



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

MESTIZA

FRANCISCA OLAVARRIA J
PROFESORA GUÍA: PAOLA MORENO



DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

MESTIZA

FRANCISCA OLAVARRIA J
PROFESORA GUÍA: PAOLA MORENO

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para aportar al título profesional del Diseñador

Octubre 2020 | Santiago, Chile



Me gustaría agradecer a mis padres por darme la oportunidad de estudiar y fomentar esta carrera que tanto disfrute, y por su continuo apoyo a lo largo de éste proyecto. A la Pao por su constante disposición y entusiasmo por desarrollar de la mejor manera el proyecto, gracias por todos estos años de enseñanza y por ser mi gran mentora.

Gracias a Juani, Anto, Pat, Fran e Ita y gracias a todas las personas que se involucraron en mi proyecto y lo hicieron posible, gracias a su dedicación y apoyo.



“La artesanía es la manifestación ancestral de la genuina identidad de los pueblos. Ella nace en elementos como la tierra, la piedra, la madera, el metal, la fibra natural y los animales que la naturaleza nos ha ofrecido. De esos materiales y necesidades, surgieron con ingenio y sublime inspiración utensilios moldeados y adaptados para ser empleados en las actividades y labores, aquellas que permitieron sobrevivir y desarrollarse a las culturas y pueblos originarios que habitaron el territorio prehistórico y luego en el pasado más reciente sucedido con la llegada del español.

En aquellos elementos está la huella más nítida del pretérito, el vínculo más próximo con lo ancestral y también con la propia identidad, porque desde aquellas manualidades nacieron identificaciones ligadas a tradiciones típicas de culturas aborígenes predecesoras, fusionadas posteriormente con la herencia española que hoy conforman nuestra chilenidad y que se manifiestan principalmente en el personaje típico más representativo de Chile y puntual de la artesanía, el hombre de campo, el huaso.”

Historiador Vicente Pérez, 2019



INDICE DE CONTENIDOS

I. INTRODUCCIÓN Breve resumen del proyecto.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Patrimonio cultural e identidad nacional

- 2.1.1 *Artesanía como manifestación patrimonio cultural*
- 2.1.2 *El diseño como herramienta para rescate del patrimonio cultural*
- 2.1.3 *El campo chileno y el huaso como figura icónica de nuestro país y parte de nuestro patrimonio cultural*

2.2 Patrimonio cultural e identidad nacional

- 2.2.1 *Los aperos del huaso y su historia*
- 2.2.2 *La talabartería (Artesanos, técnica y simbología)*
- 2.2.3 *Espueleros (Artesanos, técnica y simbología)*

2.3 La industria de los bolsos y la marroquinería

- 2.3.1 *La historia y uso del bolso*
- 2.3.2 *El cuero, el proceso de la curtiembre y la marroquinería*

2.4 Moda sostenible y el slow fashion

- 2.4.1 *Fast fashion y la moda circular*
- 2.4.2 *Diseño sustentable*
- 2.4.3 *¿El cuero puede ser un material sustentable?*

III. PROBLEMA Y OPORTUNIDAD

3.1 *Planteamiento del problema y oportunidad de diseño*

IV PROPUESTA DE DISEÑO

- 4.1 *Formulación*
- 4.2 *Contexto de implementación*
 - 4.2.1 *Globalización y diseño en Chile*
 - 4.2.2 *Transparencia, la nueva revolución para un diseño sustentable*
 - 4.2.3 *COVID consecuencia, cambio de paradigma social respecto a la moda*
 - 4.2.4 *Posicionamiento de las carteras en el mercado*
- 4.3 *Usuario*

V PROCESO DE DISEÑO

- 5.1 *Metodología*
- 5.2 *Antecedentes y referentes*
- 5.3 *Interacción con artesanos y la curtiembre*
 - 5.3.1 *Talabartería*
 - 5.3.2 *Ataujía*
 - 5.3.3 *Curtiembre*
- 5.4 *Creación de colección de carteras*
 - 5.4.1 *Colección de indumentaria, el inicio de la propuesta de diseño*
 - 5.4.2 *Moodboard*
 - 5.4.3 *Diseño de la colección final*
- 5.5 *Desarrollo de piezas*
 - 5.5.1 *La interacción entre el objeto contenedor y el cuerpo humano*
 - 5.5.2 *Herramientas utilizadas*

- 5.5.3 *Pasos proceso de producción*
- 5.5.4 *Exploración previa confeccionar carteras final*
- 5.5.5 *Confección de carteras*

VI LOOKBOOK

VII IMÁGEN DE MARCA

- 7.1 *Naming*
- 7.2 *Packaging*
- 7.3 *Gráficas asociadas*
- 7.4 *Canal digital*

VIII PLAN DE IMPLEMENTACIÓN EN EL MERCADO

- 8.1 *Estructura de implementación*
- 8.2 *Estructura de costos*
- 8.3 *Modelo canvas*
- 8.4 *Plan de financiamiento*

IX CIERRE

- 9.1 *Conclusiones*
- 9.2 *Bibliografía*
- 9.3 *Anexos*

I. INTRODUCCIÓN

Desde aquellas fusiones entre los pueblos nativos y españoles nace la idiosincrasia del pueblo chileno, el mestizo, personaje que construye la identidad ancestral de nuestro país y gran parte de la sociedad chilena actual. La artesanía forma parte de aquella manifestación tangible de dicho mestizaje, siendo esta la expresión propia de aquellas tradiciones originarias que se ven reflejadas en nuestro icónico personaje folclórico del campo chileno, el huaso, jinete que reúne todas aquellas características de nuestras culturas predecesoras dejándonos un legado muy amplio lleno de tradiciones transmitidas tras distintas generaciones. La vestimenta y sus aperos (herramientas de arreo) forman parte de esta herencia, donde encontramos oficios que se han desarrollado por siglos tal como el; trenzado en trigo, el telar, el tallado en madera, la ataujía y la talabartería, siendo estos dos último nuestro tema a investigar.

A pesar de que el huaso es una figura representativa de nuestro país, en la actualidad existe una escasa

valorización y conocimiento de éste por parte de la sociedad, es así como sus artesanías especialmente la talabartería y ataujía es reconocida sólo por un grupo pequeño de personas que están relacionados al campo y a los caballos. Ésto sumado a otros factores ha traído como consecuencia que cada día queden menos artesanos que se dediquen al oficio, incrementado las posibilidades de que en un futuro sean olvidados en el tiempo. Es por esto que se necesitan nuevas estrategias que los impulsen y los mantengan vivos en el tiempo y es así como nace “Mestiza” marca que busca revitalizar de forma consciente la artesanía de la talabartería y ataujía del huaso a través de la creación de carteras contemporáneas urbanas que explora y aplica las técnicas en cada uno de sus diseños, teniendo como objetivo difundir y promover el oficio, la tradición, la historia y su simbología, extrapolando el mundo del campo a la ciudad con propuestas innovadoras y exclusiva.

MARCO TEÓRICO

1. LA ARTESANÍA Y EL OFICIO COMO
MANIFESTACIÓN DE PATRIMONIO CULTURAL

PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio cultural es lo que nos identifica y nos diferencia de los demás países vecinos, siendo este, un elemento fundamental para la definición de nuestros legados y valores. El objetivo principal del proyecto es rescatar y revitalizar parte de nuestra identidad nacional, por lo que es necesario establecer ciertas definiciones que nos ayuden a comprender las bases teóricas del proyecto.

Definimos patrimonio cultural como “(...) aquel conjunto de elaboraciones culturales, pasadas o actuales, que bajo diversos contextos históricos, sociales y políticos, han sido significados o identificados por un orden social como expresión legítima de su identidad y por tanto necesaria de rescatar, conservar y transmitir a las personas o grupos” (Maillard, 2012 p 18)”. Este “se presenta como un mecanismo por el cual determinados grupos sociales generan una selección de bienes culturales, materiales e inmateriales, a la vez que estos son revestidos de una valor particular socialmente identificable (Prats, 1997)”

Podemos inferir que el patrimonio cultural es un legado de bienes, ideologías y costumbres transmitidas en generación tras generación, y que han ido mutando debido a la sumatoria de diversas situaciones históricas o actuales que llevan a la selección y construcción de nuestra identidad nacional.

El patrimonio cultural se divide en dos categorías: el patrimonio material y el patrimonio inmaterial, siendo

el material lo tangible como objetos, espacios físicos, fotografías, monumentos, documentos, etc. Lo inmaterial incluye lo intangible presente en nuestras memorias y en nuestra actualidad, estando incluidos la historia, la tradición y lo vivido, siendo estas expresiones que “se pueden compartir y representar al momento de ser transmitido y reconocido por distintas comunidades o por la sociedad”. (UNESCO, 2011, P4)

Estos conceptos nos van a ayudar a comprender la figura del huaso, su artesanía y oficios como parte de nuestro patrimonio. El huaso acoge valores y modismos propios del campo chileno adoptando una caracterización única, trayendo consigo una historia de nuestros antepasados que incluye un contexto social y económico tanto de la época como en la actualidad, siendo este un personaje icónico de nuestra tradición, posicionándose como “patrimonio inmaterial” en nuestra cultura.

El huaso además de ser una figura icónica conlleva aquellas manualidades y artesanías ligadas a tradiciones típicas de culturas aborígenes y españolas, que forman parte de su vestir diario y algunas son herramientas fundamentales para su labor, siendo estas artesanías parte de nuestro legado tangible traspasado de generación en generación por distintas necesidades históricas. Por lo que los objetos creados en nuestra artesanía local son un reflejo de las técnicas adquiridas y las tradiciones, siendo el oficio un elemento fundamental para su subsistencia, la cual en la mayoría

de los casos es transmitida en un contexto familiar de los mismos artesanos.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) define la artesanía como “conjunto de disciplinas, técnicas, materialidades y productos utilitarios realizados principalmente por la acción humana y representativa de un medio cultural, que pueden ser reproducibles, comercializables, adaptados para usos específicos y no consumibles en su uso.” (CNCA, 2011, P41)

Cada objeto artesanal evoca la historia de nuestro país que despierta recuerdos personales que forman parte de nuestro legado familiar, obteniendo en ella una riqueza cultural única que va aportando valores a la identidad de nuestro país.

De acuerdo al Área de Artesanía del CNCA se puede clasificar la artesanía en tres áreas: artesanía tradicional, indígena y contemporánea, según sus distintas especificidades y políticas públicas. (Fig.1)

Fig.1 (Área de Artesanía del CNCA)

ARTESANÍA INDÍGENA

“Manifestaciones culturales de los pueblos originarios, y entendida como vehículo del patrimonio inmaterial. Es el testimonio de las creencias y sabidurías de diversos grupos étnicos, que se manifiesta en artefactos con fines utilitarios y/o rituales, que incluso puede ser proyectada con otros fines. Es una actividad ancestral transmitida a través de las generaciones en una comunidad particular.”

ARTESANÍA TRADICIONAL

“Actividad colectiva en la que se manifiestan creencias, necesidades y formas de hacer propias de cada comunidad. Se expresa en estéticas y formas distintivas y representativas, mantenidas en el tiempo a través de las generaciones, manteniéndose relativamente estables sin perjuicio de la incorporación histórica de nuevos elementos.”

ARTESANÍA CONTEMPORÁNEA

“Producciones y expresiones actuales que incorporan propuestas creativas, en objetos artesanales que no requieren de una referencia identitaria específica (aunque podrían tenerla).”



La noción del patrimonio y la artesanía como tal, es relevante para la cultura y su desarrollo ya que constituye el “capital cultural” de las sociedades contemporáneas. “Esta contribuye a la revalorización continua de las culturas y de las identidades, siendo un vehículo importante para la transmisión de experiencias, aptitudes y conocimientos entre las generaciones. Nuestro patrimonio puede ser fuente de inspiración para la creatividad y la innovación, dando paso a la generación de nuevos productos culturales contemporáneos y futuros”. (Perez, 2019)

El rescate de elementos patrimoniales es de gran relevancia ya que “como ocurre con la cultura general, el patrimonio inmaterial cambia y evoluciona constantemente y cada nueva generación lo enriquece. Si no se alimenta, el patrimonio cultural inmaterial podría perderse para siempre, o quedar relegado al pasado. Su preservación y transmisión a las futuras generaciones lo refuerza y mantiene en vida, al tiempo que le permite cambiar y adaptarse.” (UNESCO, 2011, P4). Sumado la evolución y el cambio de generaciones hoy en día nos enfrentamos a una sociedad globalizada sin fronteras lo que es un “fenómeno que hace disponible las culturas del mundo en todas partes del orbe, pero a la vez disminuye su propio sentido de lugar e identidad” (UNESCO, 2011, P27)

EL DISEÑO COMO HERRAMIENTA DE RESCATE DEL PATRIMONIO CULTURAL

“
EL DISEÑO TIENE
UN VÍNCULO
FUNDACIONAL CON
LA ARTESANÍA Y,
TAL VEZ POR LO
MISMO SU RELACIÓN
CON ELLA HA
PASADO DESDE EL
DISTANCIAMIENTO
AL INTERÉS
NOSTÁLGICO Y LA
COLABORACIÓN”
(UNDURRAGA, 2016, P 18)

La influencia del movimiento moderno, el productivismo y la estandarización de los procesos productivos llevó a que el diseño tuviera como enfoque la industrialización, el campo tecnológico y la digitalización. Las artesanías se han visto completamente perjudicadas a esta producción en masa, dejando de lado “lo hecho a mano” y sus tradiciones. Por lo que es fundamental rescatar y revitalizar la artesanía en nuevos productos contemporáneos que puedan mostrar la historia y la tradición, siendo el diseño un articulador fundamental para la expansión de nuevos mercados y su continuidad en el tiempo. “Con la importación de productos baratos, artesanos tradicionales han perdido sus mercados locales. En este contexto, el diseño puede desempeñar un papel muy importante como intermediario para adaptar la artesanía tradicional a nuevos mercados, especialmente en la vida de la ciudad —donde la vida es más anónima y la gente se siente desconectada de su lugar— asegurando que el artesano pueda continuar su oficio y expandir su mercado.” (UNESCO, P29)

La relación diseñador y artesano es fundamental para la construcción de nuevos productos, ya que es este vínculo el que va a promover y combinar la innovación con la tradición. Según la UNESCO hay distintas metodologías y tipos de “relaciones” que se pueden abarcar al momento de realizar un proyecto, las cuales son de suma importancia para crear una conexión entre los actores, basadas en valores justos y una buena comunicación. Este punto va a ser clave en nuestro proceso de diseño ya que es este nexo el que nos va a incentivar la creación de

productos llenos de identidad, tradición y espíritu. En el siguiente cuadro se mencionan los puntos más importantes del manual de la UNESCO “A+D, relación entre artesano y diseñador” que están relacionados a este proyecto, el cual nos podrán ser muy útil para nuestra relación con los talabarteros y espueleros. (Fig. 2)

Dada la situación actual de pandemia en el mundo, hemos dado un vuelco de conciencia con respecto a nuestro estilo de vida, reclamando una mayor identidad y responsabilidad al momento de adquirir productos. Por lo que un sector del diseño vuelve hacia aquellas tradiciones artesanales que habían sido invisibilizadas por la industria, surgiendo así la preocupación por incorporar materias primas y procesos productivos de bajo impacto ambiental que promuevan la búsqueda y la revalorización de las técnicas artesanales tradicionales. (Undurraga, 2016, P 18).

“A+D” Es la guía práctica realizada por la UNESCO para el encuentro entre diseñadores y artesanos en Santiago de Chile el año 2009.

1

METODOLOGÍA

Hagan efectiva la transmisión mutua de las herramientas básicas que artesanos y diseñadores proponen en su trabajo. Promuevan la dinámica del trabajo entre maestro y aprendiz.

2

EL PATRIMONIO

Reconocer y poner de manifiesto, en cualquier intervención A+D, la importancia patrimonial que tiene la artesanía y el artesano.

Alentar el rescate a través de la relación A+D es una fórmula de conservar el patrimonio, recreando los oficios y las técnicas que aún están arraigadas pero inactivas en las comunidades.

Entregar información pertinente y fidedigna sobre la realidad cultural que rodea al

3

PROPIEDAD INTELLECTUAL

Educar al público en cuanto a la autenticidad de las piezas y al respeto de la propiedad intelectual, para que exista una valorización colectiva en este sentido.

Suscribir acuerdos formales privados entre artesanos y diseñadores para cautelar los derechos sobre las autorías respectivas y las obligaciones y los beneficios de ambas partes.

4

RESPECTO Y VALORES

Privilegiar las instancias de diálogo como base de todo entendimiento humano

Identificar las motivaciones de cada uno; asumiendo las motivaciones económicas, conociendo los aspectos patrimoniales (o culturales en general) a preservar.

Expresar claramente en el producto realizado, qué aporte realizó cada uno.

5

EL ROL DE LAS INSTITUCIONES

Por parte del estado: Estimular la articulación comercial para ambas partes, promocionar el desarrollo de empresas artesanales, oxigenar la oferta artesanal para promover su mayor comercialización.

Por parte de las universidades: Promover la investigación, el rescate de las identidades y buscar nuevos campos de implementación del diseño.

Fig. 2

Fuente: **Relación A+D**,
Pag.58, 59, 60, 61
UNESCO

EL CAMPO CHILENO Y EL HUASO COMO PARTE DE NUESTRO PATRIMONIO CULTURAL

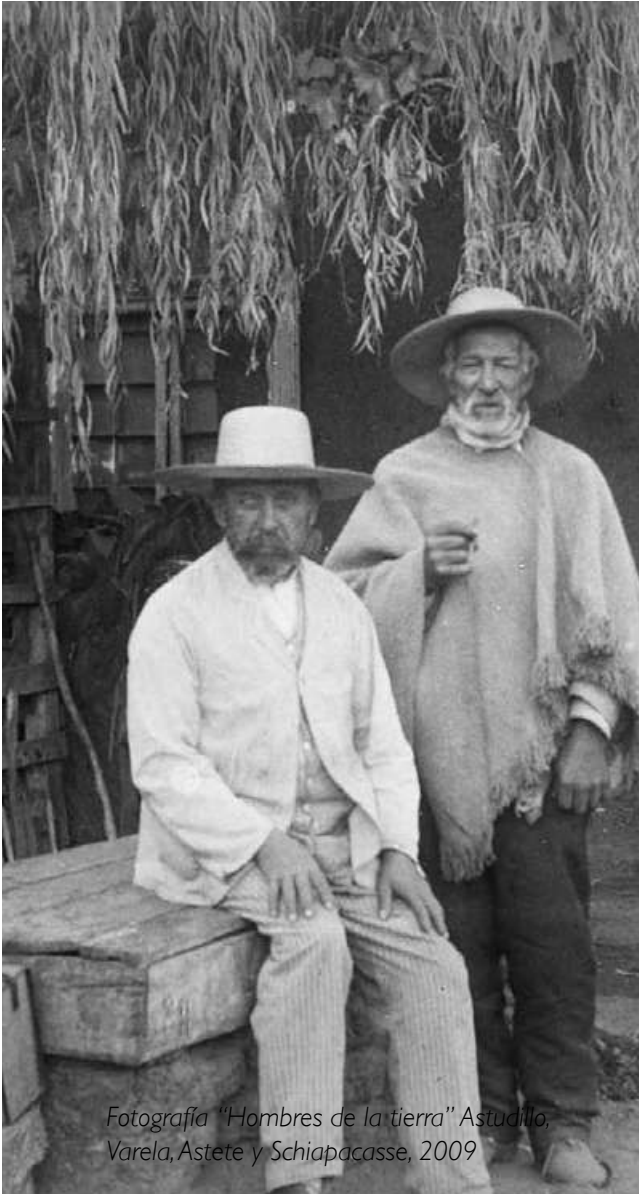
“Hablar del “Campo Tradicional Chileno”, no sólo hace referencia a un territorio particular en concordancia geográfica con el valle central o “zona central”. Es la manera que se ha empleado para dar sentido a un territorio cultural, dentro del cual confluyen campesinos; relaciones sociales; actividades productivas específicas; valores; costumbres y creencias” (DIBAM, 2019, P.6)

La base de la cultura chilena proviene del mestizaje producido entre españoles e indígenas en el período colonial, alrededor del siglo XVII. Esto produjo, que nuestra cultura fuera deudora de los españoles en muchos aspectos culturales, sociales y de diferente índole. La mezcla cultural nos dejó con un legado muy amplio tanto en sus modismos, vestimentas y artesanías creando así la figura del huaso. Éste personaje, es un ícono de nuestra cultura y forma parte de nuestra representación folclórica, cuya labor dice relación con la ganadería, la cual va a ser fundamental para la definición de su indumentaria y las artesanías relacionadas, cumpliendo así con la funcionalidad del arreo de animales y el dominio del caballo.

El campo tradicional chileno tuvo un origen que se remonta hasta la época de la Colonia en el siglo XVII lugar donde predominaba la “hacienda” y la “vivienda campesina”. Fue en este trance histórico cuando el sistema económico imperante tuvo una reorientación, y se pasó de un modelo de extracción de metales a uno de raigambre ganadera y de cultivo, lo que trajo una movilidad social hacia las afueras de las ciudades. Por su

parte, el Virreinato del Perú se vio en la necesidad de aumentar la demanda de cuero, sebo y charqui para alimentar a sus soldados, luego producto de una plaga en sus plantaciones tuvo que demandar trigo a nuestro territorio. A causa de la reorientación del modelo económico, llevó al asentamiento y a la especialización de la fuerza laboral, que en su mayoría estaba compuesta por indígenas, así como también, por españoles y mestizos. Esto produjo una serie de actividades relacionadas estrechamente con la ganadería bovina, predominando entre otras actividades el arreo de ganado y el rodeo.

La historia, la reorientación económica y la movilidad social, son acontecimientos fundamentales para la identidad del campo chileno. Es así como podemos ver que las materia primas como el cuero y el trigo forman parte de la esencia del hombre del campo, siendo estas de gran relevancia para la fabricación y simbología en cada una de las artesanías y productos que hoy forman parte del apero.



Fotografía “Hombres de la tierra” Astudillo, Varela, Astete y Schiapacasse, 2009



Fotografías: "Hombres de la tierra" Astudillo, Varela, Astete y Schiapacasse, 2009

MARCO TEÓRICO

2. LOS APEROS DEL HUASO, LOS OFICIOS Y SU ARTESANÍA



LOS APEROS DEL HUASO Y SU HISTORIA

“Es indudable que es en este binomio de jinete y caballo donde se reúne la esencia de toda la nación. En su presencia, ropajes, utensilios y aperos se revelan todos los pueblos originarios del pasado pre-colombino, aquella tierra que la colonización española encargada por el emperador Carlos V denominó como reino de Chile” (Perez, 2019)

La palabra “huaso” tiene un origen etimológico que se remonta a la época de la Colonia española. Es así como lo atestiguan los escritos de Rugendas en el siglo XIX, quien lo describe como *“mestizo, hijo de padre español y mujer indígena, quien montaba muy bien a caballo, usaba con maestría el lazo, y vestía con una indumentaria acorde a sus actividades”*. (Fig.3)

La figura del huaso se construye a partir de la relación que posee el jinete con el caballo, la introducción del caballo andaluz en Chile va a ser un hito primordial para la labranza y ganadería en el campo chileno, no sólo por la creación de una nueva raza de caballos chilenos, sino que también por la introducción de nuevos oficios para la confección de sus aperos, como la talabartería y la herrería las cuales indagaremos con profundidad en unos capítulos más adelante.

La indumentaria del huaso se conforma de “manta larga (poncho y manta), polainas de lana o cuero, faja, sombrero de paño y chupalla, además de chaqueta, camisa, pantalón, zapatos, perneras y chamanto. Por su parte, el apero se conforma de montura, estribo, llanta, acción, arpón, fusta, rienda, freno, penca, cabezada, manea, traba, lazo, espuela

y talonera (Cordero, 2012)”. En la (figura 4) podemos encontrar imágenes de la vestimenta más representativa y en el (anexo I) abocaremos un breve resumen de toda la indumentaria del huaso, donde veremos su origen, la funcionalidad que cumple cada uno y su técnica artesanal utilizada para su composición. Estas especificaciones de la indumentaria, nos van a ayudar a comprender la simbología y su valor, lo que va a ser muy útil para el relato de la marca y sus diseños.



Fig. 3
*“Hombres de la tierra” Astudillo,
Varella, Astete y Schiapacasse, 2009*

Fig. 4



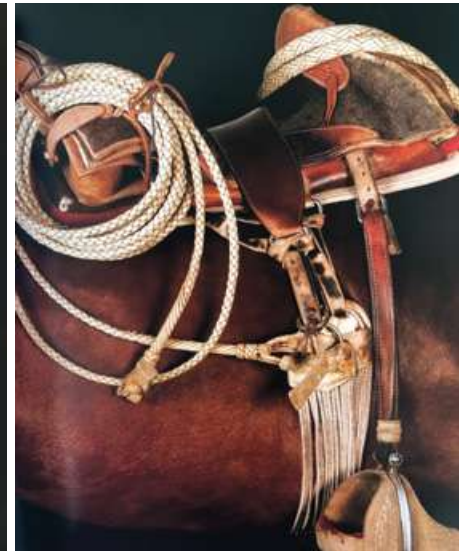
LA CHUPALLA



LA ESPUELA



EL CHAMANTO



LOS APEROS

Foto: visita de autor, Francisca Olavarría, 2019. Artesano de chupalla Miguel

Fotos: libro de "Atuendos y aperos chile-

LA TALABARTERÍA Y ATAUJÍA

En la edad media la industria del cuero y del metal prospera en Andalucía, específicamente en Córdoba, lugar que fue invadido durante ocho siglos por los Árabes. Las caballerías moriscas fueron una gran influencia para el jinete español ya que son ellos quienes introducen el trabajo del cuero y el arte de la ataujía a la cultura española, traspasando técnicas, materias primas y simbologías, las cuales van a ser incorporados futuramente en nuestros aperos. Por lo que podemos encontrar una mezcla cultural rica y única, trayendo así partes del reino moro, español y jesuitas en cada uno de los elementos del huaso.



