandas del público. Se requiere una comprensión profunda de las debilidades y oportunidades del mercado, así como del comportamiento de los consumidores, para poder analizar el entorno comercial y evaluar la competencia.

Este análisis es crucial para lanzar un producto altamente competitivo y de calidad excepcional, y también proporcionará datos para realizar proyecciones con el menor margen de error posible (Rivera Reina, 2009).

## **2.3. Marco legal**

### **2.3.1. Mercado femenino**

El mercado femenino en la moda está en constante cambio, cada día hay nuevas tendencias y diseños innovadores que poco a poco se posicionan en la industria, pero hay un tema muy importante para desarrollar prototipos, y es tener presente el medio ambiente, la sostenibilidad no debemos apartarla, ya sea mediante materiales ecológicos o diferentes procesos al elaborarla, al ser conscientes estamos ayudando a nuestro ecosistema.

Ley 2017; Parágrafo 6º: El Gobierno nacional establecerá mecanismos que conduzcan a la formalización y generación empresarial, y del empleo para las mujeres de manera específica



en los sectores agropecuario, transporte, minas y energía, intermediación financiera, servicios públicos y construcción, ciencia, tecnología e innovación, atendiendo las recomendaciones por parte del Sistema Nacional de las Mujeres. (Función Pública, 2021)

### 2.3.2. Producción

La producción en manufactura debe ir ligada con la calidad, de esto depende la competencia en el sector manufacturero, el cliente no solo mira su costo, ellos analizan su diseño y calidad, hoy en día son consumidores exigentes y con buen gusto por la moda, por esa razón sus estándares a la hora de comprar son altos, buscando que se adapten a sus necesidades individuales.

Ley 155; Artículo 2º: Las empresas que produzcan, abastezcan, distribuyan o consuman determinado artículo o servicio, y que tengan capacidad para determinar precios en el mercado, por la cantidad que controlen del respectivo artículo o servicio, estarán sometidas a la vigilancia del Estado para los efectos de la presente Ley. (Congreso de la República de Colombia, 1959)

### 2.3.3. Marroquinería

La marroquinería va ligada con la industria de la moda, porque son productos que hacen parte de nuestro diario vivir, siendo funcionales o por simple estética y complemento. La innovación es importante a la hora de diseñar, porque al estar en constante cambio, podemos explorar mercados diferentes y elaborar prototipos para todo tipo de público, ya sea incorporando materiales, colores o texturas nuevas, por esta razón es bueno reinventarse, pero reconociendo que la esencia de la marroquinería es su aporte artesanal.

Decreto 1441; artículo 9º: Podrá permitirse la importación de pieles sin curtir, de huesos, pezuñas, y desperdicios crudos, siempre que se acompañen de un certificado sanitario

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

expedido por un médico veterinario oficial del país de origen, en que conste que las enfermedades propias a la especie animal de que se trata, señaladas en el artículo anterior, no se han presentado en el país durante los tres años precedentes. (Función Pública, 1940)

#### **2.3.4. Fortalecimiento empresarial**

El fortalecimiento empresarial para los estudiantes es muy importante porque permite tener tacto más cercano con su carrera o industria, relaciones con otros practicantes y posiblemente se pueden abrir puertas para futuras oportunidades laborales, además de importantes para el crecimiento profesional, porque permiten un conocimiento más amplio y experiencia que nos pueda llegar a brindar la entidad.

Ley 2043; artículo 5º: Convocatoria pública. Las entidades públicas del nivel nacional, departamental y territorial deberán realizar anualmente por lo menos una convocatoria para que estudiantes puedan realizar sus prácticas laborales, la cual deberá ser debidamente divulgada a través de los diferentes medios de comunicación con los que cuente dicha entidad. (Función Pública, 2020)

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

### 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipo de investigación descriptiva

Valle, A. et.al. (2022) descubrieron que la investigación nos ayuda a entender el mundo, innovar y resolver problemas. Esta guía acompaña a estudiantes de pregrado en su camino investigativo en educación, con un enfoque descriptivo y cualitativo que permite analizar el entorno sin alterarlo. Más que recopilar datos, investigar es explorar la realidad educativa y reflexionar sobre ella con base en teorías y conceptos, logrando así una comprensión más profunda y crítica.

Este proyecto es una investigación descriptiva porque tiene como objetivo principal, analizar, observar, documentar y detallar características o estrategias; pero sin hacer una intervención directa, todo basándose en artículos, revistas, tesis y trabajos de grado, la idea es recopilar información para diseñar un folleto educativo que permita a los clientes tomar conciencia. Por eso, encaja dentro del enfoque descriptivo.

#### 3.2. Enfoque cualitativo

Cueto Urbina (2020) descubrió que la investigación cualitativa aporta la parte humana que los números no pueden explicar por sí solos. Para tener una visión completa, es clave escuchar a los pacientes, comprender sus emociones, creencias y el contexto en el que viven. Al combinar datos con experiencias reales, logramos una comprensión más profunda y cercana de cada fenómeno.

Por otro lado, tiene un enfoque cualitativo porque tiene como principal función la comprensión y el análisis de diferentes temas que lo conforman, Su objetivo no es centrar su estudio en datos numéricos, ni tablas estadísticas, sino la forma en cómo se interpreta toda la información, permite explorar como el folleto puede generar cierto tipo de influencia en los clientes. Porque describe e interpreta cómo el diseño promueve la reutilización de materiales.

### 3.3. Método análisis

Para este proyecto de grado, se utilizó un método de análisis que ayudó a recopilar información clara y ajustada a la realidad de la empresa. Esto permitió entender mejor los desafíos y diseñar estrategias más efectivas. Gracias a este enfoque, fue posible proponer soluciones que realmente se ajustan a las necesidades del mercado y al funcionamiento de la marca.

#### 3.3.1. Consultas en fuentes primarias

Entrevistas:

- Empresario.
- Operario.
- Administrador de empresas.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

### 3.3.2. Consultas en fuentes secundarias

El estudio surge a partir de diferentes investigaciones, tesis, trabajos de grado, artículos y revista, relacionados con la economía circular según el mercado femenino, la sostenibilidad en la marroquinería y el fortalecimiento empresarial.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.4.1. Observación participante o no participante

Jociles Rubio (2018) explora la observación participante, como una herramienta clave en antropología que permite a los investigadores sumergirse en la vida de las comunidades para entender sus costumbres y dinámicas. También se compara con otros métodos, como entrevistas y grupos de discusión, y se comparten consejos para que esta técnica refleje con fidelidad la complejidad de los procesos socioculturales.

