

Centro de
Investigaciones de
Diseño Industrial

FACULTAD DE ARQUITECTURA



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

Chamarras de Cuero

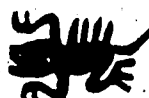
1995

FALLA DE ORIGEN

Tesis Profesional que para obtener el Título de
Licenciado en Diseño Industrial presenta :

Ramón Morales Villanueva

" en colaboración con Francisco J. Espinosa Márquez "



1995



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CENTRO DE INVESTIGACIONES DE DISEÑO INDUSTRIAL

FACULTAD DE ARQUITECTURA

Coordinador de Exámenes Profesionales de la
Facultad de Arquitectura, UNAM
PRESENTE

EP01 Certificado de Aprobación de
Impresión

El director de tesis y los cuatro asesores que suscriben, después de revisar la tesis del alumno

NOMBRE: Morales Villanueva Ramon No DE CUENTA: 8419804-6

NOMBRE DE LA TESIS: Chamarra de Cuero

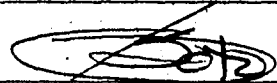
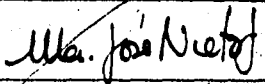
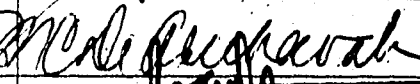


Consideran que el nivel de complejidad y de calidad de la tesis en cuestión, cumple con los requisitos de este Centro, por lo que autorizan su impresión y firman la presente como jurado del

Examen Profesional que se celebrará el día _____ de _____ de 199 _____ a las _____ hrs

ATENTAMENTE

"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"

Ciudad Universitaria, D.F. a , 7 octubre de 1994

NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE D.I. CARLOS DANIEL SOTO CURIEL	
VOCAL D.I. MA. JOSE NIETO SANCHEZ	
SECRETARIO LIC.MA. DEL CARMEN ARECHAVALA TORRESCANO	
PRIMER SUPLENTE D.I. FERNANDO FERNANDÉZ BARBA	
SEGUNDO SUPLENTE LIC. ENRIQUE NAVARRETE NARVAEZ	

Vo. Bo. del Director de la Facultad MTRO. EN ARQ. XAVIER CORTES ROCHA

Amalia, Sergio, Cheo, Chari,

Mago, Tere, Paty, Pablo, Martín,

Por su apoyo total
gracias padres y hermanos

Mari, Vicente, Angeles, Ricardo,

Eliseo Espinosa Gálvez
Rosario Márquez de Espinosa
Francisca Villanueva Pérez
Ramón Morales Cabello +

VICTOR, Juan, Bertha, Chua



Por su apoyo Incondicional: al Centro de Investigaciones de Diseño Industrial, Mauricio, Lorenzo, Saúl, Sergio T., Cristina H., Daniel M., Ricardo R.; y al Centro de Investigación y Asistencia Tecnológica del Edo. de Guanajuato, a la Asociación Nacional de Proveedores de la Industria del Calzado, a la Asociación Nacional de Fabricantes de Artículos y Ropa de Piel y al Grupo Financiero Serfin, Patrimonio Cultural.

A nuestros Sinodales : D.I. María José Sánchez, Lic. María del Carmen Arechavala, D.I. Carlos D. Soto, D.I. Fernando Fernández y Lic. Enrique Navarrete.

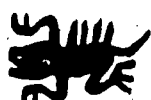
A quienes Asesoraron y colaboraron estrechamente en la realización de ésta Tesis: Areli, Lulú, Tania, Rene, Alex, Toy, Selma, Constantino, a los Tlacuilos y Cachirules; a Gabriel, Pia, Mirella Gómez, Xochitl Fernández, Miriam Márquez, Alejandra Elias, Palmira Aguilar, Alejandro Rocha.

Gracias



Índice

Prólogo	1
Introducción	3
Justificación del Proyecto	4
Objetivos	5
Contexto	6
Entorno Social	6
Entorno Cultural	8
Entorno Económico	9
Entorno Tecnológico	10
Antecedentes	12
Tendencias	16
Productos de uso I	17
Productos de uso II	17
Productos de uso III	17
Tendencia Comercial	18
Tendencia de Moda	18
Tendencia Conservadora	18
Tendencia Clásica	18
Tendencia de Investigación y Experimentación	18



Perfil de Producto	21
Concepto de Diseño	21
Parámetros Estéticos	21
Carta de Color	22
Superficie de Materia Prima	22
Características Optimas del Cuero	23
Tendencias en el Acabado del Cuero para la Confección	24
Función Ergonómica	24
Función Simbólica	25
Fase de Diseño	26
La Moda de los Detalles	27
Colección Topal (Diseños)	28
Desarrollo de Patrones	35
Planos . (Botones)	51
Corte, Confección y Pespunte	59
Corte	59
Consejos para la Confección	59
Adhesivos y Entretelas	60
Pespunte	61
Forma de la Aguja	62
Hilos	63
Puntada	63
Herrajes y Botones	64
Descripción General Metodológica del Proceso Constructivo	65
Recopilación de Información en Tendencias	65
Selección de Materiales y Complementos	66
Fase de Diseño	66
Realización de Patrones y Prototipos	66
Corte, Montaje y Confección	66
Prueba de Prototipo	67
Montaje de Muestrario	67
Graduación	69
Sistemas Flexibles de Manufactura	70



Cuidado y Mantenimiento de las Prendas de Piel	71
Cuidados Caseros	71
Lavado en Seco	71
Lista Básica de Comprobación para el Tintorero al Aceptar una Prenda	72
Etiquetado	72
Estudio de Mercado	73
Análisis de la Demanda	73
Análisis del Consumidor	74
Proceso de Compra	74
Marco del TLC	75
Análisis de la Oferta	75
Análisis de la Competencia	76
Productos Similares	76
Esquema Gral. de Prod. en el Mercado	77
Precios del Mercado	78
Disponibilidad de Materia Prima	78
Tenerías más Importantes de México	78
Cueros Crudos	78
Balance entre Oferta y Demanda	79
Segmento de Mercado	79
Plan de Distribución	79
Participación del Proyecto en el Mercado	80
Análisis de Factores Condicionantes del Proyecto	80
Estudios Técnicos	81
Uso Intensivo de Mano de Obra	81
Costos	81
Tamaño del Proyecto	82
Glosario	84
Bibliografía	86



Prólogo

Todos los objetos que utilizamos en nuestra vida diaria han sido concebidos con la intención de dotarlos de la máxima utilidad, sin embargo, aquí habríamos de preguntarnos: ¿A que grado se cumple esa función y cuál es el mínimo de calidad que un buen producto requiere?

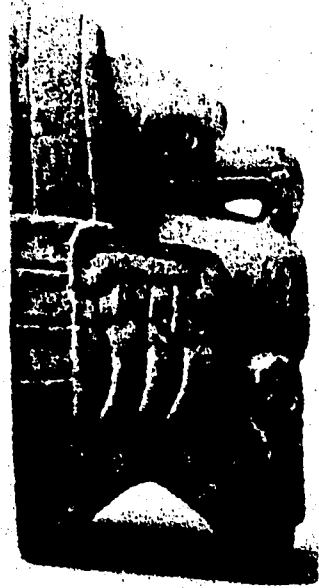
Respondiendo a ellas concluimos que son pocos los objetos que reúnen en calidad y cantidad las características que lo convierten en un producto ideal. Son objetos que contienen aciertos, que el diseñador aporta al objeto, gracias a su habilidad y conocimiento para captar las necesidades de diseño a satisfacer.

De esta manera estamos ante la posibilidad de afirmar que un objeto con buen diseño es aquel producto que contiene un conjunto de cualidades que responden de manera óptima a las necesidades del consumidor.

En la satisfacción de esas necesidades, se establece la relación sujeto-objeto, posibilitando la función, necesidad satisfacción, basada en el principio de la estética y funcionalidad que son dos conceptos de carácter irrenunciable en el trabajo de los diseñadores; ya que dichos elementos constituyen una ley que la naturaleza antepone a todo lo creado por ella. Si esa ley es desdeñada se provoca un desorden, que lleva al hipotético consumidor a rechazar el objeto

en cuestión.

Para determinar el grado de máxima utilidad de un producto, deberá tomarse en cuenta la subjetividad del consumidor en la decisión de compra. Por otra parte el diseñador considerado como creador de satisfactores, deberá de contar con aptitudes y capacidades derivadas de su formación artística y técnica, buscando siempre un equilibrio entre ellas que permitan plasmar a los objetos estética y funcionalidad; de tal suerte que esa relación no pueda abandonarse a la improvisación, todo debe de estar pensado y calculado en virtud de que el consumidor reciba a la vez algo útil y agradable. Entonces un diseño tiene éxito, cuando



La estética y la funcionalidad son dos conceptos de carácter irrenunciable en el trabajo de los diseñadores

responde a las necesidades del tipo de utilidad, vida y contexto del consumidor; cuando convergen los elementos y características antes mencionados en un producto; y éste satisface por completo las necesidades específicas de una población de consumidores, entonces se produce un fenómeno llamado "moda"; y cuando a éste se le atribuye cierto grado de socialización se convierte en un concepto:

Actualmente, la sociedad se encuentra marcada por diferentes y variadas tendencias, contrastando con otras épocas, cuando todo era más homogéneo y se representaban fielmente las tendencias formales y estéticas de antaño. En este contexto la participación del diseñador se concentraba virtualmente en concretizar las ideas de la época para satisfacer las "necesidades" de pequeños grupos sociales potentados. En la industria el



punto de vista del diseñador casi siempre era relegado por la búsqueda equivocada de los industriales que deseaban cubrir con sus productos a millones de consumidores, con necesidades aparentemente iguales sin tomar en cuenta la segmentación del mercado.

Por eso, al diseñar los objetos se debe considerar la amplitud de la demanda para tratar de complacer a los diversos segmentos, ya que incluso los objetos extravagantes, incómodos y aparentemente carentes de utilidad tienen sus adeptos.

Los Diseñadores tienen la misión de pensar por los demás cuando se

trata de la solución de un nuevo producto, y de ésta manera resaltar las aptitudes con las que cuenta el Diseño Industrial, todas éstas basadas en un gran bagaje cultural y técnico, que le permite dotar a cada fase de diseño de las características que requiere.

Cada producto condiciona su grado de utilidad, por ejemplo. Al diseñar joyería el diseñador deberá dirigir su imaginación y creatividad hacia un campo mucho más estético que al diseñar productos electrodomésticos y es aquí donde se soluciona el problema de armonía entre funcionalidad y estética

Para lograr ese objetivo de

diseño, (estética y funcionalidad) el D.I. tiene que procesar una gran cantidad de datos, ir de la subjetividad a la objetividad, confrontar la imaginación y creatividad con las necesidades y funciones, y el resultado de esto le indicará el tipo y la cantidad de las cualidades que cada fase de diseño exige.

Dentro de éste proceso selectivo, donde cada objeto representa un enfoque distinto, el D.I. tiene que combinar muchas disciplinas, hacer uso, de la preparación profesional que ha recibido para el desarrollo de nuevos productos y resolver cualquier problema que implique la solución funcional, formal o estética de un producto.



Introducción

Proyecto: Chamarras de cuero



Los refranes son en general, verdades de sentido común, y están basados en los dictados de una larga experiencia social.

Hay uno que dice: **"nada como el cuero"**, y aunque no sabemos quien fue el primero en decirlo, reconocemos, que es verdad, por que la demanda de cuero crece continuamente en los mercados, excediendo siempre a la oferta.

La presente Tesis, pretende explorar y satisfacer parte de esas demandas con el desarrollo del tema: **Chamarras de Cuero Topal.**

Las pretensiones que se tienen con él son muy ambiciosas y viables y radican en el nuevo enfoque de la aplicación del Diseño Industrial, como

disciplina capaz de aportar nuevos conceptos tanto estéticos, como formales y técnicos para la interactividad productiva con la industria del vestido.

Es un reto que significa adentrarse en una rama industrial poco explotada por el Diseño Industrial, que ofrece amplias posibilidades de desarrollo a nivel profesional y económico.

Desde la perspectiva que se abre con una nueva relación comercial con un Tratado de Libre Comercio de Norte América (TLC) el mercado nacional, nos obliga a ofrecer como universitarios, una buena opción de desarrollo; asumiendo la responsabilidad de impulsar el crecimiento económico de nuestro país, aplicando el Diseño Industrial incrementa el

valor agregado en los productos y con ello afrontar, la competencia internacional. Ante la posibilidad de que los futuros Diseñadores Industriales exploren otras ramas industriales, hasta ahora poco estudiadas, es ésta una alternativa para crear moda industrialmente y una de las primeras incursiones del Centro de Investigaciones del Diseño Industrial en el campo del vestir.

Con todo lo anteriormente planteado, deseamos aportar a ésta Universidad una experiencia que cumpla con los planteamientos que la excelencia académica exige.





Justificación

del proyecto

Una de las mayores contradicciones que se presentan en el medio del Diseño Nacional, estriba en que los futuros Diseñadores Industriales, se preparan bajo la influencia del diseño de productos y bienes de consumo duraderos que requieren de tecnologías sofisticadas, lo que implica la dificultad para desenvolverse en la vida profesional, dentro de un país como el nuestro que en muy escasas oportunidades presenta para las mismas, lo que implica la dificultad de desarrollo profesional.

El diseño de productos para cubrir las necesidades del vestido, se ha catalogado injustamente como especialidad menor. Es cierto que constituye una profesión en sí misma con necesidades de conocimientos muy particulares.

Entonces, es necesario que el D. I., preparado para comprender en forma más amplia la problemática del diseño de objetos, se inicie en el estudio de esta materia generando una nueva forma de abordar el diseño desde la adecuación antropométrica propia del hombre y la mujer mexicana, hasta la solución de ropa apropiada para las condiciones climáticas y físicas de nuestras

latitudes y la búsqueda de raíces en la estética del vestido tradicional y otros valores que con seguridad se tomarán en cuenta durante el avance del trabajo.¹

Como se establece en los anteriores conceptos éste es un ramo con posibilidades de desarrollo industrial muy amplio, que no se puede menospreciar por el hecho de ser una industria, que no requiere de grandes tecnologías.

Para España representa tres billones de pesetas; riqueza en forma de zapato, en forma de bolso, en forma de diseño.

Una industria que está ayudando a hacer más grande este país, y que representa el 7% de su Producto Interno Bruto.²

Lo que falta es el apoyo de los grandes grupos financieros que parecen olvidar que la moda crea industria, crea empleo, riqueza y sobre todo cultura.

Para Francia e Italia donde la moda ocupa uno de los primeros lugares en su economía; estas razones nos

¹D. I Carlos Daniel Soto Curiel

²Auge Internacional España, 1980

permiten establecer que en México se puede aprovechar esta industria al máximo para ofrecer los beneficios económicos que en otros países reporta.

La falta de personal capacitado está haciendo mella en la industria de la vestimenta en cuero, este es un problema que de manera oportuna aborda esta TESIS.

El aprovechamiento de materias primas que tradicionalmente han sido exportadas en bruto como lo son el cuero y la plata ahora pueden ser transformados en productos terminados por empresas nacionales aumentando su valor agregado.

Un punto positivo para la situación del empleo en nuestro país es que éste tipo de industria ocupa de manera intensiva la mano de obra; y que además se caracteriza por la recuperación a corto plazo de la inversión inicial.

Nuestra personal experiencia en la industria del vestido nos permite sustentar con bases sólidas el desarrollo del mismo, aumentando de manera significativa sus posibilidades de éxito.



Objetivos

Que el Diseñador Industrial cuente con una metodología para el desarrollo de nuevos productos en la industria de la vestimenta en piel.

El desarrollo de una colección con diseño que refleje aspectos de nuestra identidad cultural y de cualidades estéticas originales.

Otorgar una configuración industrial más adecuada a las exigencias que el mercado de la vestimenta de cuero requiere.

La creación de una empresa que permita el desarrollo profesional en un campo laboral prácticamente nuevo para el Diseñador Industrial.





Difícilmente se puede establecer que dentro de una sociedad de consumo exista una mercancía o producto que no tenga un motivo o razón de existir, es decir que ese objeto necesariamente es producto de las necesidades y características de un cierto grupo social, las cualidades que lo conforman deben de ser determinadas primero desde un punto de vista general, para lo sucesivo ir particularizando en el tema, e identificar todas y cada una de las características que habrán de conformar el objeto 'garantizando' un alto grado de aceptación para el mismo.

Las características las vamos a obtener del contexto en el cual se suscribió el producto que para ello desglosaremos de la siguiente manera:

- 1) Entorno Social
- 2) Entorno Cultural
- 3) Entorno Económico
- 4) Entorno Tecnológico

que al conjugarse, tienen como resultado precisamente un grupo social o "Nicho de mercado" con requerimientos y necesidades muy similares.

Para lograr esa identificación trataremos en este capítulo de entender el contexto que envuelve a la sociedad de consumo en la que nos desenvolvemos

Para ello será necesario crear un paradigma sustentado en los cuatro ambientes o entornos, que intervienen en el éxito o fracaso de un producto, éstos se componen por:

- 1) Entorno Social. > Valor De Signo: uso.
- 2) Entorno Cultural. > Valor De Signo.
- 3) Entorno Económico. > Valor De Cambio.
- 4) Entorno Tecnológico. > Valor De Uso.

Una buena conjugación entre éstos, dará como resultado un alto porcentaje de éxito, para ello el Diseñador Industrial deberá de ser un investigador capaz de captar las características o valores que cada entorno ofrece, combinarlos y lograr con ello una respuesta adecuada en tiempo y espacio a las necesidades físicas y psicológicas de los consumidores.

Un paradigma es trascendente cuando está sustentado en valores universales, que pueden ser básicamente humanos, estéticos y éticos tomando, en cuenta lo anterior, trataremos de obtener estos valores para plasmarlos en nuestra respuesta al tema planteado y clasificarlos de

Contexto

acuerdo al punto de vista del Diseñador Industrial, para que el producto resultante responda cabalmente a las exigencias que un grupo social establece a través de sus valores de signo, cambio y uso.

1. ENTORNO SOCIAL

"Los Nuevos Ritos Sociales".
(Tendencias Para Una Década).

"Dicen que los ochenta fue una década de aspiraciones, un movimiento pendular, según los sociólogos; muy lógico tras los utópicos sesenta, los introspectivos setentas y la gran movida imaginaria del cambio de década. De repente, casi sin



darnos cuenta, la palabra clave pasó a ser triunfar: Éxito profesional, dinero, ambición, coche importado, moda exclusiva y sexo plural se convirtieron en el decálogo de los que querían pertenecer al círculo de los elegidos.

"Ahora a las puertas del '92 la sociedad ha decidido someterse a una gran terapia antiesquisofrénica y sorprendentemente incluso antes de que los oráculos al uso lo hayan previsto, hemos inaugurado una nueva era más privada, según algunos, menos ostentosa y en todo caso, menos ruidosa y aparente.

Cuando Marx ha pasado irremediablemente a la historia, y junto con él todos los mitos de las sociedades y de las verdades absolutas; y que tras la Guerra del Golfo la política ha mostrado sus armas ocultas de gobierno, la gente se ha puesto a observar a su alrededor y ha descubierto el placer de las relaciones humanas como antídoto a la angustia, desu entorno. Si bien es presuntuoso esquematizar comportamientos generales en un juego más entretenido que riguroso.

Estas serían siete de las tendencias sociales de los Noventa:

1) TRAS LA MOVIDA EL REPOSO. ¡Quién lo iba a decir! Resulta que ahora lo moderno es quedarse, reunirse y divertirse en casa.

2) DESEOS DE OBJETOS

Para alivio de los que no soportaban la asepsia del Diseño Puro; el orden ha quedado proserito y se ha impuesto "El entorno humanizado". Ya no se esconden los objetos cotidianos, sino que salen impúdicos de sus cajones y armarios.

3) VUELVEN LAS BUENAS FORMAS.

Esta filosofía parece haber prendido con fuerza y los manuales de educación de buenas maneras proliferan como hongos. Algunas de las cuestiones son, sin embargo, históricamente inéditas porque de acuerdo a los actuales tiempos, donde se presentan circunstancias y problemas, tales como el SIDA, la sociedad reacciona de una manera muy conservadora.

4) CREO QUE NO. Tras casi un siglo en el que pertenecer a una filosofía (ismo) cualquiera, comunismo, fascismo, socialismo, catolicismo significaba adhesión total, la juventud acomodada de los noventa se manifiesta descreída en política y religión.

5) LA COCINA DEJA DE SER NUEVA.

El antidiseño también ha llegado a los platos. Las Cocinas regionales habrán de tomar el relevo a aquella cocina rápida de los hornos de microondas. Ahora se reivindicán los valores de siempre.

6) UN FEMINISMO SIN GARRAS.

Las nuevas generaciones de mujeres parecen haber superado el temor de ser tachadas "FEMINISTAS". Con las consecuencias que antaño provocaba serlo, el feminismo de los Noventa recobra el discurso de protesta, se ha lanzado a toda una campaña de prensa y medios de comunicación para concientizar de la injusticia de ser super-Woman y no ser solo lo que involucra ser Mujer.

7) LA MODA SE SUAVIZA.

De los hombros anchos, los trajes estrictos, el luto riguroso y el aspecto de asceta; hemos pasado a las líneas sueltas y ondulantes, al color sin ruborizarnos, a la

mezcla de prendas. Y nos ha ganado un cierto hastío por la Marca.

Un detalle inédito: Actualmente no hay moda sin sentido del humor¹

En la cita anterior denotamos una clara tendencia social, que obliga a pensar en el futuro de una sociedad Europea que en los últimos años ha vivido una revolución. Si bien ésta no ha sido violenta, como habíamos estado acostumbrados; Si ha perturbado su vida social, que bien sabe que debe renovarse, puesto que cada vez sus sistemas socioeconómicos se deterioran debido a su nula dinámica y aún teniendo en cuenta un esquema de integración global que a la vez ésta provocando el resurgimiento del sentimiento nacionalista Europeo; Sin embargo su valor cultural es el único que puede sacarla de su estancamiento social; éste valor es el que convierte al Europeo en un potencial admirador de los valores de otras sociedades y convertirse así en un ente social tolerante y objetivo de los nuevos retos que el futuro afronta.

Por otro lado tenemos una región comercial entre Canadá, Estados U. y México, donde es importante señalar la gran diferencia de nuestro país con las sociedades altamente industrializadas del Norte, que sin embargo representa un reto al país, para lograr mejor calidad de vida.

Es preciso señalar que dentro de los planes de globalización en América del Norte también se presentan los sentimientos nacionalistas de las sociedades que la conforman. En éste sentido es fácil advertir los problemas que enfrentan las minorías raciales en

¹DUNIA, no. 19 -1991 Los nuevos Ritos Sociales, por Soledad Bengoa



los E.U. y hasta el surgimiento de grupos Neo-Nazis en Canadá.

Para México afortunadamente éste nacionalismo no divide a nuestra sociedad, por el contrario, la unifica entorno de una identidad arraigada. (En este capítulo trataremos al entorno social a nivel global debido a la influencia que de manera directa repercuten las acciones en cualquier sociedad)

Así la sociedad Mexicana es también plural en todos los sentidos amalgamando una buena cantidad de culturas indígenas que aportan sus principales características para crear una imagen global de lo que es México, ésta sociedad profesa un profundo respeto a la célula social, la familia.

Existe un alto ejercicio religioso y moral. Por otro lado está dividida por grandes sectores socioeconómicos que los cataloga en categorías.

Para el desarrollo de nuestro tema es necesario tomar en cuenta esas diferencias que para fines de mercado se convierten en la segmentación de los grupos humanos tomándolos como nichos de mercado

De ésta manera nuestro nicho objetivo, es un grupo social de alto poder adquisitivo, y que está comprometido de manera importante en el cambio de la mentalidad que el mexicano experimenta en la actualidad.

De acuerdo a las encuestas (130 personas) que realizamos para éste proyecto, el 75% de las personas encuestadas considera que el vestir adecuadamente es muy importante.

"La constante necesidad que sentimos los seres por renovarnos y cubrir las necesidades que cada vez son mayores y más específicas, en

éste caso como el vestir bien.

La persona en sí siempre esta en busca de adquirir y proyectar una fuerte personalidad y por ello cabe mencionar que el mexicano actual se preocupa cada día más por vestir mejor, y proyectar una personalidad determinante ante los ojos de los demás y esto lo podemos constatar en las calles, en los diferentes centros sociales del país, en donde una superación marcada en la presencia del mexicano se distingue:

*Su forma de vestir se mejora cada vez más y ésto indica la fuerza de la moda a nivel mundial, gracias a la labor de diseñadores como: Hugo Boss, Giorgio Armani, Versace, Valentino y Caumont, entre otros."*²

El interés por vestir mejor ha crecido, motivando a sociedades como la nuestra, muestran gran interés por su presencia y buscan obtener personalidad propia.³

Las notas anteriores ilustran perfectamente una necesidad insatisfecha, en la primera de ellas al final se habla de la necesidad de identidad propia. Como diseñadores industriales debemos ofrecer la posibilidad de alcanzar un estilo propio otorgando con el soluciones formales y una amplia gama de opciones que además de aportar cultura faciliten la teoría de elegir lo más adecuado a cada persona. Estas opciones, si son buenas, podrán resolver con mayor ventaja las exigencias del consumidor.

² El Universal 19 de junio de 1992, La Moda Europea se Sigue Imponiendo en México, Sección Sociales, por Castillo Pesado.

³ El Universal 19 de junio de 1992, Nuestro Mundo, Sección Sociales, por Castillo Pesado.

2. - ENTORNO CULTURAL

El escritor Oaxaqueño Andrés Henestrosa, reciente premio Alfonso Reyes ante la perspectiva de globalización mundial declaró que la cultura Mexicana siempre ha vivido en riesgo "

*Porque tenemos vecinos muy poderosos, pero es precisamente la cultura la que nos defiende de invasiones y conquistas*⁴.

La cultura nacional dijo, es la manifestación de nuestra manera más íntima de ser, más profunda, más entrañable. "Y es el resultado de nuestra historia, tradiciones y costumbres, en ella hemos mostrado lo más escondido de nuestro modo de andar, en nuestros pasos, en nuestras reticencias, por ello nadie puede adueñarse de ella"

Ahora subrayo, la cultura nacional está en peligro a los ojos de la mayoría de la gente, pero yo digo que nuestra cultura siempre ha estado en peligro por que tenemos vecinos muy poderosos, somos pueblo pobre que aparece en la historia como una invasión, como una conquista, como una irrupción.

*Ahora a la opinión de la gente Mexicana estamos en peligro de otras invasiones, inclusive de otras conquistas con lo del tratado de libre comercio, pero indudablemente, nuestro camino en lo cultural es la Mexicanidad*⁵

Con éstas afirmaciones de Andrés Henestrosa nos percatamos de la gran riqueza potencial de México, esa riqueza que radica en su cultura será su gran aliada para soportar como hasta ahora lo ha hecho, los embates históricos que su entorno le ha impuesto.

⁴ El Universal, 12 de enero de 1993, Sección Cultural por Bertha Fernández



Sin embargo, la mexicanidad ha sido nuestra mejor arma de defensa y no sólo eso, sino que es también la riqueza más importante con la que cuenta éste País.

Nuestra diversidad cultural nos enriquece y alimenta, ésta es una cultura viva que evoluciona día a día con un proceso de síntesis formal que es capaz de romper con los regionalismos o las fronteras culturales, de las diferentes familias étnicas.

La creación del diseño de Chamarras de cuero nace del concepto de aplicar una moda mexicana sustentada en culturas étnicas de gran colorido y fuerza cuyo atractivo es infinito y válido por la permanencia de muchos elementos del vestir indígena, resultado vivo de la memoria ancestral de nuestros pueblos. Todo ello lo plasmaremos en una colección.

Al realizar sus vestimentas los grupos étnicos preservan su tradición con símbolos que reflejan su visualización del mundo, su filosofía de identidad y convivencia con la naturaleza. Mostrando una verdadera voluntad de ser a través de los diferentes enfoques culturales y por ello se puede encontrar en cada rincón de México lugares con una larga tradición del vestido que además cuentan con variadas técnicas como: bordado, brocado, deshilado, etc.

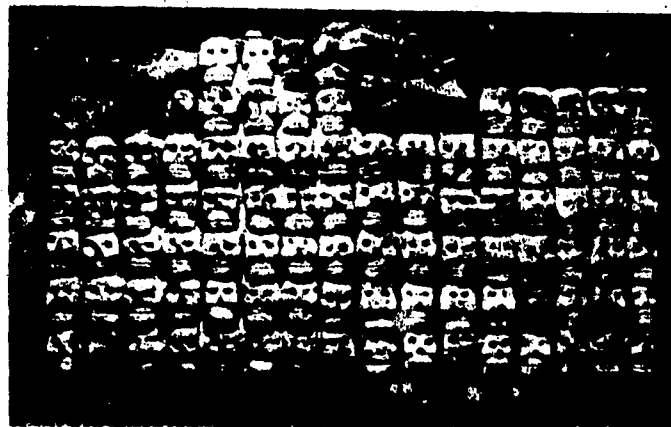
"Motivos prehispánicos inspiran a un gran creativo de la moda, que presentará durante un singular evento, su colección otoño-invierno sencillamente

nulada "México". Palabra que a nuestros oídos se siente como esencia y presencia, misma de nuestras raíces y legado cultural... Y que ahora se transformará en un estilo pleno en el vasto mundo de la moda.

Una colección que contiene un espíritu netamente mexicano, en el que se exaltan nuestras tradiciones.

Así, la moda se combina con la cultura para dar como resultado un estilo que aunque basado en las legendarias culturas prehispánicas, adopta la modernidad de nuestros tiempos, para traducirse en moda.⁵

Dentro de este entorno donde la cultura se convierte en motivo de moda, estará suscrita la investigación que para efecto de ésta tesis llevaremos a cabo, así pues La Mexicanidad con todos sus valores formales: será quien se encargue de enriquecer el presente trabajo, aunando a las soluciones que el Diseño I. puede ofrecer, la manera diferente de observar, analizar y sintetizar del diseñador, ofrecerá una propuesta estética y formal adecuada a todos los elementos que aseguran un diseño exitoso y sobre todo original y trascendente.



⁵ El Universal, 10 de dic. de 1992, presentación de Domit, conferencia de María del Carmen Serra Puche, Sección Sociales, por Martha Guerra.

3 . - ENTORNO ECONOMICO

La Industria Nacional pasa por uno de los momentos más difíciles, pero a la vez importante de su historia: en los últimos 40 años se vivió una política de proteccionismo industrial que en un principio sentó las bases del desarrollo económico. La dinámica actual exige enfrentar el reto de la globalización y de la nueva política económica del país, que contempla la apertura de fronteras hacia un flujo de Libre Comercio.

En un mercado global, las reglas cambian y se genera una mayor y más agresiva competencia directa, crece la posibilidad de los competidores potenciales y el peligro de los productos sustitutos; debido a esto las empresas mexicanas tienen ahora la opción de elegir los insumos más convenientes, para producir pero también los consumidores se vuelven más exigentes al tener una mayor variedad de productos de donde elegir, optando por el que les ofrezca un valor agregado y una mayor diferenciación.

El consumidor ha cambiado su percepción de la calidad a través del tiempo. Si revisáramos un poco su comportamiento encontramos que el consumidor de los años



70'S se tema que conformar con lo que se encontrara, ya que la demanda por productos era bastante mayor que la oferta; a partir de los años 80'S la situación cambio drásticamente por varias causas, entre las que podemos mencionar, la elevada inflación, la devaluación del peso frente al dólar y una fuerte contracción del mercado.

En esos tiempos saber manejar el dinero era más importante que vender en el mercado.

Hoy en día el cliente es el que manda en el mercado y marca la sobrevivencia de una empresa, un cliente satisfecho es el activo más importante que pueda mantener una empresa.

La cita anterior crea el marco adecuado donde se establece el desenvolvimiento del mercado mexicano y de las exigencias que le plantea a la industria nacional.

Existe una desventaja en la industria nacional, cuando se generaliza al consumidor y le ofrece muy pocas opciones en cuanto al diseño de las chamarras de cuero.

"El reto del Libre Comercio debe ser enfrenado con base en las alianzas, no sólo con los extranjeros, sino también con los proveedores mexicanos".

Estas son las palabras del Director General de Organización Robert's, Rafael Buerba Pérez, quien llegó a la cifra por concepto de ventas de \$150 000 Millones de pesos para 1991 y que para 1993 se tiene proyectado un crecimiento del 35% al 40%, la base de ventas es un mezcla de Producción Nacional e importaciones, ésta firma materializa ambiciosos programas de expansión: 30 Tiendas más, en dos años.

Este sector Industrial Mexicano, sufre de lagunas en cuanto a

mejores de mercado, que es necesario llenarlo con producciones extranjeras que tienen la característica de contener un alto valor agregado. En éste margen "La Producción Nacional de prendas representa la mayor parte del negocio para la corporación, están orientadas fundamentalmente a la clase media, ya que se puede encontrar un buen producto, a un buen precio".

Del planteamiento anterior, podemos deducir que los Industriales están deseosos que en México se comience a producir riqueza, a través de la aplicación del Valor Agregado en todas sus producciones. Para ello el Diseñador I. es la mejor opción, para dar forma a esa riqueza que se da en cualquier sociedad productiva.⁶

La Industria del Vestido Nacional se está transformando de una manera asombrosa en cuanto a su infraestructura tecnológica, la importación masiva de maquinaria y equipo está llevando al Industrial de éste rubro a niveles de eficiencia nunca antes alcanzado, sin embargo dentro de la infraestructura de producción falta un elemento básico para lograr la calidad total, que los tiempos actuales exigen.