LA TALABARTERÍA Y EL TALABARTERO

“Siendo muy escasa la literatura o documentos que entreguen antecedentes de la historia y desarrollo de la talabartería y el trabajo de cuero en Chile, es posible concluir que el oficio de la talabartería fue poco considerado como arte manual, seguramente al ser una tarea humilde practicada por peones y por ello desestimada o poco conocida. No obstante, en el mundo del caballo, este trabajo posee el carácter de una artesanía muy apetecida.” (Perez, P52)

La talabartería por definición es el arte de trabajar en cuero relacionado a los implementos utilizados para los animales, este arte se fue perfeccionando hasta el surgimiento del oficio de la talabartería y la construcción de lazos, riendas, manea, cabezada y montura (Parra, 2015). El lazo al igual que las riendas son una cuerda de cuero torcido o trenzado, el primero tiene como funcionalidad inmovilizar y lacear al vacuno, el segundo es un elemento el cual el jinete maneja y controla al caballo. Por su parte, la manea tiene como funcionalidad inmovilizar las extremidades del caballo, la cabezada son correas que rodean la cabeza del caballo sujetando los frenos y sus riendas. Por último la montura, silla sobre la cual se monta el jinete y pierneras pieza que cubre las pantorrillas del huaso, para protegerlo del roce del caballo. En la (fig.6) encontramos cada una de las partes con su descripción.

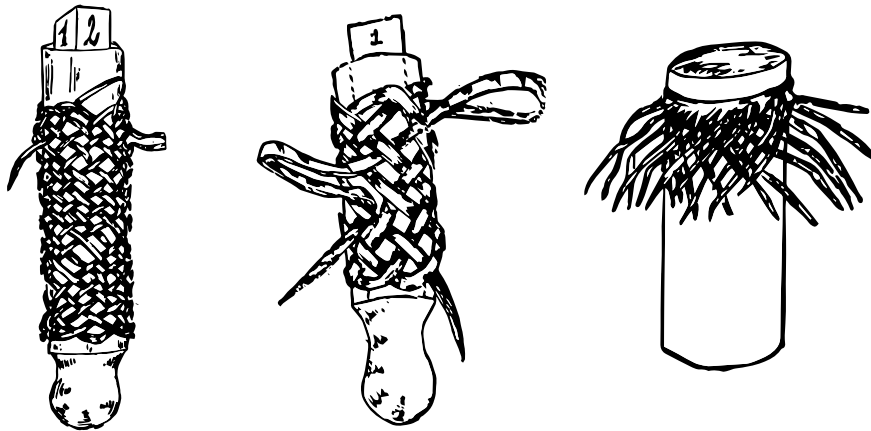
En sus inicios el oficio de la talabartería comenzaba con transformar la piel del animal en cuero, actualmente el talabartero compra la piel ya preparada en alguna curtiembre y comienza el proceso de fabricación. Por lo general, antes de todo soba y remoja el cuero en agua para tener una mejor manipulación, luego aplica las

técnicas con sus trenzados. Los cueros más comúnmente utilizados en Chile es el carpincho, oveja, chanco, vacuno y ñandú, en el caso de los aperos hay una preferencia por ocupar “cuero crudo” y el “tiento” que se caracterizan por ser “cueros en su estado natural, totalmente ecológico, sin componentes que alteren su naturaleza” (Gale, 2013), el “tiento” tiene la particularidad de ser lonjas muy angostas que no están sobados en cal por lo que está en su estado más bruto a diferencia del “cuero crudo”.

Las técnicas que se utilizan en este oficio es la del trenzado, embarrilado y costura. Para esto se corta el cuero y el tiento con un afilado cuchillo en “tiras o huasquillas” de distintos grosores. Existe una gran variedad de técnicas, sobre las cuales no existe ningún registro físico chileno, los cuales sí fueron encontrados en Argentina, en donde se utilizan técnicas similares (fig.5). Según el talabartero Moncho Castillo “La información no está, lo maneja uno más que nada, yo se hacer 16 tipos de costura, no les tengo nombre, sólo los se hacer, mi papá sabe mucho más que yo, todo lo he ido aprendiendo con el tiempo”. En el taller de los talabarteros Castillo se pudo clasificar las técnicas del trenzado en dos: la primera es la de “espiga/pluma” y la segunda la “tableada o redondeada”. Éstas varían entre 4, 6, 8, 12, 17 y 22 tientos, mientras más hebras más complejo y exclusivo es el trenzado. Los embarrilados, por su parte, ocupan la misma técnica del trenzado al igual que los botones, pero estos los van envolviendo alrededor de distintos soportes como argollas de acero, nudos hechos con el mismo cuero, varillas o esferas metálicas.



Fotografía de autor, Francisca Olavarría, 2019



El oficio de la talabartería es una artesanía que está en extinción ya que “nadie valora y conoce esta artesanía, además hay muy pocos talabarteros. Por ejemplo, en Pirque sólo hay 2 y tienen 80 años. Ellos no tienen ningún sucesor para seguir haciendo su trabajo” (Izquierdo, 2019). Además el historiador Vicente Pérez nos relata que “en este oficio hay un trabajo pendiente. Hoy debería incorporarse en estos cursos que da el consejo de la cultura, y tener monitores que enseñan, porque si no vamos a perder el oficio. Debemos reconocer a personas de gran trayectoria en esto, que son patrimonios vivos de esta expresión de chilenidad, que es la talabartería.” (Ramírez, 2017). Esto prueba de que la talabartería es un trabajo tedioso y de gran dedicación. El tiempo estimado de demora para realizar una manea, cinturón, billeteras, etc. es de 5 horas, el trenzado de una rienda es de dos días y se necesita de 1 mes para hacer la montura.

Fig. 5 Ilustraciones: Trenzas gauchas, 2012



LAS RIENDAS

El accesorio más lujoso de un huaso elegante es tener una buena "terno de riendas". Las riendas, la cabezada y la jáquima van en conjunto y conectan la cabeza del caballo con las manos del jinete.

Preparación

El talabartero secciona y adelgaza los tientos, luego los ablanda para comenzar a torcer y entrelazar cada una de las lonjas de cuero con distintas técnicas de trenzados.

El elemento distintivo de las riendas chilenas es que poseen un rebenque o chicote unido a una manea la cual está terminada con un trenzado de tiento. Ambas piezas son conectadas por medio de una argolla de metal decorada con ataujía.

LA CABEZADA Y EL BOZAL

Correaje de cuero delgado que pasa por detrás de las orejas del caballo. Su función es facilitar el dominio del caballo.

Esta es elaborada con cuero de vacuno joven, usualmente se une con trenzados de tiento y se utilizan argollas chapeadas o con ataujía el cual veremos más adelante, éste sirve para el agarre de la cabezada.

EL LAZO

Elemento colgado de la montura que es esencial para atrapar el ganado, esta tiene una longitud entre 8 a 15 mt de largo. El lazo más conocido en el mundo es el torcido, pero en el campo del huaso utilizan el "lazo trenzado" inspirado en las trenzas Gauchas. (Fig 5)

Preparación

Se seleccionan los cueros más gruesos, ya curtidos con sal y luego con fuerza se comienzan a enrollar en una cuerda introducida en el centr

LA MANEA

Su función es amarrar las manos del caballo. En Chile se caracterizan por tener ojales de cuero, botones trenzados en tiento y una argolla chapeada al medio.

LAS PIERNERAS

Las piernereras son utilizadas para proteger al huaso del roce de animales. Se compone de dos piezas que cubren las pantorrillas desde la rodilla hasta el talón. Estas son acolchadas y texturizadas con rombos, espigas, copihues y rosetones, en su costado son decoradas con largos flequillos de cuero.

Fig. 6 Fotos y descripción de aperos que incorporan la talabartería

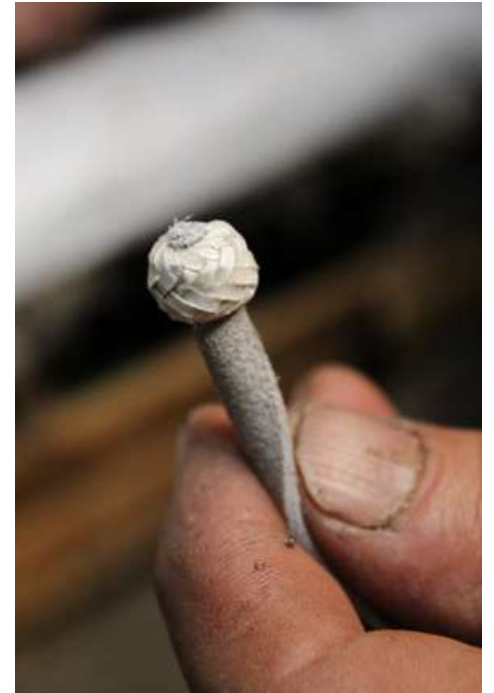
Fotos de autor, Francisca Olavarría, talabarteros " Lo castillos2019



Trenza de costado con tiento



Trenza de costado y superior con tiento



Botón trenzado

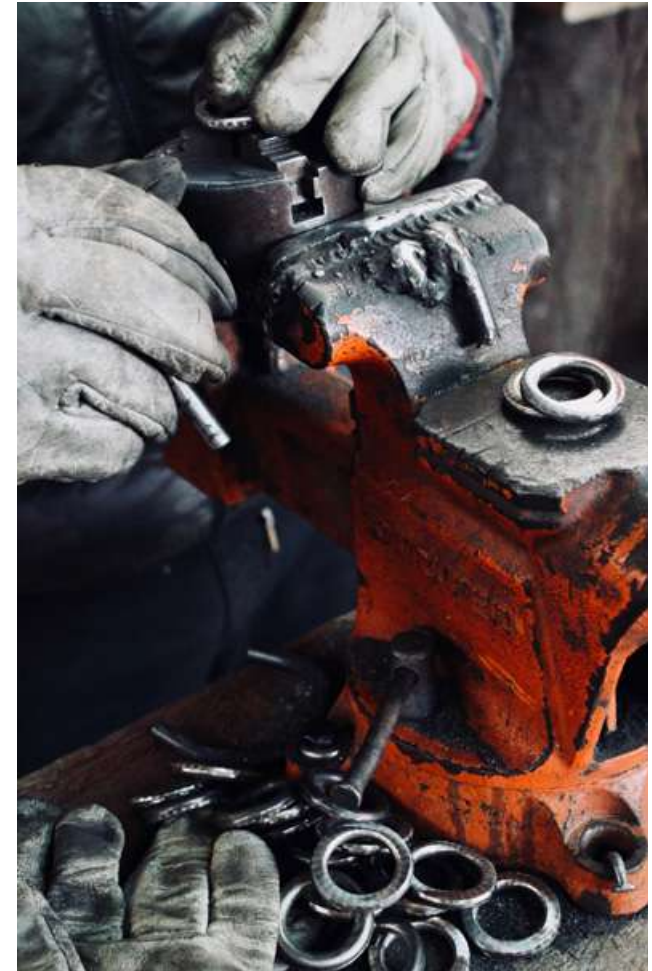
LA ATAUJÍA, EL CHAPEADO EN METAL

La ataujía proviene etimológicamente de la palabra "attawsiyya" procedente de los árabes, la cual consiste en la incrustación de filamentos de plata, oro, bronce u otro metal en piezas de hierro, en ranuras o huecos que son realizados previamente a través del lijado y/o fundación. El oficio que realiza esta técnica corresponde a la herrería, que fue fundada en Chile con el soldado español Pedro Herrera quien instaló el primer taller en Santiago donde confeccionaba espadas, espuelas, herraduras, entre otros.

La llegada de los Jesuitas va a ser un hito muy importante para la construcción de nuestros aperos ya que son ellos quienes enseñaron la técnica del grabado a los indígenas. Sus enseñanzas de las escuelas damasquina arabesca y barrocas alemanas van a influir en la ornamentación de los elementos del huaso, la cual va a ser modificada según el material existente y las distintas necesidades de la época. Como bien afirma Fernando Marquez de la Plata (1978) *"El verdadero arte radica en la ataujía (...) por ser un arte oriental y barroqui que llegó a la tierra chilena y ha seguido produciendo creaciones"*. Este sincretismo y mezcla cultural la podemos encontrar en cada unas de las simbologías que están presentes en los aperos, especialmente en las espuelas, donde se pueden visualizar estrellas, cruces, medias lunas, espigas, espinas de pez, rosetones, copihues, líneas rectas, rombos y círculos, podemos encontrar sus significados en la (fig.7).

La ataujía, popularmente llamado chapeado lo podemos encontrar en las espuelas, frenos, hebillas y argollas presentes en los cabezales de los caballos y las maneas.

El proceso que se utiliza actualmente para la confección de estos aperos es en primer lugar moldear en altas temperaturas el objeto metálico, luego se realizan cavidades con una sierra para ser rellenos con plata o alpacaca adheridos con el golpe de un martillo, finalmente se pule con una lima y se exponen al fuego." Está artesanía se caracteriza por ser hecha completamente a mano y utilizar la mayoría de las veces fierro reciclado "usamos para la construcción de las espuelas llantas usadas de carreta o rieles usados. Es un material que resiste temperaturas altas y pega bien. Todo el trabajo que nosotros realizamos es hecho a mano, el reducido, el devastado, el recortado y el boceteado de las púas." (Farias, P90, Historia rodeo). Debido al material y al trabajo elaborado, los objetos pueden llegar a tener una alta perdurabilidad en el tiempo. "Un par de ejemplares forjados puede conservarse una vida entera si se prestan los cuidados pertinentes para evitar el óxido, siendo nuevamente el color un referente de la situación del objeto." (Larrain, tesis de espuela).



Fotografía de autor, **Francisca Olavarría**, taller Calderón 2020

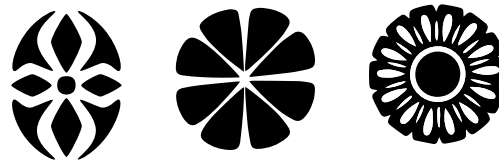
Fig. 7 Simbología del huaso. Libro "Estridos chilenos"
Camila Undurraga"

LA ESPIGA



*"Símbolo de cosecha, plenitud y prosperidad.
En el cristianismo representa pan y cuerpo
de cristo"*

EL ROSETÓN



*"Influencia Barroquí alemana, representación
de rosas a la virgen"*

EL SOL



*"Fuente de luz, calor y vida, por lo tanto, un
símbolo fundamental de las culturas agrarias.
En el cristianismo es representación de cristo.
Influencia Jesuita"*

LA ESPUELA

El tiempo y la relación de los nativos, criollos y españoles les permitió conocer y hacer suyo el estilo de montar, conformando una identidad propia al Huaso, creando utensilios pensados en el mejor adiestramiento y uso del caballo, independizándose definitivamente del estilo español. Esta evolución la podemos ver claramente en la espuela chilena, donde su tamaño aumenta y sus formas se modifican, diferenciándose de la espuela española.

La palabra espuela proviene de "spaura", que refiere a espiga metálica en latín (Keys, 1999). Su funcionalidad principal es incitar y manejar el caballo, esta se compone principalmente del asta (arco de metal que sigue la forma del talón), pihuelo (horquilla de metal que sujeta la rodaja para que pueda moverse libremente) y rodaja (pieza circular puntiaguda de tres a seis pulgadas de diámetro). (Fig.8)

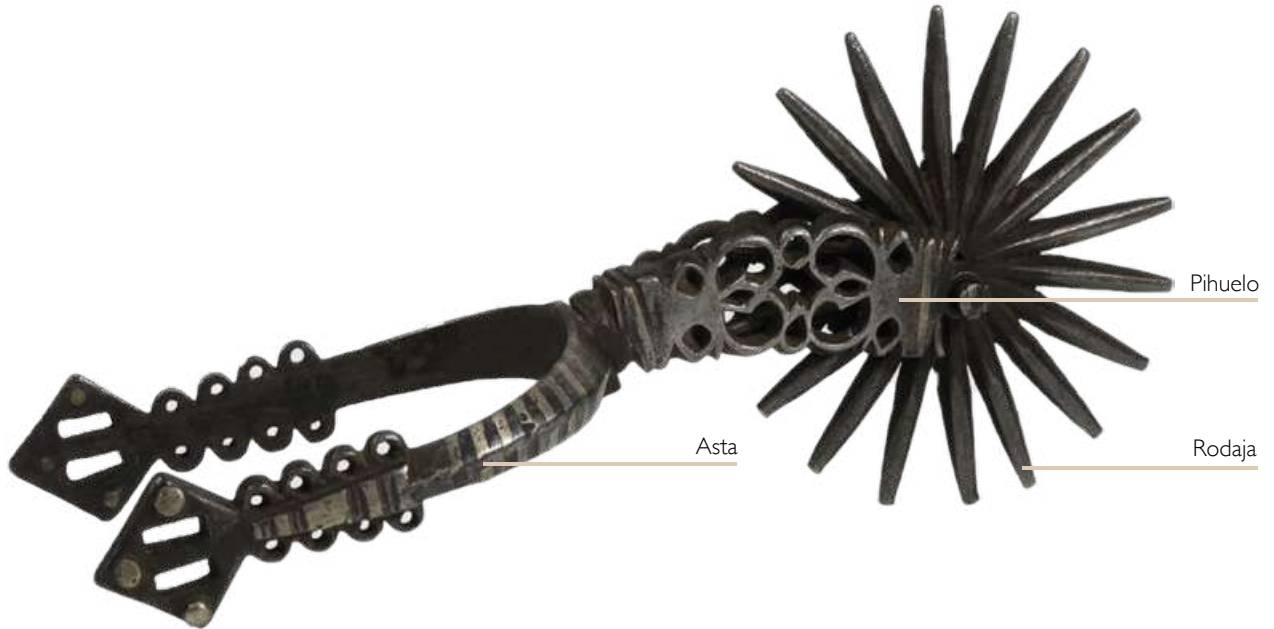


Fig. 8 Fotografía: Estribos y espuelas una herencia anónima, Gregory Ortega, 2012

LOS FRENOS

El freno es una pieza que cumple la función de gobernar y manejar el caballo, este está ubicado en la boca del animal. Existe una gran variedad de frenos, que presentan leves diferencias en sus formas, tamaños, bocados, terminaciones y ornamentos. Todas estas se adecuan a la comodidad del caballo. (Perez, 2019,P86)

Las partes que componen el freno son el bocado, museo, patas, tiros, barbada, cadenillas, portezuelo y coscojas. Cada una de estas cumplen un rol fundamental no sólo para dominar el caballo sino que además para protegerlos y cuidarlos. (Fig. 9)

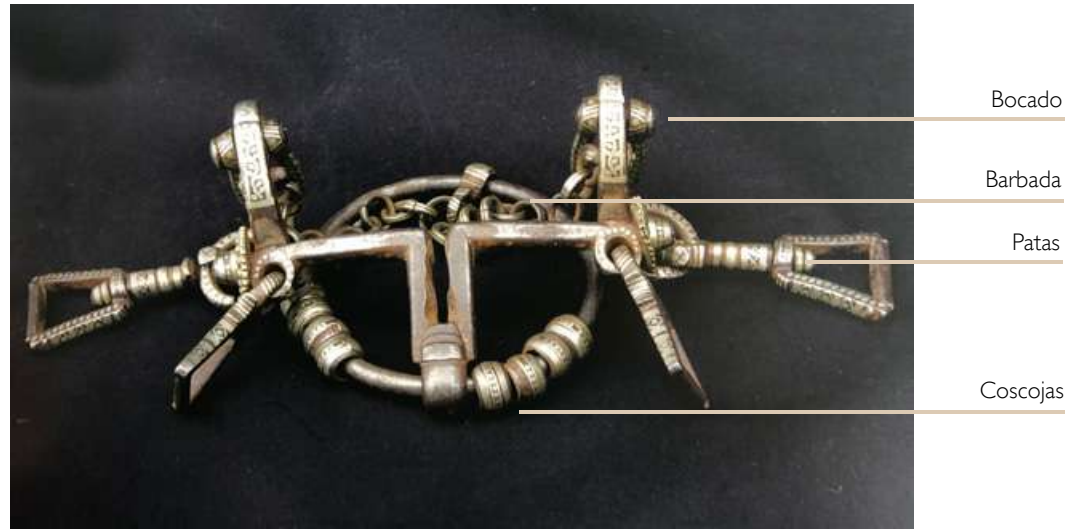


Fig. 9 Fotografía: Aperos y atuendos chilenos, Vicente Perez, 2019

MARCO TEÓRICO

3. LA INDUSTRIA DE LOS BOLSOS Y LA MARROQUINERÍA

LA HISTORIA Y USO DEL BOLSO

La palabra “bolso” proviene de “bursa” en latín. Según la RAE la podemos definir como “especie de talega o saco de tela u otro material, que sirve para llevar o guardar algo”. En Latinoamérica le adjudicamos la palabra “bolso” a un tipo de contenedor para cierta ocasión, que a diferencia de los demás países utilizan la palabra genéricamente. Por lo que nosotros los clasificamos en 3 tipos de contenedores, el “bolso” como saco grande que se usa preferentemente para los viajes, la palabra “cartera” como elemento usado en la cotidianidad y el “maletín” ligado al ámbito laboral.

Se desconoce con precisión cuándo fue creado el primer bolso, ya que no se han conservado referencias históricas que nos puedan relatar dicha creación. Sin embargo, podemos encontrar dibujos prehistóricos (petroglifos) donde se pueden visualizar figuras sosteniendo alforjas colgadas en los hombros, atados en las cinturas o sujetos en las manos. Se cree que “el hombre al ser nómada hubiere desarrollado el bolso para poder transportar el alimento que cazaba o recolectaba durante sus desplazamientos; usando para ello la piel de los animales que consumía.” (Atencio, 2011). Tanto en los antiguos jeroglíficos egipcios como en la Biblia podemos encontrar bolsos colgando de la cintura o en el cuello, que generalmente se utilizaban para trasladar monedas o pequeñas pertenencias.

En un principio en los siglos XIV y XV los bolsos se llevaban colgados en el cinturón, utilizando cordones largos que variaban según el status social, la moda y la época. “El bolso primitivo era artículo de primera

necesidad por una razón importante: las prendas de vestir no llevaban bolsillo y era preciso paliar aquella falta.” (Vacca, Gabiara, Escobar, 2018) Luego en el siglo XVI las faldas de las mujeres se expandieron considerablemente por lo que se tuvo la necesidad de llevar los bolsos entre los pliegues de las faldas, dando una idea de accesorio privado y personal, muy conocido al concepto de “cartera” que conocemos hoy en día. Por otro lado gracias a la creación de los bolsillos en prendas masculinas, los hombres dejaron de usarlos casi por completo, sólo un grupo reducido de aristócratas usaban “swete bagges” donde llevaban hierbas o especias perfumadas debido a la carencia de higiene de la época.

Poco a poco los bolsos comenzaron a utilizar distintas materialidades y bordados. Hacia finales del siglo XVII y XVIII sus formas ya eran más complejas y sofisticadas, ya no se utilizaban en el interior y se comenzaron a llevar colgado en las muñecas, convirtiéndose un complemento indispensable para la mujer no sólo para transportar sus pertenencias sino que además como una fuerte representación de status y moda, desarrollando una dependencia femenina por las carteras. Las más conocidas de la época fue la famosa cartera francesa llamada “réticule” lo que significa ridículo en español, este era un pequeño bolso de seda o terciopelo lujosa.

Llegada la revolución industrial y el desarrollo ferrocarril en el siglo XIX, las personas se comenzaron a desplazar por tren, por lo que surgió una línea de bolsos en miniatura para viajes, estas eran de metal con un rápido sistema de apertura, que incluían compartimientos para

portar cigarrillos, cosméticos y joyas, es aquí donde surge la idea de cartera de mano (hand bag).

A principios del siglo XX las carteras se hicieron parte integral del vestuario femenino, siendo un accesorio fundamental al momento de elegir zapatos o distintas prendas. Se comenzaron a explorar distintos tamaños y tipos de cartera como; modelos más grandes llamados en su época “boulevard”, carteras al hombro, clásicas con asa o sin, el típico clutch de los años 20, carteras cuadradas con estilo militar producto de la segunda guerra mundial, bolsas artísticas influenciadas por el movimiento de Art deco y así podemos continuar con varios estilos y formas que van a depender según el periodo determinado de moda y estética de cada movimiento social.

Como podemos analizar los bolsos y las carteras tienen orígenes utilitarios, cada diseño de cada época responde a una necesidad en un contexto histórico y social determinado. En un principio el origen del bolso fue producto de la supervivencia, luego a través del tiempo se modificó y se convirtió en un elemento esencial para la vida cotidiana de las mujeres, siendo el bolso fundamental para el traslado de pertenencias y a la vez una mera representación del estilo de vida de cada una de ellas.