##### 3.4.1.1 Observación

Tabla 1. Observaciones no participantes.

Observación	Tipo de observación
VÉLEZ	Se revisó y realizan procesos de industria sostenible, ofrecen un servicio de restauración, cuando el producto necesita algún mantenimiento.
HILO SAGRADO	Trabajan con comunidades y han creado un centro de conocimiento, donde cualquier persona puede aprender una acción sostenible

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

	que garantice el desarrollo de las próximas generaciones.
<b>MARIA BONITA</b>	Se investigó y es una marca que va de la mano con la sostenibilidad, porque usa trapillo que termina siendo desperdicio que dejan las industriales textiles, y con esto hace bolsos.
<b>CELESTINO</b>	Realizan diferentes procesos de sostenibilidad, pero no tiene una guía de lo que pueden hacer con sus materiales después de perder la vida útil.

Nota: Tabla elaborada por el autor a partir del análisis sobre marcas.

### 3.4.2. Entrevista estructurada

Realizar entrevistas estructuradas a expertos en el área del diseño y manufactura, como empresario, especialistas, diseñadores, operarios y administradores de empresas, es importante recibir esta información, porque nos ayuda a identificar desafíos. Y su experiencia, complementan toda la información que se logra tener, se vuelve más enriquecedor.

- Entrevista a un empresario: Es importante su información porque nos da una información directa y económica de cómo se mueve el sector.
- Entrevista a un operario: Esta información enriquece el proyecto, porque se tiene en cuenta información más detallada de todos los procedimientos que ocurren mediante el proceso de desarrollar un prototipo.
- Entrevista a un administrador de empresas: Su información es clave, ayuda a la mejoría de una empresa y su crecimiento, que técnicas y habilidades aplicar para que la empresa mejore.

#### **4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO**

Las estrategias para implementar buscan promover la sostenibilidad y la economía circular en Celestino a través de un folleto educativo. Esta herramienta ayudará a los clientes a reutilizar y reciclar los materiales del bolso, ofreciendo alternativas para extender su vida útil.

Se propone implementar más publicidad sobre la economía circular, y seguir con un buen manejo de redes sociales, que termina siendo la ventana directa con el cliente.

Tener un control del uso de fichas técnicas requeridas por las artesanas, que se complementen y hagan un trabajo en equipo, para que, de esta forma, sea un trabajo eficiente, tener un buen proceso de calidad con los trabajadores.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023





Ilustración 2. Folleto final

RECICLAJE CIRCULAR

Crear un sistema de reciclaje que permita a los clientes devolver sus bolsos cuando ya no los usen, para ser transformados en nuevos productos, manteniendo la filosofía artesanal y sostenible de la marca.

**Punto de Recogida**  
Contáctanos y te ofrecemos nuestro punto de recolección.

**Incentivos**  
Los clientes que devuelvan sus productos antiguos podrán recibir descuentos o cupones para futuras compras.

Se deben separar los diferentes materiales para ser reciclado el producto.

**Fique**  
El fique puede ser triturado y reusado como material textil para nuevos productos o ser convertido en hilos nuevamente.

**Cuero**  
El cuero puede ser reciclado y transformado en pequeños accesorios o elementos decorativos.

**Acero inoxidable**  
Este material es completamente reciclable y puede ser reutilizado en la creación de nuevos detalles metálicos o incluso otras partes de bolsos o productos.

## MATERIALES de tu CELESTINO

**FIQUE (FIBRA NATURAL)**  
**Resistente y biodegradable:** Se descompone en compostaje sin contaminar.

**ALGODÓN (FORRO INTERIOR)**  
**Suave y reutilizable:** Fácil de transformar en nuevos usos.

**CUERO NATURAL (DETALLES)**  
**Duradero y flexible:** Puede restaurarse o usarse en otros objetos.

**ACERO INOXIDABLE (ACCESORIOS)**  
**Resistente y reciclable:** Puede fundirse y reutilizarse en otros productos.

## MATERIALES que MERECE una 2VIDA

Una Guía Para Tu

# CELESTINO

Reciclar y reutilizar es una forma de honrar el trabajo artesanal y la naturaleza.

NO DESECHES TU CELESTINO

**Fique (Cuerpo del bolso)**

- Conviértelo en compostaje para plantas.
- Usa las fibras para hacer tapetes, cestas o manualidades para tu hogar.
- Dona a artesanos locales para que lo aprovechen.

**Algodón (Forro del bolso)**

- Recorta y úsalo como paño de limpieza.
- Úsalo para hacer bolsas pequeñas o relleno para cojines.
- Si está en buen estado, dónalo para proyectos textiles.

**Cuero natural (Detalles y correas)**

- Restaura el bolso con un zapatero o artesano.
- Usa las piezas de cuero en llaveros o pulseras.
- Dona a marroquinerías que trabajen con retazos.

**Acero inoxidable (Broches y accesorios)**

- Llévate las piezas a centros de reciclaje de metales.
- Úsalas para crear nuevos accesorios como aretes o collares.
- Revende o dona a talleres de joyería artesanal.

Cada pequeño gesto cuenta

## BENEFICIOS de RECICLAR TU BOLSO

- 1 Para el planeta**
  - Reduce residuos y contaminación.
  - Disminuye la demanda de nuevas materias primas.
  - Protege ecosistemas naturales.
- 2 Para la comunidad**
  - Apoya el trabajo artesanal y sostenible
  - Fomenta la economía circular.
  - Genera conciencia sobre el consumo responsable.
- 3 Para ti, NUESTRO CLIENTE**
  - Obtienes nuevos usos creativos para tu bolso.
  - Ahorro al reutilizar materiales en lugar de comprar nuevos.
  - Contribuyes a un mundo más ecológico y sostenible.

Comparte cómo reutilizaste tu bolso usando el hashtag **#CelestinoSostenible**

CELESTINO

Gracias por ser parte del cambio con

Fuente: Propia

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

## 5. RESULTADOS

### 5.1. Conclusiones de las entrevistas y observaciones.

Según el estudio que se realizó y los resultados obtenidos de las investigaciones de marca y las entrevistas, se concluye, que hoy en día es necesario tener propuestas que ayuden con el cuidado del medio ambiente, ya sea reciclando, reparando, haciendo uso de la moda circular y presentando cuidado por el producto a la hora su elaboración. Por otro lado, Celestino necesita de una guía para que sus consumidores aprendan a reciclar y se eduquen, por eso, se propone el folleto de la figura 2.