Es el Diseño, ese elemento que hemos notado falta dentro de la interactividad productiva de las Chamarras de Cuero, la Industria Nacional de éste ramo se ha preocupado en ocupar el mercado masivo del producto, despreciando por otro, un buen porcentaje del mismo. Estas condiciones nos permiten establecer que los Diseñadores de Modas que se encuentran trabajando actualmente en el rubro, no tienen los elementos

Expansión 19 del agosto de 1992 Robert's, La ruta de la Confección, por Laura Ortega Gurza.

con los que contamos los Diseñadores Industriales para resolver los problemas de diseño.

4.- ENTORNO TECNOLÓGICO

Esta entrevista, establece un esquema general del entorno tecnológico, marcando muy claramente el Talón de Aquiles que la Industria de la Vestimenta en Cuero presenta.

Esta falta de personal altamente calificado, es la que a mediano plazo las Universidades del País y sobretodo las dedicadas al Diseño Industrial deberán de cubrir.

Entrevista realizada al Sr. Miguel Angel Salim, Presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de ropa y Artículos de piel.

Por Torres Ma. Guadalupe

G.T.: Técnicamente, ¿Qué nivel de preparación tiene ahora la industria y cómo era antes?

M.S.: El nivel de preparación se ha mantenido sin cambios radicales desde hace muchos años. Necesitamos crear alguna entidad capacitadora, ya sea por parte del CLATEG o por parte de ANFRAPIEL, para atender a los encargados de la manufactura en el área de vestimenta. Actualmente, todos los que fabricamos artículos de piel y tenemos encargados o gerentes de producción, disponemos solo de gente que hemos desarrollado en el mismo taller, o recurrimos a elementos que originalmente fueron modelistas de calzado o que tienen algunas nociones sobre vestimenta. Pero gerentes de producción de formación profesional, especializados en vestimenta no existen.

En León hay fábricas muy importantes de prendas de vestir de cuero, y ante la apertura de la economía, con motivo de las



exportaciones que estamos realizando, lo primero que nos preguntan los clientes americanos es que control de calidad tenemos. Para tener organizado ese control de calidad, de manera sistemática y profesional, necesitamos gerentes de producción bien capacitados.

G.T.: Respecto a la labor desarrollada por CIATEG hasta el momento en este sector, ¿Cuál es su opinión sobre los alcances efectivos del apoyo dado hasta ahora a esta industria?

M.S.: Yo siento que aún resulta insuficiente, y en parte la culpa también es de nosotros. Un gran paso para superar las deficiencias fue sin duda la integración de nuestra asociación. El CIATEG, entre otras acciones, puede ya proponer un curso específico para 60 fabricantes. Si ellos responden de forma inmediata solo 10 o 15 no importa, pues lo fundamental es que ya tenemos un contacto directo, para seguir avanzando con acciones concretas.

G.T.: En cuanto a la tecnología empleada, ¿resulta suficiente para lo que producen, piensan actualizarla y como desean

competir una vez que entre en vigor el TLC?

M.S.: Acabamos de concluir un viaje a Italia, y pudimos percatarnos de que tecnológicamente, no estamos lejos de un nivel competitivo. Algo que observamos y que nos ya a servir mucho de eficiente, es la gran similitud que existe en la forma de operación de nuestra industria respecto a la de aquel país. Existen solo talleres pequeños, cortan las chamarras igual que nosotros, las respuntan igual, las adornan igual; claro que hay algunas técnicas específicas distintas, en cuanto a poner algún botón, algún broche o algún herraje moderno.

La materia prima, en lo que se refiere a piel, es de primerísima calidad, y en eso sí nos hace falta avanzar más. Pero en cuanto a las técnicas de manufactura, a mí me sorprendió no encontrar en Italia grandes fábricas que hicieran 1000 o 2000 chamarras, sino que únicamente hacen 200 o 300 chamarras, lo cual representa un nivel idéntico de producción al que se maneja en México por las empresas micro y las pequeñas industrias. Sin embargo, una cosa muy llamativa el 80% de todas sus empresas exportan a Japón, a

Alemania, y algunas a EU. En nuestro caso la proporción está invertida ya que solo entre un 10 y un 20% de los fabricantes exportamos. Esto obedece en mucho a que ellos tienen una asociación con 40 años de existencia, que se ocupa en comercializar todas las colecciones que ellos sacan cada temporada. En Síntesis tecnológicamente yo pienso que estamos en un nivel muy similar al de ellos, y en cuanto a moda y diseño ellos tienen mejor nivel, además de una mejor materia prima.

G.T.: En cuanto a nivel de competencia, ¿cual es la competencia que afrontan ustedes a nivel local, nacional e internacional?

M.S.: En el mercado local y nacional existe solo una competencia nacional entre nosotros mismos; el que saca mejor moda, mejor diseño, mejor precio, mejor calidad, siempre ya a estar a la vanguardia. Esto lo sabemos todos de antemano, pero respecto al análisis a nivel internacional, en México necesitamos una materia prima de buena calidad, para poder exportar con éxito.



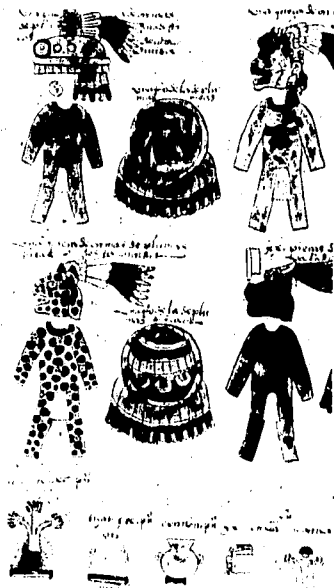
Antecedentes

El hombre primitivo, al paso del tiempo descubre que las pieles conservan el calor natural del cuerpo, protegiéndose así de las inclemencias del clima. Más tarde, para cubrirse y abrigarse utilizó las fibras vegetales una vez hiladas; pero no desaprovechó el uso de las pieles, ya que lo protegían mejor contra las bajas temperaturas.

El hombre aprendió pronto a tratar las pieles de pelo para que no se endurecieran ni pudieran; lo hacían rascando con una piedra afilada los restos de carne tratando posteriormente la piel con grasa del corazón o de los riñones del animal. En las culturas antiguas ya se conocían métodos de preparación muy eficaces y difícilmente se hallará una nación antigua o moderna que no halla desarrollado algún método.

En América, las culturas precolombinas curtían la piel de reno, ocelote y venado cola blanca, tarea que realizaban solo las mujeres cuya técnica fué la única transmitida a los colonizadores. Debido sobre todo a la riqueza que la fauna proporcionaba; con estas pieles desarrollaron una buena cantidad de objetos como el taparrabo (Tlatzaceay), sandalias para nobles en cuero crudo (Cuacuactli), hasta objetos

ceremoniales como: bases de penachos, vestimenta de sacerdotes, trajes jerárquicos y de guerreros (Caballero águila, Jaguar, Coyote y el respectivo a Quetzalcóatl).



Durante la conquista la introducción de nuevas técnicas y la influencia de modas diversas, tanto Indígenas como Europeas, se manifiestan con evidente claridad en algunos pueblos de México. La imposición de la conquista dió como resultado el enmascaramiento de los elementos indígenas que se conservan hasta el día de hoy, aunque hubo cambios en los diseños, materias primas y

técnicas que los indígenas ahora han adaptado a sus propias necesidades y demandas.

La moral cristiana de la Colonia impuso un cambio drástico en el traje masculino de los indígenas, que antes se componía únicamente de taparrabo y capa. El taparrabo fué convertido en cinturón que ciñe en pantaloncillos cortos, diseñados por los españoles. La camisa con mangas (pieza rara) se impuso como prenda diaria entre los indígenas, así como la chamarra que recuerda la Jornada usada en el siglo XV por los Caballeros Españoles.

La lana introducida también por los españoles, reemplazó al pelo de conejo para la confección de prendas de abrigo; por lo que las religiosas del coloniaje enseñaron a los indígenas las técnicas del punto de cruz y los diseños europeos.

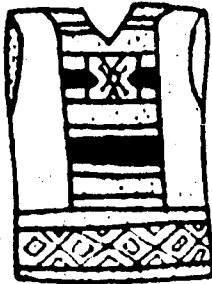
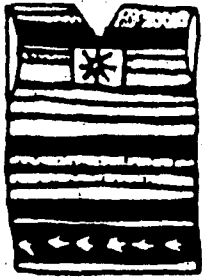


Existen bordados que no tienen influencia europea, como los Huipiles de Amatenango y el Chäl bordado de Chamula; el bordado como técnica de embellecimiento fué muy popular



en la época precortesiana.

Para uso diario los indígenas usan un chamarro blanco listado, que ha sido pacientemente tejido. Es de cuello vertical, con ribetes de cinta blanca entrecruzados y bordeados en hilo rojo antes del terminado en fleco se distinguen tres franjas estrechas, en rojo los laterales y en azul o verde las de enmedio. También en las actividades cotidianas se emplea el "Chuj" que es otro tipo de chamarro, negro con mangas, flecos en la parte trasera y uniones laterales. El chamarro blanco y el Chuj se sujetan con un cinturón de cuero con hebilla.



En la Nueva España las artes y oficios en la piel se concentran en dos grandes ramas: calzados y talabartería. Esta última, tuvo la capacidad artística de ofrecer verdaderas piezas de museo, sobre todo en los arreos para la montura y en las propias sillas de montar. En lo que respecta a las prendas de trabajo campesino como las chaparreras, chalecos, guantes y cueros sus diseños eran más adsteros.

Posteriormente en todo el mundo el uso del cuero se hizo menos

común con la entrada de la Revolución Industrial que significó la mecanización de los telares, fomentando una alta producción de las fibras hiladas convertidas en telas para el uso masivo en la confección de prendas de vestir, dando nacimiento al concepto "fábrica". (importante es hacer notar que es en las prendas de vestir donde se da el origen del desarrollo industrial y tecnológico actual).

Para el primer tercio de este siglo las necesidades de abrigo en los climas extremos, combinado con una época de tiempos malos como lo fueron la Primera Guerra Mundial, impulsaron el uso del cuero como material básico en las prendas; los primeros pilotos aéreos sólo usaron vestimentas elaboradas en piel por la impermeabilidad que ofrecían al contacto con el agua y la transpiración que le permitía al cuerpo.



El Art Deco marca la pauta de la moda femenina, y por primera vez aparecen en la vestimenta de cuero artículos tanto masculinos como femeninos; rasgos muy marcados de una geometrización moderna remarcando sobre todo el torso y

los hombros; la gabardina alcanza su esplendor y sobrevive al ritmo vertiginoso de esos tiempos.

Durante la época previa a la Segunda Guerra Mundial, los uniformes militares se apoderan del cuero con el fin de proyectar, además de poder y riqueza, un mito de superioridad sobre todo en la imagen de los Nacional Socialistas Alemanes a quienes difícilmente podemos concebir sin sus características gabardinas y botas de cuero.

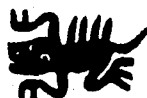
Para los años cuarenta la agitación mundial que consiguió trajo la Guerra, recibe como respuesta de los diseñadores un puritanismo que entienda a las mujeres más de lo conveniente, se buscaba un nuevo señorío reconstruido sobre las ruinas de la segunda guerra mundial.

Los modistos de París recuperaron poco a poco su dominio sobre la conciencia femenina del mundo al mismo ritmo que los ricos de Europa recuperaban el dinero que daba acceso a un nuevo lujo.

En los cincuenta, la Moda adquiere la austeridad oficial de la época; el cuero desaparecía entre telas y vestidos sencillos.

En los sesentas la rigidez da paso a un alarde de formas y carnes rotundas. El pantalón se ciñe, las cinturas se marcan y se subraya cada una de las curvas, e insinuaciones del cuerpo. La moda se hace provocación y naturalidad, la dominan los jóvenes y es plena época del Rock And Roll. Las chamarras de cuero toman un auge inusitado.

Para los años setentas las consecuencias de la Guerra Fría alcanzan su máximo punto, y la moda también lo refleja, el existencialismo (proveniente de una ya lejana corriente "El Dadafismo") se deja sentir en la misma, rompiendo con todas las proporciones estéticas, la regla



era acabar con lo establecido y ser totalmente diferentes a todo tiempo y espacio.

La alta costura ha querido también hacerse inmortal en cuero. Yves Saint Laurent, Claude Montana, Pierre Cardin, Thierry Mugler, han diseñado para él formas sofisticadas. Otros, como Jean Paul Gaultier, no han querido dejarlo desprovisto de esa mística salvaje que le ha acompañado siempre. La cazadora de cuero, dijo el modisto en una ocasión "Es un ejemplo perfecto de moda sacada de la calle, nunca me permitiría cambiarla".

"Rescatar el recuerdo y permanecer fieles a él, no por conservadurismo, sino por lo que entendemos que es autenticidad.



Es lo que han hecho diseñadores como G. Rodson, que en 1987 comercializaba una réplica en cordobán, de la cazadora de Marlon Brando luce en la cinta "Salvaje (1953)".¹

Otros como la familia Schott, llevan más de 70 años cubriendo a los soñadores de medio mundo con su "Perfecto", el modelo más copiado del mundo y fieles al clasicismo, han construido un imperio que factura cerca de \$60 Millones de dólares al año. Solo en 1985, con ocasión del treinta aniversario de la muerte de James Dean, Schott modificó un poco su línea para crear la James Dean Collection, una cazadora de motociclista adornada con flores, que es la copia idéntica del modelo que llevaba el actor en la película "Gigante". Hoy, el cuero, según la sociología no es un símbolo de pertenencia a un clan, como pudiera serlo en otras épocas, sino un objeto de culto. Punks, Rockers, Niños bien y Gente elegante, lo visten con igual pasión.

**Rescatar el recuerdo y permanecer fieles
a él, no por conservadurismo, sino para
entender
que es autenticidad.**



Dunia no. 270 octubre
de 1988.





Una tendencia es un conjunto de cualidades y características suscritas dentro de un espacio y tiempos predeterminados, y se conforma con los símbolos o aspectos convencionales que se encuentran inherentes a una sociedad.

Pero una tendencia formal o de moda, se suscribe en el ámbito del tiempo de vida, para el valor de uso de los objetos; si nos encontramos con una clasificación, como la de (Jordi Llovet en donde dice: "Todos los productos industriales son bienes de consumo que en un momento determinado se convierten en propiedad del usuario. Se usan y una vez gastados quedan eliminados del proceso de utilización". Donde lo importante es el tipo de relaciones que se establecen entre el usuario y el producto al realizar el valor de uso.)

Al clasificar éstas, entre usuario y producto, se distinguen las categorías siguientes:

- 1.- Productos de consumo (que tras su uso dejan de existir).
- 2.- Productos de uso I:
Productos para uso individual.
- 3.- Productos de uso II:
Productos para uso por determinados grupos.
- 4.- Productos de uso III:
Productos con los que el público apenas tiene relación.

Llovet establece de manera clara las condiciones a las que obedece la configuración o las características tanto físicas como psicológicas que habrán de constituir a un producto de consumo determinado; que la tendencia a seguir es por medio del ataque a los sentidos del usuario, un hecho muy lógico, que obedece a las características de uso de este tipo de objetos íntimamente ligados a los sentidos del usuario.

Para efectos de un mayor entendimiento del desarrollo de éste capítulo, "Tendencias", dejaremos al final del mismo a los



Productos de uso I donde se localiza nuestro producto y se apoya la investigación de ese trabajo

PRODUCTO DE USO II

Productos para uso de determinados grupos.

A esta categoría pertenecen los productos usados en el seno de un pequeño grupo de varias personas que se conocen unas a otras.

La propiedad individual se amplía en favor de una familia. Tales productos como el refrigerador, mobiliario, horno eléctrico, freidora o televisor, se ponen a disposición de varias personas ya que ello es más económico y favorece las relaciones entre las mismas.

En cuanto a productos utilizados por muchas personas, el individuo está sujeto a relaciones menos marcadas, y en la mayoría de los casos no existe ninguna identificación con aquellos. La proliferación de variantes no puede partir aquí de bases económicas, por lo que es tarea del Diseñador I, encontrar una solución aceptable para muchos usuarios distintos.

Han de considerarse las necesidades generales del grupo en el proceso de proyecto, ya que de este modo es más factible que el resultado agrade a muchos usuarios diferentes.

Tendencias



PRODUCTOS DE USO III

Productos con los que el público apenas tiene relación.

Bajo esta denominación deben contemplarse todos los productos y todas las instalaciones de nuestro complejo entorno con los que por regla general el hombre no tiene relación.

Tales productos poseen principalmente una función práctica y la mayoría de las veces nacen durante el proceso de construcción. La forma del producto está determinada por el fin práctico y su desarrollo no ofrece ninguna atención especial.

PRODUCTOS DE USO I

De los productos de uso I, que son de uso individual podemos establecer que mantienen con el usuario una relación íntima (en la cual aparece una identificación en el que el usuario se equipara al producto y en el que éste se convierte en una parte de aquél), es tarea del Diseñador I. facilitar una relación con el objeto por medio de la configuración de éste producto, utilizando los criterios de influencia que intervienen en los hábitos de la percepción del hombre; así el producto puede optimizarse en correspondencia al comportamiento en el uso.

Sin embargo valorar los condicionamientos, deseos y preferencias especiales de determinados grupos de usuarios, no resulta fácil puesto que las ideas y los deseos individuales de las personas se distancian enormemente entre sí, estos grupos especiales significan para el fabricante grupos de posibles compradores seguir sus deseos conduce a una multiplicidad de variantes en el ámbito de los productos usados individualmente. De aquí

que es necesario identificar los deseos y clasificarlos para poder satisfacer plenamente las necesidades subjetivas que cada objeto cumple junto con su valor de uso.

Para lograr lo anteriormente planteado, es urgente recurrir a una buena configuración formal de los productos; que habrían de englobar los aspectos y valores inherentes en cada objeto, para así cubrir un alto porcentaje de las características que lo acompañarían en su vida útil.

Esta configuración puede ser producto de una investigación exhaustiva, dando como resultado que todo producto individual tiene valores tales como:

Valor de uso.
Valor de cambio.
Valor de signo.

Estos valores se suscriben en cada uno de los entornos del contexto que conforman un contexto en el cual cada grupo humano se desenvuelve, para lograr una configuración de los objetos adecuada a cada grupo social, deberemos de tomar en cuenta el contexto y obtener de él los parámetros que rigen el diseño de los productos que cada nicho del mercado exige.

A las condiciones que el contexto marca le nombraremos: **PHATOS**

En él se describen una serie de características que marcan las pautas que la configuración estética y funcional que los productos de carácter industrial habrán de seguir.

Esta configuración atunada a la vida útil de los objetos forman una tendencia; una manera de tratar la forma del objeto de acuerdo al tiempo de vida útil del mismo, así pues tenemos que los objetos de consumo o carácter perecedero cuenta con nulos elementos que garantizan su

trascendencia en el tiempo.

Los productos de uso I, que tienden a satisfacer deseos especiales y posibles ideas de los grupos singulares de interesados con tales tendencias, sufren de cambio rápido y se realizan creaciones de múltiples variantes. El fabricante aumenta los beneficios por lo que la capacidad de relación con el objeto en el proceso de uso individual se convierte de medio en fin.

La experiencia que se tiene en el diseño de los objetos de la vida diaria; que refleja de una manera antropológica su contexto en el cual fueron creados. Nos permite usar el concepto de "PHATOS", para contextualizar tendencias de diseño que han surgido a lo largo de la historia del Diseño Industrial tales como: El Art-Deco, Art-Nouveau, El funcionalismo Bauhaus, Memphis y Alquimia; que por mención algunas, todas ellas responden siempre a un entorno objetivo.

De tal manera que para aplicar las tendencias configurativas en un objeto es necesario contextualizar su entorno, justificarlo de acuerdo a sus tres valores: "Práctico, Estético y Simbólico", para así asegurar su impacto en el mercado.

Una característica que acompaña a toda tendencia formal es la de ser cíclica, desde este punto de vista se manejan todos los productos de uso I "De uso individual"; ya que son éstos quienes de mayor manera sufren cambios formales debido a su tiempo de vida útil.

Para la presente investigación hemos conformado un esquema de tendencias aplicables al tipo de producto que ocupa el desarrollo de este tema **Chamarras de Cuero**.



TENDENCIAS:

Comercial Impulsada por grandes grupos industriales que buscan colocar sus materias primas en el gusto de los diseñadores y productores finales de bienes de consumo.

Ejemplos:

"La moda de la revolución de 1910" es una tendencia de carácter comercial fundada por 2 empresarios mexicanos

Por qué no diseñar un producto nuevo, con un motivo mexicano, que resultase comercial a nivel de exportación y de creación personal, un aporte; algo que les diera no sólo la satisfacción de vender sino de saberse sus propios creadores. Así nació el proyecto Revolución 1910, con el impulso de Rafael Kably e Isaac Askenazy.

Para la tendencia de Moda con Gianni Versace: En algunas de sus prendas de piel, él las ha revestido con estoperoles, cada una de sus prendas se vuelve singular por los pequeños detalles, ciérras largos, botones con la imagen del Dios Zeus, cinturones rebordados con estoperoles que forman grecas, para adornar solamente mangas, los cuellos, la parte posterior de la chamarra o simplemente lucirlos en ajustados pantalones de likra, botas vaqueras que se desbordan con las espuelas, medallones, cuentitas, punteras y también estoperoles.

Conservadora: Maneja las formas y propuestas estéticas al gusto de un nicho de mercado muy definido.

En la tendencia encontramos a Ralph Lauren, que ha venido a representar el diseño norteamericano y ha logrado un

que la gente vive actualmente sus prendas, tienen una gracia temporal y con el tiempo se hacen más y más personal.²

Clásica Las que por diversos aspectos constituyen trascendencias formales o estéticas capaces de permanecer en el tiempo.

Una de las clásicas de la moda hoy en día, es Gabrielle Chanel: "No me gusta hablar de moda chanel. Chanel es un estilo, la moda pasa el estilo no". Un vestido para la mayoría de la gente tiene una vida media tras la cual languidece. ¿Qué puede salvarlo de tan negro destino?, algo tan caro como la distinción y el lujo. Para Chanel el lujo sólo se puede explicar en relación a sus contrarios: "Ni la simplicidad, ni la pobreza son opuestas al lujo, sólo la vulgaridad es su contrario"³

Investigación y experimentación

Sustentada en trabajos experimentales basados en la Psicología, Antropología, Sociología y Filosofía; enfatizando el "PIATOS", que cada experimento o tendencia de diseño contiene.

A continuación ejemplificamos dos tendencias que demuestran claramente lo que es el "PIATOS", y cómo se aplican en la configuración de un producto de carácter industrial que en este caso son prendas de vestir.

Ejemplos:

Moda Pautas formales, estéticas, color y textura que convencionalmente se manejan por los diseñadores y que los fabricantes siguen para asegurar la venta de su producto.

¹ Expansión 19 de agosto de 1992, "La moda de la Revolución" por Lino Rozerberg, pp 144 y 146

gran reconocimiento internacional por su visión consistente basada en una película estilo tradicional e intemporal que con el tiempo se convertirá en un clásico.

R. Lauren siempre ha creído que la moda debe crearse en función del estilo de vida y que la ropa debe ser natural, confortable y elegante, hecha para el modo en

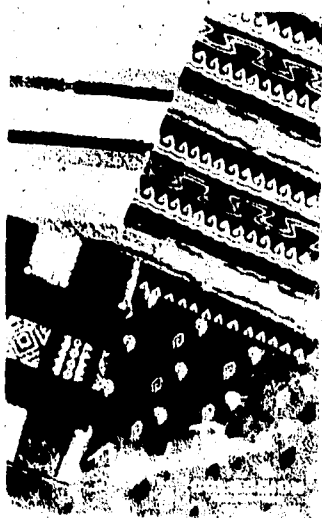
² El Universal, 6 de junio de 92, Sección Sociales por Lourdes Valencia.

³ DUNIA, 28 de septiembre de 1987, no. 19/87, pp 114 - 116, por Pilar Pastor.



Moda Prehispánica en el Museo Nacional de Antropología

En las Aproximadamente veinte exposiciones que en el Museo Nacional de Antropología ha llevado a lo largo del mundo este año: Budapest, Roma, Berlín, entre otros lugares, La directora Maricarmen Serra Puche ha notado el creciente interés del extranjero por nuestra cultura y así, ahora respalda junto con investigadores y arqueólogos la propuesta de Michel Domit de presentar su colección "México", vestimenta basada en elementos prehispánicos.



La muestra de ésta colección tendrá lugar el próximo jueves diez de diciembre en el mismo Museo Nacional de Antropología en donde en primera instancia se dará una visita guiada por el museo a las siete y media de la noche, luego se inaugurará la exposición a las ocho y media.

Para darle el tono cultural y la información necesaria al público, el subdirector del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Felipe Solís dictará una conferencia sobre la cultura prehispánica (de donde se

tomaron los elementos para crear esta colección). Danzas de México antiguo y el desfile se complementarán para luego cerrar el evento con los voladores de Papantla y una cascada de luces.

Esta muestra de vestimenta se llevará acabo el jueves de la próxima semana en el Museo Nacional de Antropología (reforma y Gandhi) a partir de las siete de la noche.

Buscando preservar y difundir al mundo nuestra cultura, Michael Domit proyectará a través de la moda la gran Cultura Mexicana

En el comunicado de la empresa Michel Domit, que llega a esta redacción, se apunta la necesidad de ir al ritmo del tiempo, "en el vasto mundo comercial, por el diario intercambio de palabras y conceptos y por el eterno trueque entre las culturas, poco a poco los países de la tierra parecen amalgamando en una sola cultura universal; hecho que aunque insólito y maravilloso, lo hace riesgo de perder su identidad y sus raíces, lo cual resultaría una lamentable pérdida para toda la humanidad.

Por ello buscando preservar y difundir al mundo nuestra cultura, Michel Domit proyectará a través de la moda la gran cultura mexicana, y presenta su colección Otoño Invierno "México" basada en motivos prehispánicos".

Todo esto no ha querido quedar en una actividad superficial o intrascendente, sino que conjunta con la utilización de motivos netamente prehispánicos que de alguna manera representa la cultura del país.

"Y la llevarán por aquí mismo y por el mundo".

Además los Voladores de Papantla afectuarán sus evoluciones en la explanada del museo y una cascada de luces cerrará la actividad, de una noche de moda.

De moda prehispánica para todo el mundo.⁴

Los Nazis También Intentaron Dominar el Mundo de la Moda.

Viena 22 de enero (EFE).- El régimen nazi intentó arrebatarse a París la capital mundial de la moda y hacer de Viena un centro de difusión de la alta costura, aunque fracasó en la operación, según un libro editado ahora en la capital austríaca.

Baldur von Schirach, administrador de Reich, pretendió hacer de Viena el centro de influencia de un mundo de vestir que debía acabar con el estilo vampírico de los años veinte y la

⁴ El Universal 08 de diciembre de 1992, Sección Sociales, "Moda Prehispánica en el Museo Nacional de Antropología" por Dolores Corrales Soriano



masculinidad fomentada desde París, asegura Gloria Sultano en **moda en el nacionalsocialismo**.

El ideal nazi de la mujer se identificaba con mujeres rubias, de ojos azules, sólidos zapatos, peinados tradicionales y que llevaran vestidos sobrios, sin más adornos que la medalla de honor del III Reich.

Pero este modelo ideal estaba lejos de las preferencias del público, incluso del más adepto al régimen nazi, según revela una carta enviada por un modisto vienesés al comisario encargado de la reunificación de Austria con el imperio Alemán, Joseph Buerckel.

El modisto confiesa: "créame usted, señor comisario, que si viera un modelo semejante por la calle, se llevaría las manos a la cabeza ante tal estupidez y falta de gusto", recuerda Sultano en su libro.

La culpa de esta "falta de gusto" era en gran medida de los nuevos responsables de las casa de moda que, como el caso de la vienesa "Tailors Stone & Blyth", eran los meros comerciantes, sustitutos de los propietarios originales, judíos a quienes se les expropió y

obligó a emigrar al extranjero. Fueron incluso germanizados los colores con los que se describían las nuevas muestras de las fábricas textiles: al "gris niebla" le sustituyó "gris casco de acero" y al "rojo Burdeos" se le aplicó el nuevo nombre de "rojo sangre oscuro".

Quienes pretendían adaptar modelos extranjeros, como los amplios pantalones o chaquetas de influencia americanas, fueron colocados en el punto de mira de los censores, que procuraron a modistos vieneses como Günter Schifter o Helmut Qualtinger una "estancia" en el campo de formación profesional de Glosslanzendorf, cerca del aeropuerto de la capital austríaca.

Schifter cuenta a la autora del libro como presumía durante los años de guerra con su sombrero "Homburg", negro y de tiasas alas, y con su paraguas negro, ambos signos inequívocos entonces de influencia extranjera, lo que contribuyó seguramente a su deportación.

Los opositores al régimen convirtieron a la tradicional ropa austríaca y al sombrero tirolés en símbolo secreto de su desacuerdo con el III Reich y se sirvieron de ella como contraseña de

identificación para quienes aborrecían la anexión con Alemania.

Los duros años de la guerra, tiempo de racionamiento de alimentos y tela, no afectaron sin embargo en lo que al tejido se refiere a los salones de moda o a las producciones teatrales o cinematográficas considerados escaparates de la germanización.

Sultano se refiere especialmente a la primera película en color de Willi Forst, "chicas vienesas", para la cual, en los duros años de 1944 y 1945, se encargó la producción de 1,750 vestidos en uno de los salones de moda vieneses.

A pesar del fracaso del lanzamiento de Viena, casi hasta el último día del régimen los modistos crearon modelos según las pautas marcadas en Berlín. En abril de 1945 un correo del exclusivo salón de Annemarie Heise pudo hacer llegar al búnker de Adolfo Hitler el traje de novia de Eva Braun.⁵

Con lo expuesto en este capítulo establecemos un margen que marca claramente los parámetros que el diseño de "Chamarras de Cuero", debe seguir y que será expuesto en el próximo capítulo.

⁵ El Universal 23 de enero de 1993 Sección Sociales. Los Nazis También Intentaron Dominar el Mundo de la Moda, por Javier Alonso. Ed. Vieneses Crítica Social



Perfil de producto

Concepto de Diseño



La creación de Chamarras Topal nace del concepto de aplicar una moda mexicana sustentada en culturas étnicas de gran colorido y fuerza, ya que existen muchos elementos del vestir indígena que son la memoria ancestral de nuestros pueblos.

Al cubrirse de símbolos propician la preservación de sus costumbres, cosmovisión del mundo, filosofía de identidad y convivencia con la naturaleza; mostrando así una verdadera voluntad de permanencia a través de las diferentes épocas culturales.

Por ello y buscando preservar y difundir al mundo nuestra cultura; estos diseños proyectarán a través de la moda la gran cultura mexicana.

Por lo que el diseño, es nada más que una forma de interpretar la realidad, nuestra capacidad de aventura y de mezclar lenguajes formales, logrando aportar una auténtica personalidad con la que buscamos fusionar el arte y el Diseño Industrial y además sin perder de vista la funcionalidad. Este momento es bueno para empezar a aliar el esfuerzo de crear algo nuevo y diferente, en la que se destaquen

los elementos formales mexicanos, los colores, los detalles serigrafados, los botones en aplicaciones de cobre y plata con motivos netamente prehispánicos y un espíritu de vitalidad y alegría, siendo al mismo tiempo una prenda diferente y original.

A lo largo de todo este documento, hemos tratado de exponer las características cualitativas y valores de la configuración de todo producto industrial; y éstas se encuentran dentro del contexto en el que se desenvuelven el producto, así que para nuestro tema tenemos que:

CONTEXTO GLOBAL

Entorno social _____

Entorno cultural _____

Entorno económico _____

Entorno tecnológico _____

De acuerdo a este esquema expondremos las características que las "Chamarras Topal", habrán de contener en sus valores.

Una prenda de cuero como lo es una "Chamarras", que supera su función práctica, llama

poderosamente la atención sobre sí misma y sobre el que la lleva por medio de su marcada función estética, provocando un sentimiento de identificación objeto-sujeto. Esta identificación sólo se presenta por clasificaciones, una de ellas es el status social que representa utilizar cierto tipo de objetos. Desde este punto de vista podemos establecer, que las "Chamarras de Cuero", son:

- 1.-Producción Limitada.
- 2.-Identidad Formal.
- 3.-Originalidad.
- 4.-Máxima Calidad.

VALORES

Status _____ Simbólico

Signo _____ Estético

Cambio _____ Agregado

Uso _____ Práctico

PARAMETROS ESTETICOS

- 1) Los parámetros formales de diseño que se manejarán son:
 - 1.1) Volumen amplio.
 - 1.2) La forma y el largo depende de la temporada



primavera-verano

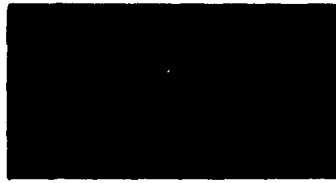
- 1.2.1) Piezas cortas nivel cintura.
- 1.2.2) Cuellos cortos en forma de V.
- 1.2.3) Botonadura (motivos prehispánicos) otoño-invierno.
- 1.2.4) Largas (medio Muslo).
- 1.2.5) Cuellos altos y amplios.
- 1.2.6) Cierres y broches metálicos para contrastar con la piel.
- 1.3) Solapas reversibles con dos manejos formales: geométricas y ergonómicas.