Fig.10 Línea de tiempo de las carteras

Actualmente tanto las mujeres como los hombres utilizan a diario un bolso, algunos sólo por funcionalidad, otros por estilo y/o según cada ocasión. Hoy en día existen más de 30 tipos de diseños de bolsos o carteras. Conocer su historia y variedad nos van a ayudar a comprender que la creación de nuestras carteras tienen que tener un sentido correspondiente a la época que estamos viviendo y que no podemos dejar de lado la usabilidad de cada una de ellas. En la siguiente (fig. 10) podemos ver una línea de tiempo de las carteras más características de cada época.

3255 AC



1820



EL CUERO, EL PROCESO DE LA CURTIEMBRE Y LA MARROQUINERÍA

Las primeras culturas vestidas desarrollaron una indumentaria a partir de la piel, debido a el traslado de las poblaciones y los abruptos cambios climáticos se vieron obligados a construir y elaborar vestimentas a partir de materiales resistentes que fueran perdurables en el tiempo. Es así como nace la necesidad de utilizar el cuero, material que obtenían fácilmente tras el consumo de los distintos animales. El cuero se ha caracterizado por su alta resistencia y durabilidad, hasta el día de hoy podemos encontrar reliquias y objetos de cuero que se utilizaban en la prehistoria y se han mantenido en el tiempo tal como los accesorios encontrados del hombre Oetzi 2300 años AC (fig.11) Esta firmeza se debe a que el cuero presenta “propiedades de dureza y resistencia a la ruptura y perforación, que repele de forma natural la humedad, lo que retiene su forma y resiste el daño del sol y del calor” (I.Kráľ, F. Schmel, J. Buljan, 2014).

Nuestros ancestros aprendieron a conservar alimentos mediante el salazón, al ahumado y el secado, se dice que a partir de esta experimentación y el descubrimiento de los tintes con pigmentos naturales, los indígenas lograron por casualidad el primer cuero conservado curtido, el cual su proceso consistía en secar la piel, hervirla con corteza de árbol y/o pigmento y frotarla con aceite o grasa. Este proceso fue fundamental para lograr flexibilizar, suavizar y mantener la piel, hasta el día de hoy se utiliza un método bastante familiar en el proceso del curtido, el cual lo podemos ver en la (fig.12)

¿EN QUÉ CONSISTE EL CURTIDO?

El cuero se produce en las curtidorías. Una curtidoría es una fábrica que adquiere cuero en bruto, lo transforma en piel a través de una serie de pasos presentes en la [Figura..] y la vende a los fabricantes o diseñadores. El curtido tiene como funcionalidad conservar y ablandar el cuero. (Sterlacci, 2010, P62).



Fig. 11 Accesorios Hombre Oetzy, La vanguardia 2016



Fotografía de autor, Francisco



a Olavarría, visita curtiembre Maiko

Fig. 12 Proceso de la curtiembre



1

SELECCIÓN DE CUERO (SECADO)

Las curtiembres obtienen el cuero en los mataderos, el cual la mayoría de las veces es regalado al ser un subproducto y un desecho de las industrias alimenticias. Si el animal es sacrificado estando agitado, con miedo y/o con sufrimiento, perjudica directamente en el rendimiento del cuero, ya que las arterias y el músculo se contrae, aumentando la velocidad que se descomponga rápidamente. Es por esto que las curtiembres tratan de conseguir mataderos que sean responsables en el cuidado de sus animales, estos deben cuidarlos y mantenerlos en buen estado (sin golpes, rasguños, etc) para no perjudicar en la calidad del cuero.



2

CROMO HÚMEDO

El cuero ya obtenido y secado por los mataderos es introducido en unos bombos o barricas de maderas gigantescos donde pueden contener entre mil y tres mil pieles cada uno. Los curtidores introducen los cueros dentro del bombo, añaden polvo de sulfato de cromo que transforma las proteínas naturales en sustancias inertes y luego lo hacen girar durante ocho horas, obteniendo un cuero suave y de color azul. Existen otras sustancias vegetales que pueden reemplazar el cromo, como lo hacían antiguamente, hirviendo corteza de árbol (roble, abeto, gambir) u otras cortezas naturales hasta obtener un "te" cargado en tanino (sustancia interna de corteza de árbol). Esta fórmula puede ser muy conveniente ya que no se utilizan sustancias químicas fuertes y es un proceso natural. Ya procesados los cueros se cuelgan en máquinas de escurrimiento o al aire libre y se dejan secar durante varios días.



3

NEUTRALIZACIÓN

Antes de pasar al proceso de teñido y preteñido se debe de alcalinizar y neutralizar las pieles, las cuales son introducidas en otros bombos giratorios.





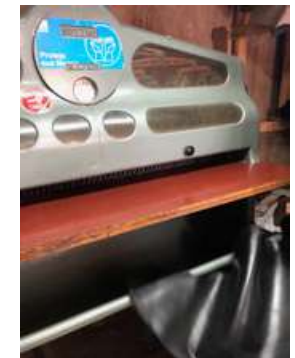
4

TEÑIDO

Las mejores pieles se trabajan previamente con licor de engrase el cual es una sustancia que acondiciona la piel devolviéndole su suavidad natural para luego ser teñidas, clasificándolas como pieles anilinas. Este tipo de cuero son preprocesadas para que los tintes puedan penetrar por completo en las dos caras de la piel, por lo que no requieren de tapar imperfecciones con pulverización o con otros tintes de coberturas, como sí lo deben de hacer las pieles que tienen defectos, llamadas semianilínicas. Las pieles semianilínicas como podemos ver deben de pasar por más procesos productivos y en varias ocasiones les hacen coberturas plásticas para unificar el cuero.

Para teñir los cueros se introducen en unos bombos especiales para el teñido, la mayoría de las curtidurías aplican las mezclas de tinturas utilizando su propio "libro de recetas" con los distintos porcentajes de sustancias químicas. Las curtidurías más pequeñas hacen este mismo proceso pero en menor cantidad y pintándolos a mano por unidad, completamente opuesto a las más sofisticadas que utilizan ingredientes automáticos con los colores ya establecidos.

Efectivamente el cuero que no presenta teñido, tal como el tiento y el cuero crudo, son materiales con menos procesos químicos y más amigables con el medio ambiente, sin embargo el teñido le otorga una mayor durabilidad al cuero ya que a través del tiempo el cuero crudo se torna de color amarillo y es propenso a el desgaste físico del material. El teñido le otorga una protección al material y a la perdurabilidad de su aspecto físico, debido a sus proceso de engrase y coberturas.



5

ABLANDADO Y OTRAS TÉCNICAS

Retirados ya de los bombos se colocan sobre unos palets rodantes, dejándolos reposar para que los líquidos escurran. Ya secados los cueros pasan por el proceso de ablandado la cual su objetivo es estirarlos para devolverlos a su tamaño original evitando la necesidad de ser humedecidos. Existen dos maneras de ablandar el cuero; la primera es hacerlo pasar por grandes rodillos y la segunda es un estiramiento a mano, puede que se use alguna herramienta de apoyo, pero el esfuerzo dedicado a cada una de las pieles es completamente por un experto.

Ya ablandadas las pieles están listas para ser vendidas o aplicar algunos toques finales como por ejemplo pulirlas, plancharlas, abrillantar, entre otros con algunas máquinas especializadas.

TÉCNICAS DECORATIVAS

Las curtidurías crean sus propias técnicas decorativas para sus pieles. Una de las más populares es el repujado, el cual consiste en unas placas metálicas que contienen diseños de texturas, imitando por ejemplo la piel de cocodrilo, elefante, etc. Esta técnica consiste en introducir la piel junto a la placa decorativa en máquinas especiales de repujado, para luego aplicarles presión, quedando la piel estampada por completo, dando una versión auténtica y única para cada una de ellas. Otras opciones decorativas son a través de láminas metalizadas de estampación, que son láminas aplicadas con presión y calor al cuero, este proceso también es aplicado para crear charol, el cual lo revisten con una placa de plástico.

FABRICACIÓN DE PRODUCTOS, LA MARROQUINERÍA

Ya el cuero curtido, está listo para ser fabricado en distintos productos. El oficio que trabaja directamente el cuero es el arte de la marroquinería, la cual a diferencia de la talabartería confecciona implementos enfocados para los seres humanos, incluyendo accesorios como carteras, bolsos, guantes, sombreros, zapatos, cinturones, billeteras, entre otros.

La marroquinería proviene de la palabra “maroquin” en francés, la cual significa “marruecos”, esto se debe a que los grandes maestros del cuero provenían de marruecos y son ellos quienes le enseñan las técnicas a los artesanos europeos. Actualmente cada vez hay menos artesanos que se dedican a la marroquinería, ya que debido a la globalización y al implemento de nuevas máquinas tecnológicas han ido sustituyendo el trabajo manual. Aun así la marroquinería sigue estando asociada a la manufactura personalizada y de alta calidad, relacionándolo mayoritariamente a las marcas de lujo o pequeñas boutique que elaboran productos únicos para cada cliente.

Para poder confeccionar de manera adecuada una cartera es necesario entender ciertas terminologías claves presentes en el rubro de los cueros, estas las llamaremos: mano, peso, grosor, pie y estructura, estas van a ser fundamentales al momento de elegir, cortar y elaborar cada cartera.

La mano, el peso y el grosor

La mano corresponde al tacto de la piel donde se evalúa su rigidez o suavidad, el peso de cada piel va estrechamente relacionado a la mano y su grosor; “el peso de una piel se define como el número de kilogramos por 0,092 m², generalmente 0,092 m² de piel que pesen 0,028 kg suele tener un grosor de unos 0,4 mm” (Sterlacci, 2010) y así se va convirtiendo proporcionalmente, en la (fig. 13) podemos encontrar una tabla de conversión estimada de peso a grosor. Es muy importante comprender el peso y el grosor del cuero ya que son estos los que van a determinar el tipo de objeto o prenda que se puede construir; por ejemplo; las carteras idealmente se construyen con pieles entre 1.2-2.0 mm de espesor; las camisas entre 0,5-0,6 mm, pantalones entre 0,7-0,8 mm y por último los abrigos 0,8-0,9mm.

El “pie”

El tamaño o el pie del cuero va a depender directamente del tamaño del animal, por lo que los cueros generalmente son vendidos por manto y ½ manto, no por secciones. Dado que las pieles son irregulares y no cuadradas el sistema estándar de medición se calcula por metro cuadrado, denominado “pie”. Las curtiembrierías utilizan máquinas de medir especiales, donde se calcula el área total de la superficie. Al momento de confeccionar es importante sumar un 5% -10% más de margen al tamaño de piel que se va a seleccionar; debido a las

imperfecciones que pueda tener el cuero al ser un producto natural.

Estructura de una piel

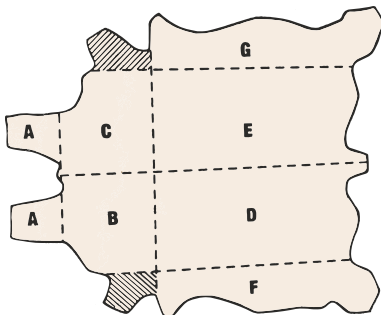
Al momento de cortar el patronaje de una piel es importante darse cuenta que el cuero presenta una estructura anatómica donde encontramos la cabeza, el hombro, crupón, abdomen, costado y dorso, en la siguiente (fig. 14) encontramos cada una de sus partes y como se deberían de utilizar cada una de ellas, lo más habitual es que en una piel existan puntos débiles, zonas estiradas, imperfecciones, etc lo que es muy importante al momento de seleccionar el cuero. Por lo general se recomienda elegir los ½ mantos o costado con un corte lo más parejo y recto posible, ya que nos va a ayudar a optimizar su uso.

Fig. 13
Diseño de moda en Piel, Starlacci

TABLA I GROSOR DE LA PIEL SEGÚN SU PESO

mm	Peso Kg
0,4	0,02
0,8	0,05
1,2	0,08
1,6	0,011
2,0	0,014
2,4	0,017
2,8	0,019

NOMBRES DE LAS PARTES DEL CUERO

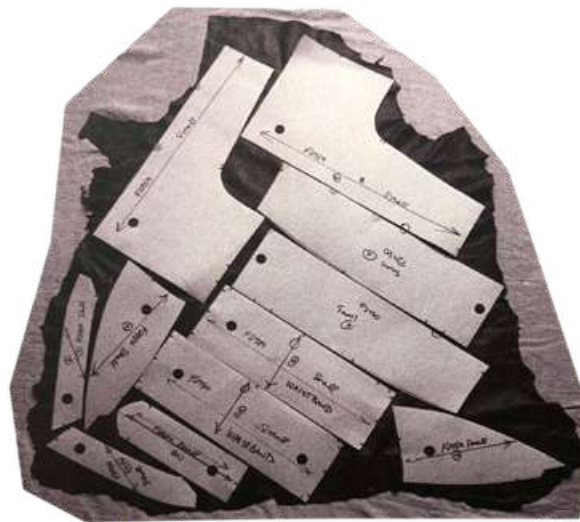


- Cabeza A
- Hombro B+C
- Crupón D o E
- Abdomen F o G
- Costado A+B+D+F o A+C+E+G
- Dorso B+D o C+F

Fig. 14
Diseño de moda en Piel, Starlacci

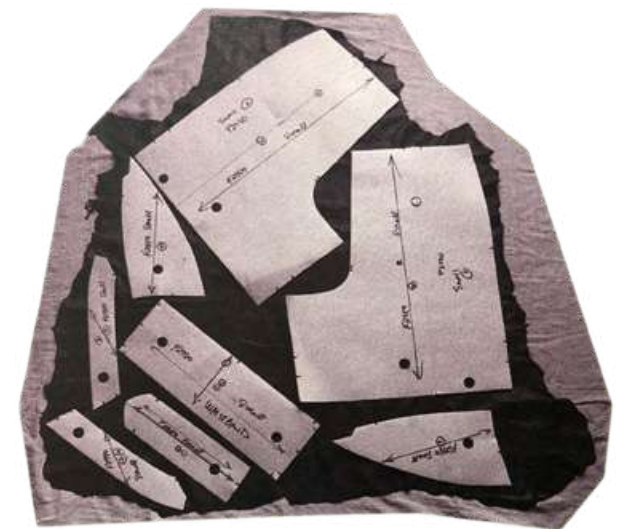
Al momento de realizar el corte del patronaje es muy importante optimizar el uso del cuero, tal como lo podemos ver en las (fig.15) y (fig.16) donde se muestra el uso adecuado de cada molde posicionado en la piel. Los márgenes de costura deben de tener entre 8mm y 10mm para la mayoría de las costuras, sin embargo se recomienda 5 mm de diámetro para respuntes, bordes de cuellos y tapas de bolsillos.

Fig. 15
Diseño de moda en Piel, Starlacci, 2010



Correcto uso del cuero

Fig.16
Diseño de moda en Piel, Starlacci, 2010



Incorrecto uso del cuero



MARCO TEÓRICO

4. MODA SOSTENIBLE Y EL SLOW FASHION

EL DISEÑO Y LA SUSTENTABILIDAD

Hoy en día la sustentabilidad forma parte fundamental para toda creación y diseño, un producto pensado y creado sin las bases o el previo conocimiento en esta materia, es crear un objeto sin mirar la necesidad que tiene nuestro mundo y no ser conscientes del impacto negativo que podría generar a nuestro medio ambiente. Es por esto que se considera importante revisar en detalle qué es lo que significa un diseño sustentable y una moda circular, para poder crear nuestra marca y línea de carteras en forma consciente y responsable.

¿Qué significa un diseño sustentable?

“El desarrollo sustentable es un proceso integral que exige a los distintos actores de la sociedad compromisos y responsabilidades en la aplicación del modelo económico, político, ambiental y social, así como en los patrones de consumo que determinan la calidad de vida.” (SN, chile desarrollo sustentable, 2011).

Definimos como diseño sustentable aquel que busca reducir el impacto medio ambiental, social y económico asociado, donde existe en cada uno de estos un modelo viable, equitativo y tolerable entre sí. Como podemos ver en la (fig.17) dividimos la sustentabilidad en estos 3 pilares fundamentales:

1. MEDIO AMBIENTAL

Refiere al uso eficiente y racional de los recursos naturales, para mejorar el bienestar de las sociedades actuales sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. Teniendo en cuenta los límites de renovación de los recursos, los ciclos de la naturaleza y un buen equilibrio entre el hombre y el medio. (Gomez, 2017) Este pilar se relaciona directamente con el ciclo del producto y su compromiso con el medio ambiente.

2. SOCIAL

Sistema o producto que apunta alcanzar la equidad y la justicia social, donde se respetan los derechos humanos económicos, políticos, culturales y de género. Además deben apuntar a la conservación de las tradiciones, la cultura y los derechos de las comunidades autóctonas. (Gomez, 2017).

3. ECONÓMICA

Sistema que busca el crecimiento económico de manera consciente, donde se explotan los recursos de manera limitada y responsable, apostando por consumo y producción moderada para el medio ambiente y los trabajadores.

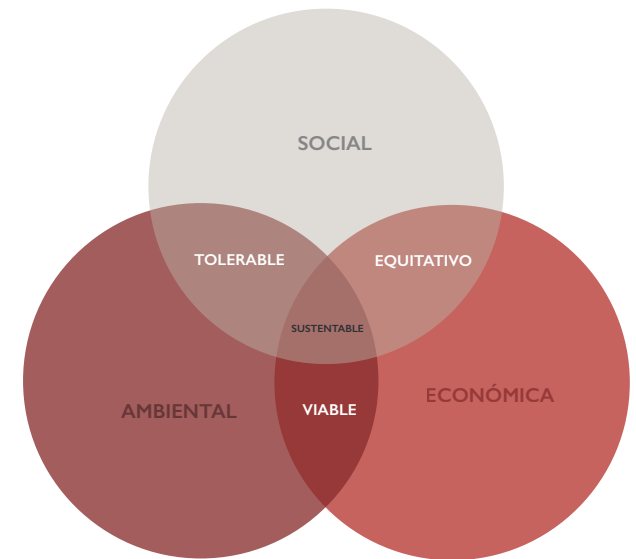


Fig. 17
Modelo de diseño sustentable

FAST FASHION Y MODA CIRCULAR

El “fast fashion” ha sido durante años el principal modelo económico de la moda (fig.18) donde el “extraer, crear y tirar” se ha convertido en la base productiva de la industria y la fuente del consumismo exacerbado en nuestra sociedad “el consumo mundial de ropa se ha más que duplicado de 74.3 billones de prendas de vestir y calzado en 2005 a 130,6 mil millones de artículos en 2019 (Euromonitor Internacional, 2020). El auge de esta “moda rápida” fue a mediados del 2000, donde las industrias aumentaron rápidamente su producción debido al desplazamiento de sus fábricas a países pobres, buscando en ellos un sistema de salarios bajos, con menor regulación y en plazos acotados. Esta nueva modalidad llevó a un descuido hacia los trabajadores y al medio ambiente, abusando los derechos humanos y explotando nuestros recursos naturales. “Las marcas de moda hoy en día producen casi el doble de la cantidad de la ropa en comparación con antes del año 2000” (Niinimäki, 2020).

Es así como la industria de la moda se convirtió en la segunda industria más contaminante en el mundo, según la asociación the Nature Reviews Earth & Environment “los impactos de la industria de la moda incluyen más de 92 millones de toneladas de residuos producidos por año, 79 billones de litros de agua consumidos y [...] 4 mil millones de emisiones globales de CO2.” (Niinimäki, 2020). Esta contaminación se involucra directamente con el ciclo de vida que tiene el producto, ya que la moda presenta una cadena de suministro larga y compleja, desde que se produce la materia prima, la confección

de la prenda, su uso y desecho. En la (fig. 19) explicaremos cada una de sus partes, las cuales va a ser fundamental para comprender el proceso productivo, la contaminación que produce cada uno de ellos y su impacto social en sus trabajadores.

El algodón se ha convertido en el más importante cultivo en el sur de Estados Unidos y suministros fabricantes de ropa e interiores de casas empresas de EE. UU. y Europa.

Nace la ropa de producción masiva

Se acuña el término “explotación industrial”

La moda de lujo se exhibe en la pasarela pero todavía se produce localmente y en pequeña escala.

1830

1850

1850

Principios 1900

Presente

Finales 2010

2005

El crecimiento en línea directa al consumidor. Influencer de compras y redes sociales. El marketing permite que la moda ultrarrápida prospere y la industria se acelera aún más.

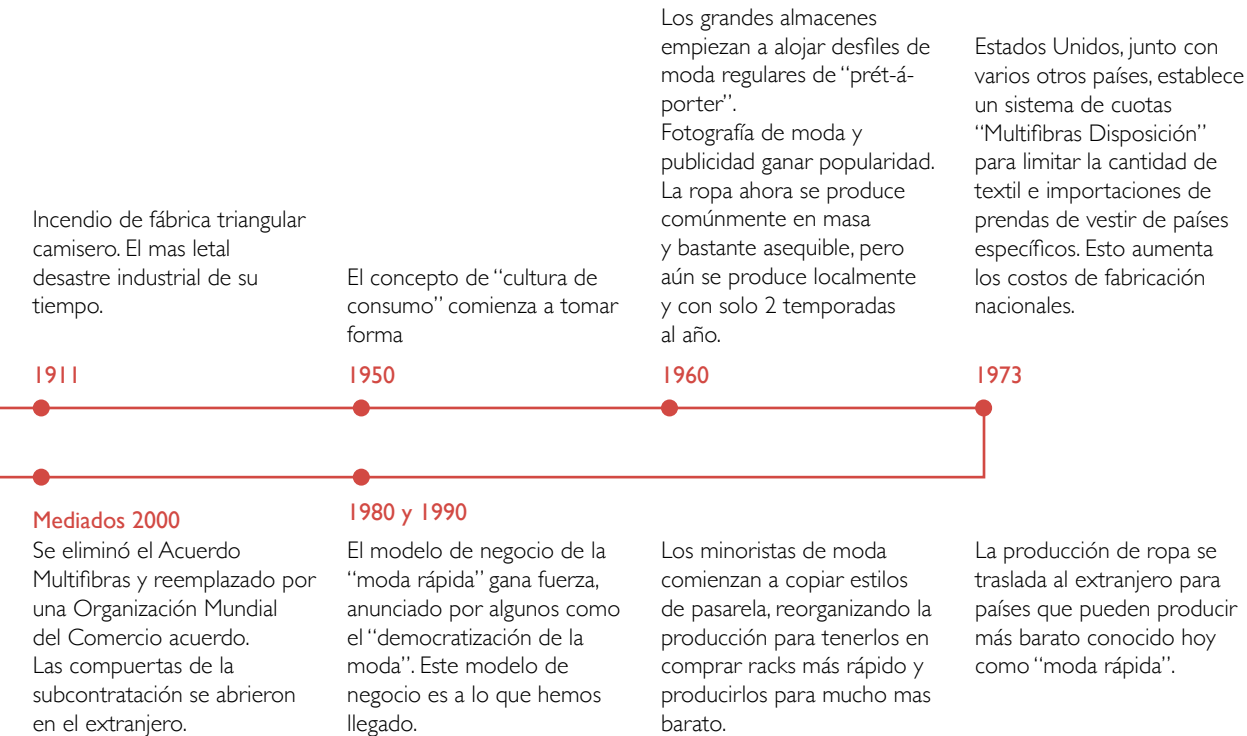
Una nueva generación de minoristas de moda, decidida para acelerar las cosas y reducir costos incluso surgen más y las compras se mueven en línea.

El modelo de moda rápida domina la industria. Caracterizado por la producción que cambia con frecuencia a los países que ofrecen los salarios más bajos, menor regulación y menor protección para trabajadores y medio ambiente.

Las marcas comienzan a crear más colecciones cada una año y los fabricantes y proveedores son hecho para trabajar con plazos más cortos y rápidos. La mayoría del mercado se mueve en esta dirección.

Fig. 18

Línea de tiempo fast fashion. Paper Fashion Revolution, 2020



La mayoría de los impactos ambientales ocurren en la fabricación de la materia prima de los textiles y en los países fabricantes de prendas de vestir, pero podemos encontrar este tipo de residuos a nivel mundial debido a los mismos consumidores (Niinimäki, 2020). Dado a esta modelo productivo no consciente, surge la idea de "slow fashion" que lo definimos como "movimiento que pretende conseguir, por un lado, una reducción de la producción con el fin de evitar la sobreexplotación de los recursos naturales y humanos, y por el otro, una disminución del consumo mediante la prolongación de la vida útil de las prendas, dando prioridad a la calidad y la durabilidad de las prendas por encima de la cantidad y la tendencia" (Matilla y del Arrabal, 2018)

Junto al slow fashion en la actualidad se está proponiendo una nueva modalidad de "moda circular" donde se plantea una nueva ecuación de "extraer - crear - rehacer" es decir, generar nuevos productos a partir de los que ya existen o arreglarlos para darle una nueva vida útil, teniendo en consideración una producción que repite, reusa, remanufactura y recicla tanto el agua, como la obtención de materia prima, el CO2 y su energía. (Fig.20)

6 FIN DE VIDA DE LA PRENDA

a. Material muerto: Prendas nuevas, sin usar que son incineradas. "El 2018 **Burberry quemó £ 28.6 millones en ropa, bolsos y perfumes** ese año que no se habían vendido" (BBC, 2018)

b. Prendas descartadas por los consumidores: Una reciente investigación encontró que el 40% de la ropa importada termina pudriéndose en vertederos o en el mar [...] y cada persona genera 14 kilos de residuos textiles al año (Ricketts, 2020) Menos del 1% de textiles y la ropa se recicla genuinamente en nuevos textiles y ropa (Fundación Ellen MacArthur, 2017)

5 USO Y LIMPIEZA

La mayoría de las personas no tienen conciencia acerca de la limpieza y el cuidado de sus prendas. Las marcas no educan a sus consumidores, por lo que estos lavan desmedidamente su ropa, sin tener la noción del gasto de agua y los microplásticos liberados en cada una de ellas.