Las entrevistas nos permitieron verificar la importancia de la sostenibilidad en cada marca, gracias a esto, se preserva el planeta. Si una empresa maneja elementos de sostenibilidad, mejora y se vuelve un atractivo para el cliente o consumidores que busca llegar. Por último, la implementación de un folleto, mejora y fortalece su valor agregado, se vuelve un factor clave para la competitividad y sostenibilidad de cada una de las empresas.

Implementar esta estrategia en Celestino es clave porque refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la artesanía responsable. Al educar a los clientes sobre cómo reutilizar y reciclar los materiales de sus bolsos, la marca no solo reduce su impacto ambiental, sino que también fomenta un consumo más consciente, diferenciándose en el mercado y fortaleciendo su relación con los consumidores.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

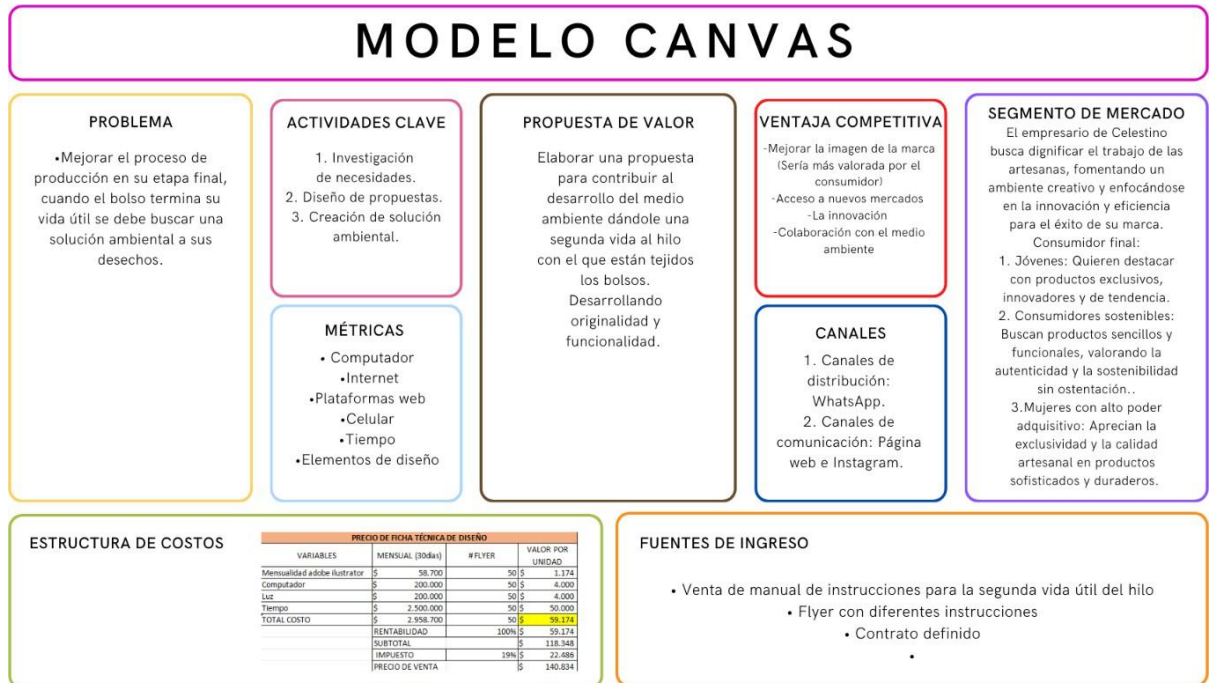
**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## 5.2. PROYECTO INTEGRADOR

### 5.2.1. LÍNEAS DE PRODUCTO

Ilustración 3. Modelo Canvas



Fuente: Propia.

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

**Tabla 3.** Modelo Canvas

<b>Segmento de mercado</b>	<p><b>El empresario de Celestino busca dignificar el trabajo de las artesanas, fomentando un ambiente creativo y enfocándose en la innovación y eficiencia para el éxito de su marca.</b></p> <p><b>Consumidor final:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Jóvenes: Quieren destacar con productos exclusivos, innovadores y de tendencia.</b></li> <li><b>2. Consumidores sostenibles: Buscan productos sencillos y funcionales, valorando la autenticidad y la sostenibilidad sin ostentación.</b></li> <li><b>3. Mujeres con alto poder adquisitivo: Aprecian la exclusividad y la calidad artesanal en productos sofisticados y duraderos.</b></li> </ol>
<b>Problema</b>	<p>Mejorar el proceso de producción en su etapa final, cuando el bolso termina su vida útil se debe buscar una solución ambiental a sus desechos.</p>
<b>Propuesta de valor</b>	<p>Elaborar una propuesta para contribuir al desarrollo del medio ambiente dándole una segunda vida al hilo con el que están tejidos los bolsos. Desarrollando originalidad y funcionalidad.</p>
<b>Actividades clave</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1. Investigación de necesidades.</li> <li>• 2. Diseño de propuestas.</li> <li>• 3. Creación de solución ambiental.</li> </ul>
<b>Canales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Canales de distribución: WhatsApp.</li> <li>2. Canales de comunicación: Página web e Instagram.</li> </ol>
<b>Flujo de ingresos</b>	<p>Venta de manual de instrucciones para la segunda vida útil del hilo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flyer con diferentes instrucciones</li> <li>• Contrato definido</li> </ul>
<b>Estructura de costos</b>	

PRECIO DE FICHA TÉCNICA DE DISEÑO			
VARIABLES	MENSUAL (30días)	# FLYER	VALOR POR UNIDAD
Mensualidad adobe ilustrator	\$ 58.700	50	\$ 1.174
Computador	\$ 200.000	50	\$ 4.000
Luz	\$ 200.000	50	\$ 4.000
Tiempo	\$ 2.500.000	50	\$ 50.000
<b>TOTAL COSTO</b>	\$ 2.958.700	50	\$ 59.174
	RENTABILIDAD	100%	\$ 59.174
	SUBTOTAL		\$ 118.348
	IMPUESTO	19%	\$ 22.486
	PRECIO DE VENTA		\$ 140.834

**Métricas**

- Computador
- Internet
- Plataformas web
- Celular
- Tiempo
- Elementos de diseño

**Ventaja competitiva**

- Mejorar la imagen de la marca (Sería más valorada por el consumidor)
- Acceso a nuevos mercados
- La innovación
- Colaboración con el medio ambiente

Nota: Tabla diligenciada por el autor al tomar como base el modelo Canvas.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

Ilustración 4. Matriz Dofa



Fuente: Propia.