Elementos constructivos a partir de símbolos gráficos indígenas y prehispánicos.

- 1.4) Aplicaciones gráficas en el área de: pecho, espalda y mangas.
- 1.5) Aplicaciones de tejidos:
- 1.6.1) Brocados y bordados.
- 1.6) Hombreras para marcar el volúmen de los hombros y resaltar a los gráficos.
- 1.7) Hebillas geometrizadas y sintetizadas a partir de los motivos mexicanos.
- 1.8) Bolsas de cinco tipos:
- 1.8.1) Fuelle, Diagonal, Ojal, Simuladas y Sobrepuestas o de parehe.
- 1.9) Jaretas, resortes y cintas para sujetar en contraste con el color, textura y materiales de diseño de cada modelo.
- 1.10) Forro de tela estampada de motivos gráficos.
- 1.11) Mangas con una carga formal anatómica, enfatizando la forma del brazo y de aspecto consistente.
- 1.12) Puños extensibles con forro de piel a la vista de mínimo 2 1/2".

CARTA DE COLOR

El color es un punto importante para la aceptación del producto.



Ya que éste estimula al comprador de acuerdo al equilibrio que se logre en el aspecto estético, ya que se debe acoplar a su manera de vestir.

gris perla). Alto contraste en la aplicación de las telas, tanto a los forros como a las aplicaciones.

Otro punto importante es la carga psicológica que ejerce el color de acuerdo al mensaje que da.

Otoño - Invierno

La colección nuevamente se divide en dos temporadas guardando una coincidencia. Los colores provienen de la naturaleza no plastificados.

Aquí el manejo del color debe ser cálido y abrigador tales como: Marrón, gris rata, café y verde militar. Para las aplicaciones se deben manejar también en cuero y matizadas de acuerdo a cada modelo, sólo en casos necesarios hacer contraste con los gráficos.

Primavera - verano

Matices claros para el cuero; Neutros y Frescos (verde olivo y

SUPERFICIE MATERIA PRIMA

La superficie es un punto



importante en el aspecto formal de nuestro producto, el cuero para vestimenta debe tener excelente acabado ya que de éste dependerá el buen aprovechamiento en el corte de las piezas que componen a las prendas.

El acabado de un curtido es como poner una capa de maquillaje en una piel, y se divide en cuatro clases para el cuero de vestimenta: Pigmentado, Teñido, Ante y Nubuck.

Las pieles que principalmente pueden ser curtidas y aprovechadas para vestimenta son la de: Vacunos, Lanares, Caprinos y Porcinos. Ya que son quienes proporcionan casi todo el cuero requerido por la industria.

La materia prima tiene un peso específico y determinante dentro del desarrollo del tema, ya que sin una buena calidad de la misma sería imposible alcanzar los objetivos anteriormente planteados, afortunadamente las características de las pieles mexicanas reúnen la mayoría de las exigencias a las que nuestra selección las someterían. En el caso de que no sea así la distribución de las mismas permite una comunicación muy estrecha con los productores, las tenerías siempre están dispuestas a trabajar de manera directa con el consumidor para tener una mejor planeación de su producción y evitar de esta manera un volumen de existencias en el almacén que no es en términos de capital conveniente.

CARACTERISTICAS OPTIMAS DEL CUERO

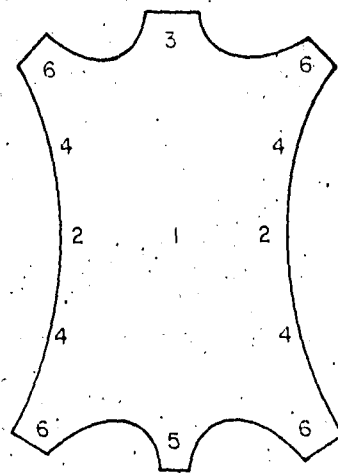
Cada piel curtida tiene la forma característica del animal del que procede, no necesariamente la más conveniente para el confeccionista. La superficie de cada piel está también limitada

por el tamaño del animal.

Al desprender la piel, el primer corte se hace a lo largo del centro de la barriga, y la piel desollada tiene la forma característica mostrada en la figura 1

La piel que cubría la espalda y costados del animal ocupa la parte céntrica, es decir el cuprón y los dos costados o flancos son de la barriga.

La piel tiene una estructura consistente en innumerables haces de fibras finas, las cuales se entrelazan en dos dimensiones, como es en el caso de la tela, sino en tres. Esto nos explica por que la piel curtida al



El aire que se encuentra entre las fibras forma un aislamiento perfecto; así, el curtido protege contra el frío y el calor.

Es conveniente que todos los curtidos sean comprobados antes de su uso. Las pruebas de banco nos dan la seguridad de que el curtido es apto para su posterior uso, protegiendo al confeccionista de reclamaciones causadas por el uso de materiales no satisfactorios.

- A) Espesor homogéneo.
- B) Prensado o grabado.
- C) Resistencia a la tensión y flexión.

- 1 CUPRON
- 2 FLANCOS
- 3 PIECUTZO
- 4 LADAS
- 5 COLA
- 6 BARRAS

Cuadro 1

contrario que la tela, no se deshila al cortarla.

Es éste tejido fibroso el que proporciona a la piel curtida sus propiedades únicas de flexibilidad y resistencia, su capacidad de ajustarse a formas diferentes y, al doblarse, formar una textura superficial de pliegues finos, dando hermosura estética.

Las fibras tienen la cualidad de ser transpirables y así se dice que la piel "respira".

Módulo de elasticidad de 5.8%, en condiciones máximas de 30 kgs., para la fuerza de tracción por pulgada cuadrada de cuero (aplicada a hilo), 30 kg./2.54 cm².

Flexometría adecuada que se adquiere de una aplicación homogénea en las partículas del pigmento y la cantidad de grasa aplicada al curtido que es de 30% mínimo.

- D) Resistencia a la abrasión.
- E) Suavidad del .5 al 1% de grasa.



- F) Humedad del 3% al 6%.
- G) Adherencia del recubrimiento de la piel.
(Teñido o Pigmentado).
- H) Uniformidad de color y textura.
- I) Resistencia al aire y agua. Con una porosidad del 3% al 5% por cm².

La costura o pespunte, que a partir de este momento así lo nombraremos es otro de los puntos importantes ya que constituye en el aspecto formal de las prendas una equivalencia a la de los botones o broches y a las características que el pespunte debe tener y son:

- 1.- De 4 a 5 mm. de long. por pulg.
- 2.- Hilo de calibre 40 con aguja del No. 20 o 140 que permite un punto cerrado en la puntada.
- 3.- Doble pespunte o sencillo (dependiendo del modelo). Con estas características la apariencia formal de las "Chamarras Topal", será la adecuada para lograr un buen producto.

TENDENCIAS EN EL ACABADO DEL CUERO PARA LA CONFECCION

Indudablemente la demanda del cuero para confección también se ve afectada por un comportamiento estacional, la industria del curtido como cualquier otra industria debe adaptarse continuamente a la situación económica del momento, a las presiones o demanda ecológicas, a las exigencias y necesidades del consumidor final, a las tendencias de la moda y a los nuevos sistemas de organización y control de producción.

Lo que sí ha quedado claro es que la clásica napa pigmentada ya no

tendrá la demanda de hasta ahora.

La tendencia se inclina en la búsqueda de naps más blandas más suaves, más finas, más naturales y más cálidas al tacto.

Para adaptarse a estas exigencias, el sector ha desarrollado nuevos tipos de ceras, aceites, siliconas; así como ligantes de partícula muy fina y de alta resistencia al uso.

Todo esto lo podemos sintetizar en los siguientes acabados:

a) Acabado anilina pulido, para dicho acabado debemos emplear ligantes termoplásticos de alta elasticidad y transparencia, acompañados de una pequeña cantidad de colorantes líquidos y/o pigmentos de alta vivacidad y transparencia.

Todo lo anterior debemos mezclarlo también con ceras y siliconas, con todo esto se consigue un tacto más natural y cálido.

b) Imitación pulido. Es exactamente el mismo artículo que el anterior pero partiendo de pieles de menor calidad y sin pulido final.

Este artículo nos permite hacer un profundo con pigmento y microligantes termoplásticos, con lo que se consigue una igualación previa al acabado anilina, procurando que no endurezca la piel en ningún momento del proceso.

c) Acabado tipo ceroso graso. En este tipo de artículo es muy interesante no destaca ningún tipo de defectos y conseguir una cobertura sin utilización de pigmentos. Esto requiere en consecuencia una piel muy natural y con un tacto muy cálido. La tendencia es conseguir pieles de alta calidad, aspecto lo más natural posible y tactos

agradables tipo guantería.

Los acabados del cuero y colorido son de vital importancia a la hora de coordinar el estilo de la prenda y las tendencias de la temporada, dependiendo de la textura, tacto y cuerpo del cuero se emplea un trato más firme o más vaporoso para los distintos modelos que lo requieran. El colorido tiene como misión coordinar las diferentes líneas por ejemplo: si se habla de líneas ecológicas se hace referencia a colores ocres, tierras y quemados, etc. La línea clásica se asocia a colores fuertes y oscuros.

Las tendencias nos informan acerca de como será la temporada estacional: formas anchas, largos de la chamarra, estilos de cuello, mangas o influencias y estilos de otras décadas.

FUNCION ERGONOMICA

La función principal del producto y a la vez única, es la de otorgar abrigo al usuario y conservar la temperatura normal del cuerpo; esta se cumple de manera fácil y esencial con un material que el hombre ha utilizado a lo largo de toda la historia "El Cuero".

Sin embargo hoy en día es necesario reforzar con otros elementos al cuero, que por sí solo no alcanza a lograr las condiciones óptimas de comodidad y de abrigo que el usuario de este tipo de producto exige.

A continuación nombraremos los elementos que intervienen tanto a nivel funcional ergonómico como las funciones que las formas deben respetar, logrando una buena complementación forma-función.



ELEMENTOS GENERALES DE LA FUNCION ERGONOMICA

- 1) Adecuado calce.
- 2) Sisa de 6.5 cm. mínimo de long abajo de la sisa. Ver fig 2
- 3) Mangas adecuadas a la forma del brazo. La anatomía de esta pieza permite libertad de movimientos sin forzar el brazo.
- 4) Puños reversibles, esta pieza permite una extensión en la longitud de la manga para adecuarse al usuario.
- 5) Volúmen del ancho en tronco, cintura y hombros para que el calce permita una perfecta autonomía del cuerpo en los movimientos.
- 6) Forros y entretelas, que por gravedad concentran el peso en toda la chamarra en la parte superior de la espalda y los hombros sin deformar el cuello ver fig. 3.
- 7) Jaretas y resortes, que auxilian en la parte de la cintura a la función anterior, ya que éstos depositan peso en esta zona, además de colaborar con una función formal que es enfatizar esta área. Ver Fig. 3
- 8) Todas las bolsas, colocadas de manera que no representen esfuerzos adicionales ni a las manos ni a los brazos.

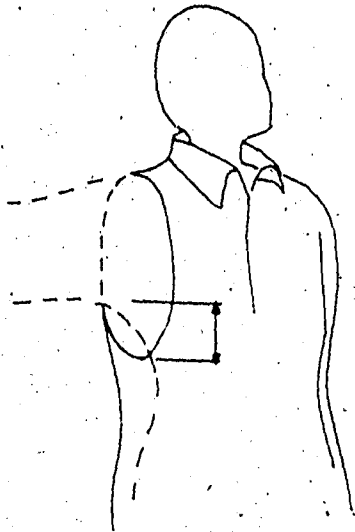


Figura 2

FUNCION ERGONOMICA FORMAL

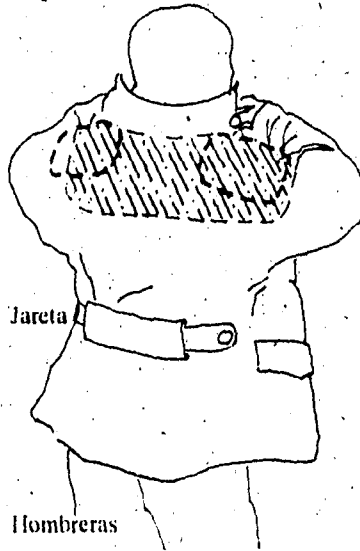
(Según Temporada).

Otoño - Invierno

Solapas y cuellos que cubran el pecho y cuello.
Cierres, broches y jaretas que permitan un excelente cerrado para evitar entradas de aire.

Deleron, que provoca una cama de aire entre el cuero y el forro aumentando la característica térmica de la prenda.

Largo total hasta medio muslo



Jareta

Hombreras
Entretelas (pellón)

Figura 3 cubriendo un área mayor del cuerpo.

Primavera - Verano

Cuello en forma "V" - cortos - sin cuello - solapas simuladas permitiendo una buena ventilación del cuerpo - Tejidos de las aplicaciones que permitan esa ventilación.

Deleron, aquí funciona a la inversa como una cama de aire fresco.

Largo de la pieza (se recomienda a la cintura dependiendo de cada modelo).

FUNCION ERGONOMICA VISUAL

La configuración consciente de este producto, tiene la función de motivar la atención del comprador, así que lograr una combinación equilibrada en el aspecto del color entre las aplicaciones gráficas y la prenda misma es un exigencia en la configuración de este tipo de productos.

SIMBOLICA FUNCIONAL

1.- La carga simbólica funcional de las chamarras se concentra en la relación que se establezca entre el consumidor y el producto, dentro de un proceso de identificación donde el usuario se equipara al producto y en el que éste se convierte en una parte de aquél. De aquí trataremos de establecer los parámetros contextuales en los que se basa esa relación:

1.1.- Apariencia del producto y su representatividad.

Aceptación del usuario a través de una identificación sujeto-objeto. Superioridad y distinción. (Status) Carga cultural.

Mensaje psicológico. (Se concentra en la identificación sujeto-objeto, reforzando la seguridad del sujeto al sentirse a gusto con lo que viste).

Mensaje social. (En la vida social se hace resaltar un objeto-producto para proyectar a través de él lo que significa el individuo).

1.2.- Cuando un determinado círculo de personas que poseen un status social muy determinado prefiere y utiliza en exclusiva un producto industrial, puede decirse



que éste hace una relación respecto a su usuario. Puede simbolizar un status determinado, se convierte en un símbolo del status.

1.3. Para el valor de signo la propuesta formal del proyecto tiene una riqueza cultural muy amplia que cubrirá las

necesidades del vestir del mexicano, que esté buscando una identidad propia y original.

La exigencia del trabajo o los negocios y por otra, la del entretenimiento y esparcimiento en la vida casual, una exigencia que se debe tomar en cuenta para el desarrollo del tema.

Estos parámetros nos marcan, contextualmente un nicho de mercado que por nivel de ingreso, preferencias y su cultura de consumo nos permite establecer que el cliente adecuado es quien cuenta con poder adquisitivo, que le posibilita otorgar un alto porcentaje de su ingreso mensual a sus prendas de vestir.

fase de diseño

La recopilación de información para la fase de diseño de nuestro tema se avocó a la obtención de los valores que deberá contener la colección a partir de los parámetros de diseño que el contexto nos proporciona.

Así nuestro diseño es una tendencia de investigación, que sin embargo no desdeña la información importante que aportan las demás tendencias, ya que ésta se adapta para un estilo que logre convencionalizarse como moda verdaderamente mexicana.

Punto importante y complementario para el diseño de las chamarras de cuero son los accesorios y con ello tenemos que establecer un parentesis abordando brevemente el tema, para posteriormente presentar el desarrollo de los diseños: La moda de los detalles y los bocetos

EL LENGUAJE DE LA PLATA

ACCESORIOS

Durante la colonia México, país muy rico en minas de plata, pudo desarrollar una pujante industria platera, a pesar de la gran cantidad de metal que salía para España sin ser procesado, una buena parte se trabajaba localmente. Esto aunado a la habilidad y dominio de laboriosas y complicadas técnicas de los orfebres precolombinos (que pueden observarse en las escasas piezas de oro y plata que los conquistadores no fundieron) y las técnicas provenientes de España, propició el desarrollo de la orfebrería. La ostentación era la norma de la nueva riqueza; si la conquista tenía una misión, un deseo y un sueño, ese sueño era de oro y de plata.

Al principio las piezas fueron copiadas de las españolas, pero con el tiempo los estilos y las

técnicas tanto indígenas como españolas se fusionaron en un extraordinario sincretismo.

La platería se estableció principalmente en la capital y en las ciudades de Puebla y de Ciudadajara; lugares en los que se hicieron la mayor parte de los ornamentos y servicios que el culto religioso requería, así como los objetos suntuarios destinados a las casas de la aristocracia local.

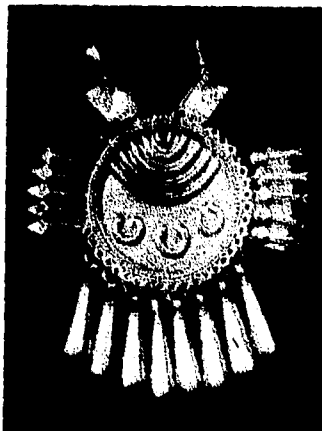
Los orfebres mexicanos introdujeron modificaciones que caracterizaron la producción local y generaron variantes estilísticas tan notables que ahora es relativamente fácil diferenciar las piezas mexicanas de las europeas.

Esto significó el inicio de la joyería moderna. Muy pronto la platería comenzó a fortalecerse y se inició la producción de objetos con temas precolombinos y populares.

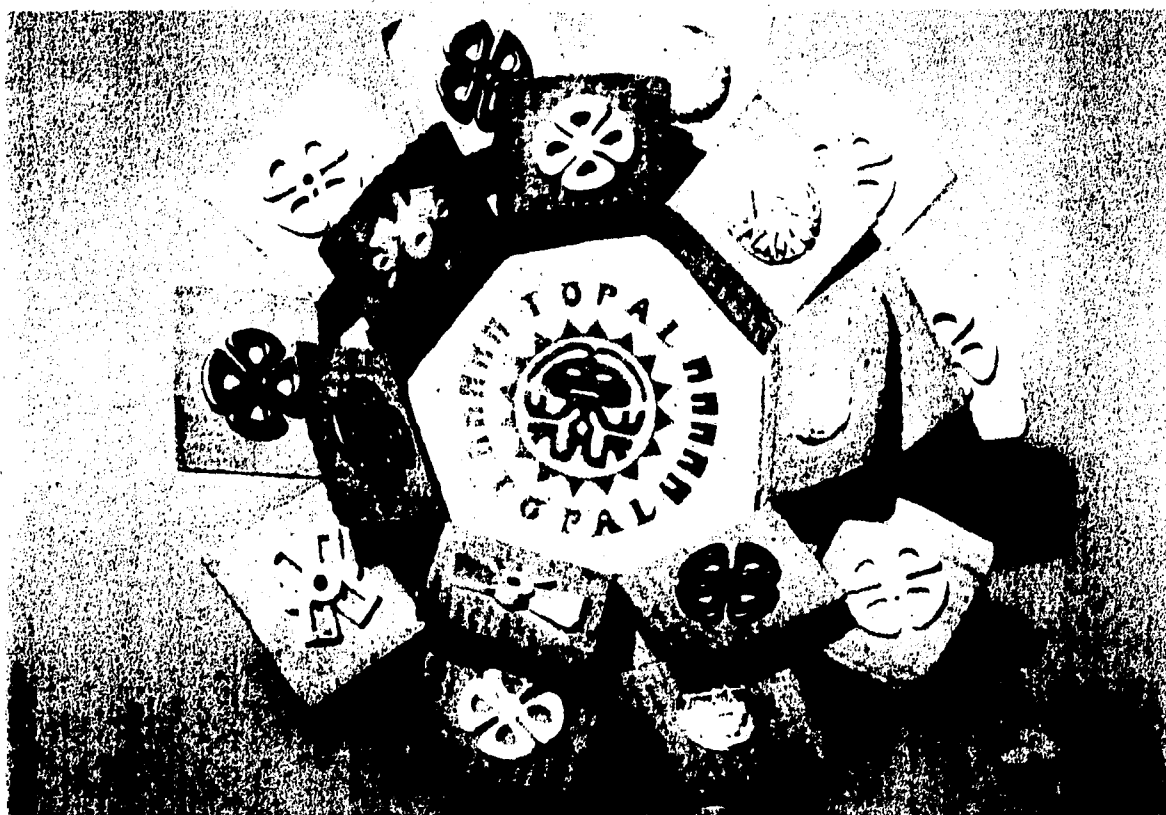


LA MODA DE LOS DETALLES

El botón, el broche y el herraje son accesorios que llaman considerablemente la atención, pues bien combinados dan un toque de sobria elegancia. Este cuidado por los "detalles" es un reflejo de la colección que propone recuperar el pasado de una cultura; para dar como resultado un estilo propio adaptado a la modernidad de nuestros tiempos.



En los accesorios deberá prevalecer el concepto estético formal, industrial y cultural del proyecto. La plata, mineral abundante y representativo de México, dará el carácter y elegancia tanto a la vista como al tacto. La plata tiene una clarísima definición visual, esas cualidad es algo que debemos tener siempre presente, al verla podemos imaginar la magia de su metamorfosis convertida en un accesorio con distinción, misticismo y exclusividad.



COLECCION



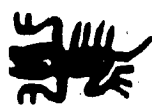
CHAMARRAS DE CUERO



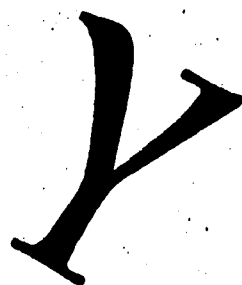






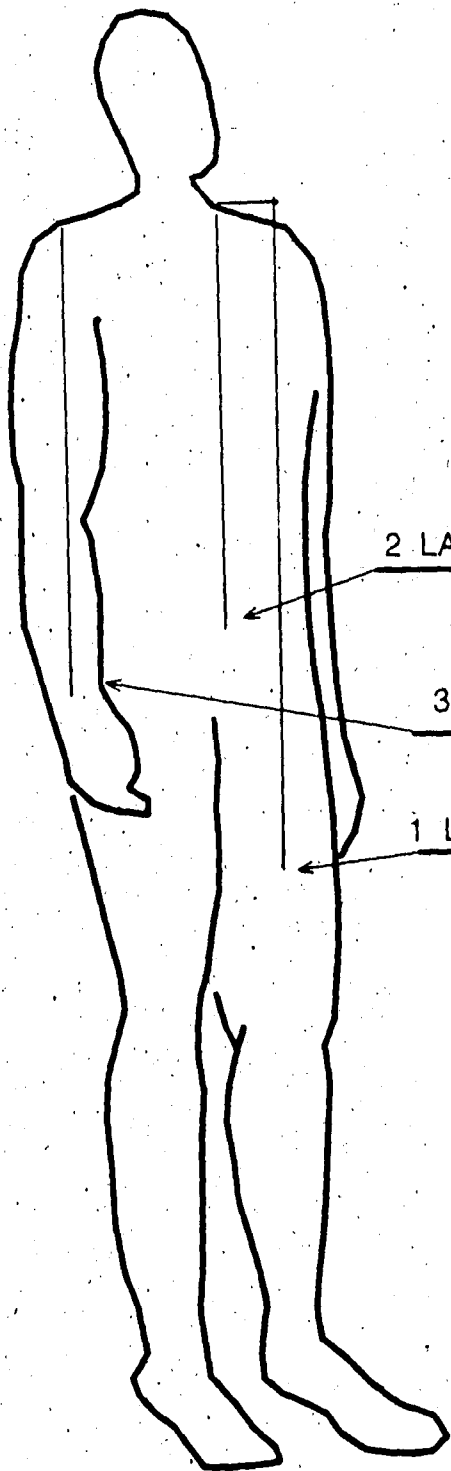






PLANOS DE BOTONES

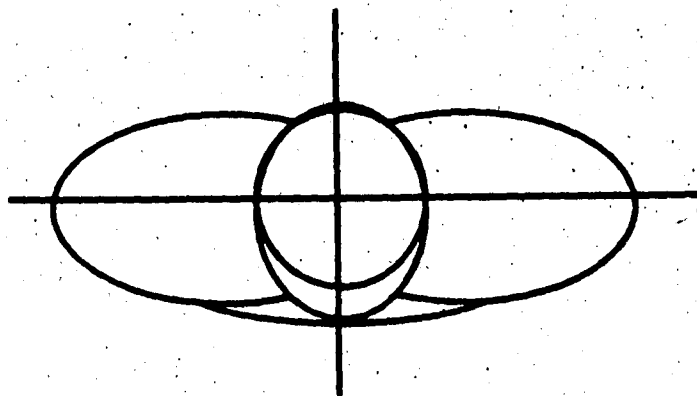




2 LARGO CINTURA

3 LARGO BRAZO

1 LARGO CHAMARRA



PARA TRAZAR UNA PRENDA ES
NECESARIO DIVIDIR EL CUERPO
HUMANO EN CUADRANTES

TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

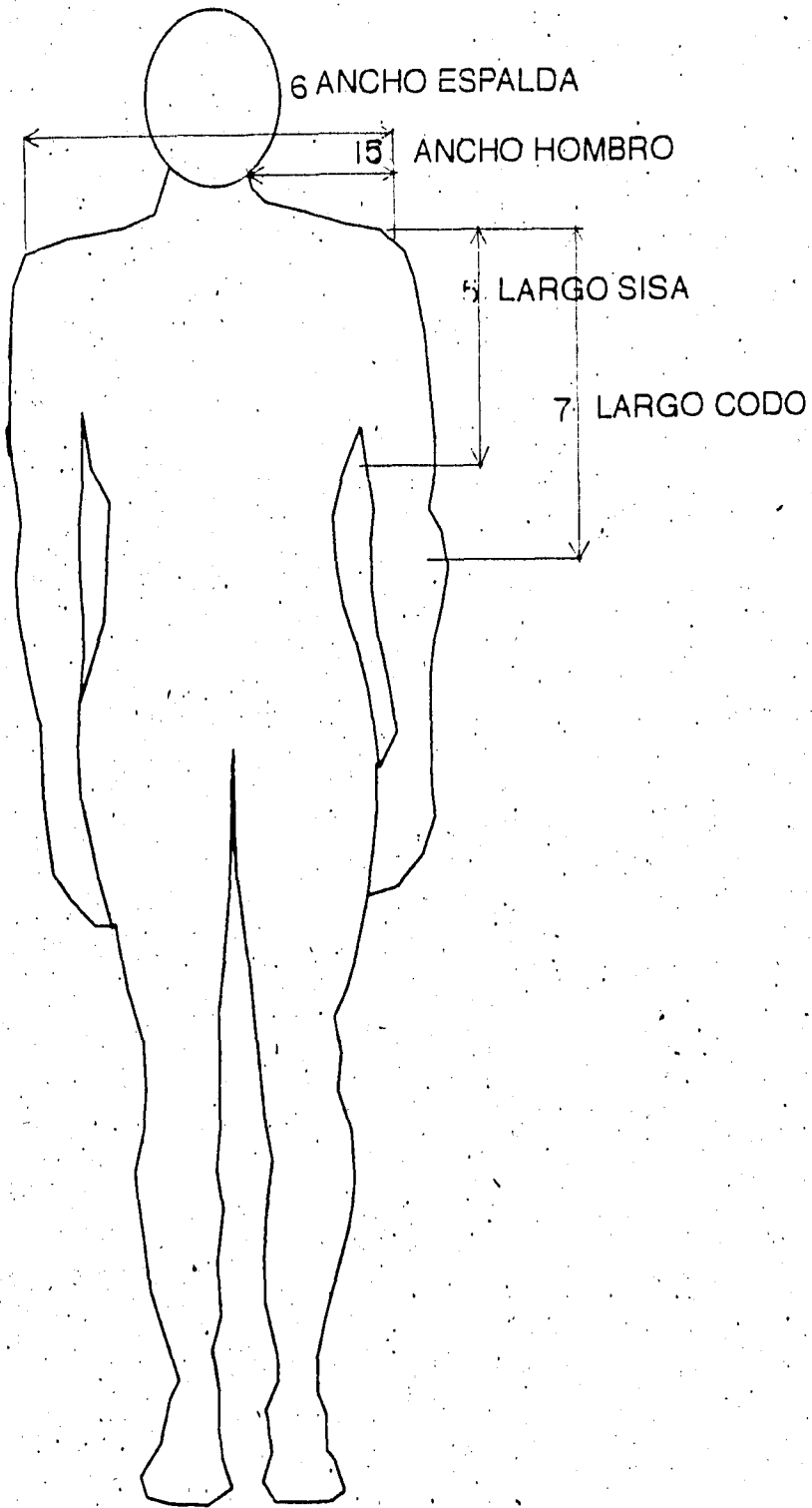
01

Enero - 95



S / ESC





TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

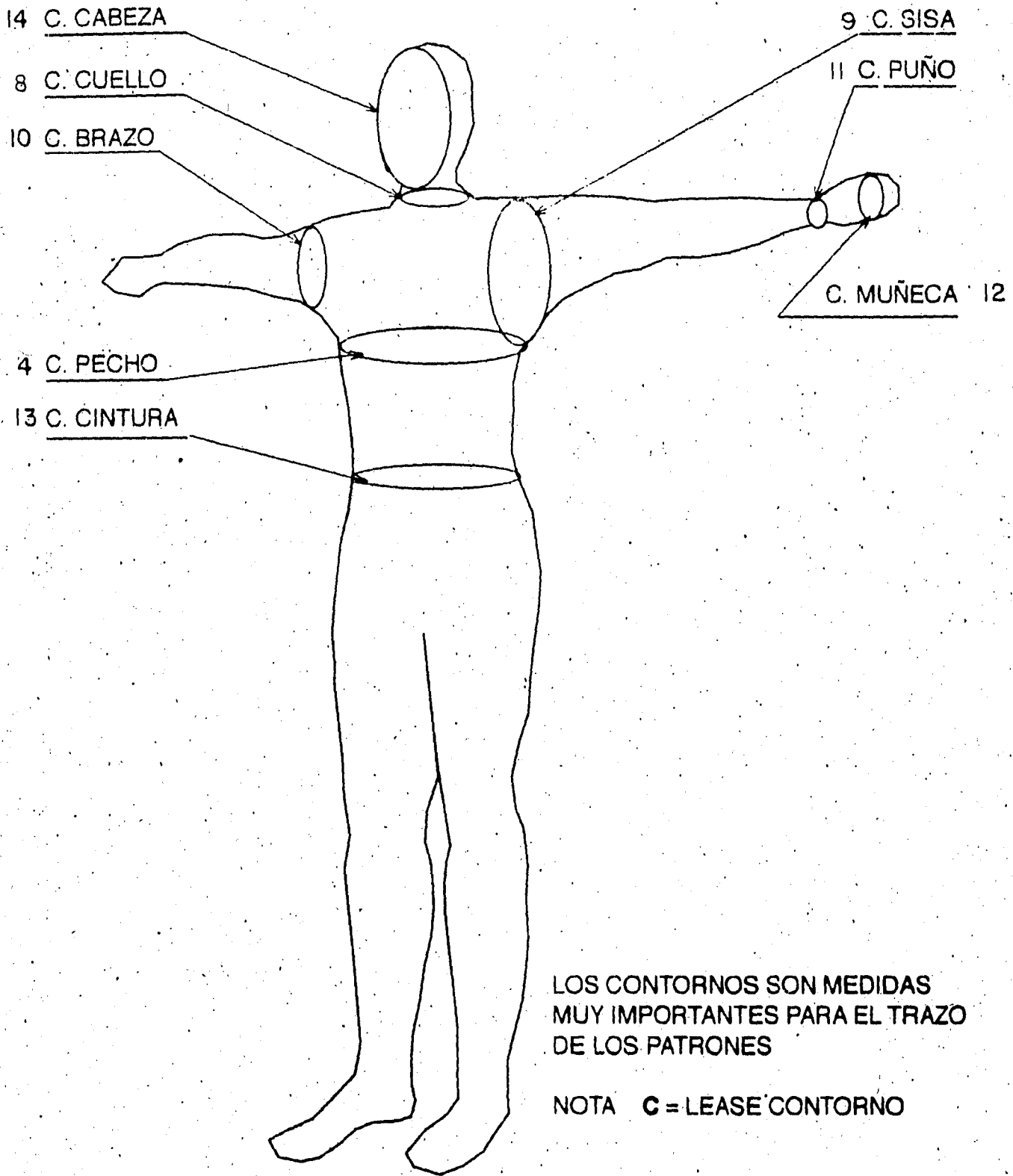
02

Enero - 95



S / ESC





LOS CONTORNOS SON MEDIDAS
MUY IMPORTANTES PARA EL TRAZO
DE LOS PATRONES

NOTA C = LEASE CONTORNO

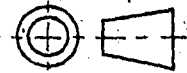
TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