- **25% de la huella de carbono** de la ropa está relacionada con el lavado. (Quintatrends, 2018)
- **70 Litros** de agua gasta en promedio cada programa de lavado (Quintatrends, 2018)
- Más de **700.000 fibras microscópicas** puedan acabar en las aguas residuales. (Quintatrends, Plymouth, 2018)
- **70%** de la ropa que tiramos a la basura tiene **daños irreversibles relacionados con su mal lavado** (Fashion revolution, 2020)

1 PRODUCCIÓN Y EXTRACCIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Una de las principales contaminantes en este ciclo es la obtención de materias primas, las cuales se ven enormemente perjudicadas la tierra, el agua, la energía, CO2 y salud de los trabajadores. Esto se debe principalmente por el uso intensivo del suelo (cultivos permanentes y usos de pesticidas) y la utilización de grandes litros de agua.

93.000 millones de metros cúbicos de agua **20% contaminación** industrial del agua **1/2 toneladas** de microfibras tiran al mar (UNCTAD, 2019)

2 TRANSFORMACIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Es la producción de la prenda como tal. Las empresas han aprovechado las condiciones y sistemas de países bastante desregulados en legislación laboral y con condiciones laborales muy bajas, **el costo de mano de obra de una prenda de moda es un 0.6% del valor del precio en tienda.** Trabajadores viven en la línea de la pobreza y se ven expuestos a abusos laborales que van desde abusos psicológicos y físicos, donde se les agrade al no llegar a las cuotas de producción requeridas y en un ambiente deficiente en términos de seguridad y limpieza.

En cuanto al residuo de producción incluye el desecho de fibras, hilos y desechos de telas, un estudio nos relata que "los desechos textiles durante la confección es del 25-30% del tejido utilizado" (Runnel, 2017) las cuales proceden principalmente del corte de la tela.

3 ETIQUETAS Y EMBALAJES

La mayoría de los packaging terminan como residuos

4 DISTRIBUCIÓN Y RETAILERS

Relacionado directamente con la geolocalización. ¿Qué es lo que te atrae de comprar de ciertas marcas sobre otras (más allá del precio y calidad)? ¿La marca me conecta con otros como yo y me da un sentido de comunidad? ¿La marca toma una posición política en temas importantes para mí? ¿La marca representa algo más grande que los productos y servicios que vende, que



Fig. 19

CICLO DE VIDA DE UNA PRENDA

Ilustraciones: Quinta trends, Fashion revolution

	Consumo de agua y polución		Residuos sólidos
	Uso de productos químicos		Problemas Sociales
	Emissiones de Co2 y consumo de energía		Problemas de Salud

Hoy en día las cuatro “R” son fundamentales para realizar cualquier propuesta de diseño, sin embargo en este último tiempo se ha ido incorporando un quinto concepto llamado “needshoring” el cual apunta a disminuir la contaminación del Co2 generada por el excesivo transporte de materias primas y productos generados en las industrias. (Fig.20)

R

REDUCIR La cantidad de recursos que se requieren para producir un nuevo producto CO2, Agua, energía, materiales.

R

REMANUFACTURAR idea del “upcycling”, que es generar productos a partir del desecho de mejor calidad o con un valor agregado mayor.

R

REUSAR cadenas de producción.

R

RECICLAR

N

NEARSHORING Producir a una distancia de máximo 4 horas para reducir gasto CO2 y energético.

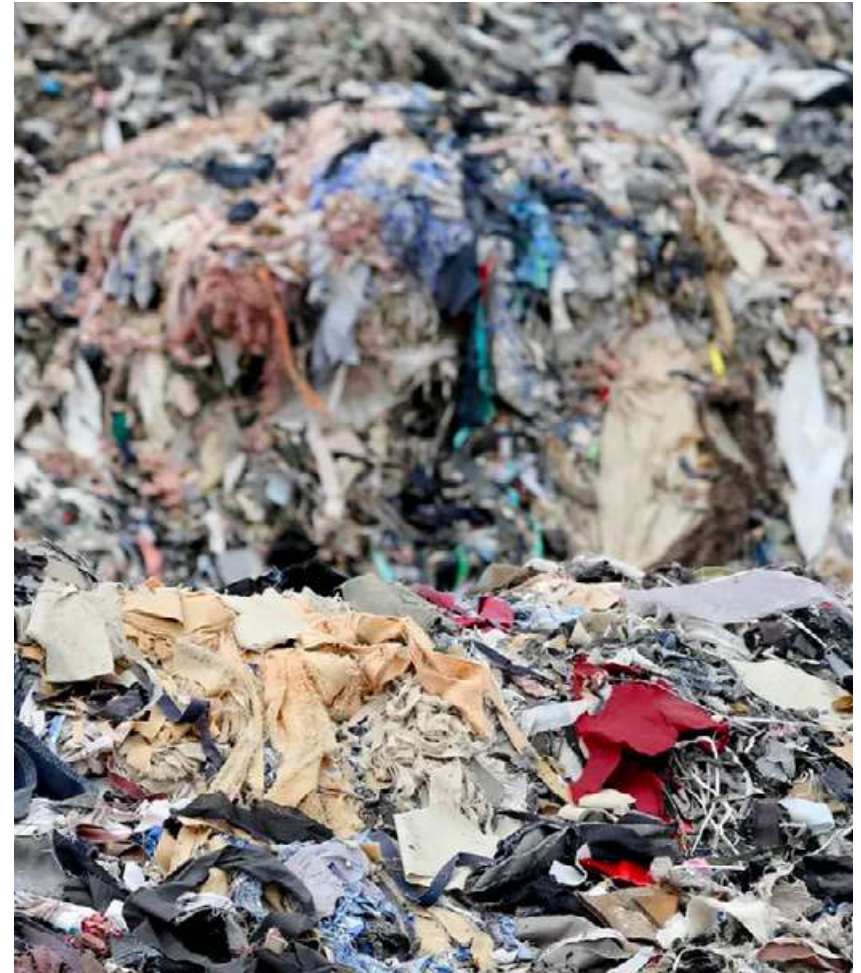
Fig. 20

*Modelo de negocio sustentable
4R+Nearshoring*

¿QUE IMPLICA EN TÉRMINOS DE MODA Y DISEÑO?

Según una charla expuesta por **Sofía Calvo**, pionera en Chile de moda sustentable, nos relata en resumen 8 puntos en considerar para realizar una marca sostenible según el modelo circular

- 1 Elección de materias primas conscientes.
- 2 Diseñar un producto inteligente, donde se aprovecha al máximo cada una de sus partes.
- 3 Hacerse cargo de su eventual reutilización o upcycling futuro.
- 4 Hacerse cargo de la “reparación y embellecimiento” de las prendas.
- 5 Proveer de toda la información necesaria para el cuidado de la prenda, educar al consumidor.
- 6 Tener un embalaje inteligente para las prendas.
- 7 Gestionar de manera inteligente la obtención de materias primas, su fabricación y la distribución de la ropa en los puntos de venta o al cliente final, donde se aplique el needshoring.
- 8 Existe una valorización del trabajo, sueldo justo y transparencia en quienes fabrican y producen los productos.



Fotografía: Mohammed Anwarul Kabir Choudhury/Alamy

¿EL CUERO PUEDE SER UN MATERIAL AMIGABLE CON EL MEDIO AMBIENTE?

“
 LAS INDUSTRIAS DEL
 CURTIDO PODRÍAN
 CONSIDERARSE
 COMO GRANDES
 CENTROS DE
 RECICLAJE, YA QUE SE
 DEPOSITARÍAN LAS
 MILES DE TONELADAS
 DE PIEL QUE SE
 GENERAN A DIARIO
 EN EL MUNDO COMO
 CONSECUENCIA
 DEL CONSUMO DE
 CARNE.”
 LLADÓ I RIBA Y PASCUAL I
 MIRÓ, 2006)

En la actualidad la industria cárnica es una de las más grandes en el mundo “La producción de carne hoy es casi cinco veces más alta que a principios de la década de los 60: de 70 millones de toneladas a más de 330 millones de toneladas en el mundo tan sólo el 2017 [...] Aunque pensemos que la carne se está volviendo menos popular, el consumo en EE.UU. en 2018 estuvo cerca de su nivel más alto en décadas [...] Mucha gente en Europa y América del Norte asegura que trata de reducir el consumo de carne pero según las estadísticas este va incrementando” (Ritchie, 2019, BBC). Según datos de “Agrosuper”, una de las empresa chilenas más grandes de productos ganaderos, ellos faenan aproximadamente 18.000 cerdos al día y el año 2019 obtuvieron en total 13.255.256 kg de cueros al año. Muchas de estas empresas ganaderas venden sus desechos como el cuero o lo regalan a las curtiembrenías, deshaciéndose de todo subproducto que deja la carne.

Como podemos ver día a día se producen miles de toneladas de desechos en esta industria, la piel forma parte de este desecho y es considerado un subproducto dentro de esta. Por lo que podríamos considerar que las curtiembrenías son un gran aporte para el reciclaje de estos productos. Si es que el cuero no se procesa sería un desecho orgánico, lo que sería un problema importante debido a la podredumbre, olor y volumen del desecho, “se afirma que la huella de carbono de la senda de eliminación sería mayor que el proceso para el corto y largo plazo en cuero” (I.Kráľ, F. Schmél, J. Buljan, 2014).

Hoy en día existen curtiembrenías que promueven prácticas ambientales sostenibles, donde reciclan y purifican las aguas residuales, utilizan otros métodos de teñidos personalizados, evitan el uso de cromo y reciclan sus residuos. En el mundo existen dos curtiembrenías italianas que son 100% ecológicas certificadas llamadas Ecolife™ by Green Hides y Leather Working Group, según la asociación “sustainyourstyle” en la actualidad hay varias curtiembres que están instalando estas medidas y están en proceso de certificación, la cual es un proceso largo y experimental, aun así estas siguen siendo un gran aporte para el reciclaje de esta inmensa industria carnívora “La mayoría de la industria de procesamiento de cuero es responsable y cumple con los requisitos ambientales y sociales” (I.Kráľ, F. Schmél, J. Buljan, 2014).

Además de ser un centro de reciclaje, el cuero es un producto con cualidades resistentes que sobrepasan cualquier imitación. Como mencionamos anteriormente desde la prehistoria el cuero se ha caracterizado por su alta resistencia y durabilidad si este se cuida adecuadamente podría durar de por vida. “No existe un material que reemplace en su totalidad a las propiedades que tiene el cuero y las múltiples funcionalidades que el mismo ofrece, ni siquiera el propio ecocuero que ha evolucionado con los años”. (Paper cuero vs eco cuero)

IMITACIONES DEL CUERO

Los materiales que imitan al cuero los podemos encontrar en varios nombres, como cuero sintético, cuerina, polipiel, policuero, cuero de imitación, ecocuero, entre otros. Estos los podemos clasificar en dos tipos según su fabricación, primero los que son a partir de “telas sintéticas” que están cubiertas de PVC o poliuretano PU, las cuales son un tipo de fibras derivadas del petróleo (una de las industrias más contaminantes del mundo) y segundo las “fibras naturales” que son cueros muy escasos y específicos tal como el piñatex, wine leather y mushkin, que tienen una procedencia completamente vegetal. (Fig.)

Muchas de las grandes empresas suelen llamar el “ecocuero” a esta “tela sintética”, la cual es un error; ya que debido a su procedencia y su durabilidad se aleja del concepto “eco” y hasta llega a ser más contaminante que el cuero bovino. Tal como lo explica Cabrera en su investigación de “cuero vs ecocuero” “ El consumo y venta masivo recae sobre los cueros que son de procedencia de tela sintética, al ser un material más asequible es mayormente consumido su corta vida útil entre 1 a 5 años lo vuelve rápidamente desechable y por ende en esta etapa más contaminante” (Cabrera,2018). Por otro lado el cuero obtenido por fibras naturales es en definitiva la mejor opción en cuanto a sustentabilidad ya que como pudimos ver en la (fig.21) es la que presenta una mayor viabilidad en cuanto a la ecología. Sin embargo, las 3 empresas que producen este tipo de material, son empresas muy pequeñas que la mayoría están fuera del alcance de nuestro país (londres e italia)

Según la investigación realizada podemos concluir que el escenario ideal para la confección de nuestra línea de productos sería utilizar cuero de fibra natural fabricado en Chile o sus alrededores (según la distancia del concepto aplicado de nearshearing) que lamentablemente no se encontró algún proveedor de dichas cualidades. Pero dado que todavía existe la necesidad de utilizar el desecho de las industrias cármicas existentes en Chile, sumado al factor que el cuero bovino es de alta resistencia y tiene una larga vida útil, se decidió ocupar esta materia prima para la realización de la línea de carteras. Además, este es de suma importancia para la elaboración de la técnica talabartera chilena, debido a su grosor y tipo de materialidad para confeccionar un producto completamente chileno y rescatar nuestro patrimonio cultural.

PIÑATEX

Cuero confeccionado a partir de hojas desechadas en la recolección de piñas, estas son recolectadas a través de una comunidad agrícola en Filipinas.

Fabricado: Reino Unido



WINE LEATHER

Cuero con base a el orujo de la uva, que es el desecho de la producción del vino, la masa de orujo se mezcla con componentes los cuales ayudaran a formar el textil.

Fabricado: Italia



MUSHKIN

Cuero hecho a base de champiñones, setas u hongos. Proceso parecido al curtir bovino con excepción a que utiliza sólo productos vegetales, no químicos.

Fabricado: Italia



Fig. 21

Cuero construido en base de fibras naturales

2.1 PROBLEMÁTICA

ESCASO CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN POR PARTE DE LA SOCIEDAD DEL HUASO Y SUS ARTESANÍAS

Los aperos del huaso forman parte de la artesanía tradicional e indígena. La fusión existente entre la cultura española y mapuche nos hace tener una identidad propia, conformando una vestimenta y artesanía única que nos diferencia con los demás países vecinos. El rescate de elementos patrimoniales es de gran relevancia para su conservación, ya que gran parte de nuestro patrimonio está en riesgo de ser olvidado, tal como lo dice Sanfuentes “ si no cuidamos nuestro entorno y los elementos materiales de los que se vale la memoria para recordar, existe riesgo de amnesia colectiva” (Sanfuentes en Marsal, 2012, P.69).

En la actualidad existe un escaso conocimiento y valoración por parte de las personas, respecto del valor patrimonial de la vestimenta del centro de nuestro país. El desconocimiento y la falta de interés de gran parte de la sociedad, por la tradición folclórica, ha producido una indiferencia transversal con respecto al desarrollo de la cultura local y sus artesanías, en especial la de la talabartería y ataujía, que es nuestra artesanía a explorar. Se realizó una encuesta [anexo 2 y 3] a 243 personas acerca del huaso chileno y se concluyó que el 91% lo considera como patrimonio cultural, el 79% no conoce la historia de su vestimenta y el 38% conoce los oficios relacionados con los aperos, de los que el 75% y 35% reconoció las chamanteras de doñihue y las tejedoras de trigo y sólo el 10% y 5% reconoció la talabartería y ataujía. El mundo del huaso es conocido por un círculo muy reducido, tal como lo atestigua un espuelero: “Nuestro trabajo lo conoce principalmente la gente

ligada con el campo, los caballos y el rodeo, es un oficio con mucha historia que sólo un círculo cerrado conoce” (Juan Pablo, 2019).

La apatía de la mayoría de la población chilena, produce que la vestimenta, la artesanía y la labor del huaso se desarrolle y sea conocida en sólo las zonas rurales.

Gran parte de los clientes que compran artesanías a los talabarteros y a los espueleros, están relacionados con el “rodeo chileno”, la cual actualmente va en decadencia debido a las demandas realizadas por los animalistas en contra del maltrato animal, trayendo como consecuencia en un futuro próximo la disminución de la demanda de productos para los mismos artesanos, tal como lo atestigua el talabartero Castillo “La mayoría de mis clientes están relacionados con el rodeo [...] bueno de este deporte cada vez van quedando menos jóvenes que lo practican [...] es un tema complicado han suspendido varias competencias por los animalistas”. Muchas personas asocian el rodeo como fuente e inicio de esta cultura, cuando es sólo un apéndice de esta, que a través del tiempo se vio involucrada directamente con la artesanía. Por lo que es necesario que los chilenos conozcan la cultura huasa como parte del legado de nuestro país, ya que esta no solo forma parte del rodeo chileno si no que además es parte de nuestro patrimonio que involucra nuestras costumbres, tradiciones, infraestructuras, modismos, entre otros. La artesanía de los aperos, en especial de la talabartería y ataujía, representa la vestimenta, la historia y la figura del hombre de campo, que nace del mestizo pobre y el

trabajador agrícola en el siglo XVII, el cual representa en su época la mayoría de la población chilena.

 243

79% **no** conoce la historia de su vestimenta

38% conoce los oficios relacionados con los aperos de las cuales el:

75% reconoció a las chamanteras de doñihue

35% las tejedoras de trigo

10% reconoció **la talabartería**

5% **chapeado** en metal

2.2 PROBLEMÁTICA

LA ARTESANÍA SE HA ENFOCADO A DESARROLLAR DISEÑOS A PARTIR DE LA CULTURA ANDINA

La valoración tanto del oficio talabartero como el espuelero, se ve reflejada en la escasa recepción de nuestros productos locales. Es así como la artesanía chilena se ha enfocado mayoritariamente en desarrollar diseños a partir de la cultura andina. Esto se prueba en la fundación artesanías de Chile (fig.22) ya que ha dejado rezagada a un segundo lugar a la talabartería y la ataujía como tal, teniendo en ciertas tiendas sólo 2 productos relacionados a los aperos (La chupalla y mantas de doñihue) y los restante 156 productos relacionados a los pueblos andinos “de ataujía no tenemos ningún producto y de talabartería tenemos cuencos que se utilizaban en los pueblos originarios y alfombras de oveja, pero del huaso chileno no tenemos. La verdad es que se conoce muy poco... yo me imagino que son cinturones y elementos para andar a caballo. Nosotros nos enfocamos en los pueblos originarios especialmente en lo andino” (Tapia,2019). Prueba de esto, es que en el centro turístico Pueblito los dominicos, lugar emblemático donde se reúnen 168 tiendas (fig.23) de artistas y artesanos, ninguno tiene relación con la talabartería y la ataujía del huaso, todos se dedican a la artesanías de zona centro, sur y pascuenses.



Fig 22 Tienda fundación artesanías Chile

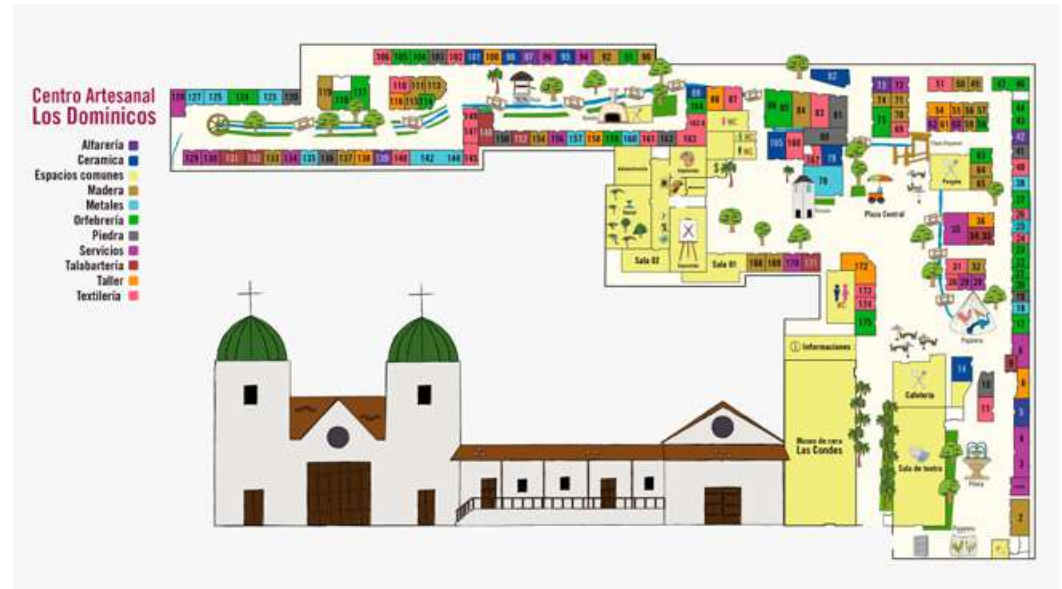


Fig 23 Mapa de pueblito los dominicos

2.3 PROBLEMÁTICA

LA GLOBALIZACIÓN, UN PELIGRO PARA EL OFICIO

Este desinterés por la artesanía se ha visto facilitado por el fenómeno de la globalización, que ha significado, entre otras cosas, la merma de la garantía de una fuente laboral segura, de miles de artesanos. Junto con esto, el desinterés de los jóvenes por la talabartería y la ataujía, ha llevado al oficio del artesano, prácticamente a la completa extinción. En una entrevista con el talabartero René Castillo, se puede reforzar esto: “Sabe porque se pierden estas cosas? Porque es sacrificado, la juventud de ahora le gusta andar metida en el computador y al aire libre, yo trabajo 17 horas al día, la gente prefiere ganar más Lukas y en poco rato, esto es lento y es difícil de aprender” (Castillo, 2019), por otro lado el espuelero Lucas Calderon nos relata “Yo soy el chapeador más joven, tengo 24 y sólo conozco a viejos que se dediquen a esto, yo lo aprendí por mi hermano. Hoy en día quedan muy pocos talabarteros y espueleros, la gran mayoría son de gran edad y son menos los jóvenes que se interesan por los oficios, ya que es un trabajo tedioso, de mucho tiempo y dedicación.”

Por otro lado la producción artesana ha quedado rezagada frente a la competencia que plantea la producción en masa, dado que el interés de compra de la artesanía está hoy en día en riesgo. Cuenta de esto Marcela parra artesana relacionada a los aperos “Mi papa le vendía a uno de los supermercados más grandes del país, panorama que cambió cerca del año 2000 cuando una gran cadena de supermercados dejó de comprarle las chupallas porque las comenzaron a traer de China y

no hubo cómo competir” (Villalobos, 2018). El trabajo especializado de la técnica en la producción artesanal, dentro de otros elementos, ha hecho que la competencia de estos productos sea muy barata. Tal como lo relata el talabartero Rene “El problema de hoy en día es que se está perdiendo la calidad de los trabajos, tú vas a rancagua y encuentras a artesanos que sólo se dedican a hacer miles de botones trenzados básicos que salen más baratos y no son propios de nuestra artesanía”. Debido a la producción en masa y el “abaratamiento de los costos” la manufactura primaria, especialmente de los artesanos, se ha desvalorizado injustamente, no apreciando “lo hecho a mano” y apostando por una cadena productiva eficaz y barata.

2.4 PROBLEMÁTICA

DIFICULTAD DE LOS ARTESANOS AL MOMENTO DE INNOVAR EN SUS TÉCNICAS

El artesano se ha visto perjudicado, porque se resiste a adoptar una mentalidad similar a la del mercado. Es por esto que, a pesar de comprender la necesidad de innovación para alcanzar nuevos mercados, miran con resistencia los cambios en la fabricación de sus productos. Un ejemplo claro es en la talabartería, desde el momento en que el talabartero decide realizar un objeto que no dice relación con el apero del huaso chileno, ve limitadas sus posibilidades de producción. A ellos, como dice Moncho “nos gusta innovar y hacer cosas distintas que las del huaso, pero lo hacemos muy rara vez”. Al momento de observar los resultados, en estos no se aprecia innovación alguna, ya que fabrican productos que ya existen en otras artesanías, tales como la (fig.24 y 25). Ellos cuando fabrican nuevos productos, no aplican sus técnicas talabarteras del trenzado. Por lo tanto, recurren a los productos convencionales, en los cuales se utilizan las típicas costuras de la talabartería tradicional. Por otro lado Juan Pablo Calderón, artesano en metal, nos relata que “nuestra innovación va en cuanto a la materialidad de la ataujía, no en cuanto a la aplicación en nuevos productos” Por lo que es necesario entender que su valoración y conservación, así como su transmisión, son fundamentales para su supervivencia en el tiempo. Los talabarteros y espueleros que desean mantener viva su profesión, deben ver retribuidas de mejor forma su trabajo, y no únicamente desde un punto de vista monetario, sino que también desde una apreciación del mismo trabajo. Por eso, se deben mantener las diferentes expresiones, para que así no se olviden, logrando de tal forma que queden registradas.

LOS ARTESANOS INNOVANDO DE LA TALABARTERÍA HUASA



Fig.24 Cartera confeccionada por Moncho Castillo



Fig.25 Carteras confeccionadas por Benjamín Zuñiga

2.5 PROBLEMÁTICA

LA DIFUSIÓN Y VENTA DE TENDENCIAS INTERNACIONALES DE MODA, HAN CONTRIBUIDO AL DESINTERÉS POR RESCATAR LA ARTESANÍA NACIONAL.