### 5.2.2. OBSERVATORIO DE TENDENCIAS

Celestino, presenta una gran idea llamada punto de aceleración, apuesta por la moda responsable: materiales naturales, técnicas artesanales y un diseño pensado para reducir el impacto ambiental. La marca tiene un enlace con la macro tendencia Re/Generaciones.

Celestino se alinea con la macro tendencia Re/Generaciones, adoptando un enfoque sostenible que fusiona tradición y diseño consciente. A través del uso de fique natural y procesos artesanales, crea piezas que no solo perduran en el tiempo, sino que también fortalecen el vínculo entre el usuario y la naturaleza. Cada bolso refleja un equilibrio entre innovación y herencia cultural, promoviendo materiales

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023



biodegradables y prácticas responsables. Así, Celestino no solo ofrece un accesorio, sino una experiencia sensorial y emocional que celebra la conexión con el entorno y la moda sostenible,

Por último, tiene una macro tendencia, llamada Futuras Reliquias, como micro tendencia, Celestino adopta Futuras Reliquias, destacando la creación de piezas atemporales con un profundo valor sentimental. A través del fique natural y detalles en materiales nobles como algodón y cuero, cada bolso se convierte en un legado artesanal que trasciende modas y promueve el consumo consciente. Más que un accesorio, cada creación de Celestino es una historia tejida a mano, donde la tradición y la sostenibilidad se unen para preservar la belleza del oficio y el respeto por el entorno.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

Ilustración 5. Moodboard macro/micro tendencia



Fuente: Propia

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023



### 5.2.3. LÍNEA DE PRODUCTO

El empresario detrás de Celestino no solo busca crear una marca de moda sostenible, sino también dignificar el trabajo artesanal, generando oportunidades justas para las artesanas y promoviendo un entorno de colaboración, creatividad e innovación. A través de la eficiencia en los procesos y la constante evolución del diseño, Celestino se posiciona como una marca que equilibra tradición y vanguardia, asegurando su éxito en el mercado.

Perfil del Consumidor Final:

1. Jóvenes vanguardistas: Buscan destacar con productos exclusivos, innovadores y alineados con las últimas tendencias. Valoran el diseño original y la historia detrás de cada pieza.
2. Consumidores sostenibles: Priorizan productos sencillos, funcionales y con un impacto ambiental reducido. Se inclinan por materiales naturales y procesos éticos, apreciando la autenticidad sin necesidad de ostentación.
3. Mujeres con alto poder adquisitivo: Aprecian la exclusividad, la calidad artesanal y el lujo discreto. Buscan piezas sofisticadas, atemporales y duraderas, que reflejen su estilo y valores.

Celestino responde a estas necesidades con diseños únicos, materiales ecológicos y un compromiso genuino con la moda responsable, conectando a cada consumidor con un producto que va más allá de lo estético: una historia de tradición, sostenibilidad e innovación.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

Ilustración 6. Moodboard consumidor



Fuente: Propia

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

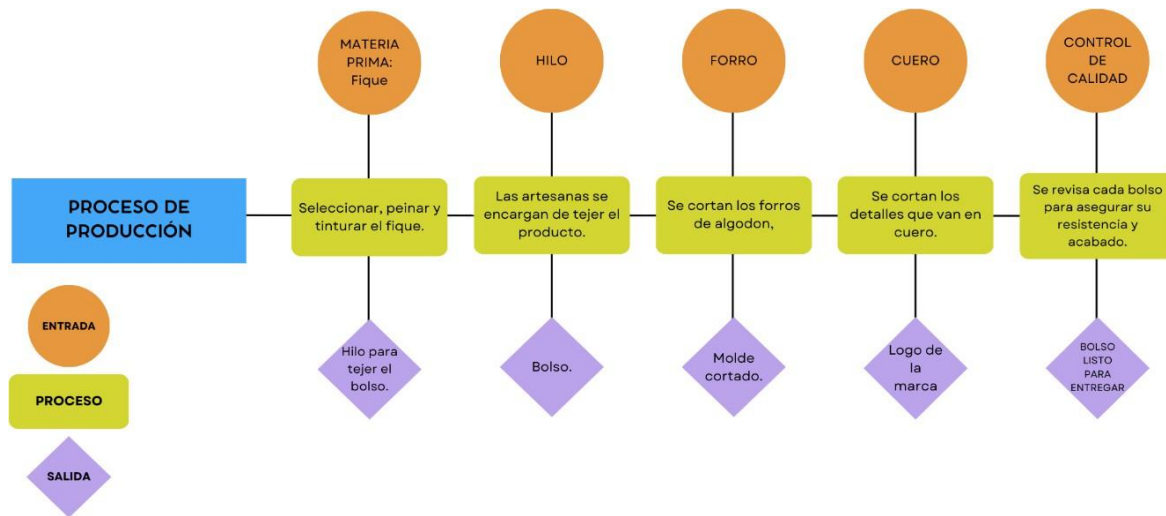
Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

### 5.2.4. ECOPRODUCTO

Ilustración 7. Diagrama entradas y salidas



Fuente: Propia

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

Ilustración 8. Ciclo de vida



Fuente: Propia

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## 6. CONCLUSIONES

La manufactura hace parte de nosotros, los bolsos no solo cumplen una función estética, sino que se convierte en un producto funcional, haciendo parte de nuestro día a día, sin importar el tamaño, el color o su forma, siempre será importante tener uno en nuestro armario, ya sea para complementar el vestuario, pero, hay que tener en cuenta, que debemos seleccionar bien a la hora de realizar el consumo, porque muchas veces se realiza una compra por lujo y no por comodidad, es relevante la elección de un bolso que no afecte directamente nuestra postura o dejar lesiones musculares.

La economía circular busca reducir el desperdicio y maximizar el uso de los recursos mediante el reciclaje, la reutilización y el diseño sostenible. En lugar de un modelo lineal de "usar y desechar", promueve ciclos de vida prolongados para los productos, minimizando el impacto ambiental y fomentando un consumo más responsable, por esta razón, es importante el uso del folleto, porque permite establecer una conexión con el cliente y poder educarlo.