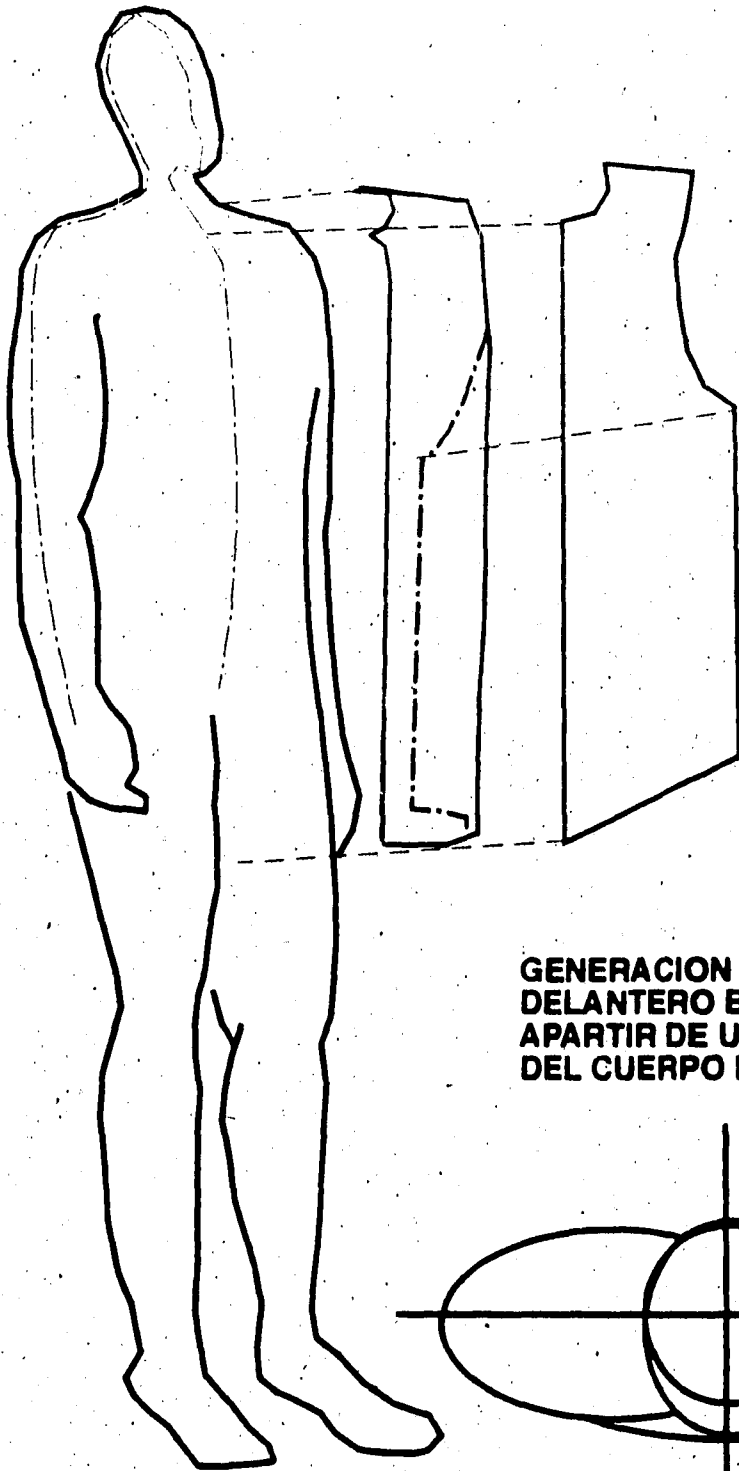
03

Enero - 95

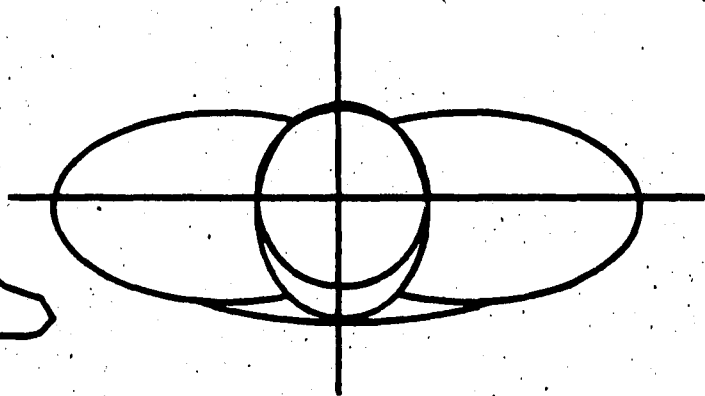


S / ESC





GENERACION DE UN TRAZO
DELANTERO BASICO
APARTIR DE UN CUADRANTE
DEL CUERPO HUMANO



TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

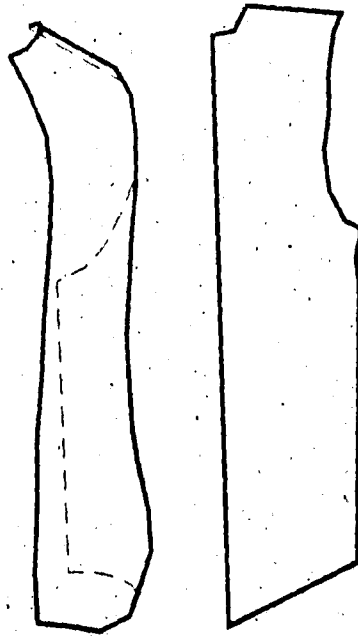
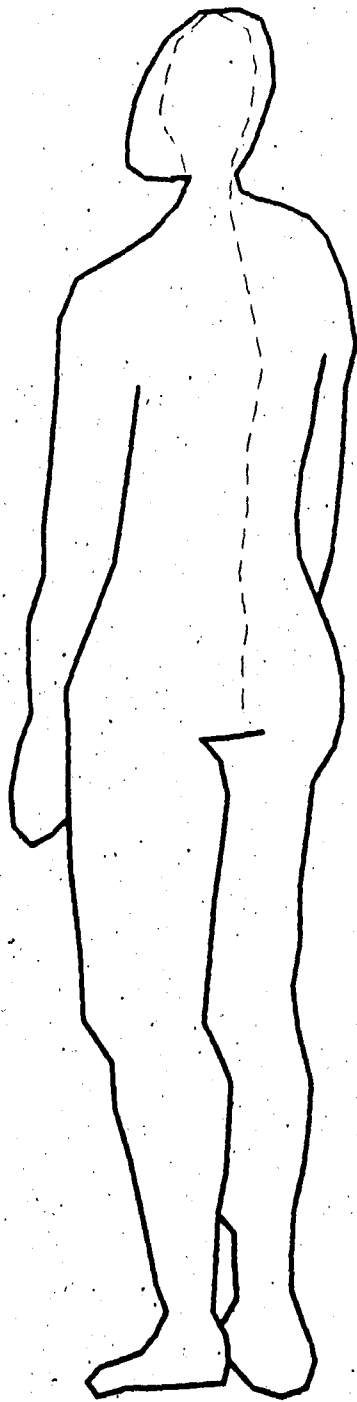
04

Enero - 95

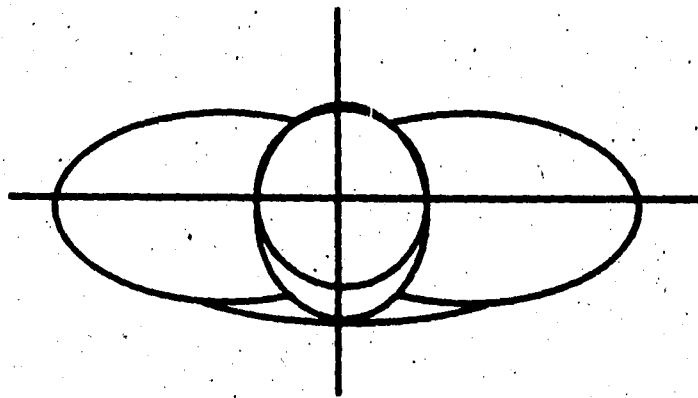


S / ESC





GENERACION DE UN TRAZO
TRASERO "ESPALDA" APARTIR DEL
CUADRANTE POSTERIOR
DEL CUERPO HUMANO



TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

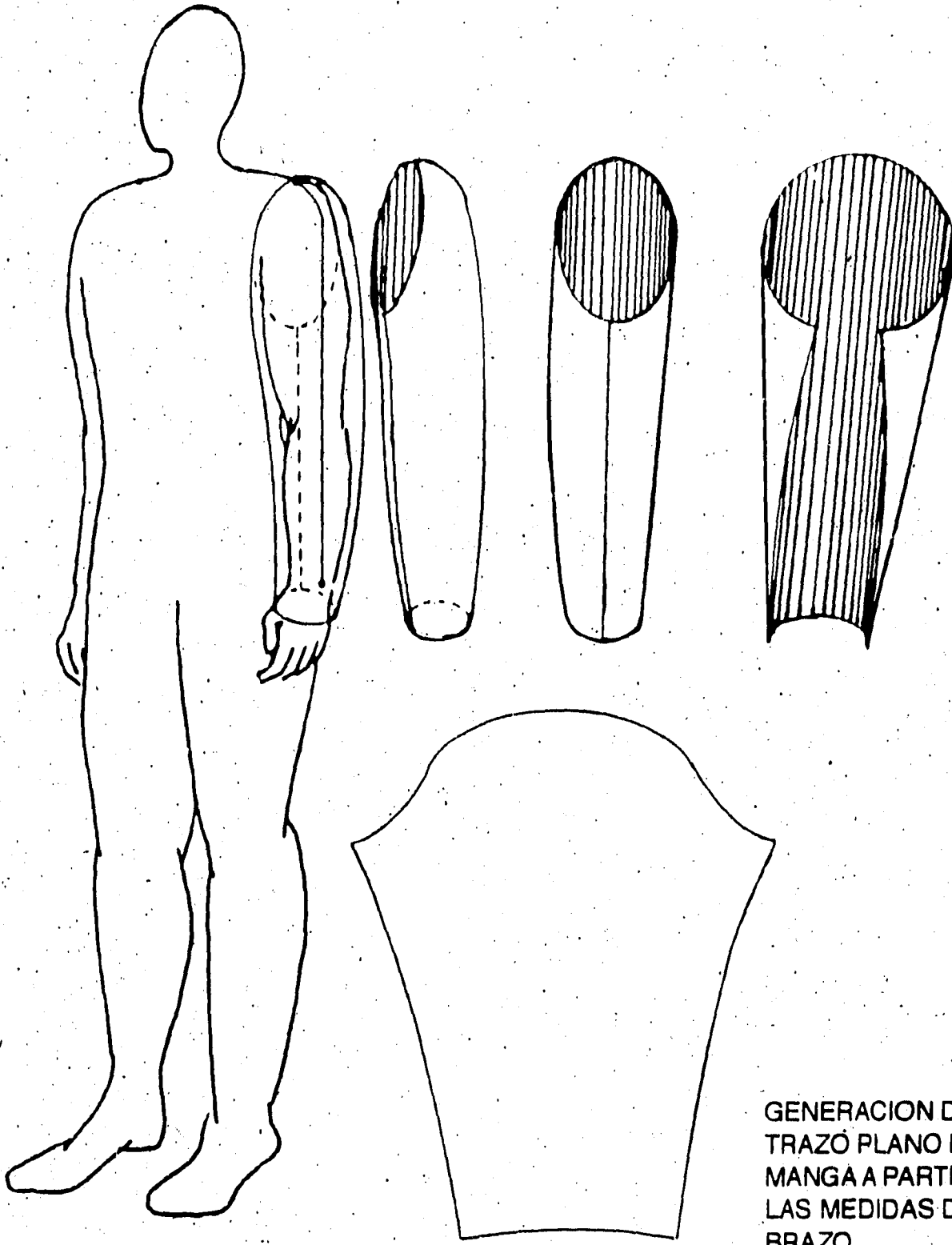
05

Enero - 95



S / ESC





GENERACION DE
TRAZO PLANO DE UNA
MANGA A PARTIR DE
LAS MEDIDAS DEL
BRAZO

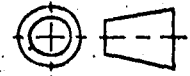
TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

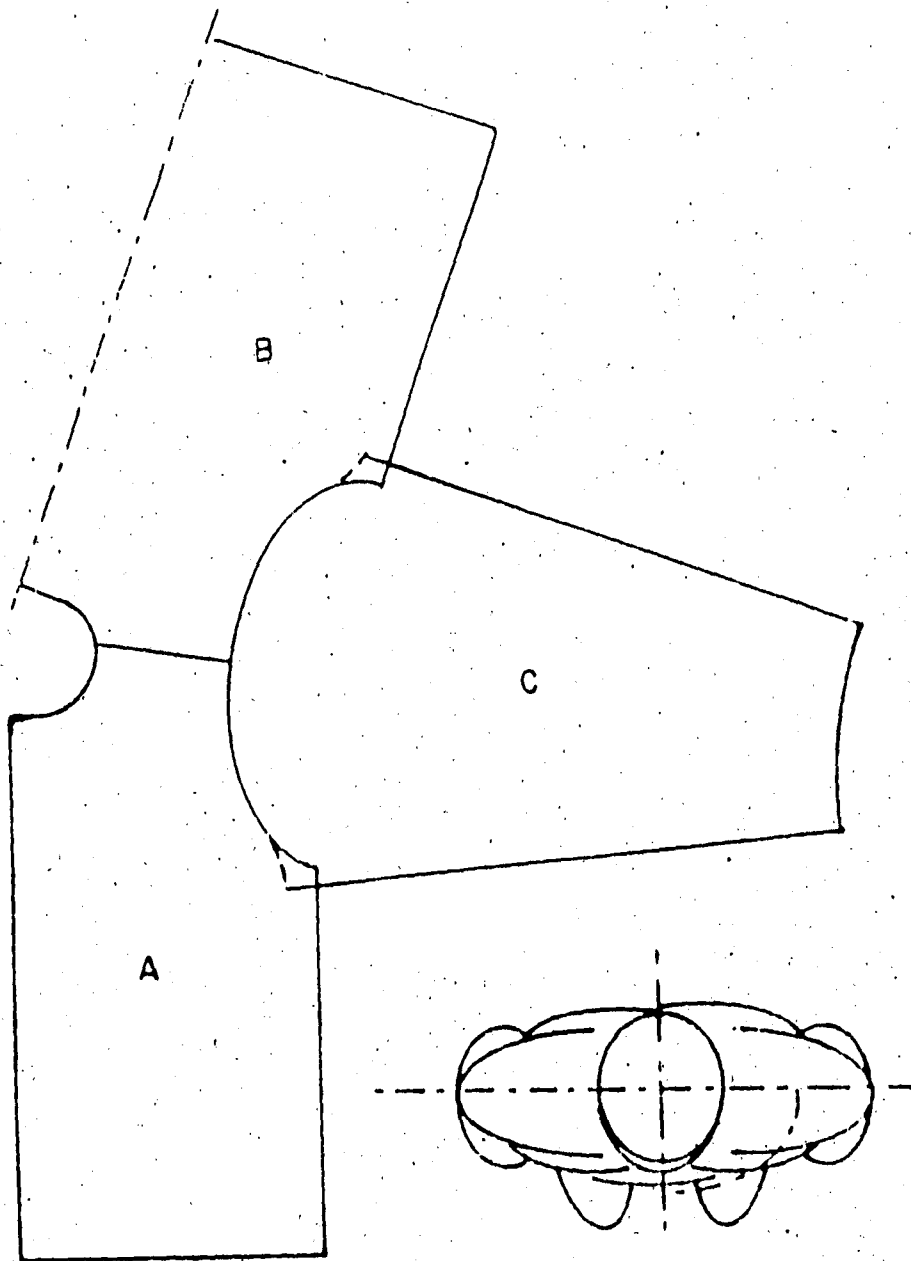
06

Enero - 95



S / ESC





TRAZO PLANO BASICO GENERADO POR
TRES PIEZAS:

- A · DELANTERO
- B · TRASERO (ESPALDA)
- C · MANGA

TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

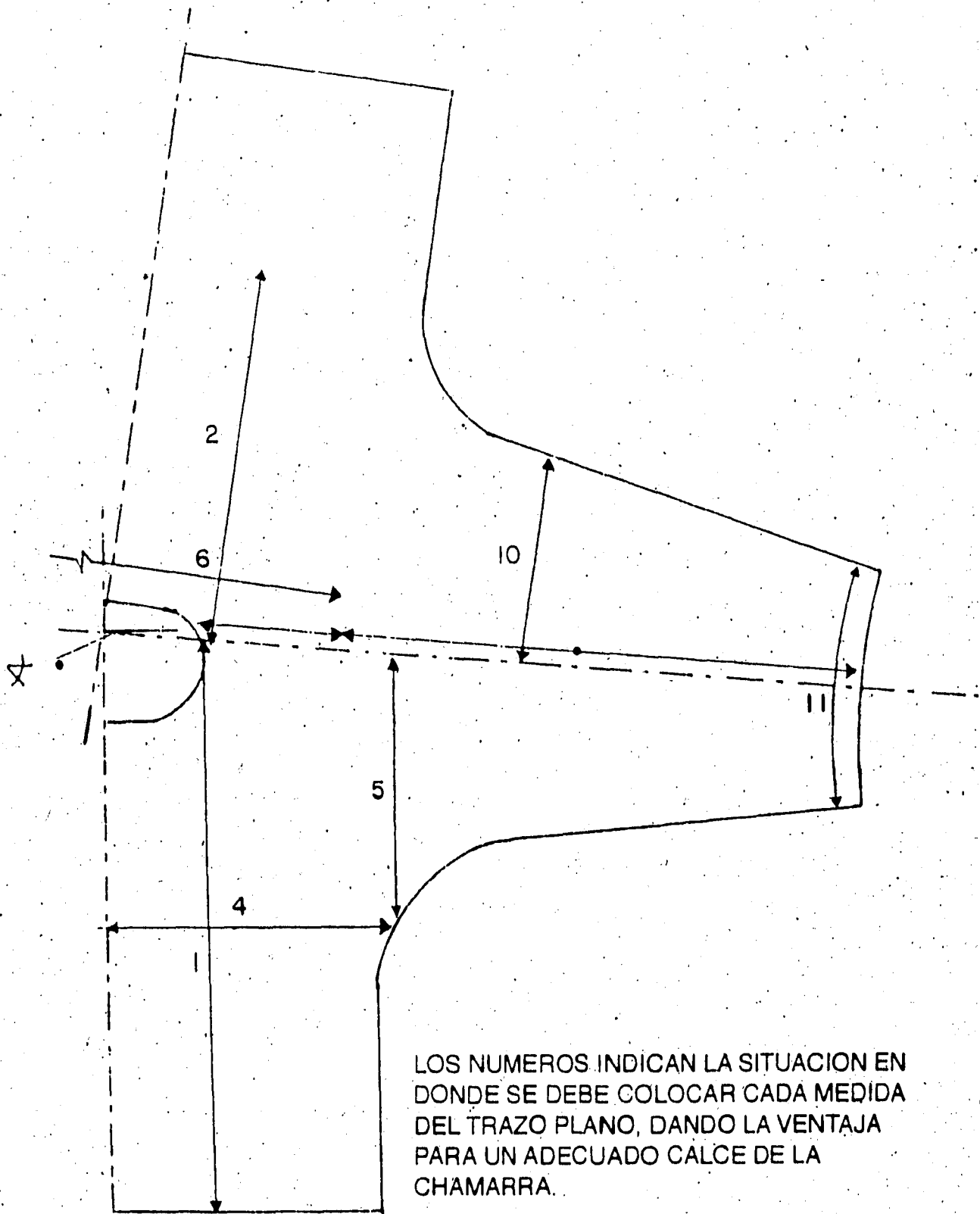
07



Enero - 95

S / ESC



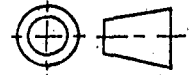


TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

08

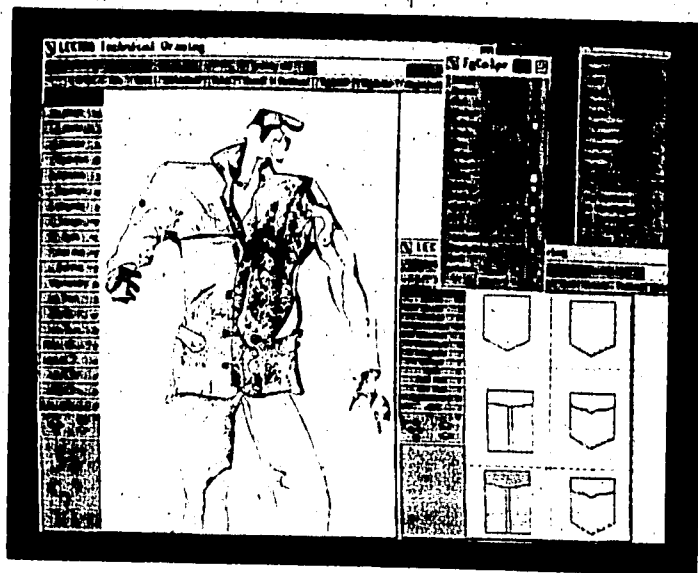
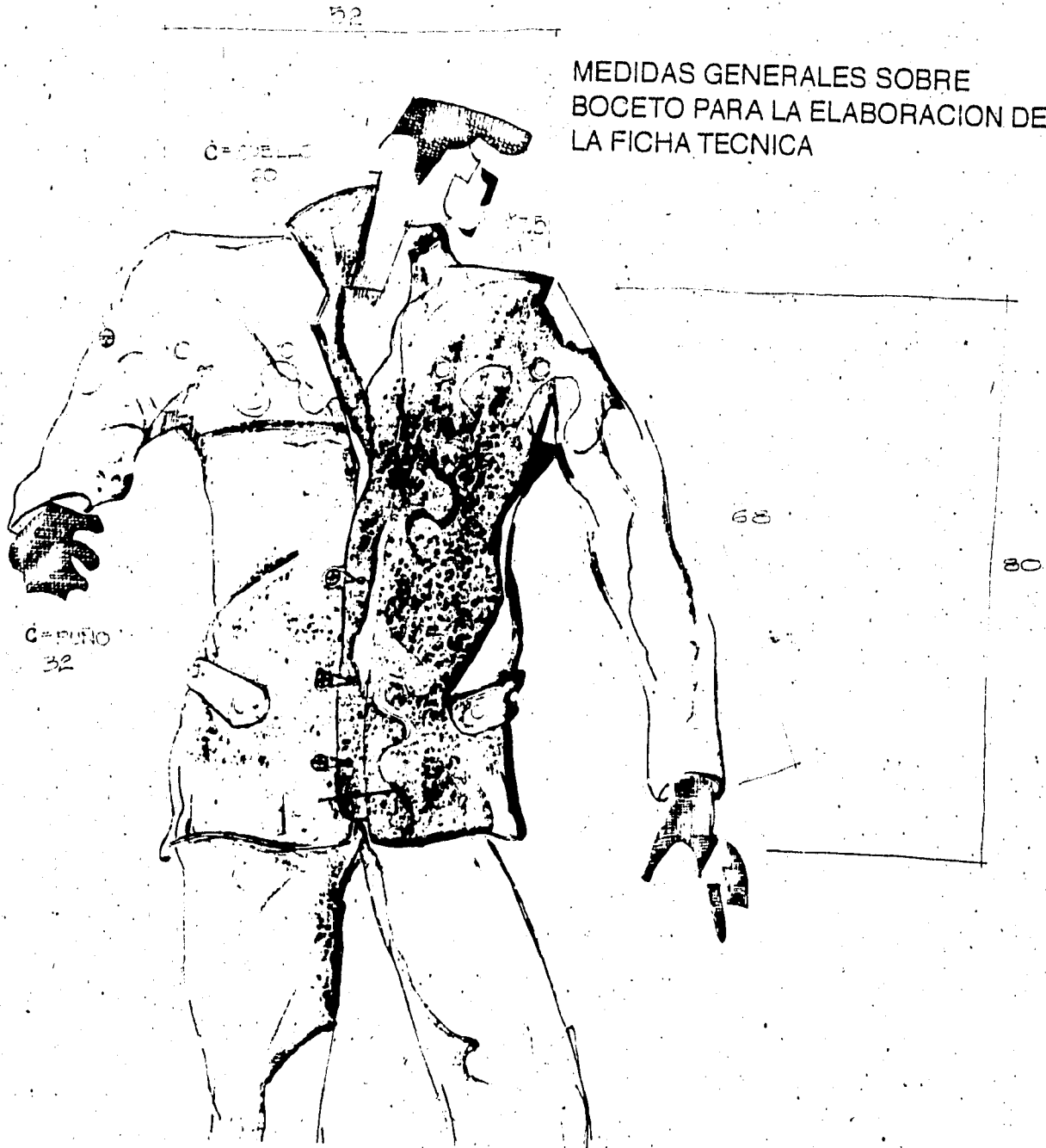


Enero - 95

S / ESC

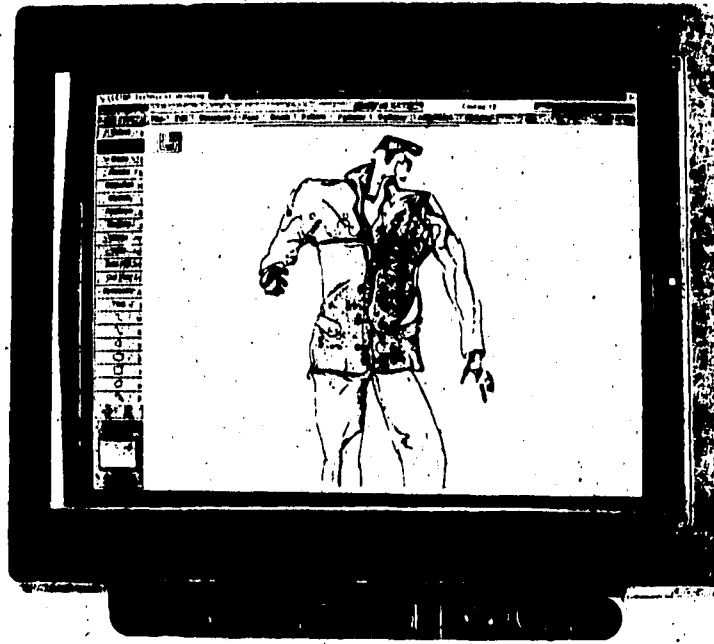


MEDIDAS GENERALES SOBRE
BOCETO PARA LA ELABORACION DE
LA FICHA TECNICA



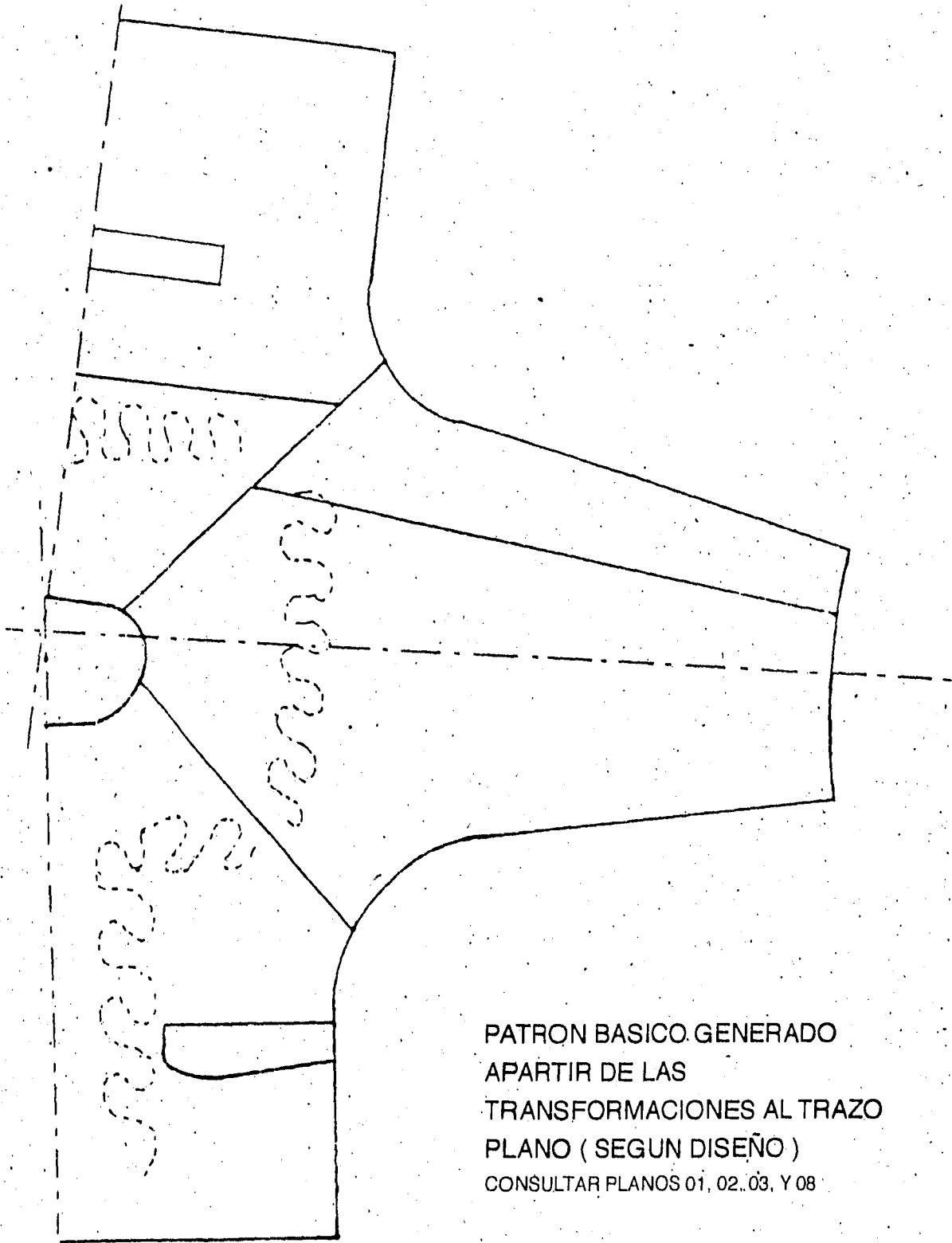
FORMA 2.