Extrapolando el desconocimiento de la talabartería y la ataujía, más allá de las ferias locales, entendemos que, en la actualidad, la vestimenta contemporánea está ligada a las tendencias internacionales, lo que ha llevado a dejar a un lado la identidad propia chilena y sus artesanías, ya que “la presencia de mercados absolutamente interdependientes configuran una amenaza para el desarrollo local” (Geisse, 2018). Tanto el retail como el diseño de autor, se han enfocado mayoritariamente a desarrollar nuevos productos en base a las tendencias europeas y estadounidenses, viéndose la artesanía chilena excluida de la oportunidad de generar nuevos productos nacionales innovadores, siendo este un gran potencial para fomentar nuestra identidad, el crecimiento laboral y el surgimiento de nuevos artesanos.

El rubro del huaso es un lugar poco explorado, ellos no se han visto beneficiado por asociaciones externas y diseñadores que les ayuden a renovar y salir de la tradición, tal como dice el espuelero Lucas Calderon “A mi nunca me mandan hacer cosas distintas, por acá sólo viene la gente de campo, clientes que ya conocemos hace tiempo o empresas que nos piden pasadores metálicos sin aplicación de chapeado, yo nunca he visto diseños distintos ligados con la ataujía”. El público al cual apuntan los artesanos, es reducido, por lo tanto la demanda de sus productos también es reducida. Por lo que “es necesario diversificarse para no morir” (Villalobos, 2018). El desafío que se plantea para la supervivencia de la talabartería y la ataujía, es la forma y la manera en la que se puede mantener a través del tiempo y la revaloración del

trabajo que implica, así como su diversificación. La indumentaria es un soporte cultural que mantiene viva la tradición y las costumbres a través de los años. Ésta debe estar actualizándose constantemente, lo que nos ayuda a mantener viva la tradición. “El diseñador puede ser el puente entre la demanda del mercado y el artesano para la sobrevivencia de su oficio” (UNESCO, 2011, P59) Consideramos que esta propuesta de diseño va a ayudar a valorar el trabajo artesano específicamente el talabartero y al espuelero, para que así sea perdurable en el tiempo, no solamente su actividad, sino que además el conocimiento sobre ésta actividad, por lo que es necesario “promover estrategias de innovación que permitan alcanzar nuevos mercados que den continuidad” (Rodríguez, 2013). Es así como nos relata Fernanda Izquierdo, primera mujer en ganar “Manejo de la rienda” del caballo chileno:

“Bueno si está la joya huasa, tengo un par de aros pero tampoco es que ande con anillos de herradura, etc.. no los uso porque los encuentro muy literal y no tienen estilo [...] bueno una vez que fui a argentina me compre unas pulsera trenzadas de cuero crudo, muy lindas con unas argollas de plata no necesariamente con la herradura pero si con el arte de talabartería, ellos le dan un valor estético distinto y más contemporáneo, no como los chilenos, no existe innovación ni diseño en cuanto a esta artesanía”.

La finalidad del proyecto es poder transformar la artesanía de la talabartería y ataujía del huaso en nuevas propuestas creativas, trasladandola en una artesanía contemporánea que hace referencia a la tradición, a través del nuevo uso de las técnicas en la creación de nuevos objetos



LA GLOBALIZACIÓN Y SU EFECTO EN EL MERCADO CHILENO

“LA MODA ES AHORA UNA DE LAS INDUSTRIAS MÁS GLOBALIZADAS E INFLUYENTES EN EL MUNDO, TANTO EN TÉRMINOS DE PODER FINANCIERO COMO EN TENDENCIAS MÁS AMPLIAS, CREENCIAS, ACTITUDES, COMPORTAMIENTOS, IDENTIDAD Y CULTURA”.
MCKINSEY GLOBAL FASHION INDEX (2017).

La industria textil es una de las más grandes y valorizadas en el mundo, que tras la globalización aumentó la producción en masa vorazmente y dejó a un plano secundario la manufactura primaria, siendo su objetivo principal el producir a bajo costo y expandirse en el mundo. Hoy en día “la industria de la moda (que incluye ropa, textiles, calzado y artículos de lujo) ha crecido a 5,5% anual durante la última década y vale un estimado de \$ 2.4 billones.” (Revolution, 2020). Tras la búsqueda exhaustiva de producir más, con mayor velocidad y más barato, las grandes empresas textiles diversificaron sus empresas a lugares pobres con escasa regulación “la fabricación de prendas de vestir emplea al menos 40 millones de trabajadores sólo en Asia” (OIT, 2015). Es así como la producción nacional ha disminuido a través del tiempo, debido a la internalización de los procesos productivos y el descuido de la manufactura nacional y a los artesanos “muchas industrias artesanales y patrimoniales alrededor del mundo se han erosionado debido en gran parte a la fabricación en masa ya que la ropa de segunda mano ha inundado los mercados locales.” (Revolution, 2020).

Esta división e internalización de procesos productivos nos ha repercutido directamente a nuestro país, sobre todo a la confección “**made in Chile**”, que en general, **aporta con cerca de un 1% y la facturación de productos chinos sobrepasa el 70%**.” (Mellado, 2017). Esto es solamente considerando la realidad nacional, sin embargo, en cuanto a nivel global podemos ver que el problema de confección nacional se complejiza, ya que

“La producción de vestuario en Chile, considerando su corte y confección en general, **representa un 0,03%** de la facturación de la industria del vestuario a nivel mundial.” (Mellado, 2017). A través del tiempo, Chile ha experimentado un cambio relevante en cuanto a la producción de vestimenta local. Esta se ha visto perjudicada por la apertura de los mercados, y la competencia a tal punto que en la época de los **“sesentas el 97% de la ropa que los chilenos usaban era confeccionada en el país, hoy dicha cifra cae a un 7%.”** (Mellado, 2017).

En la actualidad, ciertos grupos de consumidores han elevado sus exigencias con respecto a un comercio justo, y una mayor información en la producción y en los costos de la misma, surgiendo una tendencia a comprar en diseños de autor con fabricación nacional, para así fomentar el trabajo local, consciente y alcanzable, tal como nos explica Alejandra Medina rectora del diplomado Fashion business FEN “hoy en día se va a dejar un porcentaje de la compra destinada para el retail para gastarlo en microempresas, en la actualidad estamos más conscientes en comprar localmente y esto no es sólo una tendencia a nivel país si no que a nivel mundial” (Medina, 2019).

Sin embargo, el mercado local chileno, no ha visto las repercusiones abruptas de dicha tendencia en la compra local, ya que en “Chile, es posible afirmar que la industria del vestuario nacional, y específicamente la del **diseño de autor local, representa menos del 0.5%** del total

Estas cifras nos muestran una necesidad de comprender que en un futuro el mercado del diseño de autor cada vez toma más fuerzas, y Chile en este aspecto no puede quedarse atrás, sobre todo en la situación que estamos viviendo de pandemia, que ha influido considerablemente en las conductas de los consumidores - la cual veremos en unos capítulos más adelante- trayendo así la oportunidad para el desarrollo de la producción nacional.

0,03%

Chile representa el 0,03% de la confección y manufacturación a nivel mundial

0,5%

Diseño de autor chileno
representa el 0,5% de la industria textil

1%

“Made in chile”

Aporta con cerca de un 1% y la facturación de productos chinos sobrepasa el 70% (Mellado, 2017)

TRANSPARENCIA, LA NUEVA REVOLUCIÓN PARA UN DISEÑO SUSTENTABLE

Desde hace un par de años atrás la sustentabilidad ha sido un desafío fundamental para toda industria y microempresa relacionada en el mundo de la moda, sin embargo hoy en día los consumidores apuestan por una “sustentabilidad transparente” buscando en las empresas datos tangibles de todos los actores involucrados. La revista Elle en el Reino Unido encuestó a sus lectores acerca del ‘Problema de sostenibilidad’ y encontraron que “nueve de cada diez querían saber más sobre sustentabilidad en la industria de la moda; 62% dijo que es más probable comprar una prenda de vestir de una marca que valora sustentabilidad; 55% lo consideró muy importante para saber de dónde viene la ropa que compran y que están hechos éticamente; y el 51% quería saber qué pueden hacer para ser más sostenibles” (Elle Reino Unido, 2018). Por otro lado “Consumer Goods Forum y Futerra” encuestaron más de 3.600 adultos en toda Europa y descubrió que el “78% de las personas confía más en las marcas transparentes y que el 90% de las empresas han notado un aumento de interés en el público por la transparencia desde 2017, prediciendo que este interés probablemente aumentará en los próximos cinco años” (CGF y Futerra, 2018)

En la actualidad el cliente se ha vuelto activo, exigiendo a las empresas una total transparencia en su cadena de valor productiva, siendo este un factor fundamental para categorizar una marca sostenible, ética y consciente tanto en el medio ambiente como en los derechos de sus trabajadores. “Los clientes quieren transparencia cuando se trata de qué están comprando y los minoristas cada

vez se están haciendo cargo del tema” (Harper’s Bazaar, 2020). La transparencia se ha vuelto una tendencia, la cual se comenzó a desarrollar tras el colapso de Bangladesh 2013, donde murieron 1.130 personas en un edificio textilero, generando un gran impacto en el mundo lo que llevó a la creación de varias fundaciones en contra el abuso exhaustivo de los trabajadores, es así como tomó fuerza una de las campañas más revolucionarias que cambió la mentalidad de muchos consumidores y empresas ligadas al tema llamada “who made my clothes de Fashion revolution” (fig.) donde varios clientes comenzaron a cuestionar la proveniencia de sus prendas. Es así como esta asociación ha revolucionado no sólo a los clientes si no que a las distintas empresas y minoristas, que gran parte de ellas al no poseer sus propias instalaciones y al trabajar con fabricantes y proveedores, no tienen un control y la supervisión correcta de la seguridad de los edificios, las condiciones laborales y ambientales. Fashion revolution ha hecho una tendencia viral de saber ¿quién hizo nuestra ropa? ¿cuáles son los procesos de extracción y producción de las materias primas? en la actualidad ellos anualmente estudian las grandes marcas de moda y las categorizan según su transparencia y qué tan sostenibles son [anexo 4] donde evalúan compromisos y hacen un seguimiento de los avances que tienen cada una de estas.

Por lo que **¿qué significa ser transparente?**

Ser transparente permite que de alguna forma todos los actores puedan exigir mejores condiciones y que las empresas muestren sus procesos productivos y sus avances en cuanto al tema. Donde se genera un modelo

de negocios trazable y con claridad de dónde se extraen las materias primas y quienes son sus trabajadores.

78% de las personas confía más en una marca transparente

62% Valoran las marcas que son sostenibles

Estas tendencias internacionales son influyentes a nivel mundial, ya que son estilos de vida que incrementarán de manera paulatina.

COVID CONSECUENCIA, CAMBIO DE PARADIGMA SOCIAL RESPECTO A LA MODA SUSTENTABLE

La pandemia y el distanciamiento social ha generado un cambio de mentalidad social y cultural respecto a nuestros comportamientos y estilos de vida, lo que ha influido directamente a los consumidores y a las industrias, en especial al mundo de la moda, que ha significado según un estudio de the Boston Consulting Group (BCG) **una caída mundial del 40% de las ventas**, cerrando miles de tiendas y despidiendo a miles de trabajadores. El aislamiento nos ha hecho replantearnos lo que realmente es importante, nos ha dado un vuelco de ser más conscientes con nuestro entorno y el planeta, viéndose reflejado en un cambio abrupto en los consumidores que ven en la moda un bien de segunda necesidad, es así como el **65% de los consumidores esperan reducir su gasto en prendas de vestir y productos de moda**. (BOF Mckinsey, P15, 2020). Dada la circunstancia actual, ha surgido una creciente antipatía hacia modelos de negocio de producción de residuos y una mayor expectativa de una acción sostenible impulsada hacia un propósito. Algunos de los cambios que presenciaremos en el sistema de moda es la preferencia de la venta de minoristas, el diseño sin temporadas, la digitalización y la preferencia por las compras por internet (BOF Mckinsey, P8, 2020).

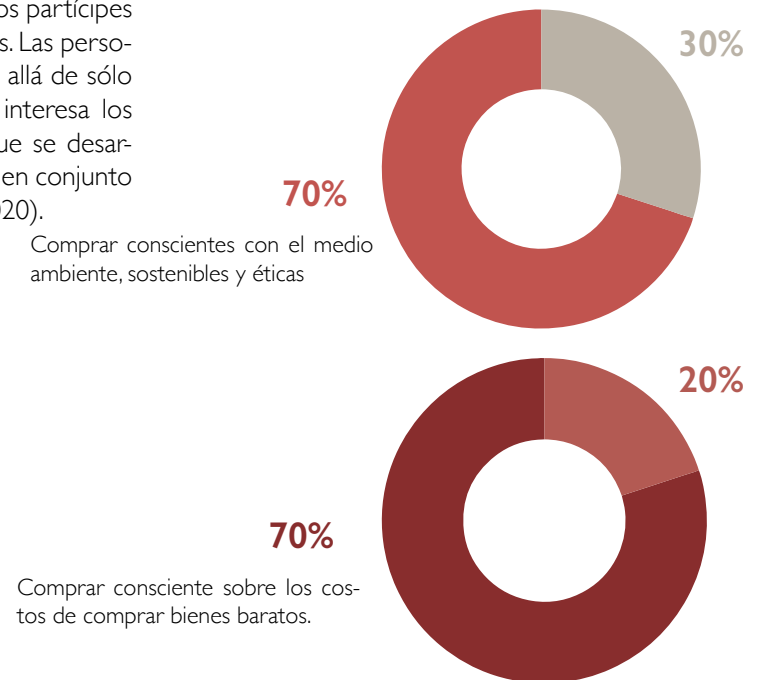
Las tendencias que se han mencionado anteriormente como la producción local, la transparencia y sostenibilidad se han visto incrementadas exponencialmente tras la situación pandémica del mundo y en especial a los consumidores chilenos. Accenture Chile - firma global de consultoría, estrategia, consultoría digital, tecnología y

operaciones - realizó este 3 de agosto 2020 un análisis completo respecto al consumidor chileno y su comportamiento tras el COVID donde se entrevistaron a más de 400 personas, de este rescatamos ciertas cifras importantes que nos podrán ayudar en la investigación donde las podemos encontrar en la (fig. 26) (fig. 27) (fig.28)

Las empresas actuales y del futuro deben construirse a partir de un propósito claro, siendo su principal foco su interacción con los consumidores, haciéndolos partícipes en el origen de la construcción de sus valores. Las personas buscan hoy que las empresas vayan más allá de sólo vender un producto y servicio, a ellos les interesa los propósitos compartidos, la transparencia, que se desarrollen productos sustentables y que trabajen en conjunto con sus comunidades locales. (Accenture, 2020).

SUSTENTABILIDAD (Fig. 26)

El 70% de los encuestados está de acuerdo en hacer compras más respetuosas con el medio ambiente, sostenibles o éticas y el **80% está más consciente sobre los costos de comprar bienes baratos**. (Accenture, 2020).



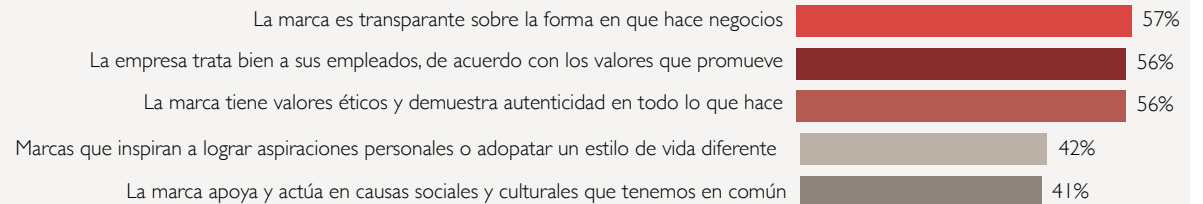
LA TRANSPARENCIA (Fig.27)

La transparencia y los valores son ahora una condición fundamental para gran parte de los consumidores chilenos, el "57% de los consumidores les atrae las marcas que son transparentes en la forma en que hace negocios". (Accenture, 2020)

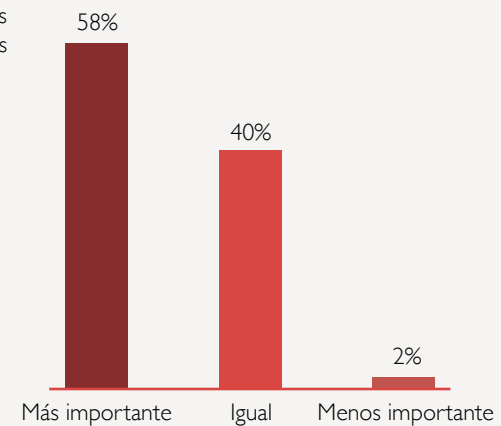
LOS CHILENOS ELIGEN MARCAS QUE TENGAN UN PROPÓSITO Y VALORES COMPARTIDOS

¿Qué lo lleva a elegir una marca, además de precio y calidad?

Qué es lo que te atrae de comprar de ciertas marcas sobre otras (más allá del precio y calidad)?

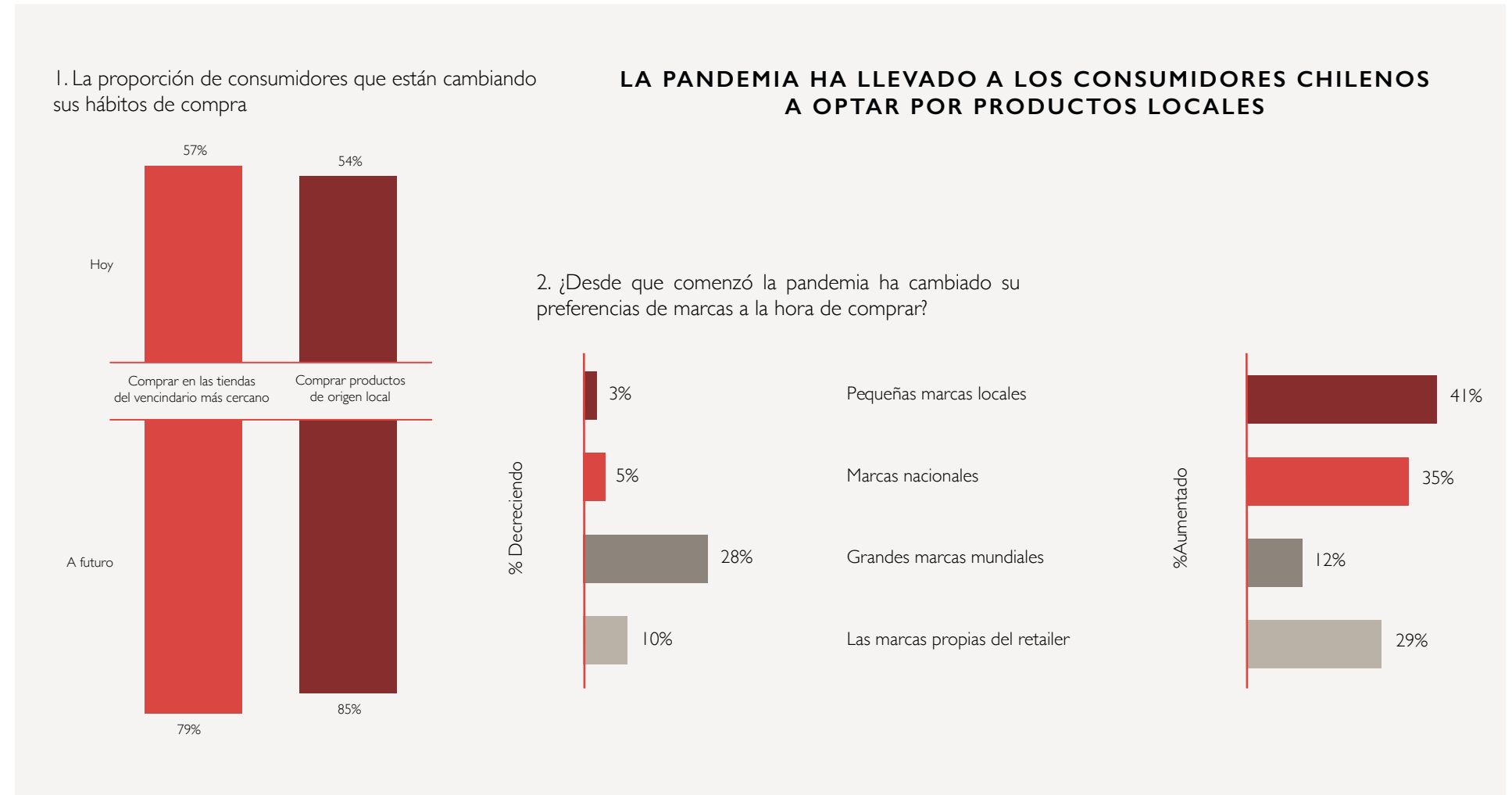


Una vez que el brote de coronavirus haya terminado, ¿este tipo de valores éticos, sostenibles y morales de una empresa se convertirán en más o menos importantes para usted?



PRODUCCIÓN LOCAL (Fig.28)

La pandemia ha llevado a los consumidores chilenos a optar por productos nacionales, el 41% ha comprado en pequeñas marcas locales, el 35% en marcas nacionales, el 12% en grandes marcas mundiales y el 29% las marcas propias del retailer. (Accenture, 2020)



POSICIONAMIENTO DEL MERCADO DE LAS CARTERAS EN CHILE

Se consideró importante hacer un estudio acerca del mercado en Chile de carteras y cuál es la decisión de compra del usuario al momento de obtener el producto, para así poder realizar estrategias de marketing correctas y tomar buenas decisiones al momento de diseñar los productos de “Mestiza”.

En cuanto al mercado de carteras nacionales es muy pequeño, las marcas más conocidas chilenas que venden este tipo de producto son “Amphora”, “Lounge” y “Privilege”, a las cuales se les envió a las dos primeras un mail con una entrevista [anexo 5] preguntándoles entre otras cosas si ellos realizaban producción nacional, cuál era su público objetivo y misión de marca. Sin embargo no tuvo respuesta de ellos, lo que nos reafirma la poca transparencia que hay en cuanto a los procesos productivos de algunas empresas chilenas y el gran valor agregado que podría tener para la marca. Por otro lado tuvo la oportunidad de trabajar en Privilege durante un año, ellos exportan la mayoría de sus prendas en el extranjero con excepción de los jeans que son productos nacionales, en el ámbito de las carteras y cinturones tienen proveedores en China. Lo que nos reafirma el poco incentivo de producir nacionalmente.

Dada la poca información que hay acerca de este mercado se quiso realizar una encuesta a 205 mujeres desde los 18 años en adelante, preguntándoles su preferencia acerca del tipo de carteras que utilizan a diario, su criterio de compra, si conocen marcas nacionales, etc (fig.29) y (fig.30). En el [anexo 6] podemos encontrar la encuesta por completo.

Fig. 29 Encuesta a 205 mujeres acerca de las carteras

¿Qué tipo de carteras utilizas según la ocasión? Selecciona hasta dos alternativas

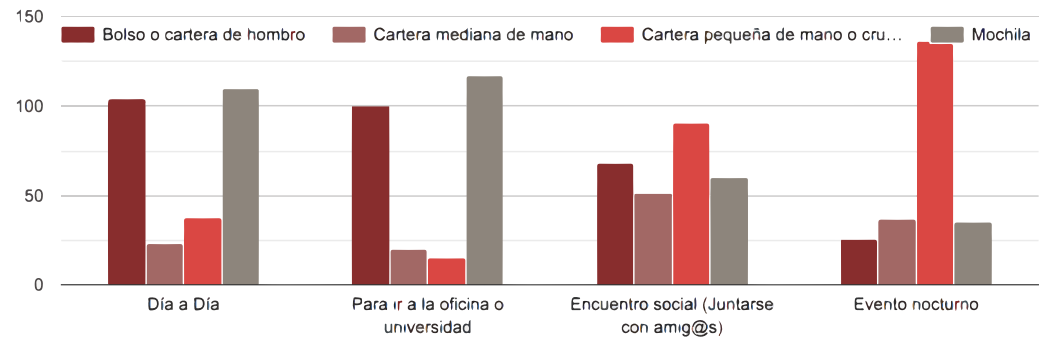
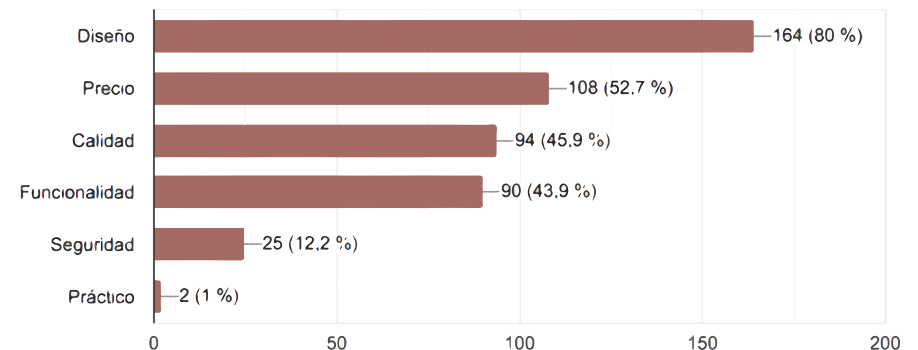


Fig. 30 Encuesta a 205 mujeres acerca de las carteras

En que te fijas al momento de comprar una cartera

205 respuestas



USUARIO

Mestiza trae consigo la tradición en su confección la cual es traspasada al mismo portador, siendo este un producto icónico y transferible por todos los miembros de la familia, donde “la abuela” o “la nieta” portan un contenedor emotivo, lleno de significado y de valor. El juego entre el bruto labor del campo, la nostalgia del pasado y la moderna ciudad, hace que el usuario sea una mujer sofisticada, imponente y audaz, con una feminidad atrevida pero a su vez coqueta, mezclando estos mundos de personalidades distintas en uno.