El fortalecimiento empresarial permite generar un crecimiento a la empresa, incluso, para el mismo estudiante, las empresas siempre buscan innovar y tener ideas nuevas para mejorar su competitividad. Para poder enfrentar los retos en las empresas, es importante capacitar al personal e invertir en procesos que aporten al crecimiento de esta, mejorando la capacidad de la empresa.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023



## 7. RECOMENDACIONES

Una recomendación de mejora; se debe implementar una materia que, de un enfoque más directo al proyecto de grado, con el fin de poder elaborar un buen proyecto y detallado. Generando entregas cada semana y poder comprender las mejoras, facilitando a los estudiantes tener un orden con su proyecto.

Se recomienda que, la modalidad de trabajo de grado, se asignen dos tutores: uno especializado en el tema de estudio, que realice un seguimiento continuo del proyecto, y otro experto en la parte metodológica, que supervise el desarrollo y la claridad de la parte teórica.

Por último, La universidad puede generar convenios con grupos de artesanos para incentivar la investigación y aplicación de técnicas tradicionales en proyectos de diseño sostenible, fortaleciendo la economía local y el valor del patrimonio cultural.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, J. K. Ricardo, V. P. A. (2020, 15 diciembre). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos en cuero para dama. Trabajo de grado. Unidad Central del Valle del Cauca. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12993/1789>

Andrade, A. M. Del Río, C. A. Alvear, D. L. (2018, 27 noviembre). Estudio de Tiempos y Movimientos para Incrementar la Eficiencia en una Empresa de Producción de Calzado. Recuperado de: [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000300083&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000300083&script=sci_arttext)

Bonilla, G. C. A. (2016). Diseño de sistema de seguridad para máquinas automáticas de aplicación de insumos de confección y marroquinería. Trabajo de grado. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/59082>

Cárdenas, H. K. V. (2017, 26 junio). Confección y exportación de bolsos artesanales de cuero y tejido a España, Madrid. Trabajo de grado. Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de: <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/2.500.12867/1423>

Carvajal, V. Á. (2017, 01 junio). Diseño, innovación y moda: entre la tecnología y el arte. Legado de Arquitectura y Diseño. Recuperado de: <https://legadodearquitecturaydiseno.uaemex.mx/article/view/11360>

Chavez, F. Y. Moreno, R. D. (2024, febrero). Implementación de las Herramientas de Manufactura Esbelta en el área de producción para mejorar el proceso de elaboración de productos de cuero en la empresa Fasinblas Perú E.I.R.L. Recuperado de: <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/8763>

Congreso de la República de Colombia. (1959, 24 diciembre). Ley 155: Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas. Recuperado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?dt=S&i=38169#3>

Cubillos, V. M. C. (2014). Mujeres en el papel: representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-84172014000100009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-84172014000100009&script=sci_arttext)

Cueto, U. E. (2020). Investigación cualitativa. Recuperado de: <file:///C:/Users/Asus/Downloads/admin,+2574-9359-1-CE.pdf>

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

Delgado, C. C. Zambrano, R. R. (2014). Estudio de factibilidad: creación de una empresa de confección en cuero para estratos medios de la ciudad de Pasto 2014. Trabajo de grado. Universidad de Nariño. Recuperado de: <https://sired.udenar.edu.co/2121/>

Espinoza, H. A. (2023). Economía circular: una aproximación a su origen, evolución e importancia como modelo de desarrollo sostenible. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-59962023000200109&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-59962023000200109&script=sci_arttext)

Función Pública. (1940, 18 julio). Decreto 1440: Por el cual se reglamenta la preparación e importación de pieles. Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8252>

Función Pública. (2020, 27 julio). Ley 2043: Por medio de la cual se reconocen las prácticas laborales como experiencia profesional y/o relacionada y se dictan otras disposiciones. Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=137051>

Función Pública. (2021, 29 julio). Ley 2017: Por medio del cual se adiciona la ley 1429 de 2010, la ley 823 de 2003, se establecen medidas para fortalecer y promover la igualdad de la mujer en el acceso laboral y en educación en los sectores económicos donde han tenido una baja participación y se dictan. Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=168049>

Gómez, C. R. D. (2021). Mejora de la productividad en la producción de calzado en la empresa "Facalsa" de la ciudad de Ambato, mediante la estandarización de tiempos. Recuperado de: <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/876/1197>

Guerrero, A. M. Medina, L. A. Nogueira, R. D. Soler, G. R. H. (2019, 25 de julio). Proceso de consultoría organizacional: modelo conceptual. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051018/html/>

Guerrero, V. D. F. Mantilla, Z. M. K. Untiveros, E. P. J. (2021, 13 marzo). Factores que influyen en el proceso de decisión de compra de consumidores de moda sostenible en Lima Metropolitana. El caso de Eeva Ecofashion. Recuperado de: <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/18792>

Guzmán, A. F. J. (2018, 15 enero). Propuesta de mejora en el área de producción de calzado de cuero para aumentar la productividad en la empresa Segusa SAC — Trujillo. Trabajo de grado. Universidad Privada del norte. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12773>

Guzmán, D. A. Abreo, V. C. A. (2017, 16 de abril). Del comercio electrónico al comercio social: La innovación al alcance de las organizaciones. Estudio para el sector calzado



Bucaramanga, Colombia. Recuperado de:  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/19785>

Jociles, R. M. I. (2018). La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0486-65252018000100121&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0486-65252018000100121&script=sci_arttext)

Lima, V. A. E. Cervantes, A. F. J. Lima, V. S. (2022). La intención de compra en la generación Z en el mercado de moda. Recuperado de: <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/2974/1882>

López, H. J. (2012). Productividad. Recuperado de: Productividad - Jorge Lopez Herrera - Google Libros

Marroquin, C. F. Palacios, C. J. A. Sandoval, E. M. C. Sierra, P. M. C. (2019). Consumo ecológico: estudio exploratorio sobre el comportamiento de mujeres en Colombia. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a19v40n24/19402424.html>

Martínez, J. J. Fontalvo, C. W. Cantillo, G. E. (2018). Uso de los atributos de un producto para la seducción de un cliente durante el proceso de compra. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7137082>

Martini, M. J. (2019). Marroquinería con utilización de materiales alternativos. Trabajo de grado. Universidad Siglo 21. Recuperado de: <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/18189>

Medina, C. F. (2018). La moda, el sentido del vestir y la posmodernidad. Recuperado de: <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7158>

Mendoza, S. E. De la Asunción, G. A. Mejía, V. I. Triana, I. J. Troncoso, P. A. (2022, 11 enero). Análisis de Restricciones a través del Software Arena. Caso Empresa de Fabricación de Calzado. Recuperado de: <https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/view/4016>