ESQUELA TECNICA		MODELO 1104	ESTACION O-I 1994-95	FECHA 15.6.1994
cm.	PIEZA.			
80	Largo Chamarra.			
52	Ancho Chamarra.			
68	Largo Manga.			
7	Ancho Pretina.			
7	Ancho Aletilla.			
32	Contorno Puño.			
7.5	Ancho Cuello.			
60	Contorno Cuello.			
	No. De Botones. 7			
NOTAS:				



FICHA TECNICA DONDE SE DESCRIBEN LAS CARACTERISTICAS ESENCIALES DEL MODELO. EJEMPLO: ORLAS





PATRON BASICO.GENERADO
APARTIR DE LAS
TRANSFORMACIONES AL TRAZO
PLANO (SEGUN DISEÑO)
CONSULTAR PLANOS 01, 02, 03, Y 08

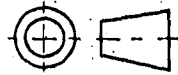
TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

09

Enero - 95



S / ESC



45

NOMENCLATURA

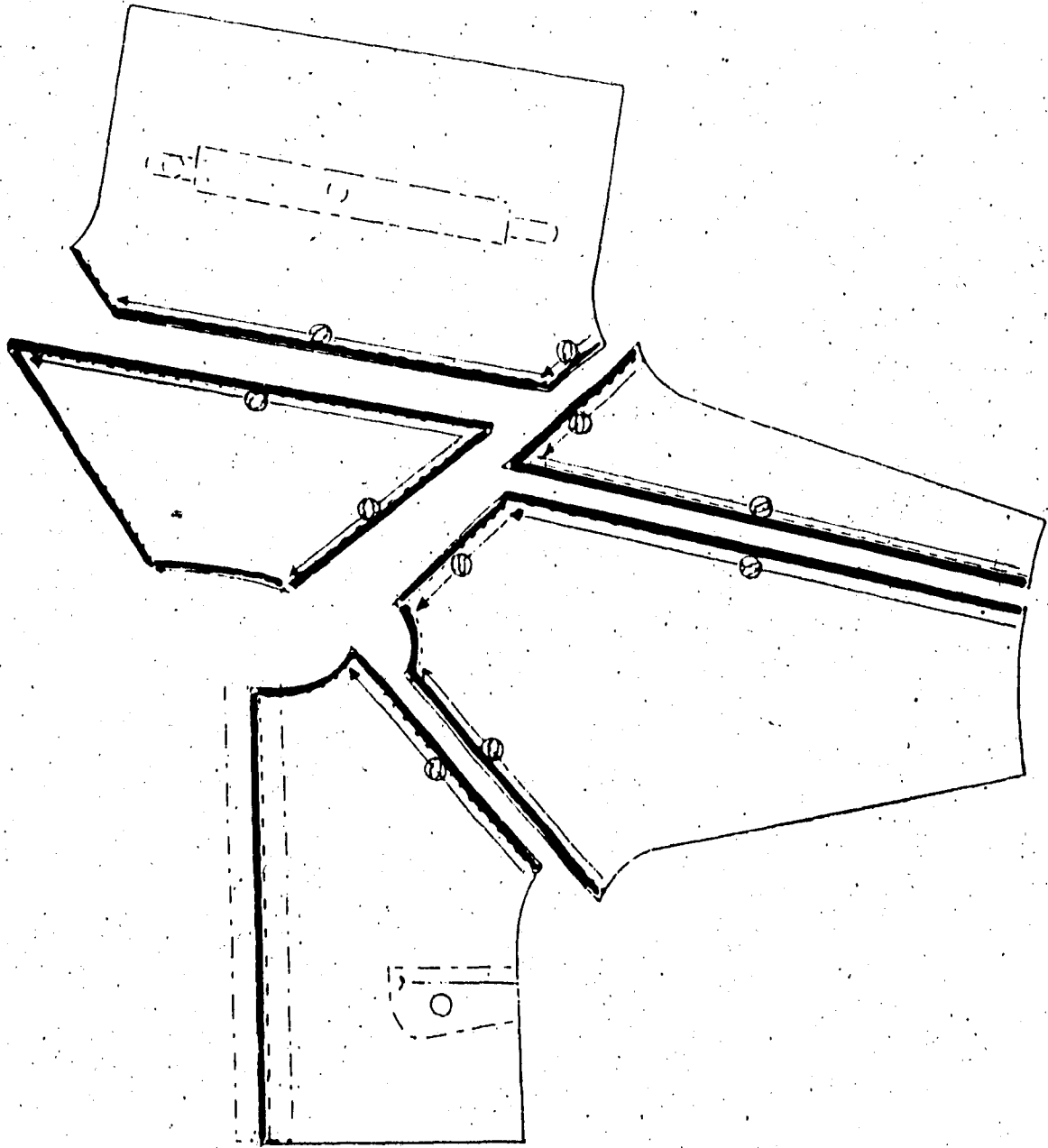
LINEA DE CORTE



LINEA DE DOBLADILLO



LINEA DE PESPUNTE



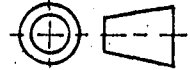
TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

10

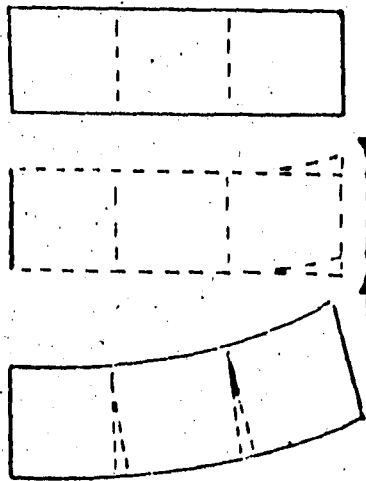
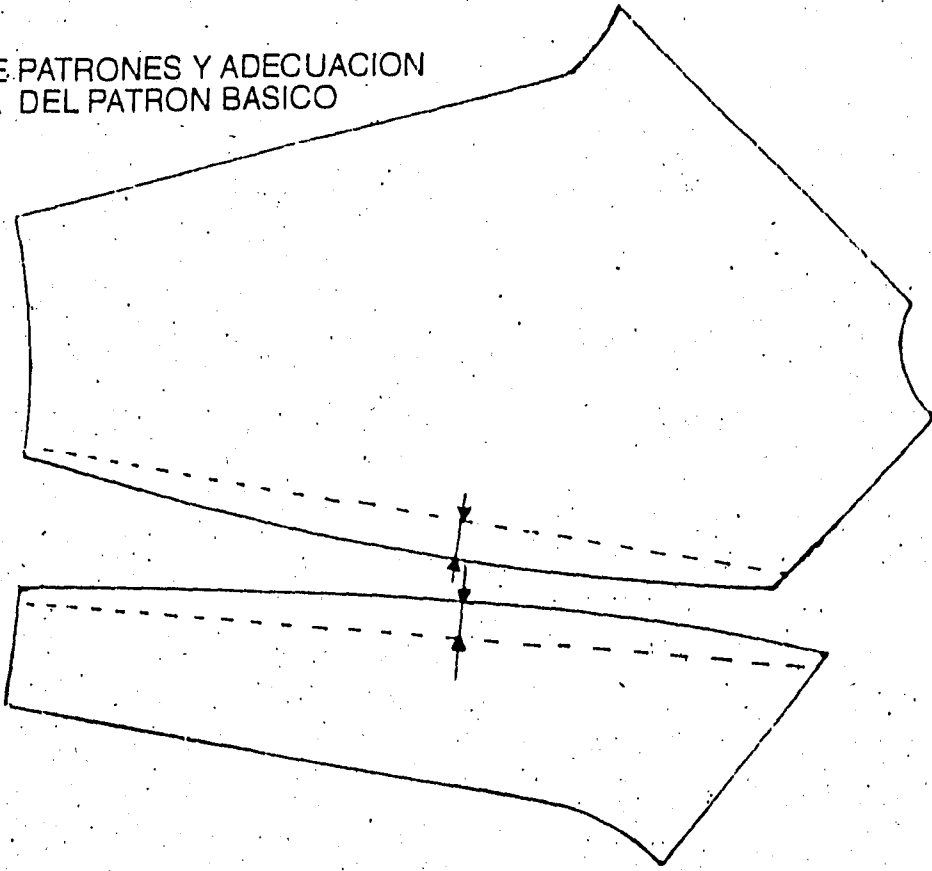
Enero - 95



S / ESC



AFINACION DE PATRONES Y ADECUACION
ERGONOMICA DEL PATRON BASICO



CURVA PARA CODO

GENERACION DE UN TRAZO PARA
CUELLO APARTIR DE UN
RECTANGULO DIVIDIDO EN
TERCIOS, CON LA MITAD DEL
CONTORNO / LONGITUD CUELLO.

TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

11



S / ESC



PIEZAS SUPERPUESTAS DENOTADAS EN AZUL
EN EL PLANO PATRON BASICO NO. 09



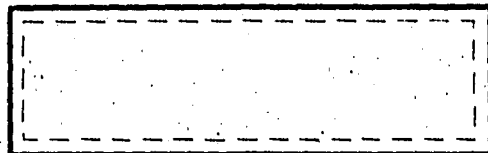
JARETA



CARTERA PARA BOLSA



ALETILLA



JARETA PARA ELASTICO

TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

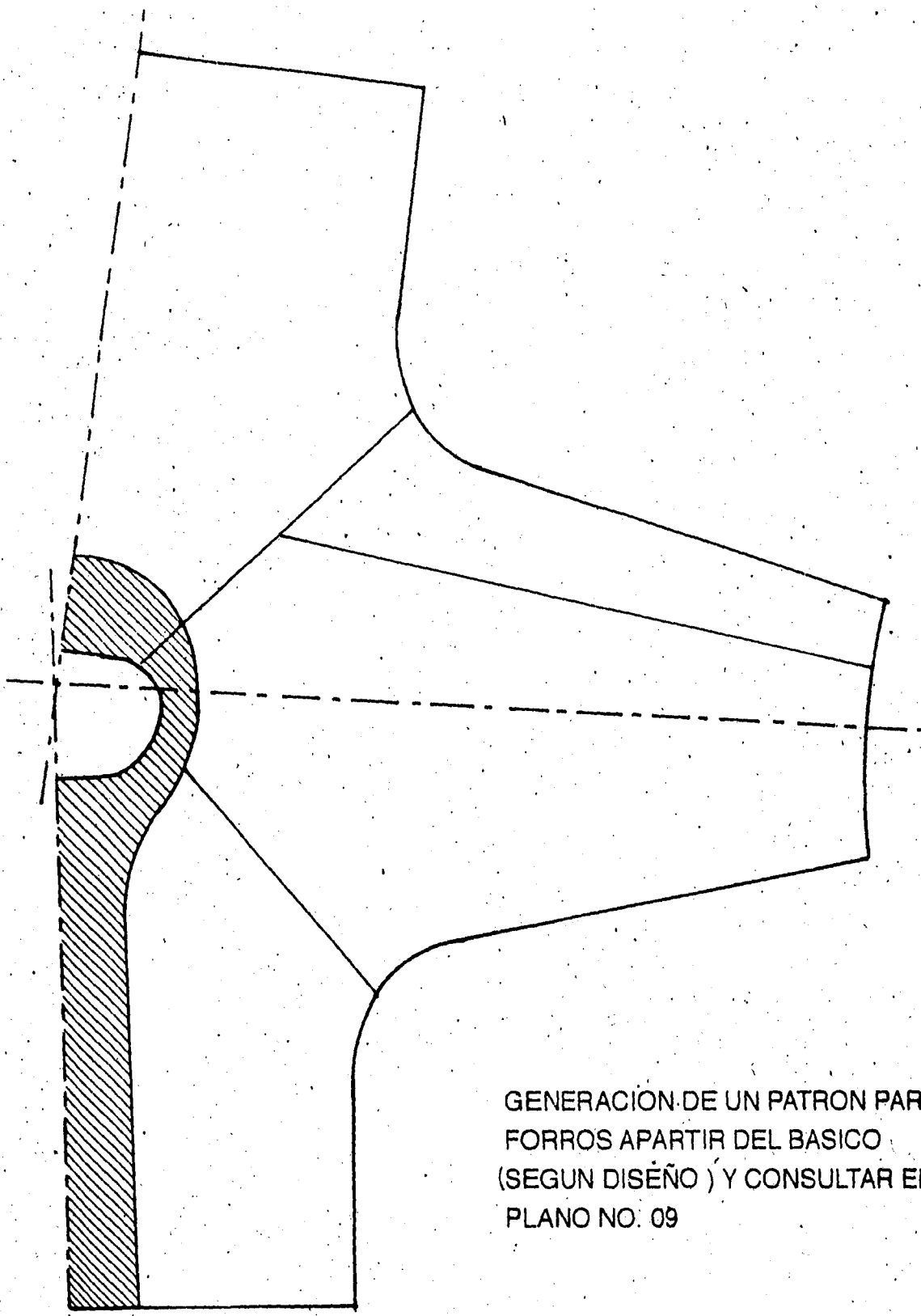
12

Enero - 95



S / ESC





GENERACION DE UN PATRON PARA
FORROS APARTIR DEL BASICO
(SEGUN DISEÑO) Y CONSULTAR EL
PLANO NO. 09

TOPAL

NO. DE PLANO

13



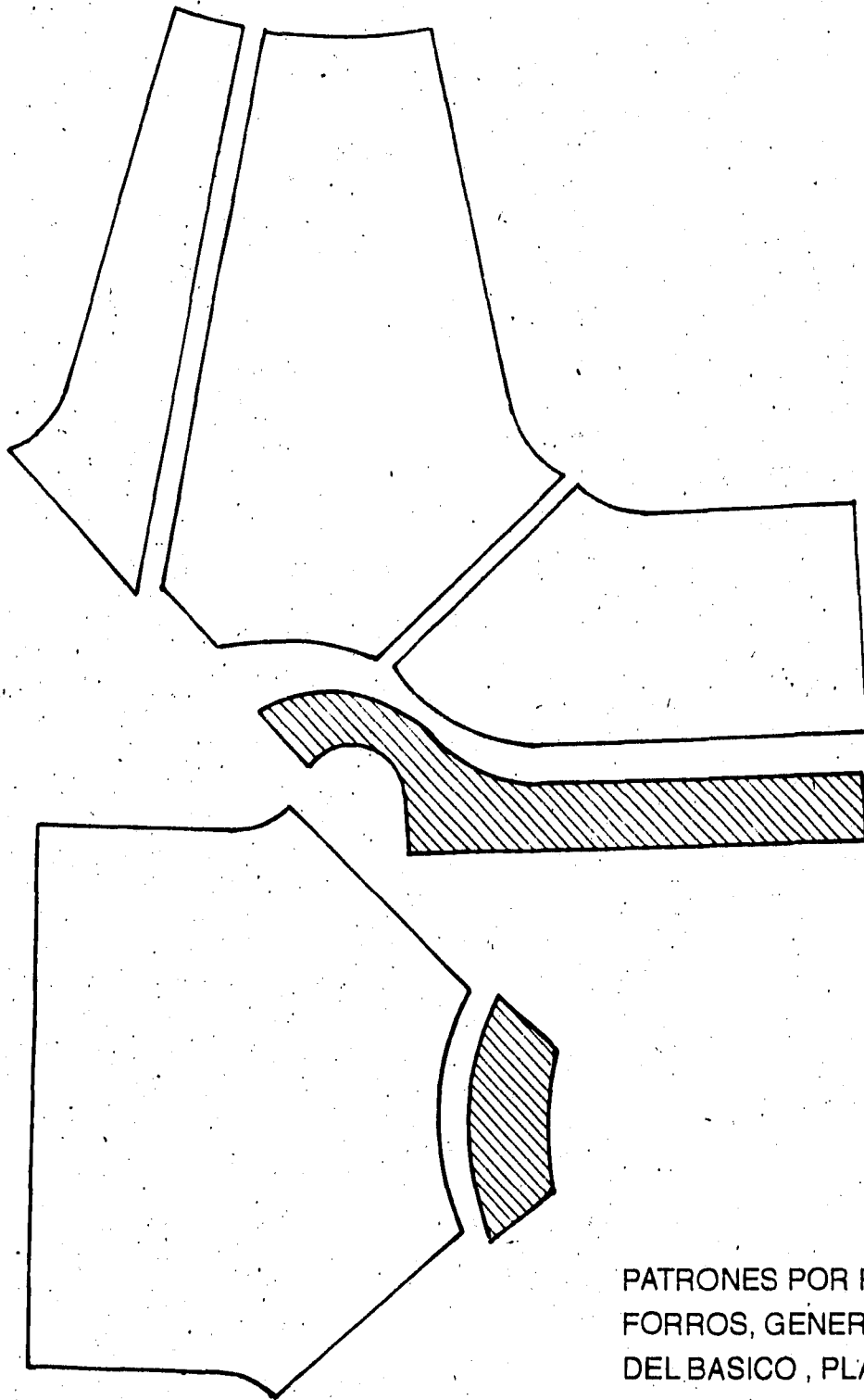
CHAMARRAS DE CUERO

Enero - 95

S / ESC



49



PATRONES POR PIEZA PARA
FORROS, GENERADOS APARTIR
DEL BASICO , PLANO 09

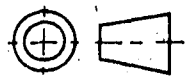
TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

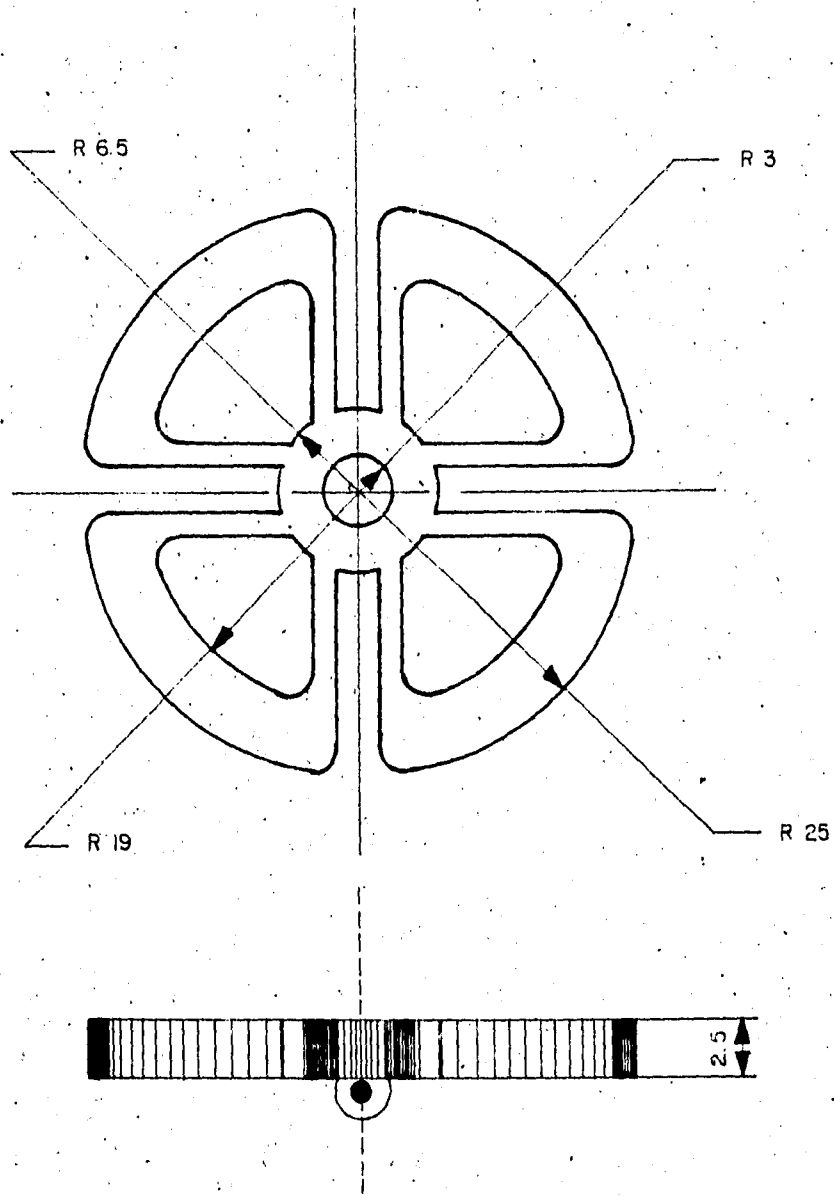
14

Enero - 95



S / ESC





TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

15

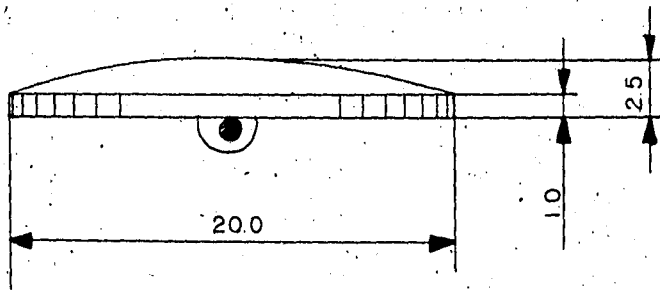
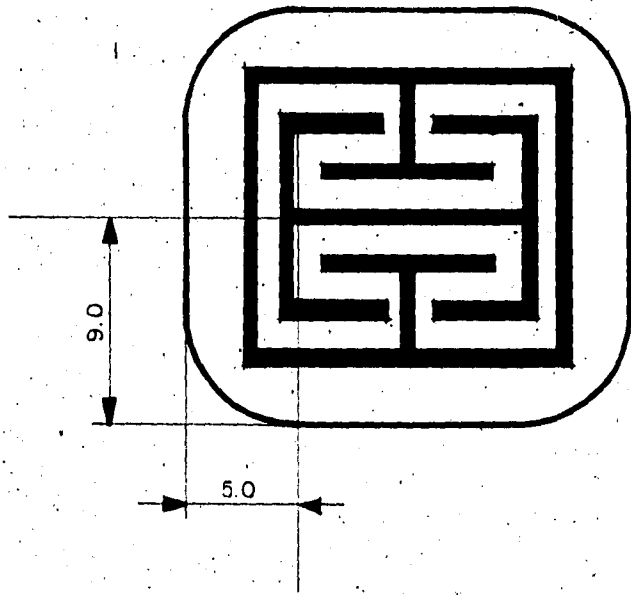
Enero - 95



S / ESC

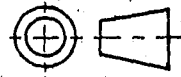


51



TOPAL

NO. DE PLANO 16

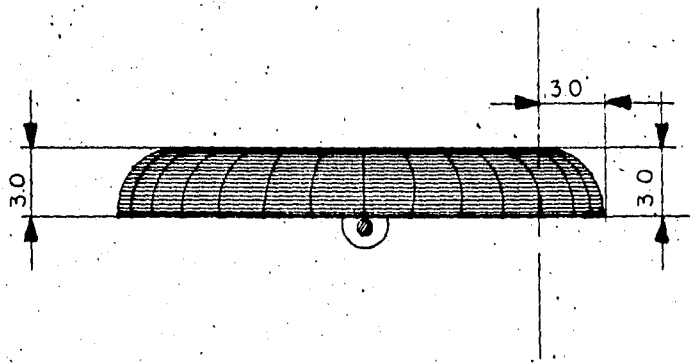
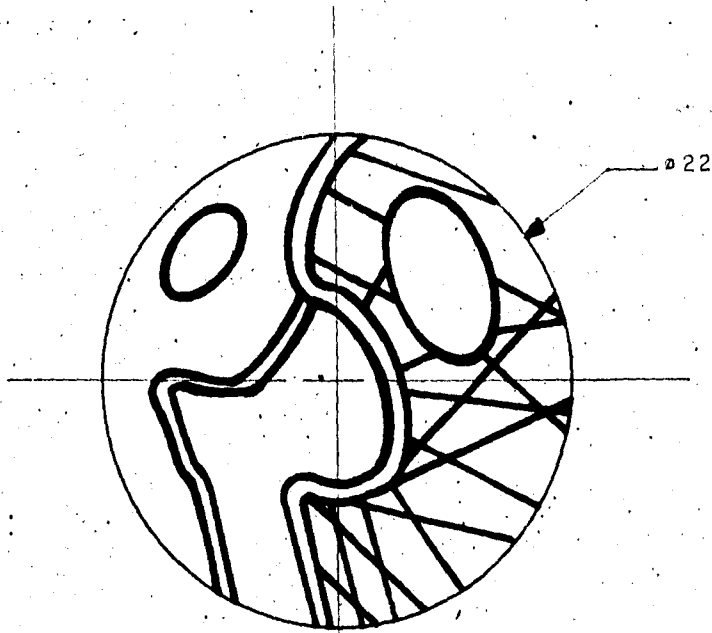


CHAMARRAS DE CUERO

Enero - 95

S / ESC





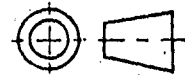
TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

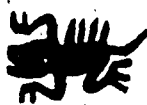
NO. DE PLANO

17

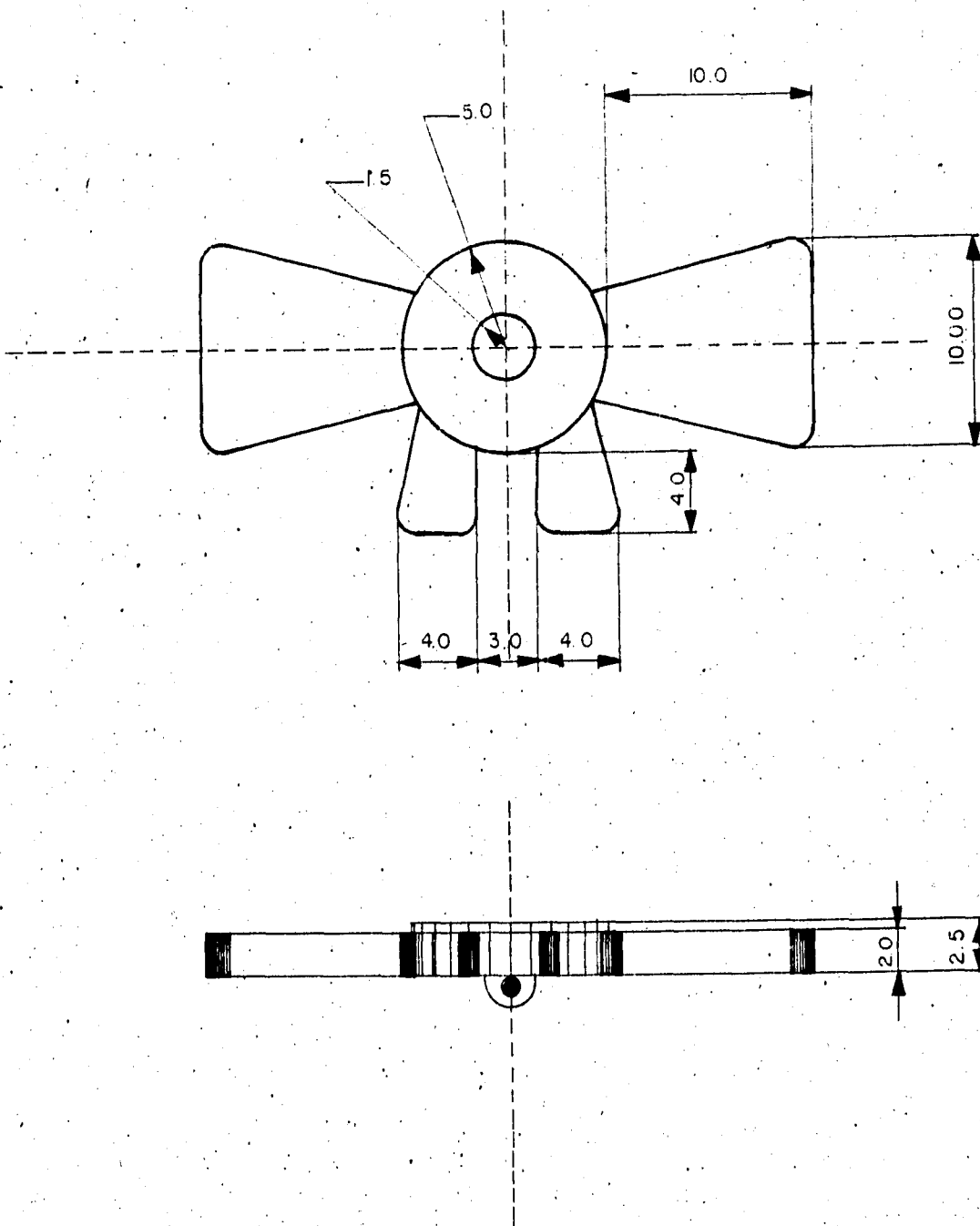
Enero - 95



S / ESC



53

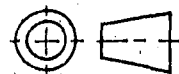


TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

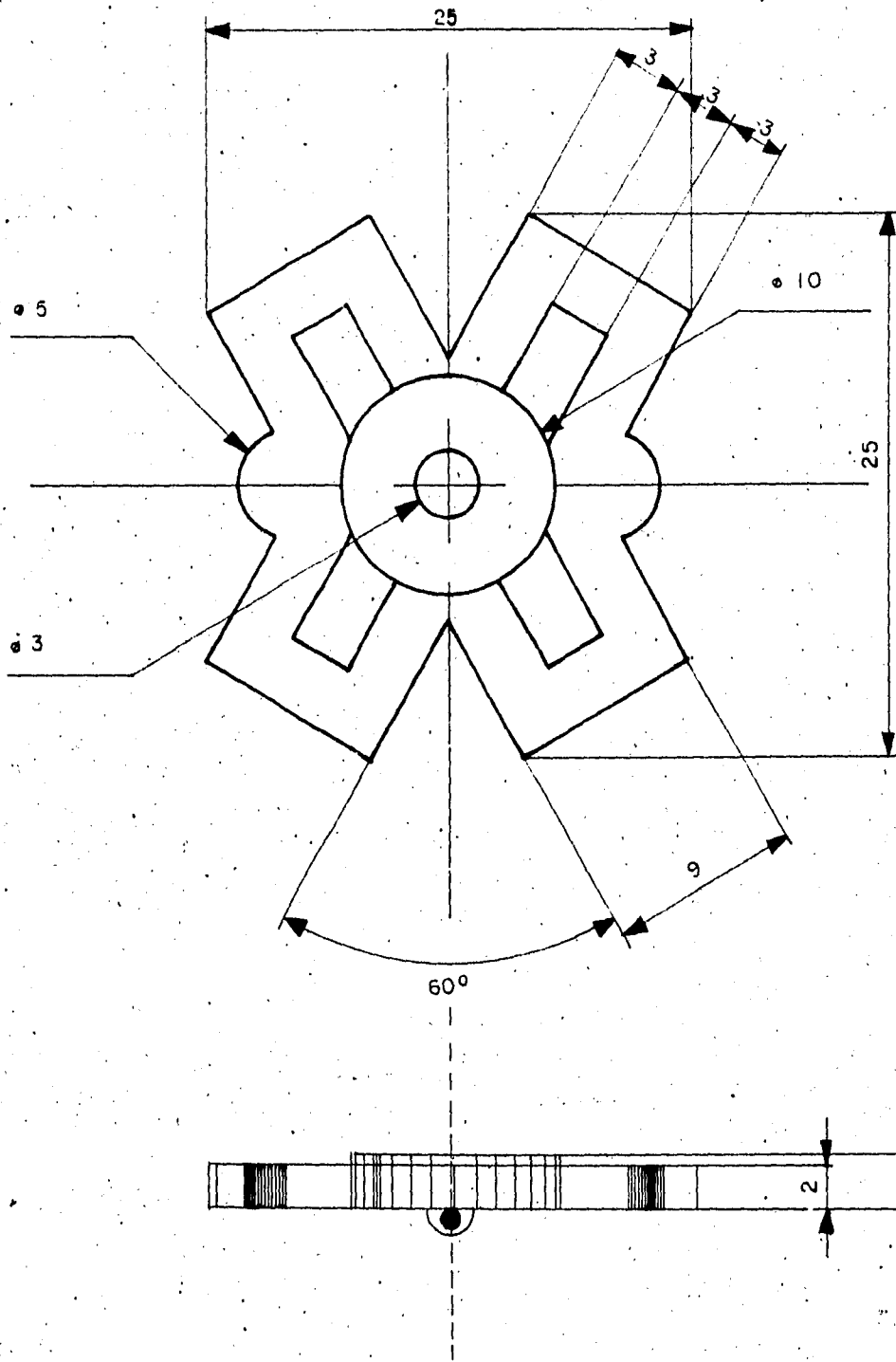
18.



Enero - 95

S / ESC





TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

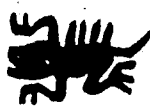
NO. DE PLANO

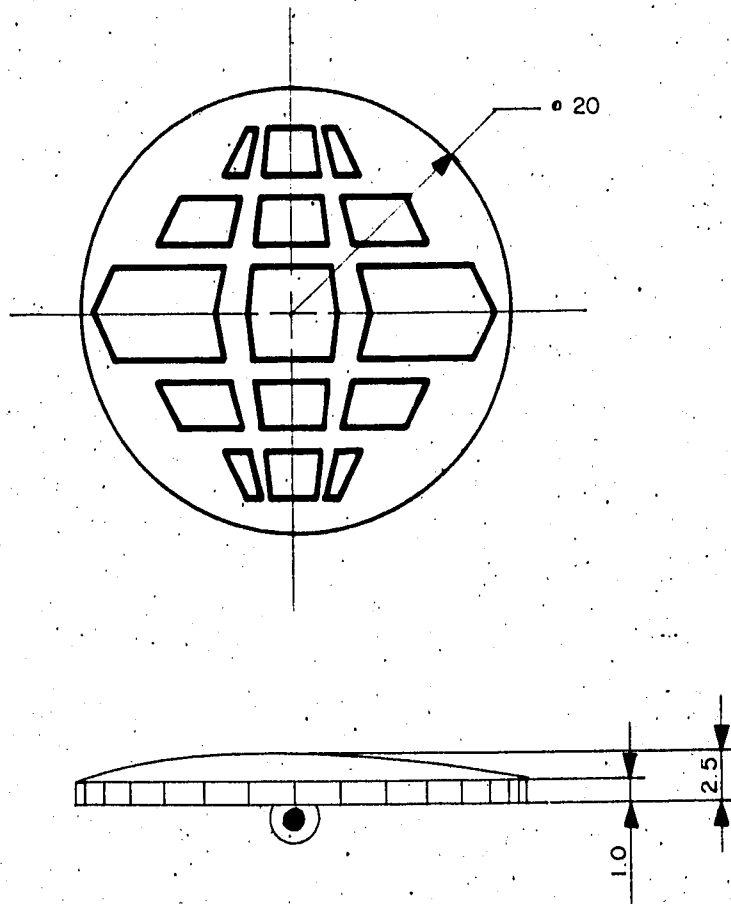
19

Enero - 95



S / ESC





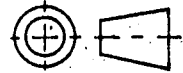
TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

NO. DE PLANO

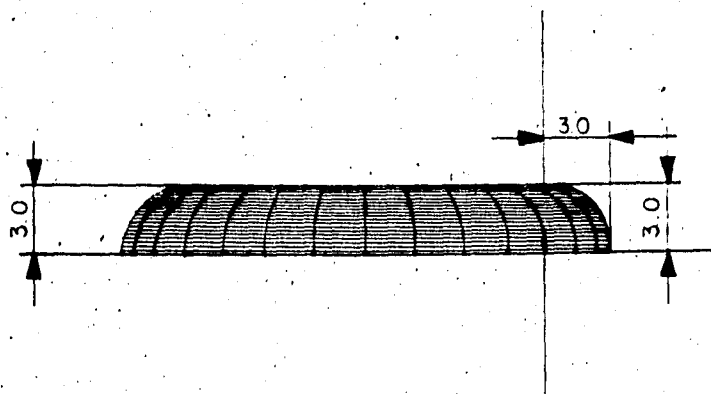
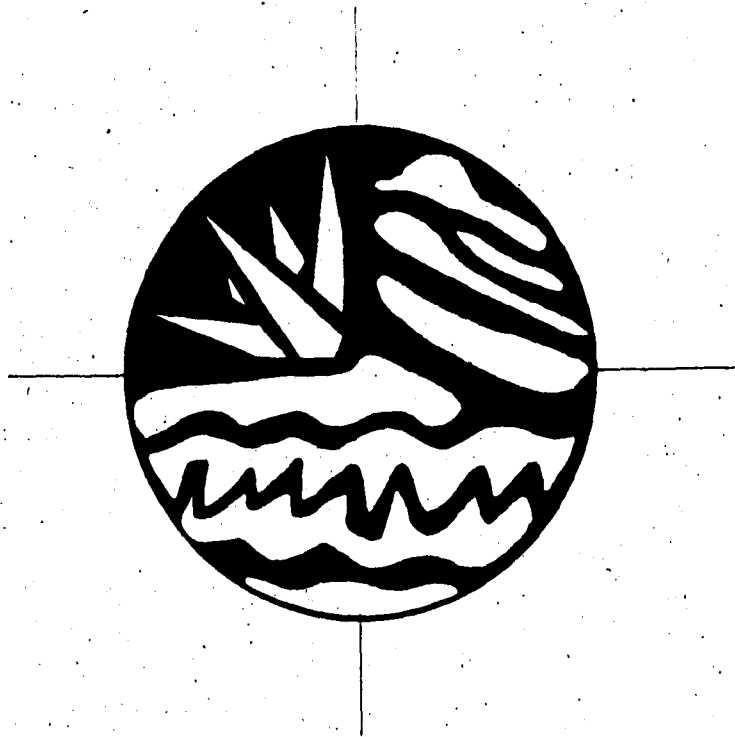
20