Es así como definimos a el usuario como una mujer ciudadina entre 17 y 90 años de edad, de un rango socioeconómico alto, que tienen la capacidad adquisitiva suficiente para comprar el producto, debido a su alto costo de elaboración. Su closet se compone principalmente de prendas de diseño de autor apostando siempre por la exclusividad, ellas en general creen que la compra debe de estar enfocada en una inversión a largo plazo por la calidad que representan estas prendas.

Dado a que nuestro usuario abarca un rango de edad extenso, se decidió dividirlo y profundizarlo en tres usuarios: entre los 17-35, 36 - 55 y 56 en adelante. Se hizo esta subdivisión según la diferencia en el desarrollo laboral y social que presenta la mujer usuaria de “Mestiza”.

MUJERES ENTRE 17 Y 35 AÑOS

Mujeres aficionadas por la moda, siempre están al tanto de las últimas tendencias a pesar de que no las siguen propiamente tal. Su closet se compone principalmente de básicos obtenidos en “topshop, Zara y mango” pero sus prendas “estrellas y distintivas” son de diseño de autor y les gustaría que todas fueran así, sin embargo al ser adultas jóvenes que están en búsqueda de su estabilidad laboral, no pueden permitirse invertir solo en este tipo de prendas, por lo que adquirirlas las transforma en objetos destacados dentro de su closet. Esta es la usuaria que hereda y que busca prendas de gran valor del closet de su mamá o abuela. Son mujeres muy activas socialmente, suelen ir a eventos o lanzamientos de marcas, les gusta juntarse con amigas almorzar, a comer o en un bar.

Marcas: *Drugstore, Karyn coo, Quina, Muth, Espacio magma, Lalalau, Betch*

MUJERES ENTRE 36 - 55 AÑOS

Se caracterizan por ser mujeres joviales, que suelen vestirse casualmente “aloladas”, más de alguna vez han comprado entusiasmadamente una prenda o accesorio y la han tenido que regalar o devolver debido a que se limitan constantemente por su edad. Les gusta innovar en ropa y suelen comprar a diseñadores de autor, tiendas boutique y marcas internacionales, ellas buscan la exclusividad por lo que sienten que comprar es una inversión a largo plazo, constantemente invierten en prendas de alta gama, porque saben que estas las pueden

acompañar por toda la vida. Ellas son mujeres socialmente activas, les gusta ir a almorzar y tomar café con sus amigas, van a varios eventos laborales y por lo general salen de noche acompañadas de su pareja o grupo de amigos, les gusta la gastronomía y suelen ir a restaurantes que están de moda y experimentar nuevos sabores. Se caracterizan por estar muy preocupadas por su cuerpo por lo que les gusta ir al gimnasio o hacer deporte al aire libre.

Marcas: *Caro criado, espacio magma, Kapura, Lalalau, Casa costanera, Alonso de córdoba, Cher, Bimba y lola*

MUJERES ENTRE 56 EN ADELANTE

Mujeres que buscan principalmente prendas o accesorios de buen calce, buena calidad y preferentemente de materialidad 100% natural. Les gustan y valoran lo “hecho a mano” junto con el diseño de autor, ya que ellas buscan exclusividad y buena calidad por encima de todo, sin importar el costo que tenga. Siempre andan en búsqueda de prendas y/o accesorios con nuevas tramas y técnicas, por lo que las tendencias de moda no son su preferencia, buscan la originalidad. Son mujeres activas, almuerzan o toman café con amigas y de vez en cuando salen de noche a un restaurante o a eventos sociales familiares, les gusta la vida social y disfrutan de ella.

Marcas: *Sisa, Alonso de cordoba, Adeu, Banana republic,*

METODOLOGÍA

En sus inicios esta propuesta de diseño consistía en realizar una colección de indumentaria comprendas y carteras, dada la situación de pandemia y la dificultad para conseguir materiales, le dio un vuelco distinto al proyecto enfocándose principalmente en carteras. Este hecho va a ser relevante ya que va a influir considerablemente en el proceso y sus diseños.

Para llevar a cabo la propuesta se desarrollaron cuatro etapas, las cuales se visualizan en el siguiente gráfico fig.31, estas etapas se explican a partir de la formulación del proyecto y sus objetivos específicos. A través de los resultados del estudio, se concluyó que gran parte de la metodología del proyecto se basará, en la investigación y experimentación de la técnica del trenzado. La primera, será la fase de investigación, donde se ahondará en la historia del huaso y del campo chileno, para rescatar los elementos simbólicos más importantes de esta tradición, y así poder darle significado a cada una de nuestras carteras. La segunda corresponde a la fase del diseño que sería la experimentación e investigación de la técnica, así como su interacción con el artesano. La tercera será la fase de validación, que nos permitirá concretar, llevar a cabo el diseño, mediante testeos y prototipos de las carteras tanto en 2D como en 3D, según el comportamiento del trenzado y las argollas de ataujía como elemento unificador. Por último, la fase de implementación y difusión, donde en primer lugar se realizará la confección de carteras finales, es importante considerar que dada la circunstancia, tuve que confeccionar las carteras por mi cuenta, lo cual al fin y al cabo fue una increíble

experiencia poder aprender del oficio desde un principio y conocer las bases constructivos del cuero. Creo que esta fue una gran oportunidad de aprendizaje, y no desventaja, ya que este proceso me dio herramientas para poder trabajar en un futuro en equipo con algún artesano, así lograr simplificar y mejorar procesos productivos. En segundo lugar, se aplicará la difusión de la tradición del huaso, el oficio de la talabartería, ataujía y las simbologías, a través de distintos soportes, tales como: las redes sociales, página web, propuesta editorial y construcción de etiquetado. En la (fig.32) se relata en detalle el proceso de cada una de las partes y como se abordó finalmente la metodología en cuanto al proceso de diseño.

Fig.31 Metodología

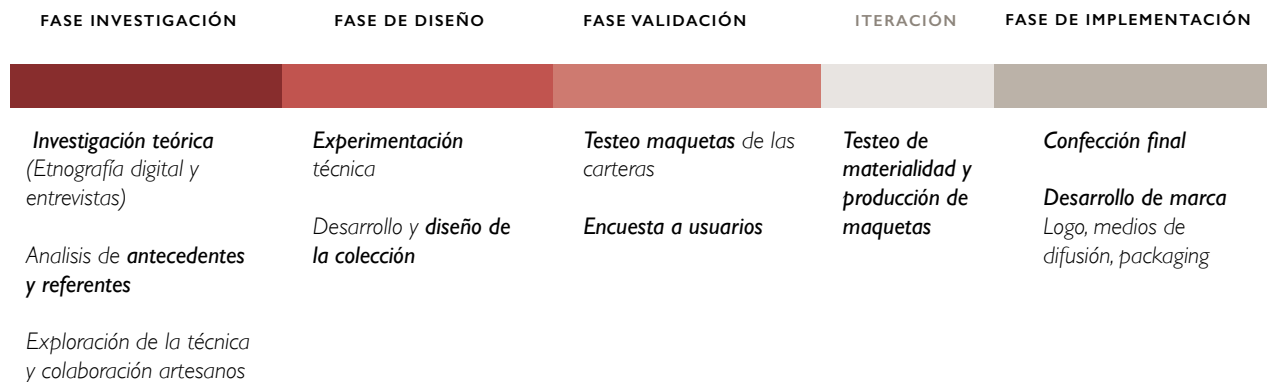
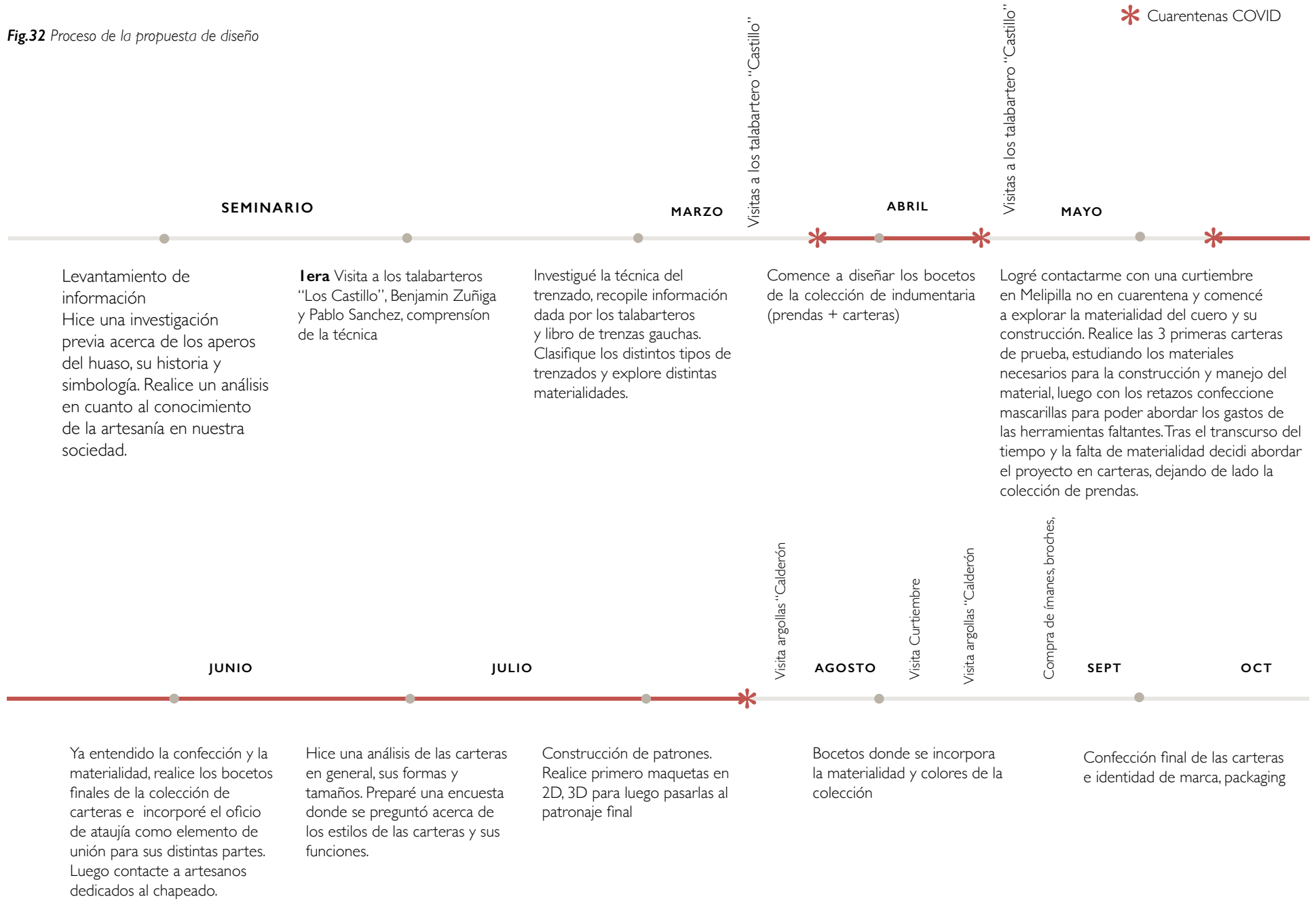


Fig.32 Proceso de la propuesta de diseño



ANTECEDENTES

Tal como se mencionaba en el marco teórico, en Chile no existen suficientes marcas de accesorios que trabajen con la talabartería y la ataujía que innoven en su técnica. En los siguientes antecedentes hablaremos sobre tres marcas, la primera busca ser pionera en la innovación de talabartería dentro de la cultura huasa relacionándose directamente con el tema, la segunda y la tercera son de marcas de carteras que exploran la técnica del trenzado en cuero en cada una de sus carteras de forma innovadora y contemporánea. En cada uno de estas abordaremos cuatro puntos relevantes: ¿en qué consiste cada marca?, ¿por qué se eligió? ¿cuál es su principal atributo que nos podría aportar en nuestro proyecto? y por último, emitiré mi opinión acerca de ellos y en que se podría mejorar:

**JOYA HUASA**

Joyería de diseño de autor que experimenta el trenzado en tiento y la fundición de metales. Huasa nace a partir de la búsqueda de una constante evolución e innovación para la joyería contemporánea, tal como lo dicen sus autoras Paulina Latorre y Pascale Durandin: "Huasa es fruto de la búsqueda de nuevos materiales." Este es el único proyecto en Chile que explora la técnica de la talabartería y lo tangibiliza, utilizando cuero, tiento y metal, manteniendo la tradición física de los lazos, riendas y maneas. Al igual que el proyecto a investigar, esta marca busca revitalizar la técnica de la talabartería a través de la diversificación de nuevos productos en la moda contemporánea. Esta joyería tiene como misión "enaltecer un oficio que lamentablemente, se está perdiendo en nuestro país" y "reconocer nuestras costumbres, la cultura criolla" (Latorre, 2014). Podemos ver que en su página web y redes sociales no tienen ninguna información o historia acerca del oficio del artesano, y sobre la tradición criolla, por lo que sería interesante reforzar su misión de marca y generar un mayor valor agregado y contenido a su marca, mostrando sus artesanos y relatando la historia criolla.

**WENDY NICHOL**

Marca de indumentaria de lujo que posee accesorios y carteras atemporales. Sus carteras se caracterizan principalmente por ser hechas a mano y por utilizar la técnica del trenzado en cuero tanto en las uniones como en sus asas. Nichol es un gran referente en cómo se utiliza la técnica como objeto unificador y de cada una de sus piezas, la cual va a ser fundamental para construir cada una de nuestras carteras. Un aspecto a mejorar es la ausencia del valor tanto en el proceso productivo como la puesta en escena de cada una de las carteras, lo que se tomara en cuenta en esta propuesta de diseño.

**CALA JADE**

Carteras de cuero contemporáneas realizadas en Oslo. Son hechas 100% a mano y se caracterizan principalmente por ser atemporales e indagar con distintas texturas y técnicas. Su identidad de marca está basada en inspirar moda, utilizan fotos con prendas tanto vanguardistas como neutras, siendo el ambiente un elemento fundamental para el relato de la marca, donde se pueden encontrar fotos urbanas y en la naturaleza. Creo que es un gran referente para la marca en cuanto a visibilidad, sería interesante que se viera el proceso productivo que tuvo cada cartera, por lo que esto se tendrá en consideración en la propuesta de diseño.

REFERENTES

Los referentes seleccionados para esta investigación se exploraron atributos para el desarrollo de la marca, buscando en estos un modelo de marca sostenible, innovación en técnicas, difusión de mano de obra y difusión cultural, que no necesariamente estén relacionados con la técnica del trenzado en carteras.



EDUN

Marca de indumentaria (prendas y accesorios) de alta gama que resalta la riqueza cultural de África a través de la revitalización de su artesanía, dándole nuevos usos a las técnicas y potenciando la materia prima que existe en el continente. Su misión principal es ser un referente de moda ética y sostenible a nivel global, ya que ellos apuestan por una comercialización justa con sus artesanos donando gran parte de sus ganancias y mostrándole al mundo su proceso productivo. Lo interesante de la marca es cómo incorporan la artesanía de pueblos africanos a la alta costura de la ciudad, aprovechando costuras, uniones entre telas, trenzados, manillas, etc



PROYECTOS MANTAS DE DOÑIHUE ARTESANÍAS UC

Proyecto que desarrolla en conjunto con las artesanas de Doñihue una nueva línea de productos de los chamantos del huaso. Este surge a partir de la "Necesidad de dar soluciones a la escasez de productos que las chamanteras pueden ofrecer a quienes visitan la localidad y a usuarios que puedan utilizarlos en contextos contemporáneos no rurales" (UC, A. & Alfaro, 2013). El rol que cumple los diseñadores es fundamental para el proyecto ya que se crea un rol educativo por parte del diseñador al artesano, dándoles a conocer nuevas estrategias de la aplicación del color, gráfica y forma tanto para la manufacturación del mismo producto como en su packaging y logo. Además cabe mencionar que los diseños están relacionados con el propósito principal del proyecto el cual es expandir el conocimiento del oficio otorgándoles nuevas oportunidades



TRENZADOS DE CUTEMU

Es una marca de accesorios que utiliza los trenzados de trigo y que tiene como objetivo revitalizar y revalorizar la artesanía realizada por las trenzadoras de cutemu (Schatzke & Hott, 2018) llevando la técnica utilizada de la chupalla hacia nuevos productos. Se eligió este referente ya que, en su proyecto relata la tradición y la historia de las artesanas, tanto en la generación de nuevos productos, como en su divulgación en redes sociales y página web. El contenido que generan, es a partir de la historia del oficio y su material gráfico que dice relación con las artesanas y el proceso de fabricación, además cuenta la historia chilena del trigo y de donde provino. El proyecto de investigación incluye la historia del oficio de la talabartería a partir de la experiencia de compra por lo que se relacionan directamente con el propósito de trenzados cutemu.



CARLA FERNÁNDEZ

“Carla Fernández es una casa de moda basada en la Ciudad de México dedicada a preservar y revitalizar el legado textil de comunidades indígenas y mestizas de México. La visión de la marca con respecto a los métodos manuales comprueba que la moda ética puede ser innovadora, avant-garde y progresista, ella trabaja en colaboración creativa y productiva con los artesanos en cada proyecto; técnicas como el bordado o el telar manual son una parte integral del diseño y producción de nuevas piezas y colecciones.” Carla Fernandez es un gran referente para nuestra propuesta de diseño ya que aborda la artesanía de manera innovadora y la transforma en objetos de moda contemporánea. Cada producto presenta un relato único, donde se conserva la identidad propia de cada comunidad, contando su historia y técnica.



FASHION REVOLUTION

Fundación española que nace a partir del derrumbe del edificio Rana en Dhaka en Bangladesh. Ellos apuestan por la producción y comercialización justa y transparente de ropa. Según su página web ellos tienen como misión “unir a las personas y las organizaciones para que trabajen juntas para cambiar radicalmente la forma en que se obtiene, produce y consume nuestra ropa, para que nuestra ropa se haga de manera segura, limpia y justa. Creemos que colaborar en toda la cadena de valor, desde el agricultor hasta el consumidor, es la única forma de transformar la industria.” Ellos actualmente están presentes en 80 países. Su campaña más conocida fue la de #Whomademyclothes, la cual incentivaron a miles de consumidores a preguntar directamente a las marcas por redes sociales de donde provino su ropa.

EL DISEÑO SE ACERCA A LA ARTESANÍA



VISITA A TALABARTEROS Y LA EXPLORACIÓN DE SU TÉCNICA

La relación del diseñador con el artesano es de gran importancia. El aporte de la experiencia y el conocimiento en el trabajo del cuero, es de parte del artesano. Es por esto que el entendimiento de la técnica de producción, es la base fundamental para el diseño del producto, ampliando así el campo de utilización de la técnica talabartera. El diseñador conecta al artesano con el mercado global, es decir, busca darle una nueva forma a sus productos, comercializarlos y difundirlos.

Inicie la búsqueda de los talabarteros, la cual fue una tarea difícil dado a que es un rubro cerrado donde sólo unos pocos los conocen y es transmitido de forma oral de "voz en voz". Tras indagar personas ligadas a los caballos y al rodeo se logró contactar a los talabarteros: Benjamin Zuñiga, los "Castillo" y a Pablo Sanchez.

BENJAMIN ZUÑIGA

La primera cercanía hacia el oficio fue junto al talabartero Benjamin Zuñiga ubicado en San Antonio de Naltagua quien realizaba talabartería sólo con trenzados básicos él no conocía con determinación todas las técnicas de trenzados del huaso debido a su tardía incorporación al oficio, lo que me fue de gran ayuda para empezar a introducirme en el tema.



Fotografías de autor, Francisca Olavarría, 2019

LOS CASTILLO

Junto a Catalina Maruri dueña de “aperate” (emprendimiento fotográfico que rescata los aperos del huaso y sus artesanos), fuimos a visitar a los talabarteros “Castillo” ubicados en Mostazal, especializados en montura, donde nos encontramos a Rene 61 años y sus hijos Moncho (41) y Patricio (42) con ellos tuve la oportunidad de aprender en su taller tres de sus técnicas y pude entender lo complejo que es, debido a sus diversos pasos alternados que al poco tiempo se olvidan. Mi experiencia, me indicó que ellos están con buena disposición a enseñar el oficio, debido al olvido que este ha sufrido en el tiempo, ellos creen que sí está la necesidad en innovar ya que no existe nada relacionado en el rubro, tal como dice Moncho “La talabartería es un arte, el arte de trabajar el cuero es la talabartería, yo creo que después de nosotros esto se va a perder, bueno mis sobrinos e hijos algo saben hacer, coser lo más básico. Sólo la gente que está relacionada al campo y al rodeo nos conoce, lo que es una lástima porque cada vez quedamos menos y es una artesanía llena de tradición e historia, sería interesante hacer productos con un “plus” con otro valor y que sean distintos”. Con los talabartero Castillo tuve 3 encuentros, el 24 de octubre 2019, el 3 de marzo 2020 y el 23 de abril 2020, en esta última fecha mande hacer una cartera pero con la pandemia, problemas personales de los talabarteros y que no pude estar presente en su proceso, los talabarteros no lograron terminar de confeccionarla, pero si me dieron las herramientas necesarias para poder confeccionarlas yo misma y aprender de su oficio.



Fotografías de autor, Francisca Olavarría, 2019.



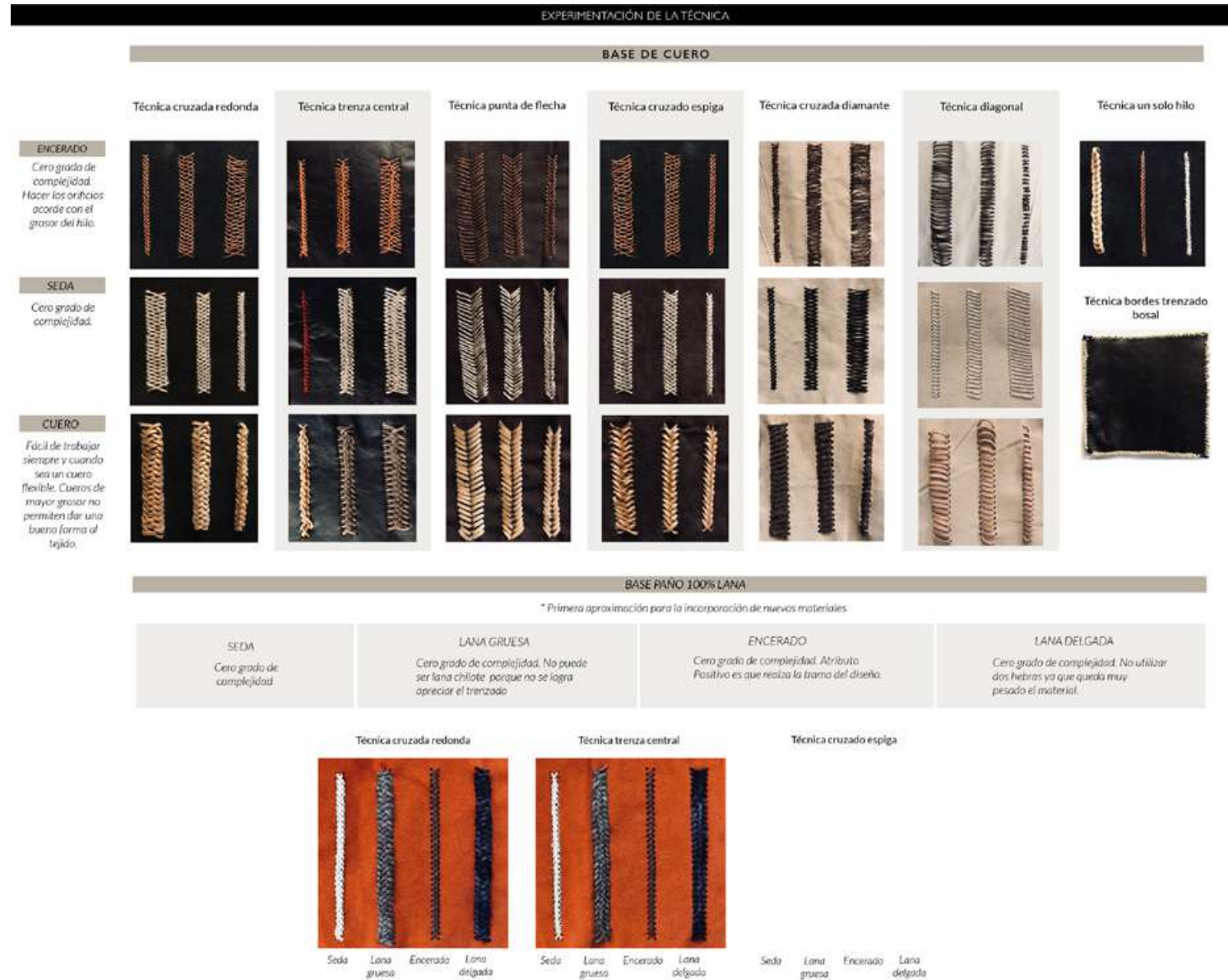
PABLO SÁNCHEZ

El 5 de agosto me contacté con el talabartero Pablo Sánchez ubicado en Molina, experto en trenzado de maneas, cinturones y en la confección de lazos. Tras comenzar a confeccionar las carteras me vi limitada al momento de cortar el tiento en tiras, ya que se necesita fuerza, precisión y una “moneda guía” que corta el tiento en finas huasquillas. Es así como contacte a Pablo quien fue el cortó los tientos y me enseñó su técnica “la lamina de tiento se engancha en una mesa o lo sostiene una persona y se va cortando con fuerza hacia atrás, se mete el filo en la guía y luego corre la mano suavemente.” Pablo se vio muy interesado en el proyecto “Yo nunca he visto productos distintos, una vez me gané un sello de artesanía por la creación de una cartera que hice relacionada al tema [...] La verdad es que encuentro muy lindo lo que estás haciendo, sobre todo que una mujer nunca se ve relacionado en el tema del huaso, el cual es un mundo super machista”



Fig.33 Investigación de la técnica en cuanto materialidad

Los artesanos tienen un gran interés por innovar en su artesanía y hacerla conocida, ellos son conscientes de que existe un riesgo a que su oficio se extinga y sea olvidado, por lo que miran con nostalgia el desinterés y su poco reconocimiento, que significa entre otras cosas la pérdida de una tradición familiar que les dejaron sus antepasados. Dado la contingencia sanitaria me hubiera gustado que los talabarteros hubieran tenido una participación más activa en el proyecto, gracias a su disposición de enseñar y promover pude explorar la técnica, utilizando el trenzado en distintos soportes y materialidades, tal como se puede ver en la (fig.33). Gracias a su disposición se pudo construir lo que ahora es "Mestiza" una marca que promueve y divulga su oficio en la sociedad.