Montenegro, A. Zamora, S. R. Arias V. V. (2017, 29 septiembre). Análisis de factibilidad en la producción de calzado ortopédico para niños en la provincia de Tungurahua. Recuperado de: <https://revistas.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/14.2017.07>

Mora, M. N. (2023, 14 de noviembre). Informe De Práctica Hogar Y Moda. Trabajo de grado. Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria. Recuperado de: <https://repositorio.tdea.edu.co/handle/tdea/4429>

Núñez, T. J. M. Del Amor Collado, E. Rey C. F. J. (2021). Economía circular en la industria de la moda: pilares básicos del modelo. Recuperado de:

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO  
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

<https://dialnet.uniroja.es/servlet/articulo?codigo=8145515>

Palacios, S. N. A. (2020, julio). Comportamiento del consumidor de moda en la era digital y de covid-19, y desafíos para el marketing de esta industria en Colombia. Trabajo de grado. Universidad Piloto de Colombia. Recuperado de:  
<https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/8377>

Ramírez, V. J. H. (2017, agosto). El comportamiento del consumidor femenino y aspectos relevantes que influyen en las compras de calzado a través del canal online. Trabajo de grado. Universidad de Medellín. Recuperado de:  
<https://repository.udem.edu.co/handle/11407/6235>

Reissig, P. (2020, 21 octubre). Innovación en cuero como oportunidad para el diseño. Recuperado de: <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/3165>

Renz, L. A. (2018). Marroquinería transformadora de sistema: sustentable e innovadora. Recuperado de: <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/16029>

Rivera, G. J. A. (2020). Rendimiento contable y EVA en la pyme de la industria del cuero, calzado y marroquinería en Colombia. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7335>

Rivera, R. D. A. (2009). Diseño de colección de productos en cuero Warmy Accesorios. Trabajo de grado. Universidad de Nariño. Recuperado de: <https://sired.udenar.edu.co/1947/>

Rojas, M. E. Castaño, A. C. C. (2018). Elaboración de un estudio de viabilidad para la creación de una fábrica productora y comercializadora de productos a base de cuero (marroquinería) en el departamento del Quindío municipio Calarcá. Trabajo de Grado Universidad UNAD. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/25250>

Sánchez, V. P. Gago, C. C. Alló, M. (2020). Moda sostenible y preferencias del consumidor. Recuperado de: <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/26345>

Santillan, G. J. B. Rojas, H. S. P. (2017). El marketing digital y la gestion de relaciones con los clientes (crm) de la empresa manufacturas kukuli sac, 2017. Trabajo de grado. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Recuperado de:  
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/804>

Sinchigalo, G. C. M. (2023). Diseño de calzado femenino a partir de la incorporación de técnicas artesanales de marroquinería en la ciudad de Ambato. Proyecto integrador. Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de:  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/39543/1/Tesis%20Mariuxi%20Sinchigalo%20%202023.pdf>

Soler, R. J. Ruano, M. Arroyo, S. J. M. (2012). Hacia el concepto de moda sostenible. Recuperado de: <https://oa.upm.es/16281/>

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

Solís, C. Lissette, J. (2021 diciembre). Diseño de bolsos en cuero en combinación de materiales alternativos. Trabajo de grado. Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b63e0b60-0f7c-4193-a7fd-cb5152fc1ba1/content>

Sotomayor, P. J. G. Castillo, R. G. B. Riofrío, O. O. (2018). Rol de los sentidos en el proceso de compra de los consumidores en un mercado. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000200034&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000200034&script=sci_arttext)

Valle, A. Manrique, L. Revilla, D. (2022). La Investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación. Recuperado de: [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/index.php/Record/RPUC\\_e93817a02f76a6b9ba9c98c dcc68c737#content](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/index.php/Record/RPUC_e93817a02f76a6b9ba9c98c dcc68c737#content)

Vallejos L. (2013, 18 marzo). Manual básico para marroquinería. Recuperado de: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54946222/Manual\\_basico\\_para\\_marroquineria-libre.pdf?1510131774=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DManual\\_basico\\_para\\_marroquineria\\_Manual.pdf&Expires=1741208823&Signature=eiuDltHQqw~t7lvNlfOt0dkLJvgEo4J5XW11zKUP0gvRhOili aE~oJa~BTtXrNxtU7mdESimNgJ03xDtu6ckONmAG5gSePly6tO9gQ1LbtsZdlZE0eioPKvsZjITaT7oYK9Ey1ZYx4oEJ766eCnlbZvvp6mvVkf3jkRrrpYF9M1X9nM6dOf-vag5MvsBnuAcZu21CGUGUNK7b6F6ofpqqmaddz~jez2g0nbG~u5Qe7xV0lk6Xf8nFeze~W QF2ZdOevj3J-PXpBV-AvIN8pqmoVX7mLvtzVyRH4tkmYT-BfM84-bhcl7tgaxsPJ-ULdMCK83zxfXfwiVFKIG2qKyFcxg\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54946222/Manual_basico_para_marroquineria-libre.pdf?1510131774=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DManual_basico_para_marroquineria_Manual.pdf&Expires=1741208823&Signature=eiuDltHQqw~t7lvNlfOt0dkLJvgEo4J5XW11zKUP0gvRhOili aE~oJa~BTtXrNxtU7mdESimNgJ03xDtu6ckONmAG5gSePly6tO9gQ1LbtsZdlZE0eioPKvsZjITaT7oYK9Ey1ZYx4oEJ766eCnlbZvvp6mvVkf3jkRrrpYF9M1X9nM6dOf-vag5MvsBnuAcZu21CGUGUNK7b6F6ofpqqmaddz~jez2g0nbG~u5Qe7xV0lk6Xf8nFeze~W QF2ZdOevj3J-PXpBV-AvIN8pqmoVX7mLvtzVyRH4tkmYT-BfM84-bhcl7tgaxsPJ-ULdMCK83zxfXfwiVFKIG2qKyFcxg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Vargas, J. M. A. (2020). La moda en tiempos modernos. Trabajo de grado. Universidad Católica de Manizales. Recuperado de: <https://repositorio.ucm.edu.co/handle/10839/2894>

Velasco, M. A. M (2019). La moda en los medios de comunicación: de la prensa femenina tradicional a la política y los/as influencers. Recuperado de: <https://revistaprismasocial.es/article/view/2845>