Enero - 95



S / ESC





TOPAL

CHAMARRAS DE CUERO

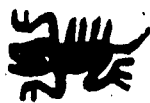
NO. DE PLANO

21

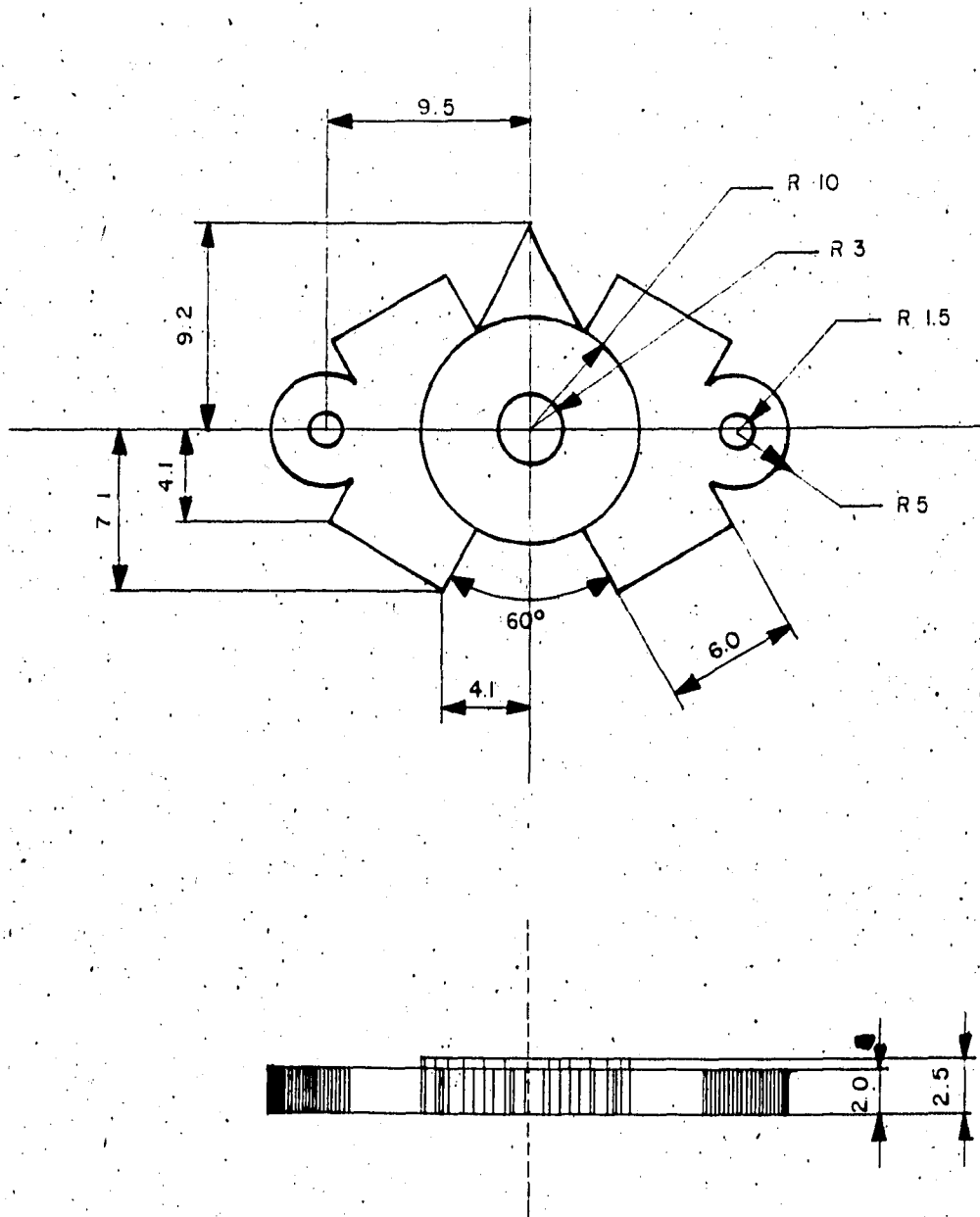
Enero - 95



S / ESC



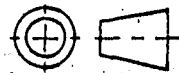
57



TOPAL

NO. DE PLANO

22



CHAMARRAS DE CUERO

Enero - 95

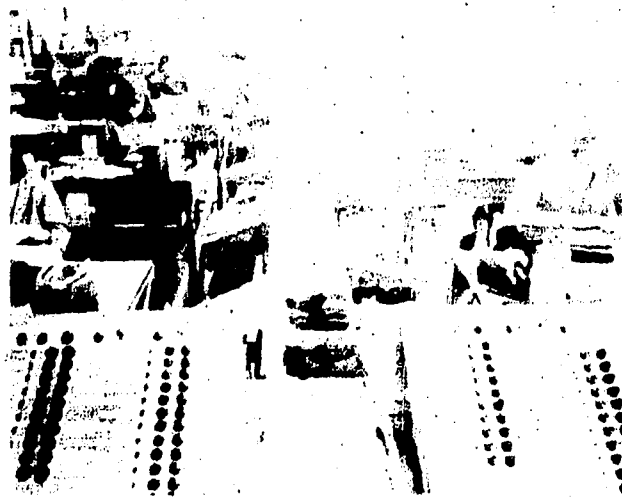
S / ESC



arte

Confección

Pespunte



Para el proceso de producción, tomamos como ejemplo un solo modelo de la colección, el cual es suficiente para explicar en forma general, la producción de la línea de ropa de cuero, sin embargo es conveniente aclarar que dentro de la línea de producción el único paso que se llega a alterar, es la secuencia de armado, que consiste en las operaciones que habrán de realizarse para conformar una prenda. Esta alteración se debe a que cada modelo requiere de una secuencia única de operaciones, la cual no se puede repetir.

CORTE

Las pieles no son uniformes en la estructura ni, hasta cierto punto el color, el tamaño de las pieles limita el estilo de la prenda, ya que determina el tamaño máximo de la posible pieza.

El cortador tiene suma importancia en la producción de una prenda satisfactoria. No solamente debe cortar las piezas en forma económica con el mínimo

desperdicio, sino que también debe tener en cuenta la colocación de cada pieza en la prenda.

La piel acabada se vende según su área y categoría. Aunque la categoría está asociada a la calidad, no necesariamente lo está al rendimiento.

En cuanto al corte o uso las pieles de primera clase serán más uniformes en aspecto y darán un buen coeficiente de cortado, es decir, con menos desperdicio. El corte de las piezas más pequeñas es más económico y también permite el uso de pieles de segunda o tercera clase. Las piezas grandes son menos económicas, requieren de una clase superior de piel e implican coeficientes inferiores en el cortado.

Así el Diseñador determina la economía del diseño por el área requerida y por el tamaño de los patrones, mientras que el cortador determina la calidad del aspecto de la prenda confeccionada y la igualdad en color y textura.

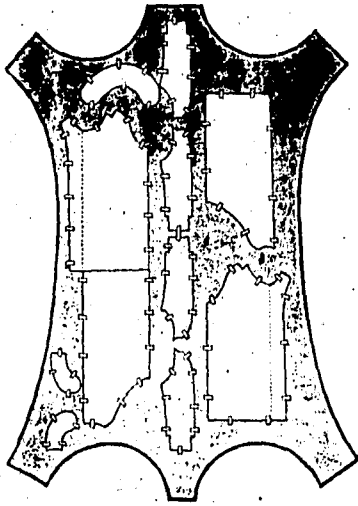
Para facilitar la tarea del cortador se puede clasificar el lote total en lotes parciales de seis o más y de tolerancias similares, para que las piezas salgan más uniformes, evitando así las quejas por el color. Esta selección no debe efectuarse de distintos lotes, ya que podrían surgir diferencias de color en el lavado en seco.

CONSEJOS PARA LA CONFECCION

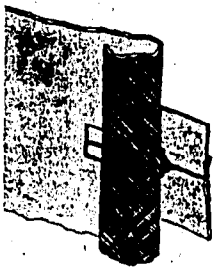
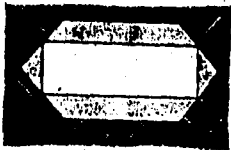
- 1.- Para la confección de una prenda, los cortes deben ser idénticos y uniformes en cuanto a textura y largo de afelpado, y hechos en la misma dirección de éste.
- 2.- Cortar las piezas centrales de zonas compactas, principalmente aquellas que van a estar unidas a una entretela. Evitar las zonas de los flancos, ya que el curtido es más blando y tiene por lo tanto, más tendencia a la flojedad.
- 3.- Evitar el cortado de sisas, cinturas y costuras de bolsillos (que estarán sometidas a tensión)



en las zonas más débiles de la piel, evitando así las tñadas y las áreas más flojas de los flancos, tal como se puede encontrar en algunos serrajes atelpados.



4.- Reforzar siempre cualquier zona de la prenda sometida a tensión por el uso con entretelas que se adhieren mediante el planchado. Esto tiene una mayor importancia en las esquinas de los bolsillos y los ojales incorporados a las costuras, antes de comenzar su producción todos los diseños deben ser revisados en sus puntos de tensión y darse las instrucciones para su refuerzo.



5.- En la piel atelpada debe igualarse la textura del curtido y la cañidad del atelpado en los retales contiguos. Para que exista la mínima diferencia entre el izquierdo y el derecho. Es importante también en las solapas exteriores de la prenda.

Si la piel tiende a la flojedad o al rielado, se debe igualar con otro similar o bien colocarlo en una posición poco visible de la prenda, o bien resaltarlo como punto atractivo de diseño, para ello, debe asegurarse que el lado izquierdo de la prenda sea igual que el derecho.

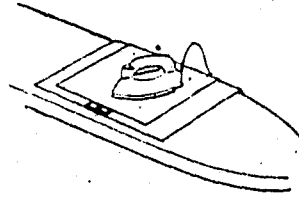
6.- Las piezas de una prenda deben ser cortadas de un mismo lote y no de diversos, aunque procedan de un mismo curtidor. El proceso de teñido probablemente sea ligeramente diferente entre los lotes, y pieles del mismo tono tomarán tonos distintos después del lavado en seco.

7.- Al hacer prendas compuestas (por ejemplo, con recortes de napa para una prenda atelpada), debe asegurarse que el acabado de la napa sea resistente a los disolventes específicos del lavado en seco o hacer constar en la etiqueta de la prenda que no debe ser lavada en seco.

8.- Al coser las costuras debe asegurarse que las puntadas estén suficientemente distanciadas. No debe coserse en sentido contrario y sobre los puntos ya existentes, pues se desgarraría la piel. Debe mantenerse la longitud de la puntada, al efectuarse el cosido a través de una costura o capas múltiples de piel.

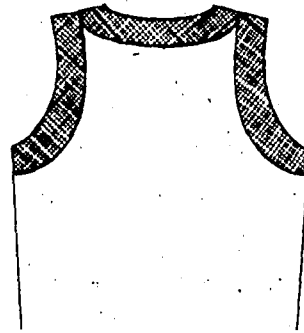
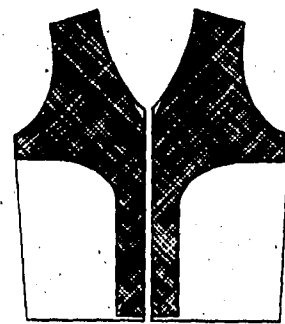
9.- Planchar a vapor las prendas de piel en cada etapa clave de producción, utilizando una plancha eléctrica a vapor conjuntamente con un trozo de tela limpio (preferiblemente de

algodón) para evitar daños en la superficie de la piel.



10.- Proteger siempre la parte posterior y anterior del cuello, ya que los estrones de éstos puntos de la prenda alteran su entalle y caída.

11.- Es conveniente poner una entretela en el reverso, cuello y puños de las prendas hechas de ante para camiserfa. Si no, se vuelven muy flojas al ser lavadas en seco.



ADHESIVOS Y ENTRETELAS

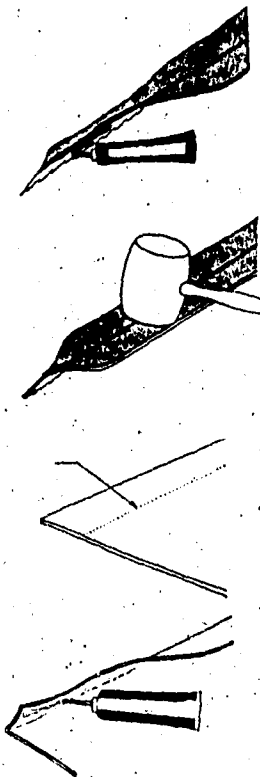
Adhesivos se utilizan básicamente para dos objetivos.



En primer lugar, como enlace provisional antes de coser y en segundo lugar, para rebordes o componentes laminados, cuya adhesión será permanente. Si se deteriora el adhesivo, surgen problemas que se manifiestan en la superficie exterior. Durante el lavado en seco el adhesivo puede ablandarse, provocando una falta de adhesión momentánea que puede producir otra no deseada en la prenda.

Los adhesivos con base latex natural han provocado un considerable número de quejas, su uso no es recomendable.

Generalmente, debe utilizarse la mínima cantidad de adhesivo y elegir uno resistente a los componentes del curtido (colorantes y productos de engrase) y a los procesos de mantenimiento.



Las entretelas se utilizan para reducir la tirantes de la piel y para reforzar los cuellos, solapas y bolsillos, y así la prenda tenga un aspecto más sólido.

Debe comprobarse la resistencia al lavado con agua y en seco de todas las nuevas fornituras.

Un inconveniente de las entretelas con adhesivo en película continua es que no admiten el cambio que se produce en la dimensión de la piel durante el planchado.

En esta operación la piel pierde humedad, cediendo un 2 a 3 % de superficie, que se recupera posteriormente. Si la entretela no admite dicha recuperación, puede causar arrugas mucho más visibles en la napa.

Existe una extensa gama de entretelas fusionables con adhesivo insoluble a los disolventes del lavado en seco. El adhesivo está disperso por la tela en pequeñas zonas, y esta dispersión acomoda los cambios dimensionales, reduciendo al mínimo las posibles arrugas. Este método de enlace intermitente casi no afecta a su tacto y caída.

El adhesivo suele necesitar una temperatura de fusión de 150°C. A estas temperaturas, la piel debe resistir entre 5 y 10 seg. de prensado, siempre que no se aplique presión (al utilizar la prensa) y se mantenga la piel seca, no utilizando vapor. Sin embargo, antes de hacer el enlace con las entretelas, es conveniente comprobar la solidez de la piel al calor.

La principal ventaja de este tipo de entretelas es que mantienen su adhesión durante el uso y posteriores lavados en seco; así la prenda conserva su forma y aspecto con la consiguiente

satisfacción del usuario.

Antes de poner una entretela teñida en una prenda, debe comprobarse la solidez del color, su resistencia al agua y a los disolventes de lavado en seco. Los tintoreros han comprobado que los colorantes y los adhesivos de las entretelas pueden correrse, manchando los afelpados de color claro. Se recomienda que no utilicen entretelas teñidas.

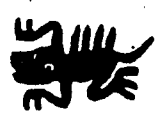
Las cintas adhesivas que se adhieren mediante el planchado se usan para el enlace de los bordes y el refuerzo de las costuras, mientras algunas tienen solidez a los disolventes otras pueden causar graves problemas a los tintoreros. En el mejor de los casos, las cintas se separan de la prenda y, en el peor, se pegan a otra zona, y su separación puede ocasionarle daños.

(NOTA: al hacer un pedido de entretelas, es imprescindible especificar que las mismas van destinadas a prendas de piel, y si éstas serán lavadas en agua y/o en seco. Así mismo, debe enviarse al proveedor una muestra de la piel a la que se aplicará la entretela).

PESPUNTE

En la manufactura, la apariencia de la costura es un importante factor que debe tomarse en cuenta cuando el modelo está siendo diseñado, principalmente debido a que no toda la piel puede ser cosida con la misma punta de aguja. La apariencia de la costura depende en primer lugar de la selección correcta del tipo de punta dependiendo del material que se vaya a procesar.

Cualquier orificio hecho en una piel la debilita. Igualmente, los agujeros producidos por las puntadas, alfileres o hilvanes, y



también los errores de pespunte que deben corregirse. Para reducir las posibles pérdidas de resistencia, debe afilarse e hilvanarse en el margen de costura y evitar así los errores que recorrerían un nuevo cosido. Debe decidirse la longitud de la puntada adecuada para obtener una costura firme, evitando que los agujeros de las puntadas estén tan cercanos que en condiciones de poca tensión provoquen el desgarro.

pespunte, y proporciona el máximo número de puntadas por pulgada y la costura más fuerte. Desgraciadamente resulta una costura poco estética. La costura más limpia se obtiene con la cuña en posición paralela a la línea del pespunte, pero también es la más débil. Deben limitarse las puntadas por pulgada, ya que la piel puede desgarrarse. El término medio entre aspecto y rendimiento

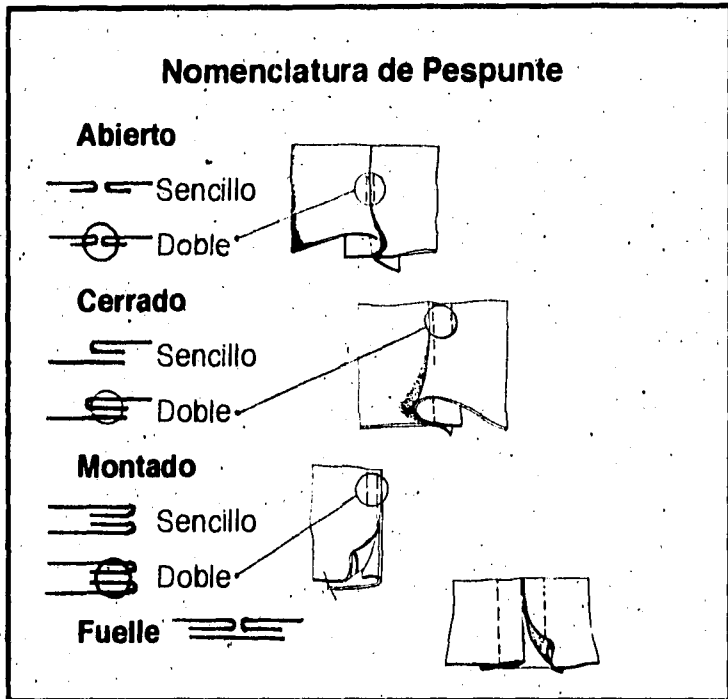
La aguja debe tener un diseño que permita al hilo permanecer dentro de sus dimensiones.

La pequeña **aguja de punta triangular** es una innovación reciente. Básicamente es una aguja redonda con una pequeña punta triangular y con filos muy cortos. Su capacidad de perforación es superior a la aguja redonda y además hace una línea de puntadas más uniforme. Para perforar la piel se necesita algo más de presión que la de cuña, pero hace una puntada más limpia. (ver cuadro 1)

Igual que la aguja en forma de cuña, debe ser diseñada para que el hilo se mantenga liso dentro de sus dimensiones.

Aunque todavía se utiliza la aguja redonda se requiere mayor fuerza que para las agujas en forma de cuña y de punta triangular.

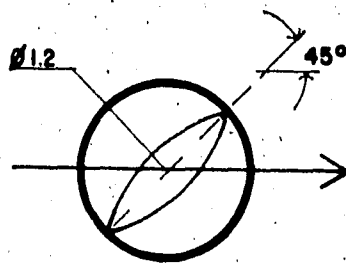
Hilos. Se ofrecen los siguientes para prendas de piel: Algodón "Mercerizado" Aproximadamente un 10 % más fuerte que el algodón normal; posiblemente sea el que más se utiliza en prendas de piel.



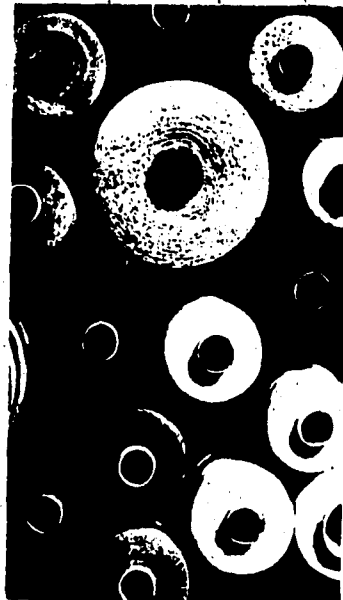
FORMA DE AGUJA

Los catálogos de los fabricantes de agujas muestran una extensa selección. Incluso en el campo de las pieles hay una gran variedad. La piel requiere una aguja con punta cortante para que ésta se perfora con la mínima fricción. Se recomiendan dos formas básicas: **Aguja en forma de cuña** el filo ocupa el 70 % del diámetro de la aguja, que normalmente tiene una anchura máxima de 1.2 mm. El agujero resultante es de un mm. La orientación de la cuña puede ser perpendicular a la línea del

se obtiene con el uso de una aguja en forma de cuña en posición de 45° en relación a la línea de pespunte, como se indica en la sig. ilustración.



Vista Superior.




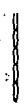








Nylon. Su gran ventaja es la resistencia a la tracción, que permite utilizar hilo y aguja más finos para una costura con la misma resistencia.

Nylon - Algodón. Con resistencia superior al algodón. La capa de algodón mejora el cosido reduciendo la posibilidad de desgarrar y protegiendo las puntadas del calor.

Hilo de lino de doble vuelta. Se usa para prendas protectoras hechas de serraje curtido al cromo.

En pruebas rigurosas, los hilos de poliéster/algodón obtienen los mejores resultados en cuanto a resistencia de la costura, tanto al principio como después de las pruebas de envejecimiento. Los hilos de algodón acusaban pérdidas considerables de resistencia en la pruebas de envejecimiento y almacenaje.

PUNTA	USO	NOMENCLATURA PARA CADA PUNTA	FORMA DE PUNTADA
Punta triangular	Por su buen poder de penetración, es utilizada en cueros gruesos.		
Punta redonda	Desplaza los tejidos, no rasga. Es utilizada en materiales tejidos y sintéticos.		
Punta de espada	Buen poder de penetración, puntas separadas.	(DERECHA) 	
		(IZQUIERDA) 	
Punta de perla tuerca torcida	Permite gran cantidad de puntadas por pasada, es usada en cueros suaves.	(IZQUIERDA) 	
		(DERECHA) 	

Cuadro 1.

PUNTADA

Normalmente las costuras de las prendas de piel se hacen uniendo las capas de napa o bien las capas de ante. La longitud normal de la puntada es de 3 mm., debiendo estar la costura a 5 mm del borde. Debe ajustarse la tensión para que el eslabón entre hilo superior y el inferior esté en el centro de sus espesor.

Es conveniente reforzar las costuras con una cinta. Suelen proceder de las zonas más delgadas del curtido, siendo por tanto más débiles. El refuerzo permite utilizar pieles más delgadas en la confección.

Debe evitarse volver a coser sobre una costura ya hecha; Este aviso es debido a que pocas veces coinciden

los agujeros de las puntadas, reduciéndose hacia los 2 mm de curtido firme (producidos por una puntada de 3 mm) a 1 mm. Esto produce una considerable pérdida de resistencia al desgarrar. Si hace falta coser de nuevo, es preciso que la nueva costura esté a 2 mm, como mínimo del original.



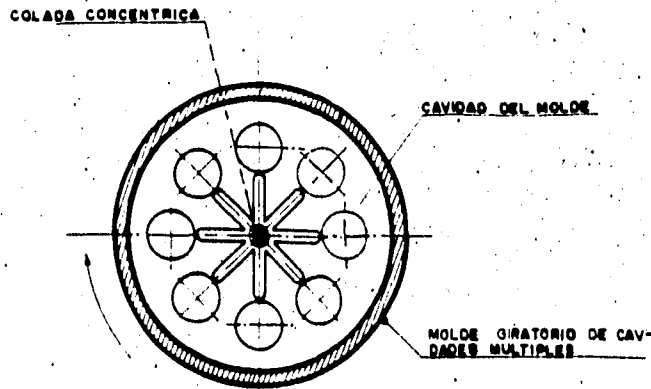
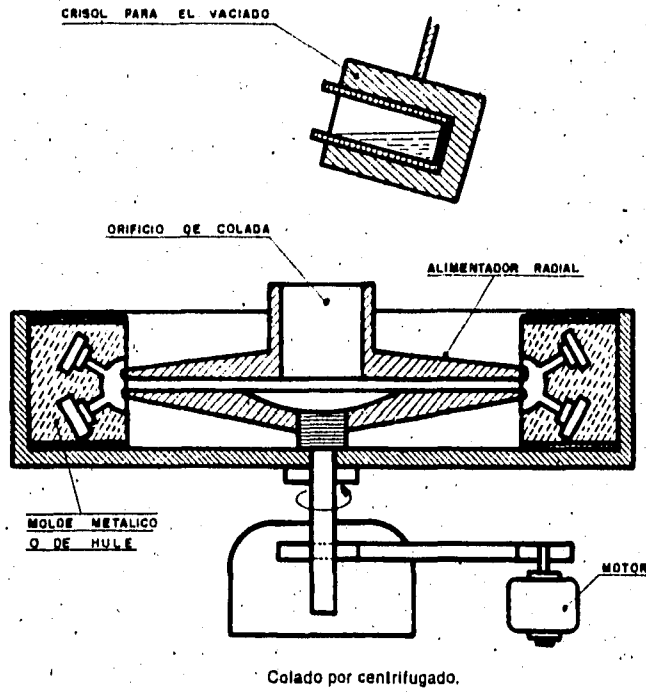
HERRAJES Y BOTONES

El proceso elegido para el desarrollo de éstos accesorios, es el de "Colado centrifugado", por el cual se pueden obtener formas circulares simétricas y asimétricas. Su bajo costo, alta calidad y excelentes acabados nos permiten una gran libertad en el uso de la forma y elección de materiales.

El método consiste en vaciar una cantidad determinada de metal fundido, dentro de un molde en rotación centrífuga; ésta cantidad es calculada en base al peso de los prototipos, más el material que se lleve la colada.

Las velocidades más comunes de rotación van de 200 a 1000 rpm, la velocidad de giro depende del molde utilizado (metálico o de hule), la disposición del eje de rotación (horizontal o vertical), el tamaño del colado y el tipo de metal que se va a vaciar.

Mediante éste proceso, se utilizan metales como el acero, aleaciones de níquel, bronce y aleaciones de aluminio. Si se requieren varias piezas en una sola colada, se hace un molde de cavidades múltiples y unidas por un alimentador central. El número de coladas que se pueden hacer por molde dependerá de su tamaño y de lo conveniente de su manejo en el acomodo de las cavidades dependiendo del tamaño de las piezas a vaciar.



Descripción general

Metodológica del proceso constructivo



En el área de diseño englobamos desde el Diseño hasta la producción de los prototipos que el departamento de ventas utilizará como muestrario.

Estableceremos brevemente en éste capítulo los pasos en la elaboración de dichos prototipos que para el desarrollo y producción se llevan a cabo:

- I.- Recopilación de información en tendencias.
- II.- Selección de materiales y complementos.
- III.- Fase de diseño.
- IV.- Realización de patrones prototipos.

- V.- Corte Montaje y Confección.
- VI.- Prueba del Prototipo.
- VII.- Montaje de muestrario.
- VIII.- Graduación de tallas.
- IX.- Sistemas flexibles de manufactura.

I - RECOPIACION DE INFORMACION EN TENDENCIAS

El volumen de la colección será dado por el número de los modelos y las variantes de los mismos para obtener una equilibrada economía de escala, se necesita atender las exigencias del cliente y de la programación. Una valiosa ayuda para la definición del volumen y de los requisitos de una colección se obtiene si es posible del análisis

en el consumo del muestrario pasado o de productos similares de la competencia.

Los resultados son tomados de reportes de información y comentarios críticos de los representantes de ventas y de los clientes; se procede a la búsqueda de las causas que han determinado el éxito o el fracaso de un modelo con el fin de establecer los motivos que no han permitido a cierto modelo funcionar correctamente.

A través de éste análisis se puede definir:

Modelos y Materiales más vendidos.



Modelos menos vendidos
Motivos que puedan impedir el éxito:

- Inadecuado talle
- Errada combinación de modelo material
- Precios fuera de mercado
- Errada comercialización del producto

Posteriormente se procede a desarrollar las propuestas de diseño en base a las tendencias de la temporada, estilo de prenda que se impondrá o tendrán más vigencia, colorido que predominará, conocimiento de los acabados actuales y de las novedades en la proceduría.

II - SELECCION DE MATERIALES Y COMPLEMENTOS

Cuando ya se tiene recopilada toda la información de la temporada, se procede a concretar y seleccionar la líneas a seguir; los tipos de acabados para la colección, colores y complementos (herrajes y botonería), es muy importante tener referencia de los productores que nos pueden suministrar los diversos insumos y avfos que tienen que ver con la producción así como una carta de colores además de un muestrario de los acabados de cuero para la temporada.

(Para mayor información ver cap. Perfil de producto)

III - FASE DE DISEÑO

Nuestra metodología de diseño está plasmada ya a lo largo de éste documento, particularmente en el capítulo VI, VII y VIII; Sin embargo es necesario establecer la mecánica de trabajo que en general manejan las empresas de este sector.

Una vez que se analiza la información (I) lo que intenta cada empresa a la hora de diseñar es personalizarlos a las líneas comerciales que tenga la empresa, realizando de dos a cuatro líneas de modo que puedan abarcar las diferentes demandas del mercado. Normalmente se suelen realizar entre un 25 a 30% de diseños adicionales, además de los previstos en la colección con el fin de lograr un mayor número de pedidos.

Los diseños se realizan de una manera clara para que se pueda interpretar el estilo y los detalles, para ello se dispone de una ficha técnica explicativa de la línea del modelo; ejemplo: detalles de cuellos, mangas, aplicaciones y habilitado acompañada de una carta de color y muestrario de acabado del cuero.

IV - REALIZACION DE PATRONES Y PROTOTIPOS

De todos los diseños seleccionados para la colección se realizan los patrones, prototipo en una talla básica establecida a traves de un modelo antropométrico (persona con talla ideal) los patrones prototipos se hacen utilizando patrones base de cuerpos; para el caso de las chamarras se toma un patrón básico desarrollado a partir de las medidas del torso, cuello y brazos, para posteriormente otorgar ventajas logrando con ello un adecuado talle de las prendas.

Se deben realizar patrones prototipos de tres a cinco volúmenes diferentes y tenerlos como almacén de básicos para simplificar el trabajo en la elaboración de los moldes para toda la colección; es decir, que al realizar una chamarra de línea

entallada, se toma al patrón básico de volumen entallado y a partir de aquí desarrollar la prenda en cuestión.

Al realizar los patrones prototipo se amplía la ficha técnica que se había comenzado a elaborar con los diseños. Se incluyen datos de detalles en costura y de montaje, accesorios que acompañan a la prenda; así como entretelas y forros.

Para mayor comprensión del desarrollo de los patrones prototipo exponemos los pasos a seguir:

- 1.- Generación de trazos planos básicos de delantero, espalda y mangas.
- 2.- afinación y ventajas.
- 3.- Patrón básico.
- 4.- Transformaciones (relativas a cada modelo)
- 5.- Obtención de patrones básicos por pieza.
- 6.- Afinación y ventaja por pieza.

V - CORTE MONTAJE Y CONFECCION

Algunas empresas tienen un departamento exclusivo para la elaboración del muestrario, esto es cuando se trata de una organización grande; las medianas y pequeñas lo procesan en la cadena normal de producción por el elevado costo verificando si los modelos son efectivamente susceptibles de producirse con la capacidad de la gente y de la tecnología de la empresa antes de proceder a la producción en serie, de modo que se prevean las necesidades de nueva maquinaria y herramienta.

Este trabajo realizado viene incluido por el reporte técnico obtenido con datos de los formatos fundamentales que son:

- Ciclo de elaboración
- Ficha técnica
- Tarjeta de descripción de materiales.



- El ciclo de elaboración:

Es una forma donde se concentran las operaciones con sus descripciones y disposiciones de secuencia, tiempos de trabajo previstos y diferenciación de las operaciones a máquina o manuales.

- Ficha técnica.

Donde se concentran las características esenciales del modelo.

-Tarjeta de descripción de materiales:

Es el concentrado de los componentes necesarios para la fabricación de un producto, que incluye la descripción de los materiales, su cantidad y su precio.

Esta fichas se realizan para facilitar la industrialización del producto.

Nota: ver formas 1, 2 y 3.

VI - PRUEBA DE PROTOTIPO.

Una vez realizado el prototipo se comprueban detalles, largos de manga, formas correctas y sobre todo corregir defectos de diseño, proporción líneas demasiado rectas o prolongadas, se verifica si la combinación de colores es correcta y si el impacto de la prenda es el que realmente corresponde al que se pretendía en el diseño. Las correcciones que se realicen se deben corregir también en el patrón básico para que quede listo y poder realizar la graduación.

VII - MONTAJE DEL MUESTRARIO

El muestrario o colección es el conjunto de modelos que se presentan al mercado generalmente dos veces al año.

FORMA 1.

CICLO DE ELABORACION		MODELO	ESTACION	
COD.	OPERACIONES	TIPO DE MAQUINARIA		DIAS M. / MANO

EL CICLO DE ELABORACION : ES UNA FORMA DONDE SE CONCENTRAN LAS OPERACIONES CON SUS DESCRIPCIONES Y DISPOSICIONES DE SECUENCIA, TIEMPOS DE TRABAJO PREVISTOS Y DIFERENCIACIONES DE LAS OPERACIONES A MAQUINA O MANUALES.