EL CUERO Y LA CURTIEMBRE “MAIKO”

Maiko cueros es una curtiembre familiar pequeña ubicada en Chocalan (fig.33), Melipilla la cual visite el 27 de abril y el 14 de agosto. Ellos comenzaron el 2002 con el rubro, Miguel (67) padre de Jose Miguel (35) y Juan (39) trabajaba anteriormente en una curtiembre en Santiago dueña de un español, el cual al quebrar le obsequió las máquinas por ser un muy buen trabajador, y es así como decidieron irse de Santiago y construir ellos mismo su propia curtiembre. Al ser una empresa pequeña y familiar, su proceso productivo es más artesanal, ya que ellos mismos tiñen, mezclan las sustancias, estiran y ablandan el cuero, tal como nos cuenta Jose miguel “este proceso es hecho a mano, nosotros mismos vamos a buscar los cueros, echamos los productos y pintamos cuero por cuero en forma manual, que es mucho más artesanal que las grandes curtimbrierías”.

Conversando con ellos pude verificar que efectivamente muchos mataderos no saben qué hacer con sus cueros Jose Miguel nos relata que antiguamente ellos los compraban y que hoy en día la mayoría de los mataderos los regalan debido al exceso de residuo “hace un par de años nosotros pagábamos por los cueros, hoy en día el cuero no tiene valor, ahora nos regalan los cueros de los mataderos autorizados por el SEREMI que en nuestro caso son dos “lo Boza” y “Frigorifico”, ellos no saben qué hacer con los cueros... el mercado chino e indio se metieron muy fuerte en el rubro que explotaron a Brasil, Argentina y a nosotros, por lo que cada vez hay menos gente en el tema, por lo que hay más cueros que sobran ” (Jose Miguel, 2020)

Juan y Jose Miguel son conscientes de la contaminación que produce el curtir el cuero, cada día tratan de innovar distintas técnicas con el fin de proteger el medio ambiente. Esto se demuestra claramente en su uso de agua “nosotros reutilizamos el agua en dos proceso, en el del curtido y en el de engrase, en el de curtido reutilizamos el agua para dos tandas de tambores, osea en dos curtidos usamos la misma cantidad de agua que en uno al igual que en el engrase con la diferencia que calentamos el agua” (Jose Miguel, 2020). Por otro lado la mayoría de los retazos del cuero sobrantes los transforman en virutilla (fig.34), el cual lo venden a un señor que lo revende a las autopistas y carreteras para tapar y limpiar derrames de aceite, petróleo, etc.

Como mencionamos anteriormente hoy en día existe una influencia muy importante en cuanto la sustentabilidad y el saber de donde se obtienen las materias primas, es por esto que fue una gran oportunidad haber conocido esta curtiembre, ya que están dispuestos a innovar y apostar por un modelo consciente y sustentable, tal como lo reafirma Juan “A mi me gusta todo lo que tiene que ver con innovación, yo fui a estudiar a España el tema... De a poco hemos estado tratando de ser más conscientes y ecológicos con el medio ambiente, reduciendo aguas y reciclando los residuos, ahora el próximo paso es teñir todo con tintes naturales, lo he hecho pero no en grandes cantidades y me gustaría apuntar a eso” (Juan, 2020)



Fig.33 Curtiembre Maiko



Fig.34 Retazos de cuero, reciclados en virutilla para pavimento

ATAUJÍA FUNDICIÓN EN METAL

La artesanía de la ataujía huasa, según Juan Pablo Calderón es un oficio que sólo 12 personas lo dominan en todo Chile. Al llegar a su taller me encuentre con un grupo de 5 hombres los cuales sólo Juan Pablo Calderón (45) y Lucas Calderón (24) realizaban ataujía y los demás se dedicaban a forjar argollas industriales y en grandes cantidades, Lucas hermano de Juan aprendió la técnica del chapeado gracias a su hermano, el ahora es uno de los chapeadores más jóvenes de la industria “todos ya están retirados, yo soy el más joven de todos y mi hermano también, yo quise aprender de esto porque hay tan pocos que puedo generar lucas, además me gusta la historia que conlleva este trabajo”. Ambos encontraron un gran desafío al aportar en el proyecto, ya que nadie les había pedido argollas para aquella finalidad, lo que más les sorprendió es que este fuera realizado por una mujer, tal como nos dice Juan “nunca nos había llegado un pedido de una mujer, siempre son los hombres que nos piden argollas, de ese mundo de la talabartería, la talabartería siempre ha sido de fuerza y la mujer nunca ha estado incluida”. En conjunto con los talabarteros ellos creen que podría ser una gran aporte para el oficio y la artesanía del huaso ya que cada vez hay menos pedidos de ataujía y chapeado “Yo gano por las argollas industriales, la verdad es que cada vez son menos los que nos piden argollas chapeadas, son sólo los talabarteros o gente ligada al rodeo que nos piden hacer este tipo de trabajo” Lucas.

Las argollas y fundición en metal se trabaja inicialmente con una matriz, donde tienen medidas pre establecidas para cada tipo de argolla, ellos calientan los hilos de fierro o acero inoxidable (según cada pedido) y las doblan según las medidas preestablecidas, la diferencia entre cada material es que el fierro se oxida quedando de color negro azulino y el acero inoxidable mantiene su color plata. Luego con una sierra hacen las cavidades frontales y laterales, que son rellenas posteriormente con masilla de vidrio y tinta para luego ser incrustados filamentos de plata, bronce o alpaca con calor. Ya los filamentos incrustados comienza el proceso



Fig.35 Imágenes enviadas por artesanos vía whatsapp

de lijado y pulido para cada argolla, en paralelo, en la boquilla de un taladro se enganchan dos hilos de plata, bronce o alpaca que están previamente sujetos en una mesa, ahí son enrollados o trenzados para luego ser incrustados en el costado de la argolla. Ya lijada la argolla e incrustada la trenza lateral se comienza el pulido final para luego ser embalsamada con resina, otorgándole brillo y protección a la argolla. Los encargos de chapeados son realizados.

En un principio nuestro comunicado fue por vía whatsapp (fig.35) donde ellos mandaron imágenes de su trabajo, lo que fue muy difícil ya que no había una coordinación y no lograba comprender cuál era su metodología de trabajo. Luego tuve la oportunidad de hacer tres visitas al taller; la primera el 10 de agosto que sirvió para entender la manera en que ellos trabajaban lo que me permitió realizar un documento (fig.36) con las medidas exactas de cada argolla para luego en conjunto adecuarlas según sus medidas estándares, la segunda visita fue el 18 de agosto para ver el proceso y el 21 de agosto recibí finalmente todas las argollas. Al recibir el pedido me di cuenta de pequeños errores de medidas, malos cálculos de cantidad y materialidad, por lo que el 5 de septiembre recibí el último pedido.

Trabajar en conjunto fue una gran experiencia debido a la gran disposición y motivación que tuvieron en el proyecto. Logre comprender lo importante que es tener una relación estrecha y participativa en conjunto al artesano, tal como relatamos en un par de capítulos atrás A+D. Es de suma importancia generar un vínculo de amistad por lo que es preciso convivir con ellos en su taller y estar presente en su proceso artesanal.

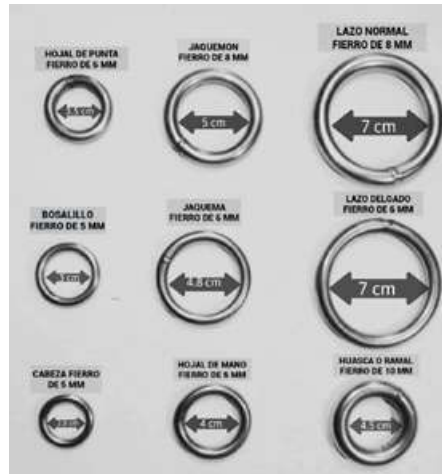
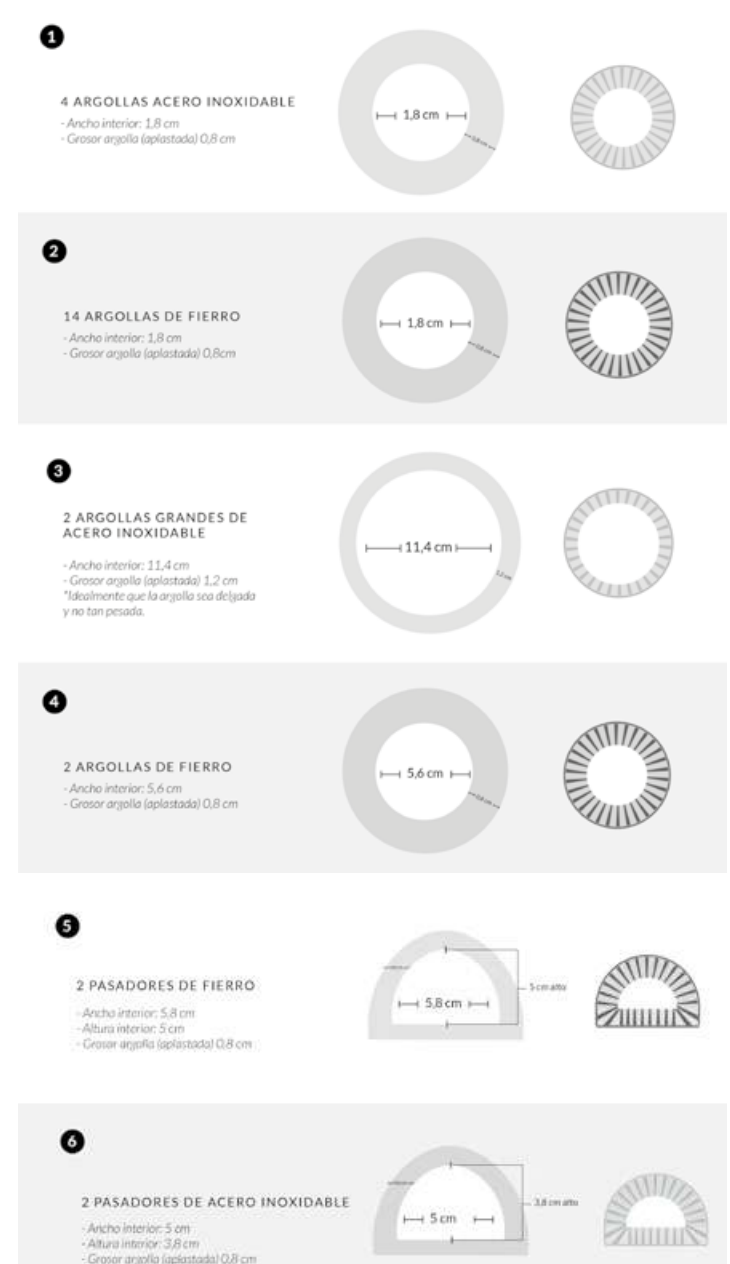


Fig.36 Documento enviado a los artesanos con las medidas de cada argolla.



Fotografías, de autor, Francisca Olavarría, visitas al taller 2020



Juan Pablo Calderón
Artesano en ataujía

Lucas Calderón
Artesano en ataujía



Argollas



Aperturas para realizar el
chapeado



Hilo de plata y bronce para
hacer incrustaciones



Matrices



Introduciendo la masilla de vidrio y tinta en el chapeado



Trenzado de hilo torcido en el taladro



1er pulido previo a chapeado



Pulido final

COLECCIÓN DE INDUMENTARIA, EL INICIO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

En un inicio la propuesta de diseño era realizar una colección de indumentaria que introdujera la técnica de la talabartería en distintas formas y soportes, donde se incluían abrigos, tops, faldas, pantalones, vestidos y carteras. Primero hice un “spider diagram” y un “moodboard” con los elementos más importantes y representativos de la colección, donde realicé 19 bocetos de figurines (fig.37) y 8 bocetos de carteras. Ya elegidos los bocetos explore distintos formatos de representación (fig.38) eligiendo bocetos digitales con combinación de texturas, los que podemos ver algunas en las siguientes imágenes. Dado la incertidumbre generada por la contingencia sanitaria y el limitado material existente comencé a indagar con el tema de las carteras, ya que no se necesitaba tanta variedad de materialidad para poder continuar; es así como finalmente el cuero terminó sorprendiéndome acotando mi propuesta de diseño en sólo en mundo de carteras.

Fig.37
Moodboard y spider diagram

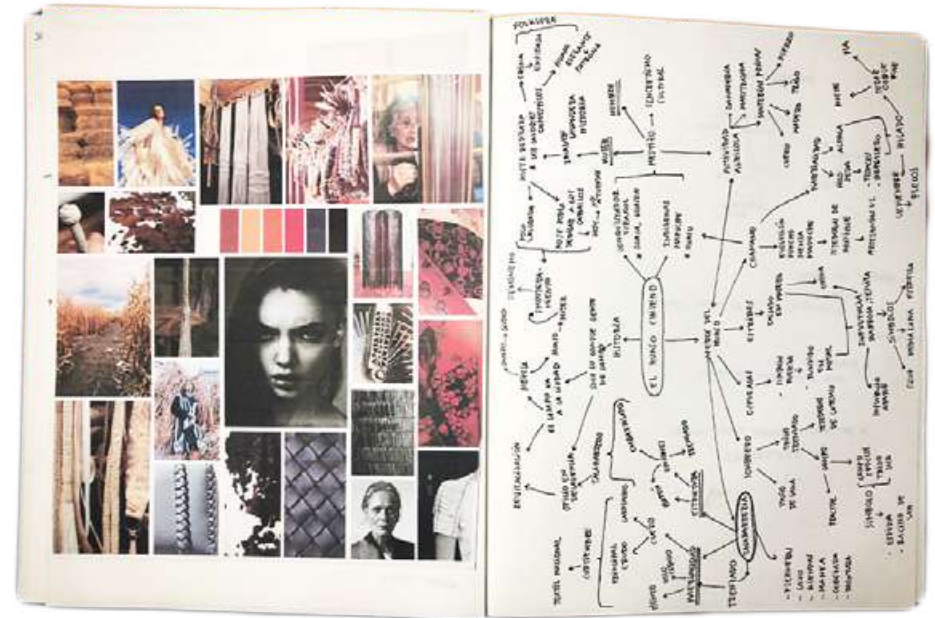


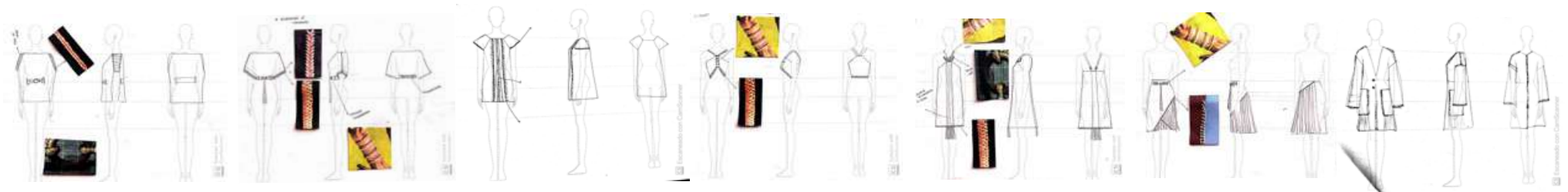
Fig.38
Exploración distintas técnicas



Spider diagram: metodología utilizada en el libro “Fashion design Research” (Ezinma Mbou)

Fig.39
Varios bocetos de colección más técnica de
trenzado y paleta de colores.

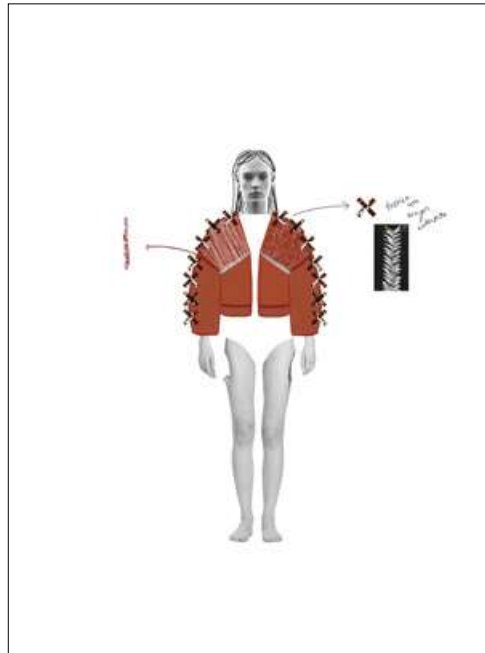
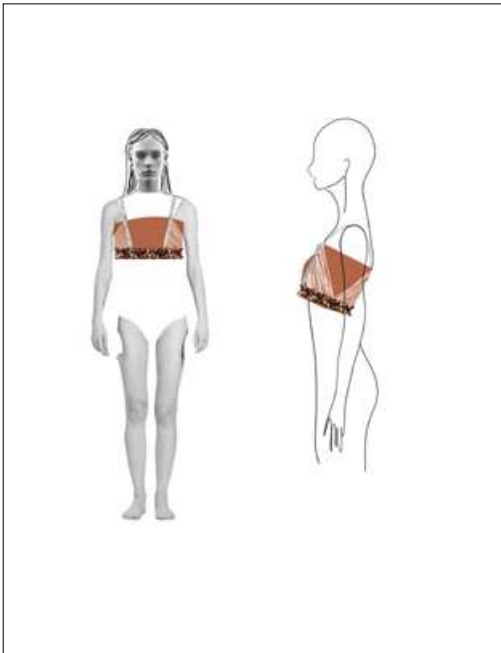
PRUEBA DE PALETA DE COLORES + COLECCIÓN

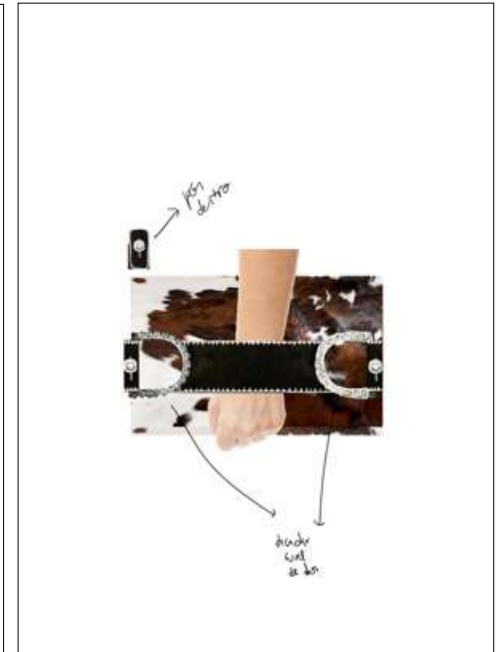
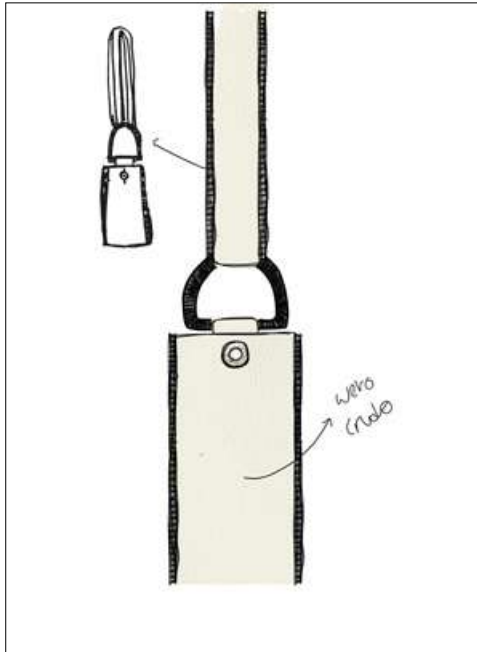






1ER ACERCAMIENTO COLECCIÓN DE CARTERAS

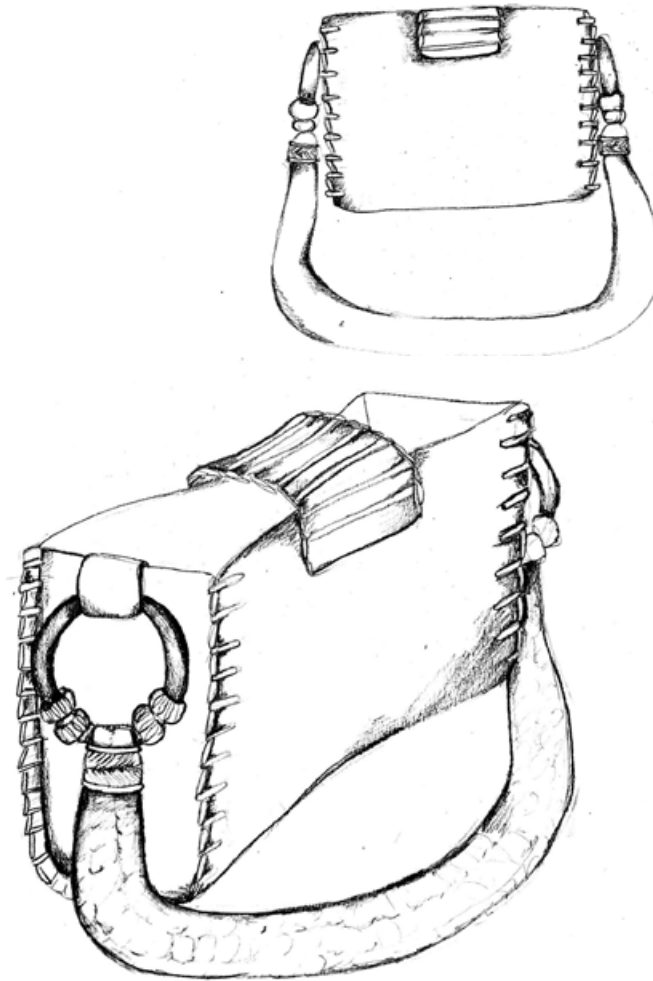


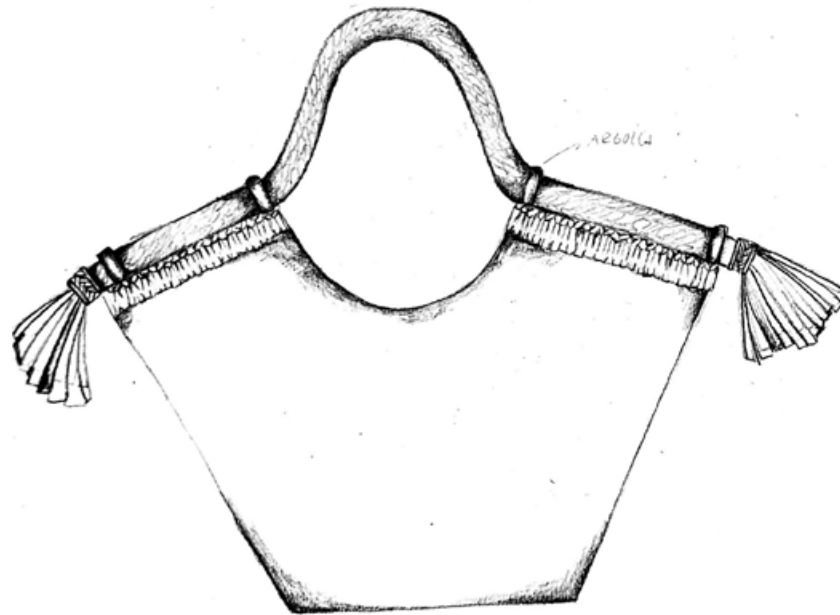
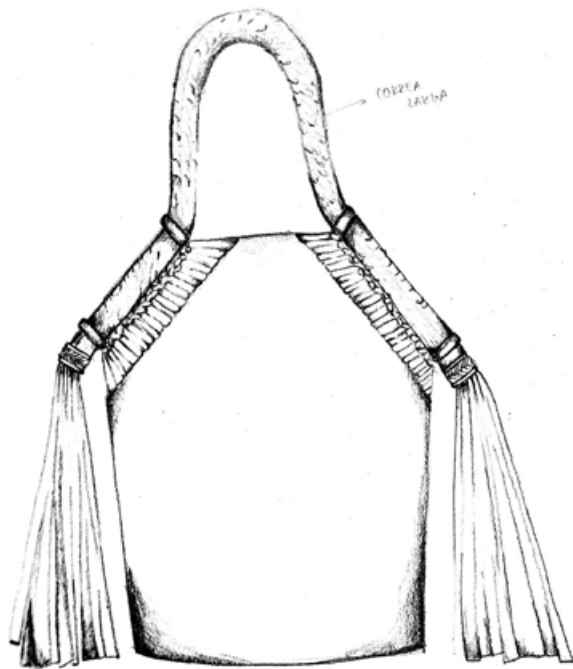