Zeas, S. (2017, 31 marzo). Hacia una moda sostenible y ecológica. Recuperado de: <https://revistas.uazuay.edu.ec/html/revistas/DAYA/02/articulo04/>

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## 9. APÉNDICES

### A. FORMATO DE ENTREVISTA

Ilustración 9. Formato de entrevista

<p><b>Estudiante/s:</b> Lizeth Tatiana Barón Valbuena</p> <p><b>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA</b></p> <p><b>Fecha:</b></p> <p><b>Nombre del entrevistado:</b></p> <p><b>Profesión:</b></p>
<p>Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.</p>
<p>Pregunta 1:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 2:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 3:</p> <p>Respuesta:</p>
<p>Pregunta 4:</p> <p>Respuesta:</p>

Fuente: Propia.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## B. FORMATO DE CONSENTIMIENTO

### Ilustración 10. Formato de consentimiento

<p><b>Descripción</b> Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre Estrategias en el área de producción en marroquinería para el mercado femenino en la empresa Celestino, Bucaramanga, primer semestre de 2025. Esta investigación es realizada por Lizeth Tatiana Barón Valbuena, estudiantes de sexto semestre de la Tecnología en Diseño de Modas de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p> <p>Si acepta participar en esta investigación, se le solicitará que conteste las preguntas que serán realizadas mediante esta entrevista, su participación consistirá en responder una serie de preguntas de acuerdo con su experiencia y conocimiento en el tema a desarrollar.</p> <p>La participación en este estudio le tomará aproximadamente de 5 a 8 minutos.</p> <p><b>Confidencialidad</b> La información o datos que pueda identificar al participante serán manejados confidencialmente. Nadie fuera del departamento de investigaciones o el programa en Gestión de la Moda, podrá tener acceso a los documentos recopilados.</p> <p>Solamente el departamento de investigaciones y el programa de Diseño de Modas tendrán acceso a los datos crudos o que puedan identificar directa o indirectamente a un participante, incluyendo esta hoja de consentimiento.</p> <p>Estos datos serán almacenados en medio digital como repositorio de consulta del departamento de investigaciones, el programa en Diseño de Modas y la biblioteca de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p> <p>De esta manera, usted nos autoriza al registro de fotos, audios, videos que surjan de esta entrevista y la documentación del mismo en el informe escrito que será entregado al programa y el departamento de investigaciones.</p> <p><b>Derechos</b> Su participación es completamente voluntaria y usted tiene derecho a abstenerse de participar o retirarse del estudio en cualquier momento. También tienen derecho a no contestar alguna pregunta en particular.</p> <p>Su firma en este documento significa que ha decidido participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento.</p> <p>Nombre del participante _____ Firma _____ Fecha _____</p> <p>He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riesgos y beneficios del estudio.</p> <p>Nombre del investigador o persona designada: Nombre del entrevistador _____ Firma _____ Fecha _____</p>
---

Fuente: Propia

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023



## C. FORMATO DE FICHA DE DISEÑO

Ilustración 11. Folleto final

RECICLAJE CIRCULAR

Crear un sistema de reciclaje que permita a los clientes devolver sus bolsos cuando ya no los usen, para ser transformados en nuevos productos, manteniendo la filosofía artesanal y sostenible de la marca.

**Punto de Recogida**  
Contactanos y te ofrecemos nuestro punto de recolección.

**Incentivos**  
Los clientes que devuelvan sus productos antiguos podrán recibir descuentos o cupones para futuras compras.

Se deben separar los diferentes materiales para ser reciclado el producto.

**Fique**  
El fique puede ser triturado y reusado como material textil para nuevos productos o ser convertido en hilos nuevamente.

**Cuero**  
El cuero puede ser reciclado y transformado en pequeños accesorios o elementos decorativos.

**Acero inoxidable**  
Este material es completamente reciclable y puede ser reutilizado en la creación de nuevos detalles metálicos o incluso otras partes de bolsos o productos.

**MATERIALES de tu CELESTINO**

- FIQUE (FIBRA NATURAL)**  
**Resistente y biodegradable:** Se descompone en compostaje sin contaminar.
- ALGODÓN (FORRO INTERIOR)**  
**Suave y reutilizable:** Fácil de transformar en nuevos usos.
- CUERO NATURAL (DETALLES)**  
**Duradero y flexible:** Puede restaurarse o usarse en otros objetos.
- ACERO INOXIDABLE (ACCESORIOS)**  
**Resistente y reciclable:** Puede fundirse y reutilizarse en otros productos.

**MATERIALES que MERECEN una 2ª VIDA**

Una Guía Para Tu  
**CELESTINO**

Reciclar y reutilizar es una forma de honrar el trabajo artesanal y la naturaleza.

NO DESECHES TU CELESTINO

**Fique (Cuerpo del bolso)**

- Conviértelo en compostaje para plantas.
- Usa las fibras para hacer tapetes, cestas o manualidades para tu hogar.
- Dona a artesanos locales para que lo aprovechen.

**Algodón (Forro del bolso)**

- Recorta y úsalo como paño de limpieza.
- Úsalo para hacer bolsos pequeños o relleno para cojines.
- Si está en buen estado, dónalo para proyectos textiles.

**Cuero natural (Detalles y correas)**

- Restaura el bolso con un zapatero o artesano.
- Usa las piezas de cuero en lloversos o pulseras.
- Dona a marroquinerías que trabajen con retazos.

**Acero inoxidable (Broches y accesorios)**

- Llévate piezas a centros de reciclaje de metales.
- Úsalas para crear nuevos accesorios como aretes o collares.
- Revende o dona a talleres de joyería artesanal.

**BENEFICIOS de RECICLAR TU BOLSO**

- Para el planeta**
  - Reduce residuos y contaminación.
  - Disminuye la demanda de nuevas materias primas.
  - Protege ecosistemas naturales.
- Para la comunidad**
  - Apoya el trabajo artesanal y sostenible.
  - Fomenta la economía circular.
  - Genera conciencia sobre el consumo responsable.
- Para ti, NUESTRO CLIENTE**
  - Obtienes nuevos usos creativos para tu bolso.
  - Ahorras al reutilizar materiales en lugar de comprar nuevos.
  - Contribuyes a un mundo más ecológico y sostenible.