FORMA 2.

ESQUELA TECNICA	MODELO 1104	ESTACION 0-1 1991-9	FECHA 15. 199
NOTAS:			

FICHA TECNICA : SE DESCRIBEN LAS CARACTERISTICAS ESENCIALES DEL MODELO.

FORMA 3.

DESCRIPCION DE MATERIALES							MOD....	TALLA....	ESTACION....
COD.	DESCRIPCION DE MATERIALES	DIMENSION	UNIDAD	CANTIDAD	MOD	COSTO	UNT.	COSTO/ MOD	

TARJETA DE DESCRIPCION DE MATERIALES: ES EL CONCENTRADO DE LOS COMPONENTES NECESARIOS PARA LA FABRICACION DE UN PRODUCTO, QUE INCLUYE LA DESCRIPCION DE LOS MATERIALES, SU CANTIDAD Y SU PRECIO.



para la formulación del muestrario y del plan operativo se recurre a la gerencia de producción de la empresa, quienes son encargados de formular dicho plan, teniendo en cuenta las exigencias comerciales, productivas y económicas. En base a las evaluaciones tomadas del punto uno, para formar tendencias que proporcionan parámetros de operatividad, permitiendo manejar adecuadamente la potencialidad productiva de acuerdo a la potencialidad de ventas y el plazo disponible de entrega.

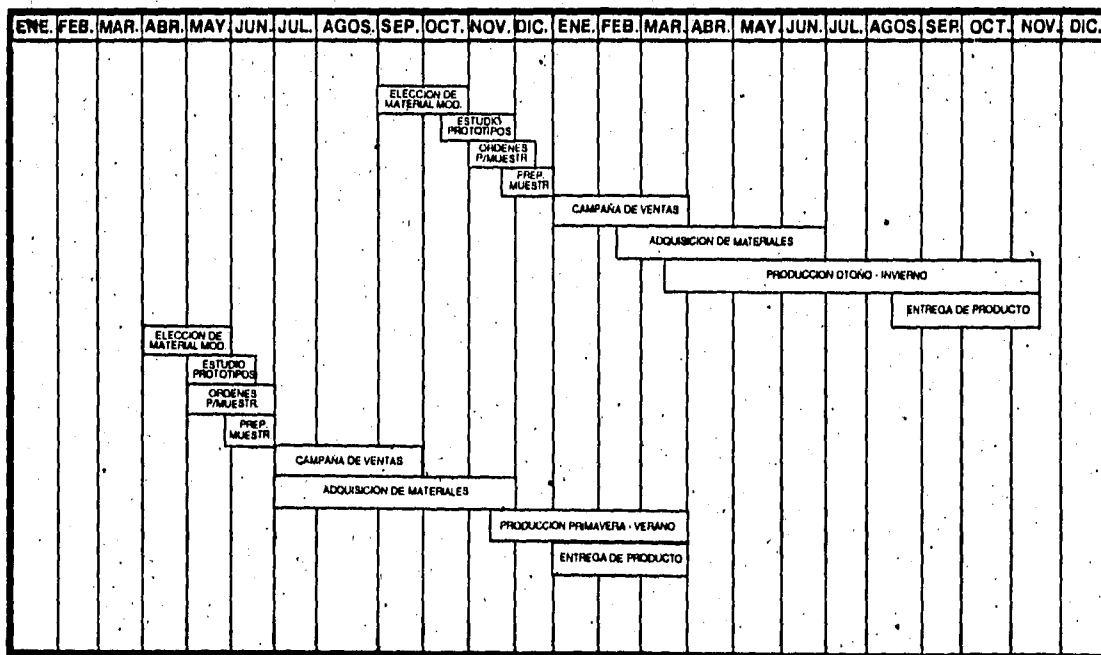
Dada la multiplicidad de actividades que se realizan en cada una de las funciones de una empresa en el transcurso del año, es de vital importancia la formulación de un calendario estacional que se acople a las necesidades y características de cada empresa (Ver calendario).

El calendario estacional se representa con un "Diagrama de Gantt" a través del cual se muestran y se programan las actividades más significativas.

que producir y en que cantidad con el objeto de reducir costos, saber lo que se producirá y lo que será posible vender permite realizar una campaña de ventas.

Se confecciona todo el muestrario de la colección realizando una prenda para cada uno de los vendedores más una para el muestrario interno de la misma empresa, todo esto se tiene que realizar en producción simulada con el fin de perfeccionar la secuencia de armado de cada uno de los modelos.

Para efectuar la planificación del proceso productivo se debe saber



GRAFICA N°.1. MODELO DE GRAFICA UTILIZADA PARA CALENDARIO ESTACIONAL



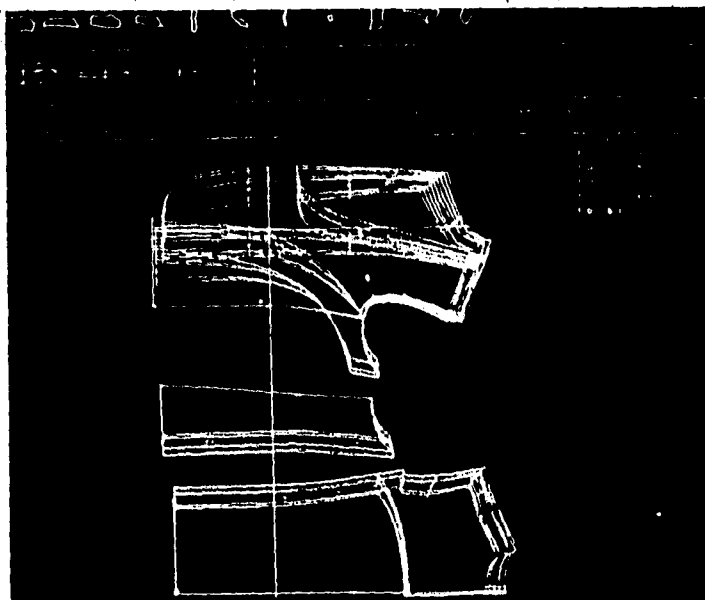
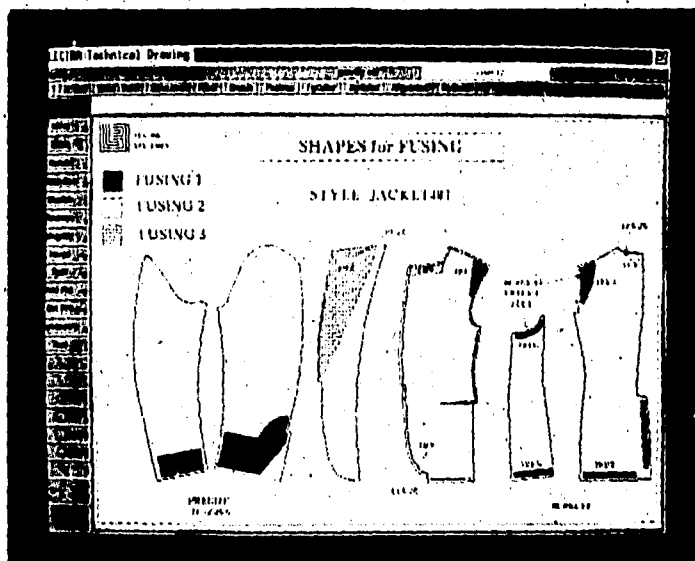
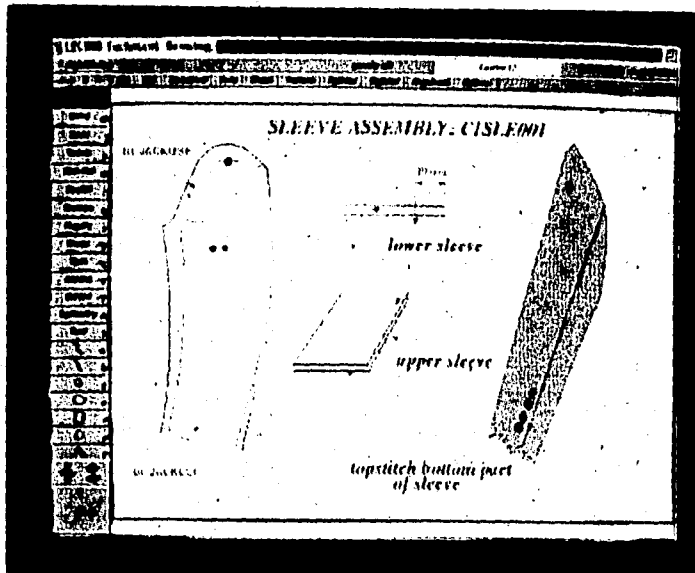
VIII - GRADUACION

Cuando los representantes de ventas han formulado los pedidos se decide que modelos requieren de graduación, ya sea por un sistema CAD o bien manualmente.

La gran ventaja del sistema CAD es el almacenaje de todos los patrones básicos, lo que supone solamente tener que traspasar ese básico a la variante del patrón prototipo con el considerable ahorro de tiempo que ello supone ya que para graduar cinco tallas de un modelo por computadora solamente se requiere de una hora, a diferencia de ocho horas manualmente.

La graduación se realiza tomando el patrón básico y de éste se sacan las demás tallas de acuerdo a una tabla de medidas estandarizadas: cintura, contornos, cadera, largo torso, largo brazo y cuello. Estas tallas deben basarse en datos antropométricos normalizados de cada país; determinando básicamente cuatro sistemas:

- Europeo
- Americano
- Asiático
- Latino o Iberoamericano.



IX - SISTEMAS FLEXIBLES DE MANUFACTURA

Los sistemas flexibles de manufactura implican disponer de las condiciones necesarias para procesar diferentes modelos, con características o especificaciones diferentes y para poder surtir lotes pequeños con rapidez.

Las tendencias actuales se orientan hacia la conversión de las plantas en estas direcciones:

- a) Estandarizar modelos y líneas de producción para minimizar las variantes.
- b) Actualización de máquinas universales, con capacidad de procesar modelos con especificaciones diversas.
- c) Fraccionar las grandes líneas de producción, distribuidas por proceso en pequeñas líneas o

fábricas especializadas, redistribuyéndolas por producto o por familias de productos.

d) Establecer sistemas para cambiar de modelos o productos dentro de la misma línea o máquina, tales que permitan minimizar el tiempo de preparación o cambio, para lo cual se irán reconvirtiendo y adaptando las línea instalaciones y máquinas utilizadas actualmente.

e) Instalaciones. Las instalaciones deben ser flexibles por ejemplo: las instalaciones eléctricas, de aire, de agua o de algún otro fluido deben ir por un ducto aéreo, y contar con la suficiente extensión de cableados o mangueras para permitir el cambio de máquinas de una posición a otra con facilidad.

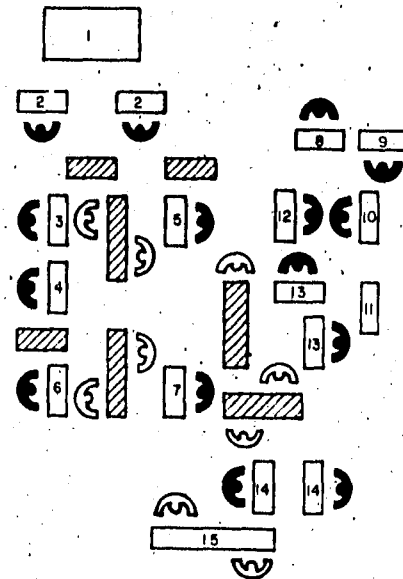
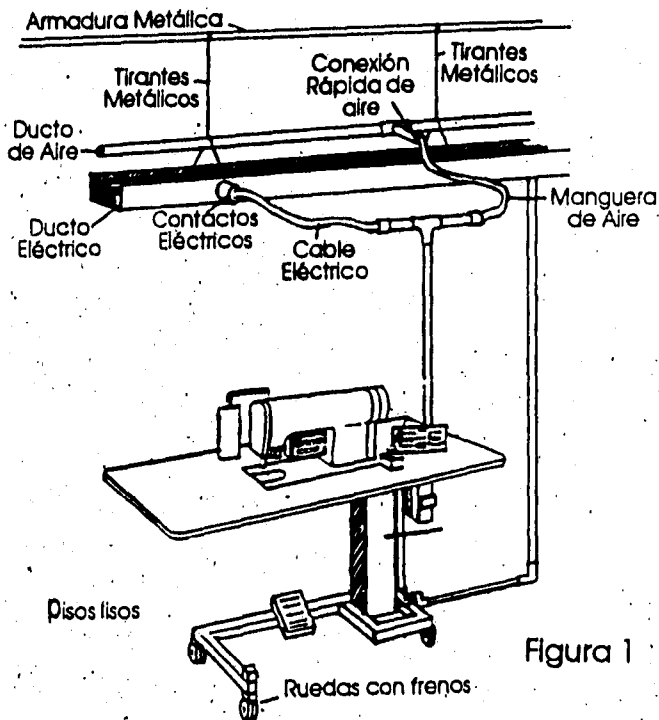
En las instalaciones eléctricas deben tenerse contactos suficientes a todo lo largo de los

ductos, para permitir una fácil conexión y desconexión de las máquinas que se localizan dentro del área cercana.

En el caso del aire comprimido, debe contarse de igual manera con suficientes conexiones rápidas localizadas a distancias cortas entre sí (Fig. 1 y 2)

Como punto final concluimos que el conjunto de acciones llevadas a cabo para el diseño, desarrollo y producción de una colección intervienen diferentes departamentos de la empresa coordinados entre sí como son: Dirección, Diseño, Producción, Mercadotecnia, compras y ventas; todos tienen su ciclo de intervención y comparten un objetivo común: representar con su producto la imagen de la empresa.

INSTALACIONES FLEXIBLES



- Mesas de Apoyo.
- Habilitadores y Doblilladores.
- Pespuntador Piel.
" Forra.



Hay que tratar una prenda de piel con el cuidado y respeto que merece una prenda de lujo. Cuando no se usa, debe colocarse en una percha de madera, asegurándose de que esta sea del tamaño correcto; si es demasiado larga, puede deformar la parte superior de las mangas y, si es demasiado corta, la línea de los hombros. Si la prenda no se utiliza durante un largo período, debe guardarse cubierta con una funda de tela.

La prenda no debe ensuciarse innecesariamente. Al mojarse tiene que secarse de forma natural y sin exposición directa al calor. Las prendas de piel no deben tampoco secarse delante del fuego o colgarse en un radiador.

CUIDADOS CASEROS

En la mayoría de las prendas de piel de alta calidad hay etiquetas indicativas de su mantenimiento que hay que respetar. Algunas de ellas permiten el uso de un trapo húmedo, una goma de borrar u otros tratamientos.

Para comprobar si la piel soporta éstos tratamientos es importante una prueba en la zona interior, como por ejemplo, al reverso de la solapa de un bolsillo. En el caso de utilizar productos comerciales, deben seguirse al pie de la letra las indicaciones del fabricante.

CURTIDOS DE FLOR O DE NAPA

Es fácil distinguir si un curtido está acabado o no, mediante la acción de poner unas gotas de agua en una zona no visible, si ésta es rápidamente absorbida oscureciendo el curtido, no está acabado; si por el contrario, el agua se queda en la superficie, entonces está acabado o ha sido

Cuidado y Mantenimiento de las prendas de piel

tratado con un producto repelente al agua.

Un curtido o acabado se puede limpiar en casa con un trapo húmedo. Si la suciedad es más resistente, se puede utilizar una solución de lavaplatos diluida (1% de solución). Después de utilizar el trapo húmedo debe lustrarse con un trapo seco y limpio. Este procedimiento es válido para todo tipo de curtido, sea bovino, ovino o de otro tipo cualquiera.

CURTIDOS AFELPADOS O DE ANTE

Debe rasparse el afelpado de vez en cuando con una esponja seca o un cepillo de púas suaves para ropa. Es preferible hacerlo cuando el afelpado esté ligeramente húmedo, por ejemplo, después de exponerlo al vapor del cuarto de baño. Nunca debe utilizarse un cepillo para ropa con púas duras o de alambre, y en ningún caso debe humedecerse con chorro de vapor.

La lluvia puede causar un oscurecimiento temporal mientras el afelpado esté húmedo, pero recuperará su color original al

secarse. Si la zona mojada sigue oscura se puede remediar con un raspado este fenómeno suele pasar cada vez que se moja la superficie un aerosol repelente al agua evitará esto.

LAVADO EN SECO

Una prenda de piel debe ser limpiada profesionalmente antes de estar realmente sucia. El afelpado debe rasparse, y en los curtidos de flor simplemente pasar un trapo. Si la prenda forma parte de un traje, deben limpiarse todas las piezas. Lo hará un tintorero especializado con equipo y profesionales adecuados. Bajo ningún concepto deben utilizarse máquinas automáticas.



LISTA BASICA DE COMPROBACION PARA EL TINTORERO AL ACEPTAR UNA PRENDA

GENERAL

Anotar si es de flor, napa, o afelpado.

Color de la superficie.

Si es grabada, pulida o laminada (caleomanía).

DEFECTOS SUPERFICIALES

Anotar áreas delgadas, agujeros, cortes y defectos en las zonas de los ojales, Cicatrices y otros defectos superficiales.

Variaciones de la longitud en el afelpado y lanosidad excesiva.

Anotar piezas rieladas o con una excesiva flojedad.

SUCIEDAD

Anotar las zonas excesivamente sucias y manchas concretas.

VARIACIONES DE COLOR

Anotar las variaciones de color entre piezas.

Variaciones de color debido al desteñido, comparándolo con el reverso del cuello.

SOLIDEZ DEL COLORANTE

Se frota una zona interior con un trapo humedecido con el disolvente elegido. Si hay una pérdida considerable, deberá teñirse después del lavado en seco. Cortar un pedazo de una de las costuras para conseguir un color igual en el nuevo matizado. Anotar cualquier variación del mismo al secar la zona frotada. Comprobar

si el diseño de la prenda se presta a ser matizado nuevamente.

ANOTAR LAS MEDIDAS LINEALES

Por ejemplo, de las mangas, así como la longitud total.

PENETRACION DEL COLORANTE

Comprobar en un borde si el colorante es superficial; el lavado en seco mediante abrasión puede mostrar un afelpado de color o tono diferente a la piel original. El rebatanado, también raspa la superficie; los bordes principales en relieve pueden mostrar un color

diferente.

ASEGURARSE QUE EL CLIENTE TENGA ESPECTATIVAS REALES

Sobre todo si la prenda es relativamente nueva.








ETIQUETADO

Cada prenda debe llevar una etiqueta marcada con la siguiente información:

A) El nombre y/o la marca del fabricante o la organización responsable de su etiquetado.

B) El símbolo de mantenimiento adecuado.

RECOMENDACIONES PARA LAS ETIQUETAS DEL MANTENIMIENTO DE LAS PRENDAS DE CURTIDO

Símbolo	Interpretación
	Artículos apropiados para ser lavados en seco, en tetracloroetileno (percloroetileno), triclo-rofluoroetileno (disolvente 113), triclorofluorometano (disolvente 111), utilizando procesos de lavado en seco para curtidos, y que no necesiten aceite adicional en el aclarado.
	Artículos apropiados para el lavado en seco, únicamente en triclorofluoroetileno (disolvente 113), utilizando procesos de lavado en seco para curtidos, y que no necesiten aceite adicional en el aclarado.
	Artículos apropiados para el lavado en seco, en tetracloroetileno (percloroetileno), triclorofluoroetileno (disolvente 113), pero no en triclorofluorometano (disolvente 111), utilizando procesos de lavado en seco para curtidos, y que no necesiten aceite adicional en el aclarado.
	Artículos apropiados para el lavado en seco, en tetracloroetileno (percloroetileno), triclorofluoroetileno (disolvente 113), pero no en triclorofluorometano (disolvente 111), utilizando procesos de lavado en seco para curtidos, y que no necesiten aceite adicional en el aclarado.
	El sistema de clasificación de "estrellas" indica el contenido aproximado de aceite en el curtido original. Se incorporan una, dos o tres en el símbolo.
*	Indica un contenido original de aceite extraíble del 1-5% w/w, y que el curtido necesitará un re-engrase MINIMO.
**	Indica un contenido original de aceite extraíble del 6-10% w/w, y que el curtido necesitará un re-engrase MODERADO.
***	Indica un contenido original de aceite extraíble superior al 10% w/w, y que el curtido necesitará un re-engrase CONSIDERABLE.
NOTA: Los siguientes símbolos son de referencia y no corresponden a los artículos de este estándar.	
 	





Estudio de Mercado

La colección Topal es un producto de consumo final durable que pretende incorporarse en el mercado nacional; desplazando por sus cualidades de diseño a un porcentaje del producto nacional e importado; apoyándose en un precio que refleje fielmente el valor agregado que contiene.

La oferta nacional no cubre las exigencias de diferenciación (estatus) y calidad que ofrece el producto importado, posiblemente por el estancamiento de la industria del ramo donde prevalece el concepto de tomar las tendencias de moda internacionales y adecuarlas a los procesos de manufactura que en particular se tenga; otra desventaja de las chamarras nacionales es el cuero ya que éste solo se puede conseguir a precios muy altos en caso de reunir las condiciones mínimas para la confección y utilizando cuero importado con el obvio incremento en el costo.

En comparación con los productos similares y posibles sustitutos nuestra colección tiene una trascendencia estética, resultante de un tratamiento formal basado en una metodología de diseño industrial y no de moda, logrando así, un mayor tiempo de vida útil.

Uno de los elementos que otorga al producto mayor grado de diferenciación son los accesorios (broches, botones, grabados y herrajes) diseñados más que para cumplir una función para complementarse con el diseño en general de las prendas dando un detalle de originalidad y buen gusto.

La materia prima de la que está fabricados es la plata, abundante en nuestro país pero falta de una industrialización a gran escala, que le permita aumentar su valor.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En éste tipo de proyectos la necesidad esta respaldada por el poder de compra de la comunidad interesada y se manifiesta como demanda del mercado.

En la Ciudad de León se comercializa el 38% de la producción nacional de chamarras de cuero. (Gráfica 1) en los últimos 3 años se ha triplicado la producción obedeciendo al

La realización de la producción de chamarras de cuero tiene una distribución porcentual por entidades.

1993

Ciudad	%
Leon.	38%
D.F.Edo.Mex.	30%
Guadalajara.	20%
Monterrey	5%
Tijuana.	6%
Otros.	1%

NOTA: Las ventas de producto importado, no están cuantificadas debido a la heterogeneidad en las unidades tipificadas como "artículos de piel" de las importaciones y a la nula información que los distribuidores del producto manejan.

cuadro 1.



incremento en la demanda tanto del mercado nacional como el de exportación, ver cuadros 2 y 3

Esta industria se desarrolla en su mayoría a nivel micro y artesanal, sufre de una importante dependencia tecnológica y de diseño. Son pocas las empresas dedicadas a este ramo, el cual está siendo sub-explotado, situación favorable para el proyecto, ya que la demanda en un sector con estas características, siempre supera a la oferta. Una consideración importante es que la producción está programada por la demanda, a través de ventas anticipadas, debido principalmente al alto costo que significa manejar existencias en bodega y el riesgo de que la oferta no responda a las exigencias del mercado.

Un factor más es el que la demanda tiene un comportamiento estacional que comienza en junio y se prolonga hasta diciembre, cubriendo solo siete meses con la temporada "Otoño-Invierno"

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Las necesidades del consumidor están determinadas por toda una trama compleja de móviles fisiológicos, sociológicos y psicológicos; a partir de ello, describiremos las necesidades específicas de nuestro consumidor y como las chamarras Topal cubren las mismas:

1.- Necesidades Fisiológicas: Mantienen la temperatura normal del cuerpo, de una manera estable y homogénea con la máxima comodidad.

2. Sociológica: Es satisfecha por la identificación del usuario con cierto grupo social (Status), realizada por medio de la inmediata distinción que implica el uso de una prenda con un alto valor agregado.

3.- Psicológicas: La identidad sujeto-objeto implica una relación subjetiva, basada en los mecanismos simbólicos que se producen en la misma, tales como:

- Identidad cultural: a partir del diseño basado en una amplia gama cultural derivada en la mexicanidad.

- Identidad Social: Sentirse parte de un grupo social con un alto poder adquisitivo.

- Seguridad personal: otorgada a partir de los mensajes subjetivos entrañados en la relativa percepción que se tenga del diseño.

PROCESO DE COMPRA

1) Plan de comercialización con base a los datos que el segmento de mercado nos proporciona, buscando el posicionamiento en la mente del consumidor.

Los consumidores de las chamarras tomarán las decisiones de compra de diversas maneras. El modo en que toman esas decisiones influye en los aspectos de promoción de ventas, fijación de precios y plan de distribución del producto.

Para aspectos de promoción de ventas y estimular la demanda del consumidor, se utilizará la marca "Topal" como concepto de diferenciación, identidad, status, buena calidad y valor agregado.

VENTAS NACIONALES DE CHAMARRAS DE CUERO VENTA POR ENTIDAD FEDERATIVA

Entidad	Año				
	1990	1991	1992	1993	1994
D.F y Edo, Mex.	172800	353260	511032	771125	1216000
León	218900	447750	646750	975597	1273600
Guadalajara	115220	235655	340389	513420	670310
Monterrey	28855	58904	85070	128355	167578
Tijuana	34526	71142	102080	154030	201089
Otros	5771	11780	17015	24875	33520
Total Chamarras de cuero.	576072	1178490	1702336	2567402	3562197

Fuente ANFRA-PIEL, SECOFI, MONOGRAFÍAS SERIE TLC EN AMERICA DEL NORTE

* Cifras para el 93 y 94 proyectadas con un 64.7% ponderado según tendencias del crecimiento en la demanda de los últimos 5 años

cuadro 2

IMPORTACION DE PRENDAS DE VESTIR Y ARTICULOS DE CUERO

Año	UNIDAD	TOTAL		B de consumo		B de uso intermedio		B de capital	
		Cantidad	Dólares	Cantidad	Dólares	Cantidad	Dólares	Cantidad	Dólares
1985	Kg	4658	15026	1311	2263	3346	12634	1	131
1986	Kg	1558	9114	205	1620	1353	7443	N.S	51
1987	Kg	2913	13303	240	1547	2673	11708	N.S	50
1988	Kg	10668	28873	1202	4293	9465	23534		46
1989	Kg	9267	37800	583	3662	8684	34138		
1990	Kg	8467	39083	2668	4634	5799	34449		
1991	Kg	3499	20719	552	3047	2947	17672		
1992	Kg	5539	39149	762	7624	4777	31525		

Cifras en miles de DLS
N.S. cifras No Significativas

cuadro 3



Estos elementos conjugados con un buen precio son factores que inclinan positivamente a nuestro favor la decisión de compra.



MARCO DEL TLC.

Con el Tratado de Libre Comercio se presenta un intercambio de bienes y servicios, generando mayor competencia, bajos precios, mejor calidad y mayor productividad.

"En los países industrializados y de altos salarios el proceso de ajuste ha resultado penoso y, ha entrañado el cierre en muchas empresas y una pérdida importante del empleo. Los fabricantes que han logrado sobrevivir, se especializan sobre todo en la moda de lujo y en productos de alta calidad, o se han convertido en organizadores de la producción recurriendo a subcontratistas que se encargan de elaborar sus productos en países de costos bajos"

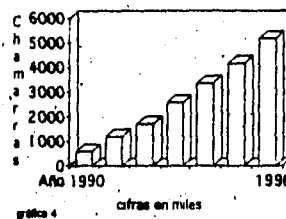
Con éste contexto, a los fabricantes mexicanos les espera un futuro más brillante, porque sus mercados tanto locales como de exportación prosperan y se hayan incluso en plena expansión.

Así la maquila es un instrumento que ofrece soluciones sobre todo porque intensifica el proceso de integración a la cadena productiva de las pequeñas y medianas industrias, ocupando su

Noticias de la OTI
Ginebra, Suiza, Agosto de 1992

infraestructura disponible, orientando un porcentaje mayor de los recursos de las empresas grandes a las actividades de diseño en consecuencia alcanzar mejores condiciones de comercialización de sus productos.

INCREMENTO DE LA PRODUCCION
(periodo 90-94, proyeccion 95-96)



ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta global de chamarras de cuero en México presenta volúmenes de producción equivalente a una chamarra de cuero anual por cada 12 habitantes de éste país en edad económicamente activa. Aquí habría que señalar que la equivalencia anterior no obedece a ningún tipo de diferenciación de mercado, la actividad en los últimos tres años se ha incrementado de manera tal que la producción de ropa en piel se ha triplicado, (Cuadro 5.) debido básicamente a la menor

competencia que existe en el sector, pero técnicamente se tiene un nivel medio, sustentado por una planta con experiencia empírica; talón de Aquiles para el aseguramiento de la calidad e impedimento para la profesionalización. Así el reto es, organizar de manera sistemática y profesional el control de calidad.

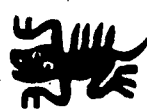
En este marco no es posible que exista oferta exportable, que supone para el capital de trabajo altos volúmenes de inversión, con el fin de manejar mejores condiciones de competitividad, logrando abatir costos por la economía de escala en la producción, características técnicas de control de calidad, precios y plazos de entrega para competir internacionalmente, y solo factible a través de transformaciones profundas en la estructura productiva, es decir, que ésta industria sea exitosa y competitiva deberá aplicar ciertos criterios administrativos y mecanismos de operación eficientes permitiendo responder ágilmente a las demandas del mercado, operando programáticamente para minimizar inventarios y reducir costos manteniendo niveles positivos en relación con el desplazamiento en las ventas.

PRODUCCION NACIONAL DE CHAMARRAS DE CUERO
(Entidades Federativas)

ENTIDAD	1990	1991	1992	1993	1994
León	220.000	450.000	650.000	980.500	1.280.000
D.F. y Edo. de Mex	173.680	355.260	513.600	775.000	1.010.500
Guadalajara	115.800	236.840	342.100	516.000	673.680
Monterrey	29.000	59.200	85.500	129.000	168.421
Tijuana	34.700	71.500	102.600	154.800	202.100
Otros	5.800	11.840	17.100	25.000	33.684
Total	578.980	1.184.640	1.710.900	2.580.300	3.368.385

Fuente: ANFRA-PIEL, SECOFI Monografía serie TLC en América del Norte Denominada "Curtiduría y Artículos de Piel"

cuadro 5



ANALISIS DE LA COMPETENCIA

A nivel nacional se lograron ubicar aproximadamente 900 empresas de carácter privado y con base en el nivel de ventas de las mismas del sector, estas se encuentran clasificadas de la siguiente manera:

- 2% grandes
- 23% medianas
- 35% pequeñas
- 40% microindustria

Al mercado nacional solo lo pueden cubrir con su oferta. El 25% de empresas, mientras tanto el 75% realizan su producción dentro de un ámbito regional, no existen empresas con carácter multinacional, sin que con ello se renuncie a la exportación que significa el 8% y hasta el 10% de la producción total nacional, centrándose a exportar producto con alto grado de diferenciación.

A nivel nacional existen solo 25 empresas con marca registrada, 735 con marca sin registro, 3 bajo franquicia.

La posibilidad de que se introduzcan en un futuro al mercado empresas multinacionales es baja, sin embargo es probable que lo hagan a través de subcontratación o maquila.

De acuerdo al volumen de producción multiplicado por un precio medio de N\$350.00, resulta un valor de mercado aproximado de N\$1.180,000,000.

El producto nacional cubre el 90% del mercado nacional con su oferta, el otro 10% es captado por producto importado. Importante dato es que la capacidad instalada trabaja actualmente a niveles menores del 60%.

CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE PRENDAS DE CUERO

- 11% D.F.Y Edo. de Mex.
- 42% León
- 30% Guadalajara
- 4% Tijuana
- 6% Monterrey
- 7% Otros

La anterior distribución obedece a la disponibilidad de la materia prima especialmente el cuero, ya que son estas ciudades en donde se ubican las tenerías y curtidurías del país.

El nivel de la preparación se ha mantenido sin cambios desde hace varios años, se carece de profesionales capaces de implantar controles de calidad de manera sistemática, falta una cultura empresarial que motive a la capacitación y el desarrollo de nuevos mecanismos que aseguren mejores condiciones de la producción.

Sin embargo no se está lejos de un nivel competitivo, ya que la forma de operación de nuestra industria del sector, es de gran similitud a la planta productiva italiana, donde existen en la mayoría solo talleres pequeños, con volúmenes de producción de 200 a 300 chamarras, un nivel idéntico al que se maneja en México por la empresas micro y pequeñas, pero con la gran diferencia de que el 80% de ellas exporta su producto a Japón, EUA y a Alemania principalmente, situación completamente inversa en la industria de este sector en México.

En el área geográfica de la segmentación encontramos a los siguientes fabricantes:

1.- Creaciones Italianas de México.

2.- Creaciones Corte Piel S.A. de C.V.

3.- Feldini S.A.

4.- Moda Veneciana S.A.

5.- Grupo Cuero S.A.

6.- Grupo Domit S.A.

7.- Jean Michelle

8.- Boutique de Piel Cellini

9.- Tauro-Piel S.A.

10.- Aries

PRODUCTOS SIMILARES

El segmento de mercado objetivo para este proyecto, satisface su necesidad con productos con altos estándares de calidad tanto en materia prima como acabados y diseño, ya sean importados o nacionales que sin embargo no cuentan con la carga cultural que nuestro proyecto ofrece y no reflejan el verdadero valor con sus altos precios.

Para efecto de la presente investigación, realizamos un esquema general de los productos en el mercado con los siguientes resultados, donde se puede diferenciar propiedades y cualidades del producto nacional, al producto importado.



**ESQUEMA GENERAL DE PRODUCTOS EN EL MERCADO
CHAMARRAS DE CUERO**

	Nacional (oferta global)	Importado (oferta diferenciada)
VALOR DE USO Conjunto de propiedades y características físicas que reúne un producto para su uso	<p>Problema de talla</p> <p>Baja calidad en broches y cierres</p> <p>Baja impermeabilidad del cuero</p> <p>Buena calidad de manufactura</p> <p>Acabados regulares</p>	<p>Sin problema se talla</p> <p>Buena calidad en broches y cierres</p> <p>Buena calidad de cuero</p> <p>Excelente manufactura</p>
VALOR DE ESTIMA Conjunto de propiedades cualidades y/o atractivo psicológico que estimula al comprador a poseer una chamarra	<p>Diseño limitado</p> <p>Baja distinción</p> <p>Dependencia formal a tendencias internacionales</p> <p>Carta de colores limitada</p>	<p>Elevada diferenciación del producto.</p> <p>Mayor grado de diseño</p> <p>Tendencias de vanguardia</p> <p>Mayor gama de colores y acabados de cuero</p>
VALOR DE COSTO Sumatoria de costos Comercialización Mano de obra: Directa Indirecta materias primas, avíos e insumos	<p>Promedio de costos N\$495</p> <p>No existe tecnología propia</p> <p>Mano de obra barata</p>	<p>Promedio de costo N\$ 510.00</p> <p>Más aranceles de importación del 20 al 50%</p> <p>Más gastos de comercialización</p> <p>Más margen de utilidad del importador</p> <p>Incrementando de manera significativa la relación costo-precio y ubicando al producto importado en un segmento del mercado de alto poder adquisitivo.</p>
VALOR DE CAMBIO Aquel conjunto de propiedades o cualidades que, valoradas en función de parámetros subjetivos/objetivos, permiten cambiar un determinado producto por otro (Chamarra - Dinero).	<p>Relativo al vínculo: Sujeto-objeto obedeciendo siempre a una tendencia en el comportamiento de compra, dirigida por las características del segmento de mercado al que pertenece el sujeto</p>	

cuadro 6



PRECIOS DEL MERCADO

Los precios del producto nacional (para la demanda diferenciada) oscilan entre los N\$ 600.00 hasta N\$1400.00; mientras que el producto importado tiene un rango muy amplio que va desde N\$ 800.00 hasta N\$ 6000.00, según origen y calidad de la prenda.

Nuestra estrategia de precios debe ser suficientemente flexible para adaptarnos a la evolución del mercado. Debido al alto grado de diferenciación estética se puede utilizar un precio de "captación" que consiste en captar un selecto grupo de consumidores insensible a los precios, éste método es utilizado en la etapa de introducción de la mayoría de los productos con cierta segmentación

DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

La producción de la industria curtidora tiene como destino final en un orden de 86.32% la industria zapatera, 8.47% la industria del vestido, 2.72% para la marroquinería y un restante de 2.47% para diversos usos dentro de los cuales podemos considerar sillas de montar y otros artículos de talabartería, muebles, etc. (ver cuadro 7.)

VOLUMEN DE PRODUCCION POR ENTIDAD FEDERATIVA

ENTIDAD	1980	1981	1982	1983	1984
León	50.4	121.5	175.5	264.7	345.8
D.F. y Edo. de Méx.	48.9	95.9	138.7	209.2	272.8
Guanajuato	31.3	63.9	92.3	136.3	181.9
Monterrey	7	15.9	23	34.8	45.5
Tijuana	6.6	19.3	27.7	41.7	54.5
Otros	1.5	3.2	4.6	6.7	9
Total	152.7	319.7	461.8	696.4	909.3

Cueros curtidos para vestimenta en millones de decímetros cuadrados.

cuadro 7

TENERIAS MAS IMPORTANTES DE MEXICO.

En México existen aproximadamente 800 curtidurías con una capacidad para curtir de 9,000,000 de cueros y pieles curtidas, a la fecha opera un 60%, sin embargo el 80% de ésta lleva a cabo el ciclo completo de curtido que consiste en: Mojado, Secado y Mecanizado. (ver cuadro 8)

La industria curtidora del país se encuentra localizada sobre todo en los estados de Guanajuato y Jalisco, así como en la ciudad de México y sus alrededores. Las cifras de la Cámara Nacional de la Curtiduría señalan que éstas tres áreas abarcan el 72% de las curtidurías nacionales. Las zonas secundarias son la ciudades de Nuevo León, Puebla y Veracruz.

Esta concentración es el resultado del simple hecho de que la industria del calzado es el principal cliente del curtidor. (Ver cuadro 8)

Tenerías más importantes de México

50% de la producción nacional

ENTIDAD TENERIAS

D.F.	Temola
D.F. y Cuautla	Mercurio
D.F. y Puebla	Continental
Monterrey	Curtidora Rexis
Monterrey	Curtidora Treviño
Monterrey	Cuauhtemoc
León	Medina Torres
León	Curtidos Selectos de León
León	Tenería Europa
Jalisco	Curtidos Rexis
Jalisco	Tenería Jalisco
Jalisco	Curtidora Star

cuadro 8

CUEROS CRUDOS

Origen de la producción nacional de cueros crudos (ver cuadro 9)

La tendencia en la tasa media de

crecimiento anual de la matanza es de 5.42% que se ha dado en los últimos 10 años. Para 1994 observaremos un sacrificio de animales de 4,861,176 y para 1995 se espera aproximadamente el 4.52% de aumento en la matanza con base en la población ganadera, su edad de matanza y la tendencia ponderada de crecimiento.

El restante 23.98% lo aportan los demás estados del país; destacando básicamente San Luis Potosí, Chiapas, Zacatecas, Durango, Baja California Puebla y Yucatán.

Para el abastecimiento no existe en nuestro país una organización comercial por parte del sector ganadero que se encargue de proporcionar un abastecimiento constante, programado y eficiente del cuero, actividad que radica ahora en el intermediario.

La industria del cuero en México ha sido desde siempre importadora de cueros crudos, por déficit de la población ganadera nacional. Así, en 1987 se tuvieron que importar 2.4 millones de pieles sin elaborar, la industria curtidora, también exporta en el sentido de que sus productos terminados salen del país en forma de calzado, vestimenta y otros medios de consumo. La principal causa de la producción insuficiente del cuero, es que la demanda de éste ha sobrepasado el incremento en el consumo de carne; en realidad las pieles son un subproducto de la ganadería. Otra razón de que se importe cuero crudo es la calidad de su apariencia. Gran parte del mejor ganado mexicano se exporta en pie, llevándose con síguo suaves pieles.

El ganado vacuno no es la única fuente de cuero. Otras materias primas importantes son la piel de cabra, de oveja y la de cerdo.



ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

Origen de la producción nacional de Cueros Crudos 1993		Origen de la producción nacional de Cueros Crudos 1993	
ENTIDAD	CABEZAS - BOVINO	ENTIDAD	CABEZAS - BOVINO
Jalisco	470054	Coahuila	248008
D.F.	477907	Chihuahua	272907
Edo. de Mex.	763713	Guanajuato	288120
Tabasco	217484	Michoacán	288161
Veracruz	497580	N. Leon	278627
Tamaulipas	324106	Sinaloa	265693
TOTAL	2750844	Sonora	278042
El total representa el 44.52% de la producción nacional		.Total	
cuadro 9		El total representa el 31.5 % de la producción nacional	

En nuestro país la principal fuente de pieles importadas es de Estados Unidos de Norte América. La distancia y las normas sanitarias que protegen contra la fiebre aftosa limitan la posibilidad de importar cuero crudo de otros productores de pieles de Latino América como son Argentina y Brasil. (Ver cuadro 10)

PRINCIPALES PROVEEDORES NACIONALES POR TIPO DE CUERO		
BOVINOS	OVINOS	CAPRINOS
Guanajuato	Sonora	Coahuila
Jalisco	D.F.	D.F.
Tabasco	Edo. de Mex.	Edo. de Mex.
Veracruz	Guanajuato	Michoacán
Tamaulipas	Michoacán	Moravia
Coahuila	Tabasco	Nuevo León
Chihuahua	Sinaloa	
Sinaloa		
Sonora		

cuadro 10

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

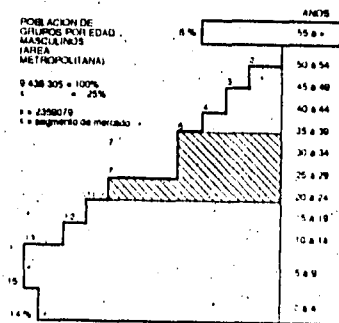
Como se había establecido con anterioridad en todo proyecto de carácter económico, la necesidad está respaldada por el poder de compra de la comunidad interesada y se manifiesta como demanda de mercado; además se advirtió también que el mercado de las chamarras de cuero está siendo sub-explotado dejando de atender un importante porcentaje del mismo que llena sus necesidades con productos importados, pagando por ellos un sobreprecio debido a los costos de importación.

En la primera etapa de la introducción de la colección Topal Chamarras de cuero, se estableció la zona metropolitana del Distrito Federal y Edo de México. Tomando como universo el grupo masculino en edad económicamente activa. (gráfica 11)

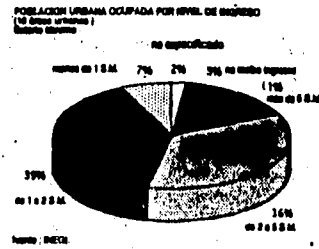


La anterior gráfica arroja el dato total del universo masculino de 9,436,305 varones en edad económicamente activa.

El rango de edad previamente establecido oscila entre los 20 a los 39 años (gráfica. 12)



Y así el universo se reduce a 2359,076 individuos que representa 25 % del total, y de acuerdo a esto el segmento del mercado que según datos del Instituto Nacional del Consumidor dedica porcentajes mínimos del 9 % de su ingreso a la adquisición de prendas de vestir, donde el 11 % tiene ingresos superiores a 5 salarios mínimos según los datos del INEGI. Según la gráfica 13



Tenemos que : para obtener el segmento real de mercado en un universo de 2,359,076 se realiza la siguiente operación :

$$2,359,076 = 100 \%$$

$$X = 11 \%$$

$$2,359,076 \times 11 = 100$$

$$= 259,498.36$$

El 11 % de los hombres que perciben más de 5 salarios mínimos en el área metropolitana asciende a 259,498 los cuales llegan a percibir \$32,400 anuales.

PLAN DE DISTRIBUCION

Será necesario utilizar una estrategia selectiva empleando tiendas seleccionadas típicamente preferidas por este segmento, que por lo regular manejan artículos caros, de venta planificada, que exigen prestigio de marca, e información de la prenda.



Por el momento la demanda de chamarras, tiene un comportamiento de carácter estacional, que se prolonga de junio a diciembre, situación que el sector productivo del ramo atribuye al calendario climático, cubriendo solo la demanda de Otoño Invierno, así que es en esta temporada cuando se intensifica el trabajo de promoción en las ventas.

PARTICIPACION DEL PROYECTO EN EL MERCADO

La demanda global para el otoño-invierno 94-95 es de 3,560,000 chamarras de cuero donde el 80% aproximadamente será para el consumo doméstico, mientras que el 20% es para la exportación.

Uno de cada 10.9 mexicanos en edad económicamente activa, comprará una chamarra de cuero en la próxima temporada, ésta cifra no implica ningún nivel de segmentación en nuestro proyecto que es un producto de carácter diferenciado, la escala de consumo se acopla al segmento de mercado objetivo que es de 390,000 prendas a nivel nacional con cierto grado de diferenciación (a la cual le denominaremos demanda diferenciada).

En el área de influencia para el proyecto tenemos aproximadamente 260,000 compradores potenciales, en éste segmento la relación de consumo se modifica a 6 de cada 10 debido básicamente al mayor poder adquisitivo que tiene, lo que arroja que el 60% de consumidores netos equivale a 156,000 chamarras de cuero que son el 40% de la demanda diferenciada a nivel nacional.

Con una producción hipotética de 100 chamarras a la semana a lo largo de todo el año se lograría un volumen de 5,200 pzas. que es el 3.3% de la demanda diferenciada

en el D.F. y zona metropolitana.

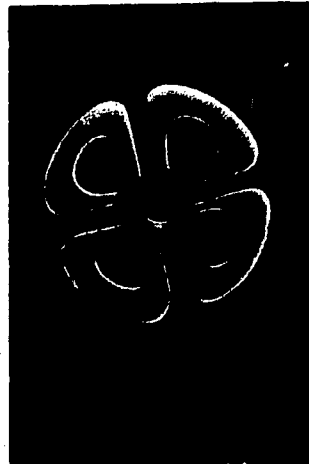
ANALISIS DE FACTORES CONDICIONANTES EN EL PROYECTO

Las condiciones en el mercado y la viabilidad del producto, están influenciados por ciertos obstáculos que se oponen a la introducción de una nueva empresa al sistema de competencia; en el caso de este proyecto, las barreras que impiden el establecimiento de una microindustria básicamente son:

a) **Nulas economías de escala en la transformación:** Para lograr un precio competitivo de las chamarras se tiene que abatir costos, para ello las empresas del ramo utilizan intensivamente el capital, las economías de escala son verdaderamente significativas debido principalmente al volumen de cantidades que operan, una empresa que así lo haga tiene una estructura que le permite captar una mayor parte del mercado, que si se tratara de una empresa nueva y con un escaso capital.

Las características peculiares contenidas en el diseño de la colección, requieren la producción de accesorios para habilitado (broches, herrajes y botones); así como la implementación de procesos que implican el desarrollo de nuevas tecnologías con la consecuente inversión en los bienes de capital, tales procesos son aplicaciones a relieve, calados y termoformados.

Un ejemplo en la economía de escala se da con el volumen en un pedido menor a 5000 piezas del botón de la flor teotihuacana con un precio de 70 centavos pieza, mientras que en volumen superior a 10,000 pzas. se alcanza una economía de escala de 25 centavos pza. que equivale a una reducción del 35.7%.



Para la producción de una partida de 10,000 pzas. con el costo de 45 centavos pza. requeriríamos de una inversión aproximada a los N\$ 4,500.00 para un solo modelo.

Tenemos que N\$ 4,500.00 por 10 modelos que conforman la colección son: N\$ 45,000.00 de la inversión total para los botones.

b) **Desventaja de costos.** Estamos ciertos que en base a la experiencia alcanzada lograríamos ventajas considerables en las técnicas de producción con el consecuente abatimiento de costos. Sin embargo, en el cuero, principal insumo para la producción de chamarras encontramos dos dificultades importantes, la baja producción de cueros curtidos para la vestimenta de alta calidad y la integración que existe en el sector para el control y abastecimiento del mismo, donde el 71% se realiza de manera directa (curtidor - fabricante) y el resto a los canales de distribución, (peleterías) donde incrementan los costos debido a su margen de utilidad.

Abatir costos en la materia prima implica realizar compromisos de compra a un curtidor de volúmenes superiores a los 50,000 decímetros² (dm²), y así estar en condiciones de exigir las



características en la materia prima que el proyecto exige. Es decir que si deseamos manejar una gama de colores diferentes a los que la proveeduría ofrece, la inversión aproximada es de N\$ 40,000.00 en cuero comprando a 80 centavos el dm² (precio actual).

e) Limitaciones institucionales.

El principal canal de distribución de nuestro producto, son tiendas especializadas en productos diferenciados donde sus controles administrativos exigen de los proveedores una identidad fiscal que respalde la regularidad de las operaciones que se realicen a cabo, lo que implica registrar a la empresa desde un principio y trabajar con la honerosa carga fiscal en un momento dado, afectaría el desarrollo de la empresa, la concesión de licencias industriales y la reglamentación ecológica son formas institucionales que están afectando a la industria que trata de penetrar y operar en el mercado.

Un financiamiento bancario para los proyectos de una nueva y además pequeña empresa es prácticamente nulo, ya que las condiciones para ser sujeto de crédito exigen la operatividad de la empresa con tres años mínimos de antigüedad con el fin de conocer mayores datos que aseguren la rentabilidad del proyecto.

Las tasas de interés están muy por arriba de las posibilidades de pago de los micro y pequeños empresarios, ya que los periodos de gracia son realmente pequeños en relación a los tiempos de cobro que maneja esta industria, que en el caso de tiendas departamentales son periodos mínimos de 45 días.

De alguna manera el escaso y restringido financiamiento

también es una limitación institucional.

ESTUDIOS TECNICOS

Durante la fase de prefactibilidad o anteproyecto es conveniente conocer si uno o varios procesos específicos de manufactura de la colección son realizables y de serlo en que condiciones. Todo esto requirió de verificar prototipos así como la realización de los estudios anteriormente expuestos en cuanto a materia prima y procesos cuyos resultados nos condujeron a determinar las técnicas idóneas y con ello, los costos de inversión y de operación correspondientes.

El objetivo básico de los estudios técnicos es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando haber seleccionado la mejor alternativa para abastecer el mercado y de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías disponibles que a lo largo de todo este documento hemos planteado tales como: materias primas, el segmento de mercado, localización del proyecto y el proceso productivo del mismo. Los requerimientos cuantitativos de materia prima e insumos están determinados por el programa de producción y el porcentaje de utilización de la capacidad instalada (maquila), es decir, el programa de producción determina las cantidades y periodicidad de abastecimiento en materias primas e insumos. Las ventas a su vez determinan el volumen que el programa de producción manejará.

Debido al carácter técnico contenido en la actividad del Diseño Industrial y a la estructura de ésta investigación el proceso de producción forma parte incluso de la fase de diseño y cuenta con su propio capítulo; complementándose con la

información que la mayoría de los capítulos de ésta tesis aportan.

USO INTENSIVO DE MANO DE OBRA

En algunos casos existe la opción de escoger entre tecnología altamente mecanizada y automatizada, para el proceso de producción de las chamarras de cuero haremos uso de tecnología que usa la mano de obra de manera intensiva.

Este proyecto pretende producir con una alta calidad que le permita competir con la de los productos fabricados en otros países. Para esto tenemos que utilizar mano de obra calificada debido a que se trabaja con maquinaria universal no especializada.

COSTOS

Los costos reales de fabricación de la colección 'Topal' están en función directa con el valor agregado contenido en cada uno de los modelos y que depende de la secuencia de armado por el tiempo "Trabajo" invertido en ellos; sin embargo es posible afirmar gracias a la investigación de campo realizada, que para la maquila de una chamarra de cuero se pagan precios internacionales de 14 dls. equivalente a los N\$47.60 hasta 17 dls equivalente a N\$ 57.80 por pieza que incluye:

- Mano de obra
- Energía
- Depreciación de maquinaria
- Arrios
- Forro
- Habilitado (broches, cierres, etc.)

Para el caso del forro y del habilitado donde no se utiliza proveeduría se logra reducir el precio de maquila de N\$ 47.60 a N\$ 39.50; sin embargo se

² Excépto zona asiática con un equivalente a los 7 dls.USA. máximo (tipo de cambio N\$ 3.40)

incrementan los costos de las mismas materias primas debido a la razón anterior.

Por ello, nuestras cotizaciones la

presentaremos primero bajo las condiciones de la "demanda diferenciada" que plantea el segmento de mercado objetivo y análogamente, la cotización con

abatimiento de costos en el habilitado gracias al proceso de industrialización de los botones y a la utilización de cuero nacional

COSTOS			
DEMANDA DIFERENCIADA		INDUSTRIALIZACION	
Piel	Cuero importado		Cuero nacional
	N\$ 0.93 X 400Dm2		N\$ 0.70 X 400 Dm2
	superficie promedio por pza.		Superficie promedio por pza
	(tipo cazadora)	N\$ 360.00	(tipo cazadora)
			N\$ 280.00
Botones	cant. 8		Cant. 8
	Material plata ley 925	N\$ 72.00	Material Zamac
			N\$ 6.80
Forro	Cant. 1.5 m2		Cant. 1.5 m2
	Material : poliseda	N\$ 40.00	Material : Poliseda
			N\$ 40.00
Entretelas	Cant. 75 cm2		Cant. 75 cm2
	Pelón		Pelón
	cant. 1.5 m2		cant. 1.5 m2
	Delorón	N\$ 8.00	Delorón
			N\$ 8.00
Habilitado	Cierre, ojillos, cordón	N\$ 5.00	Cierre, ojillos, cordón
			N\$ 5.00
Maquila		N\$ 39.50	
			N\$ 39.50
Costo de producción		N\$ 524.50	
			N\$ 379.30
Gastos administrativos de distribución,			
indirectos e impuestos		N\$ 104.90	
			N\$ 75.88
Utilidad neta		N\$ 157.35	
			N\$ 113.79
Precio de contado		N\$ 788.75	
			N\$ 588.95

TAMAÑO DEL PROYECTO

El concepto de tamaño de proyecto, se entiende de la capacidad de producir un determinado volumen de productos en la unidad de tiempo: Hora, Turno, Día, Mes y Año.

Para tomar una decisión al respecto, (indispensable para definir los elementos que intervienen en la producción) hay que tener en cuenta que el estudio de mercado y el análisis de la disponibilidad de materias primas e insumos habrán de arrojar informes acerca de las características, el comportamiento y las expectativas del crecimiento de la demanda de chamarras de cuero. Dentro de la infraestructura disponible hasta el momento, contamos con una metodología de Diseño Industrial que aporta

soluciones ventajosas para una empresa que pretende introducirse en el mercado tomando a éste como el eje de desarrollo principal de sus proyectos productivos.

Para lograr una mejor competitividad trataremos de establecer una alianza estratégica con una maquiladora y una curtiduría, que sin llegar a ser una integración vertical proporciona un entorno de cooperación hacia un mismo objetivo Diseño - Calidad y Precio para la introducción en el mercado de la Colección Topal en las Principales ciudades del país: D.F., Guadalajara, Monterrey, Tijuana y León.; y en los puntos importantes de turismo cultural : Guanajuato, Tlaquepaque, Zacatecas, Morelia, Querétaro y Tonalá; Tratando de cubrir al término del primer año un mínimo de 52 puntos de venta en el país, que representa para nosotros un

volumen promedio de N\$67,700.00 c/u, vendiendo una chamarra nuestra cada 45 horas durante Julio a Diciembre, sumando 100 chamarras al término de la temporada por cada punto de venta.

Multiplicando 52 X N\$ 67,700.00 = N\$ 3,520,400.00. Resultando el volumen total de ventas.

Para lograr éste objetivo es necesario inyectar capital, producto de proyectos paralelos, consistentes en la realización de productos promocionales para publicidad y la creación de un despacho en consultoría especializada en el sector cuero desarrollando productos en la proveeduría para calzado, marroquinería y vestimenta, así como productos finales con el mismo manejo formal y estético surgido de ésta tesis.



Conclusiones



La incursión del Diseñador Industrial en toda actividad productiva vinculada al desarrollo de nuevos productos, redundará en una configuración más adecuada a las exigencias del mercado. La industria de la vestimenta y marroquinería permite un desarrollo profesional idéntico al de otras industrias.

La metodología resultante de éste proyecto puede utilizarse para la formación de los futuros profesionales que ésta industria va a exigir con un proceso de reconversión que ya ha comenzado a ponerse en marcha.

La mayor aportación que consideramos de éste proyecto es la metodología empleada, que en consecuencia tuvo un estilo de diseño propio que salvaguarda las peculiaridades culturales, las fomenta e introduce a nuestra actualidad.

El desarrollo de un estilo o tendencia de diseño con las características y cualidades que resultaron del proyecto, nos posibilita la intrusión como profesionales a un campo laboral hasta ahora virgen para los diseñadores industriales; a la vez cubre las necesidades del desarrollo de los nuevos productos que un mercado globalizado exige.

La instrucción académica conjugada con los conocimientos adquiridos en el tema de manera directa a lo largo de nuestra investigación, nos llevaron a la conclusión de vender diseño, funcionando como consultores externos o a través de las asociaciones de fabricantes tanto de procedencia como de productos finales.

México tiene una gran realidad histórica plasmada en sus objetos, la cual debe perseverarse a través del diseño que es la actividad vigente de formalizar la cultura por medio de los productos.

El diseño da un valor añadido a los objetos, tiene una fuerte repercusión económica que redundará en el enriquecimiento del país, en aumento de fuente de empleo y la buena marcha de las industrias.



Glosario



Acabado por la flor.

Piel que tiene la flor substancialmente intacta y ha sido acabada por dicho lado. El acabado por la flor, en pieles para confeccionar se llama napa.

Acabados.

a) Trabajos realizados después de la curtición y tintura, para dar a las pieles las características deseadas de brillo, aspecto y tacto.

b) Capa superficial aplicada sobre la piel para reforzar el color, tacto y para dar protección.

Afelpado.

a) Acabado con una felpa aterciopelada, tipo ante, producida sobre el curtido por acción abrasiva.

b) Denominación genérica aplicada a aquellos curtidos que han sido acabados con una felpa aterciopelada.

Anilina.

Piel teñida por inmersión, que no ha recibido en su superficie una capa adicional de acabado.

Ante.

Curtido fino y suave, con una felpa lustrosa y aterciopelada, elaborado con pieles de anfilope o de gacela, afelpada por el lado de la carne o, algunas veces en las pieles de anfilope, raspadas por el lado de la flor. La misma denominación se aplica, a pieles de cordero, cabra o cerdo.

Capa de flor.

Parte de un cuero o piel, comprendida, entre la superficie que queda al descubierto al eliminar el pelo o lana, y la epidermis, hasta la base de las raíces de los pelos.

Corium.

Curtiente mineral (sales básicas de cromo)

Crupón.

Parte del cuero restante después de separar el

cuello y los flancos.

Cuero.

Término convencional para denominar la piel de los animales de gran tamaño, como la del ganado vacuno.

Curtición.

Tratamiento de cueros y pieles en bruto por medio de agentes curtientes, que los convierten en un material duradero e imputrescible.

Curtido.

Término genérico para los cueros y pieles que conservan su estructura fibrosa original más o menos intacta y están tratados de modo que sean imputrescibles. El pelo o lana pueden conservarse o ser eliminados. Determinadas pieles tratados similar y sin eliminar su pelo, reciben el nombre de pieles de peletería. Si la piel ha sido desintegrada mecánica y/o químicamente en partículas fibrosas, partículas pequeñas o polvo, y son convertidas en láminas o en otras formas similares, no pueden denominarse curtidos.

Curtido al cromo.

Pieles curtidas exclusivamente con sales de cromo, o conjuntamente con pequeñas cantidades suficientes para alterar el carácter esencial de ésta forma de curtición.

Curtido al mineral.

Se obtienen con sales minerales, como aluminio, cromo o circonio.

Curtido Bovino.

Curtido hecho del cuero o piel de un animal bovino, normalmente de vaca o buey.

Disolvente.

Líquido que puede disolver sustancias.



Escala de grises.

Dos series de contrastes de estándares para evaluar los cambios de color y o manchado.

Etiqueta de mantenimiento.

Etiqueta de la prenda con información e instrucciones de lavado.

Fiancos.

Los lados de un curtido que cubrían la barriga del animal.

Flojedad o mal quiebre.

Arrugas profundas visibles al doblar el curtido, producidas por la unión débil entre la flor y el corium.

Gamuza.

Piel afelpada, elaborada a partir del serraje de piel ovina, cuya flor ha sido separada de la piel mediante raspado y curtido por un proceso que involucra la oxidación en la piel de aceites de pescado o animales marinos, usando estos aceites solos o bien empleando primero un aldehído y luego aceites.

Ijada.

Zona de la piel entre la pierna y la parte principal del cuerpo, que corresponde a la axila en los humanos.

Jareta.

Dobladillo por donde se puede pasar una cinta o cordón.

Lado carne.

Superficie interior de la piel, por donde se trabaja para obtener ante.

Lado flor.

Superficie exterior de la piel, por donde se trabaja para obtener napa o nubuck.

Lacra.

Señal que deja una enfermedad.

Merma.

Disminución y pérdida

Napa.

Piel ovina o caprina, curtida, de pura flor, suave y sin dividir, para guantería o confección.

Napa pigmentada.

Napa a cuya superficie se le ha aplicado una capa de acabado con partículas finas de pigmento en suspensión.

Nubuck.

Piel trabajada por su lado externo, a la que se le ha eliminado la capa de flor.

Phatos.

Características que marcan las pautas a seguir para la configuración estética y funcional de los productos de carácter industrial, dentro de un espacio y tiempo determinados; y se conforman con los símbolos o aspectos convencionales que se encuentran inherentes a cierta sociedad o cultura.

Piel.

Término genérico que significa la cubierta exterior de un animal.

Piel grabada.

Piel sobre la que se efectúa una imitación, generalmente del dibujo de la flor de otro animal.

Re-curtición.

Una curtición adicional para modificar, corregir o reforzar las propiedades de la curtición original.

Retales.

Trozos sobrantes de una pieza de cuero recortada.

Sisa.

Corte en el cuerpo de una prenda en el que se cose la manga.

Superficie flor.

Superficie lisa visible al eliminar los pelos.

Tanino.

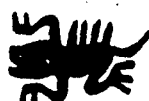
Curtiente vegetal ecológico muy utilizado por las culturas antiguas.

Ternera.

La piel de un animal bovino joven, o que no ha llegado a la madurez, y que no excede de cierto peso. En Reino Unido por ejemplo de 7 Kg. peso en sangre; y en España, de 14 kg. peso en sangre

Unión de la flor con el corium.

Zona inferior de las raíces del pelo, en la que las fibras se entretajan en el corium principal.



Bibliografía



Antecedentes:

Enciclopedia Combi Visual
Tomo no. 4, Capítulo: MODA
Barcelona, España. 1970

Colección Imágenes y Recuerdos: Sección MODA
Tomos:

1929 - 1940
1939 - 1950
1949 - 1960
1969 - 1970
1979 - 1990

Barcelona, España

Colección Imágenes y Recuerdos
Tomo: 1789 - 1914
Revolución Industrial
Barcelona, España.

Ultima Moda
El Milenario Arte del Tejido en Chiapas
Agosto 1885, México D.F

Línea Tradición y Color
Único número (Gobierno del Edo de Chiapas).
1991, México Edo. de Chiapas.

Tendencias:

Löbach, Bernd
Diseño Industrial
Ed. Gustavo Gilli =, 1981. Perfil de Producto:

Perfil de Producto:

Ing. Salarich Vidal, Manuel
- Perspectivas de Acabado del Cuero en la Década de los 90's
Oct. 1990, Ed. Stahl de México S.A. de C.V.
- Calidad, Ecología y Moda ¿Son compatibles?
Octubre 1991, Ed. Stahl de México S.A. de C.V.
- Nuevas Tendencias en el Acabado del Cuero
Nov. de 1992, Ed. Stahl de México S.A. de C.V.



Artes de México
El Lenguaje de la plata. TANE
No. Especial 1990

Corte Confección y Pespunte

Ing. Schärer-Säuberli, Ulrich
Ingeniería de manufactura.
Ed. CFE SA. Abril 1991.
México D.F.

Confección y Mantenimiento de las Prendas de Piel
Ed. al Español: Calomer Munnany, S.A.
1992

Calzatecma
Vol. 15, no. 2
Puntas de Aguja Para una Costura Correcta
Marzo - Abril 1993
Ed. CIATEG

Boletín Industrial del CIATEG
- Por: Guerrero, Jaime
Sep. 1992
Diseño, Desarrollo y Producción de una Prenda
- Por: Thomson, Michael B.
Nov. 1992
Coordinación de Itinerarios de Manufactura

Descripción General

Calzatecma
Vol. 14, no. 3, Mayo - Junio 1992
El Muestrario en la Vestimenta
Ed. CIATEG

Calzatecma
Vol. 15 no. 2 marzo - abril 1992
Revista del CIATEG
"Convierta su planta hacia una alta flexibilidad para la manufactura justo a tiempo"
Ruiz Ricardo

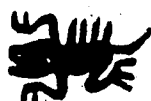
Cuidado y Mantenimiento de las Prendas de Piel

Confección y Mantenimiento de las Prendas de Piel
Ed. al Español: Calomer Munnany, S.A.
1992

Estudio de Mercado

Programa de Reestructuración del Sector calzado
Vol. 1. Cuero y Curtiduría 1988
Grupo de Consultoría Boston

Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos
El Comportamiento de la Producción y consumo de Cuero de Bovino en el País
Nov. 1992. México, D.F.



ONU
Manual de Proyectos del Desarrollo Económico
México 1960

Cuadernos del ILPES
serie II 1
Notas Sobre la Formulación de proyectos
Santiago de Chile 1970

Morris J.
Analysis of Projects for Economic Growth Solomon
Nueva York
Praeger, 1970

Conferencia Board Mc Guire E.
Generating New Product Ideas
E. Patrick 1972

Análisis Empresarial de Proyectos Industriales en Países de Desarrollo CEMLA
México 1972

Wentz, Walter B.
Marketing Research: Management and Methods
New York harper and Row
1972

Basic marketing, an approach Sa.
Ed. Homewood
Illinois, 1975

Phillip
Marketing Management; Analisis, Planning and Control
3a. Ed, Kotler,
Englewood Cliffs
New jersey
Prentice Hall 1976

Abell hammond
Strategic Market Planing
Prentice Hall , Englewood Cliffs

Michael E. Porter
Competitive Strategy
TheFree Press Mc. Millan
Publishing. 180

FONEP
Guia para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión
México 1984

Nafinsa - OEA
Diplomado en el Ciclo de Vida de los Proyectos de Inversión
México 1992