Cada pequeño gesto cuenta

Comparte cómo reutilizaste tu bolso usando el hashtag **#CelestinoSostenible**

**CEL EST INO**  
Gracias por ser parte del cambio con

Fuente: propia

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

## D. FORMATO DE OBSERVACIÓN

Ilustración 12. Formato de observación

Observación	Tipo de observación

Fuente: propia

## E. FORMATO DE ENTREVISTA

Ilustración 13. Formato de entrevista

Entrevistado	Conclusión

Fuente: Propia.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023

## 10. ANEXOS

### A. FORMATO DE ENTREVISTA

Ilustración 14. Formato de entrevista realizado

<p><b>Estudiante/s:</b> Lizeth Tatiana Barón Valbuena</p> <p><b>FORMATO DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA</b>  <b>Fecha:</b> 22/12/2024  <b>Nombre del entrevistado:</b> Claudia Bohórquez  <b>Profesión:</b> Operaria</p>
<p>Este formato tiene como finalidad recopilar la información por parte de los expertos o profesionales en el área de estudio que se está llevando a cabo con el proyecto de investigación/emprendimiento y de esta manera, concluir con la fase de resultados del tema planteado.</p>
<p><b>¿Qué información crees que debería incluirse en el folleto para facilitar tu proceso de elaboración del bolso?</b>  Sería muy útil que mostrara los pasos del proceso con imágenes o esquemas sencillos, hasta el armado final. También incluir detalles sobre los materiales y tiempos estimados para cada fase ayudaría bastante.</p>
<p><b>¿Cómo podría este proyecto mejorar tu experiencia y eficiencia en la producción?</b>  Me ayudaría organizando mejor mi trabajo y entendiendo el proceso completo, asegurando que sea bien hecho. Si el cliente mira el esfuerzo, valora más el trabajo.</p>
<p><b>¿Existen pasos del proceso que consideres que necesitan más claridad o mejoras en la comunicación?</b>  Sí, la forma en como unir las piezas finales, pero cuando hay diseños nuevos, porque todo siempre es con guía según lo que el jefe diga, para evitar el desperdicio del cuero.</p>
<p><b>¿Crees que el folleto ayudaría a estandarizar la calidad del producto final? ¿Por qué?</b>  Sí, porque se convierte en una guía para nosotras.</p>
<p><b>¿Qué herramientas o materiales adicionales te facilitarían la construcción del bolso de manera más eficiente?</b>  Si tenemos un buen espacio para trabajar, con materiales de calidad y buenos moldes, de esa forma, se puede desarrollar el producto de buena forma.</p>

Fuente: Propia.

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión



APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023



## B. FORMATO DE CONSENTIMIENTO

### Ilustración 15. Formato de consentimiento firmado

<p><b>Descripción</b></p> <p>Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre Estrategias en el área de producción en marroquinería para el mercado femenino en la empresa Celestino, Bucaramanga, primer semestre de 2025. Esta investigación es realizada por Lizeth Tatiana Barón Valbuena, estudiante de sexto semestre de la Tecnología en Diseño de Modas de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p> <p>Si acepta participar en esta investigación, se le solicitará que conteste las preguntas que serán realizadas mediante esta entrevista, su participación consistirá en responder una serie de preguntas de acuerdo con su experiencia y conocimiento en el tema a desarrollar.</p> <p>La participación en este estudio le tomará aproximadamente de 5 a 8 minutos.</p> <p><b>Confidencialidad</b></p> <p>La información o datos que pueda identificar al participante serán manejados confidencialmente. Nadie fuera del departamento de investigaciones o el programa en Gestión de la Moda, podrá tener acceso a los documentos recopilados.</p> <p>Solamente el departamento de investigaciones y el programa de Diseño de Modas tendrán acceso a los datos crudos o que puedan identificar directa o indirectamente a un participante, incluyendo esta hoja de consentimiento.</p> <p>Estos datos serán almacenados en medio digital como repositorio de consulta del departamento de investigaciones, el programa en Diseño de Modas y la biblioteca de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p> <p>De esta manera, usted nos autoriza al registro de fotos, audios, videos que surjan de esta entrevista y la documentación del mismo en el informe escrito que será entregado al programa y el departamento de investigaciones.</p> <p><b>Derechos</b></p> <p>Su participación es completamente voluntaria y usted tiene derecho a abstenerse de participar o retirarse del estudio en cualquier momento. También tienen derecho a no contestar alguna pregunta en particular.</p> <p>Su firma en este documento significa que ha decidido participar después de haber leído y discutido la información presentada en esta hoja de consentimiento.</p> <p>Nombre del participante: Claudia Valbuena Bohorquez</p>  <p>Fecha: 22/12/2024</p> <p>He discutido el contenido de esta hoja de consentimiento con el arriba firmante. Le he explicado los riesgos y beneficios del estudio.</p> <p>Nombre del investigador o persona designada: Nombre del entrevistador: Tatiana Barón</p>  <p>Fecha: 22/12/2024</p>
--

Fuente: Propia.

ELABORADO POR:

Docencia

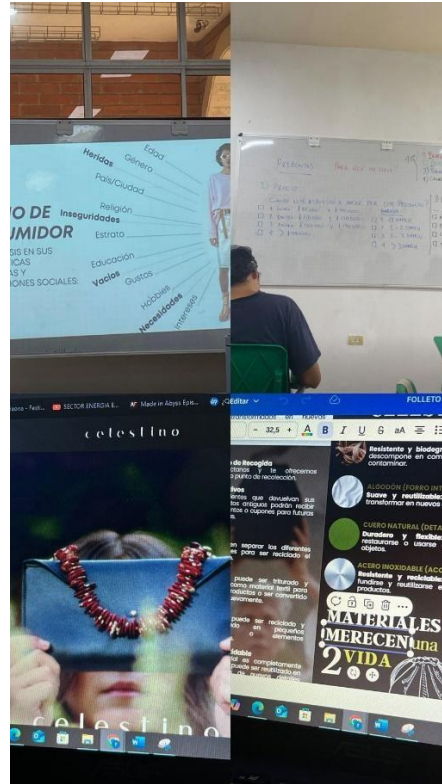
REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

Ilustración 16. Fotografías de evidencia



Fuente: Propia.

ELABORADO POR:

Docencia

REVISADO POR:

Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023



## 6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

### Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

### Fuentes principales

- 5% Fuentes de Internet
- 0% Publicaciones
- 3% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

**ELABORADO POR:**

Docencia

**REVISADO POR:**

Sistema Integrado de Gestión

**APROBADO POR:** Líder proceso Sistema Integrado de Gestión

**FECHA APROBACIÓN:** Octubre de 2023