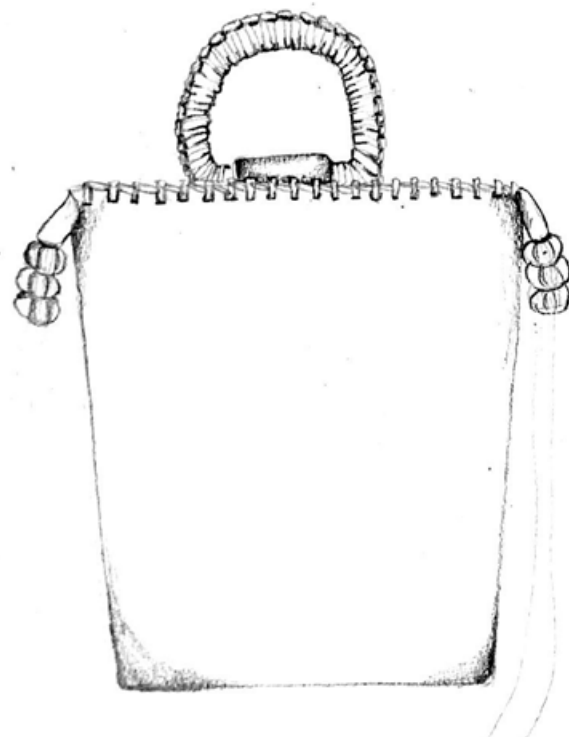
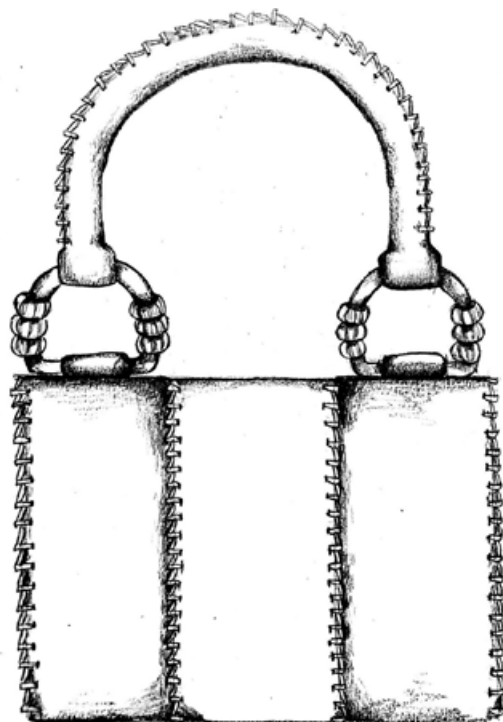
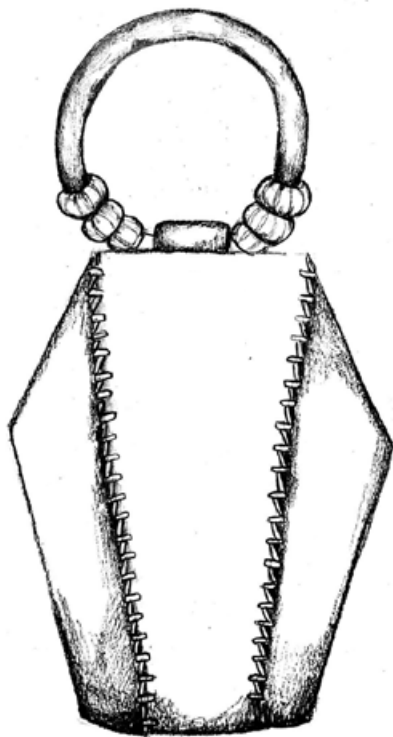
DISEÑO DE LA COLECCIÓN FINAL

A partir de los diseños realizados anteriormente decidí elaborar nuevos bocetos pensados en la estética y su proceso productivo, en los que no use las estrategias correctas para diseñarlas las primeras carteras de la colección indumentaria y prendas, es así cómo llegue a 10 bocetos finales para luego acotar en 6. En un comienzo decidí utilizar argollas con coscojas, que fueron eliminadas en los diseños finales debido a que los artesanos no realizan este tipo de chapeado. En primer lugar se dibujó la colección sin colores ni texturas, ya que no se sabía qué cuero se iba a utilizar (fig 42), luego comprados los cueros hice un bosquejo donde sólo se aplicaban los colores y los tipos de cueros (fig43), finalmente realice dibujos descriptivos con cada material, tipo de argolla y técnica aplicada (fig44), lo que fue muy útil para comenzar a confeccionar las carteras.

Fig.42 Bocetos sin colores ni texturas (Páginas 94, 95 y 93)







BOSQUEJOS CON APLICACIÓN DE
TEXTURAS Y COLOR

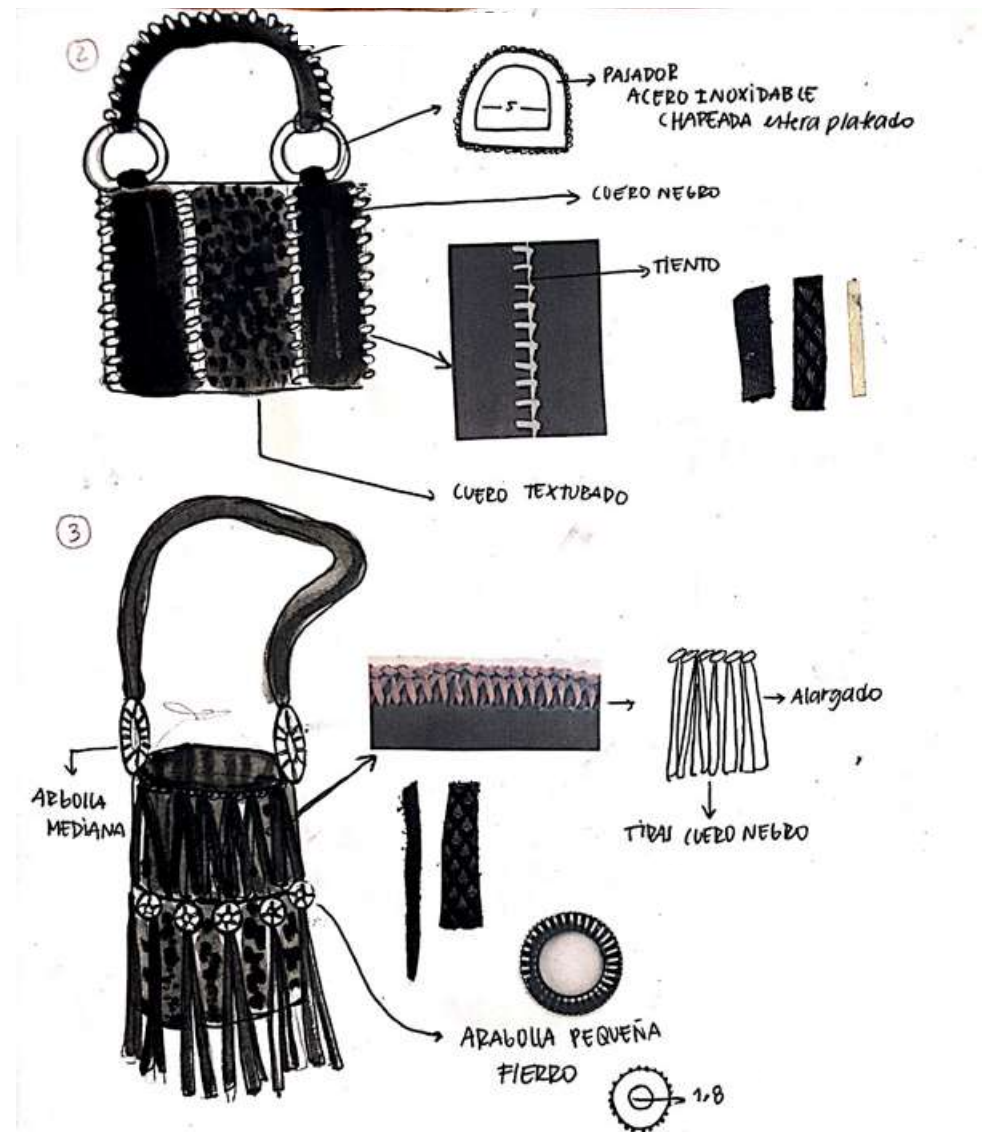
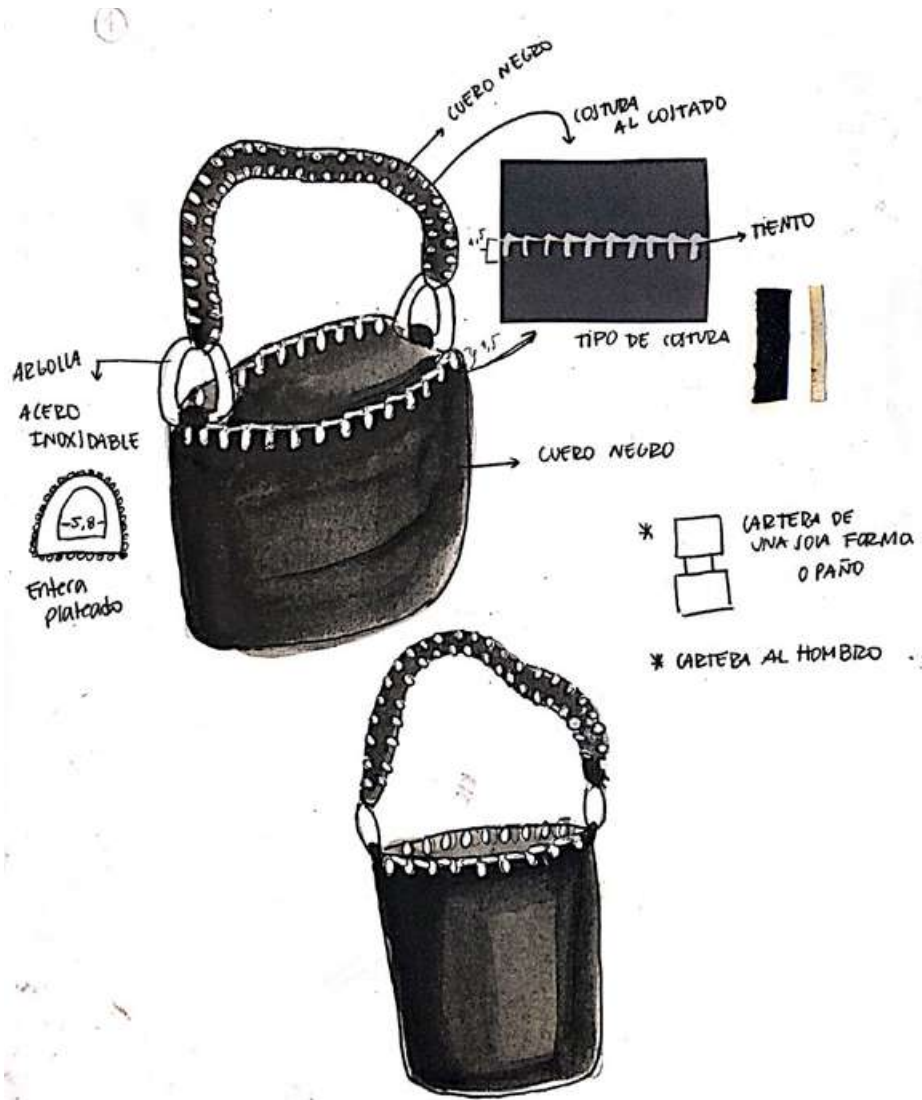
En estos bocetos se eliminan las coscojas y una cartera, se incorporan las argollas chapeadas de fierro y plata.



Fig.43 Bocetos con colores, texturas y materialidad

BOSQUEJOS CON DESCRIPCIÓN
DETALLADA Y MATERIALIDAD

Fig.44 Bocetos descriptivos,
páginas





DESARROLLO DE PIEZAS

LA INTERACCIÓN ENTRE EL OBJETO CONTENEDOR Y EL CUERPO HUMANO

Como vimos en capítulos anteriores, en sus inicios las carteras o bolsos tenían un labor principalmente funcional y a medida que pasaron los años la estética pasó a ser un elemento indispensable en cada una de ellas. En esta propuesta de diseño creemos que las carteras son un objeto contenedor que interacciona con nuestro cuerpo y movimiento, por lo que cada forma, medida y pieza son elementos fundamentales que pueden influir en nuestra ergonomía corporal. Es por esto que decidí realizar un estudio de las formas de las carteras, sus piezas y su funcionalidad en cuanto a su contexto.

Para poder definir tamaños y formas, es necesario comprender que una cartera se compone de 3 piezas esenciales: asa de mano y/o asa bandolera, cuerpo y base, existen varias piezas y detalles que se les puede incorporar a un bolso (fig.45) algunas meramente funcionales y otras completamente estéticas. Para poder determinar distancias y medidas es importante considerar cómo las asas se acomodan en el cuerpo y su anatomía, observando el hombro y la clavícula, la distancia de su antebrazo, axila, cadera y mano, es por esto que se decidió analizar 22 carteras [anexo ..] donde se registró las medidas de sus asas, base, cuerpo y tipo de apertura. En el siguiente gráfico podemos ver las medidas más predominantes de tres tipos de carteras que son comúnmente utilizadas: tote bag, carteras cruzadas o con asa bandolera y carteras de mano.

cuero terminó sorprendiéndome acotando mi propuesta de diseño en sólo en mundo de carteras.

Tote bag

- Varían en el largo de sus asas entre los 40 - 60 cm.
- Predominando la altura de 13 cm bajo la axila
- Medida del perímetro del cuerpo entre: varían entre los 150 cm - 166 cm

Carteras cruzadas

- Asas varían entre 112 -128 cm
- Teniendo una media de 12 cm más abajo del "hueso de la cadera"
- Medida del perímetro del cuerpo entre 80 - 96 cm

Carteras de mano

- Asas varían entre 29 - 44 cm
- Medida del perímetro del cuerpo 108 - 120 cm

Analizadas las carteras, experimente con el grosor del tipo de agarre (fig.46) donde se unieron distintas cantidades de cuerdas simulando las diversas posibilidades de grosores para las asas, concluyendo que el máximo valor permitido según el alcance entre el pulgar y el índice fue de diámetro (fig.47) Fig (fotos de las cuerdas con amarre)

Fig.45

Partes de un bolso
<http://tallerderepujadoencuero.blogspot.com/2014/10/partes-de-un-bolso.html>





Fig.46
Registro de 22 carteras
y sus medidas

Fig.48
Grosor de asa



Se desarmó cartera
para poder entender su
proceso productivo



Fig.47
Observación de medidas
de sisa junto con asa.



TESTEOS: 1ER ENCUENTRO CON EL CUERO

Primero se elaboraron las tres primeras carteras, este proceso fue muy relevante ya que fue la primera experimentación con el material y las formas, de esta manera se pudo concluir cinco puntos importantes dentro del proceso: el primero la importancia de aplicar pegamento a cada una de las partes para evitar su movilidad al momento de unir dos piezas, segundo coser todos los detalles, pasadores, manillas, etc antes de unir por completo la cartera, tercero aplicar un correcto espaciado para incorporar el trenzado del tiento, cuarto la no necesidad de aplicar un forro de género al interior de la cartera y por último simplificar procesos productivos lo que me llevó a explorar el termoformado y conocer las herramientas especializadas para cada proceso.

CARTERA 01



CONCLUSIONES Y ERRORES

1. Pegado posterior de las piezas
2. No se le incorporaron los broches y pasadores antes, lo que fue difícil incorporarlos previamente.
3. Problemas de espaciado con el tiento

CARTERA 02



CONCLUSIONES Y ERRORES

1. Problemas con las curvas y el trenzado en tiento en los costados de la cartera, esto me llevó a explorar nuevas ideas para soluciones futuras, tal como el termoformado.
2. El forro pasó a ser un problema innecesario dentro del proceso productivo, por lo que se decidió eliminarlo.

1ER ENCUENTRO CON EL CUERO

CARTERA 03



CONCLUSIONES Y ERRORES
Proceso productivo efectivo

FOTO: TERMOFORMADO



CONCLUSIONES Y ERRORES
Proceso productivo efectivo

Luego confeccionada las tres carteras me di cuenta que faltaban ciertas herramientas fundamentales (sacabocados, tenedores, martillo de fieltro, etc) para poder construir las carteras finales. Es por esto que con los retazos sobrantes decidí confeccionar mascarillas y venderlas para poder pagar el resto de materiales faltantes. Esta experiencia sirvió bastante ya que debido a la cantidad pedida pude "soltar la mano" con la máquina y me di cuenta de que es mejor realizar costuras entrelapadas para no generar tanta presión entre los cueros.

MASCARILLAS



COMPRA DE HERRAMIENTAS



Compra de herramientas junto a Felipe Vial, experto en cuero y marroquinería.

HERRAMIENTAS UTILIZADAS



1

Tenedores

2

Herramineta para **costura manual**

3

Punzón

4

Descosedor

5

Pulidor o bruñidor de madera: Pule los cantos del cuero para dar una mejor terminación

6

Terminación para el borde

7

“Matacantos”: Saca cantos.

8

Remachadora

9

Plancha de teflón y martillo de nylon: Relevante para no estropear los tenedores.



11

Pegamento de suela



12

Tintes



13

Cerca de abeja solidificada.

Vaso: **Cera + aceite de oliva**

Finalidad: **abrillantar el cuero y eliminar rayaduras/imperfecciones**



14

Sacabocados



15

Compas: Marcar el borde del cuero según medida determinada



16

Sacabocados



17

Remaches



18

Broches a presión



19

Mosquetones



20

Imanes



Sujetador: Construí esta herramienta para inmovilizar el cuero, se introduce entre medio del acolchado y se aprieta con la manilla. Esta herramienta va entre medio de las piernas.



Guillotina: Construí esta guillotina para poder sujetar el tiento a presión.

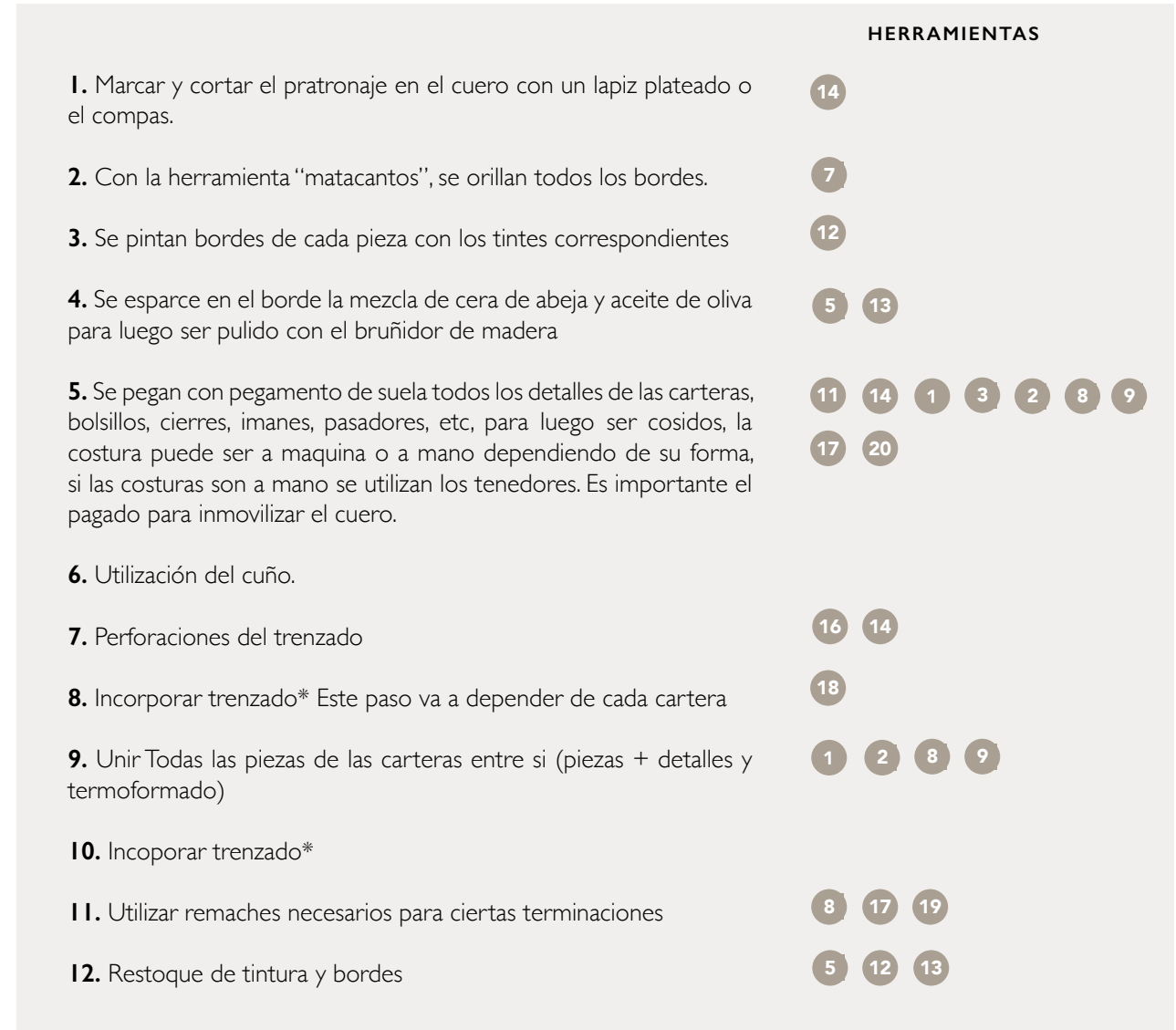
PASOS PROCESO DE PRODUCCIÓN

Luego confeccionada las tres carteras me di cuenta que faltaban ciertas herramientas fundamentales (sacabocados, tenedores, martillo de fieltro, etc) para poder construir las carteras finales. Es por esto que con los retazos sobrantes decidí confeccionar mascarillas y venderlas para poder pagar el resto de materiales faltantes. Esta experiencia sirvió bastante ya que debido a la cantidad pedida pude “soltar la mano” con la máquina y me di cuenta de que es mejor realizar costuras entrelapadas para no generar tanta presión entre los cueros.

Dada la investigación anterior me dí cuenta que para poder confeccionar una cartera, es fundamental ser estratégica y tener claro sus pasos previos, ya que al tener unida todas sus piezas es muy difícil incorporar detalles extras, además importante considerar que los agujeros producidos por las costuras no se pueden eliminar, por lo que es de suma relevancia hacer costuras precisas y no erróneas.

El proceso de elaboración de las carteras finales fue muy interesantes, ya que me di cuenta que la fase inicial de maquetación en otro material es fundamental para la correcta elaboración del prototipo final. Decidí comenzar a diseñar en 2D ya que las maquetas que realizaba eran desproporcionadamente grandes, debíto a que en un principio maqueteaba directamente en 3D y no era consciente de que las medidas en volumen pueden ser completamente distintas. Ya realizado la maqueta 2D, se siguió con 3D para ver el formato real y luego volvimos al 2D en patronaje. Ya el patronaje listo comenzamos a confeccionar en una seguidilla de pasos presentes en la (fig.49) la mayor complejidad que tuve fue por un lado calzar los orificios con los trenzados y por el otro tener que coser los termoformados, ya que el pie de máquina no me permitía avanzar.

Fig.49 Pasos planificados previos para construir cada una de las carteras



COLECCIÓN DE 6 CARTERAS

Esta colección cuenta de 6 carteras: Malaya morena, Bolsero, Consentida, Chiquita & bonita, Violeta & Parra y Rosa & Clavel. Se unen entre sí por sus argollas, gama de colores, tipo de cuero y flecos. Sus nombres representan nombres de cuecas chilenas, baile típico folclórico el cual sus protagonistas son el huaso y la china.



1. MALAYA MORENA



2. BOLSERO



3. CONSENTIDA

III · PROCESO DE DISEÑO



4. CHIQUITA Y BONITA



5. VIOLETA & PARRA



6. ROSA & CLAVEL

CARTERA 01: MALAYA MORENA

MAQUETA 2D



MAQUETA 3D



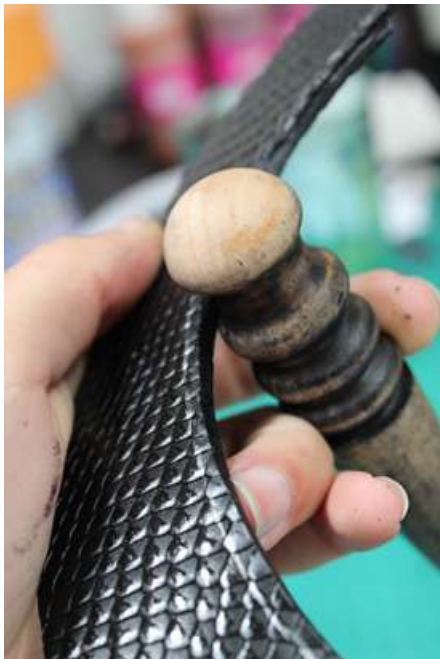
PATRONAJE





RELACIONAR CON Fig.49 Pasos planificados previos para construir cada una de las carteras

* Me di cuenta que al hacer el mango recto me generaba curvas al momento de ser doblado. Es por esto que se tuvo que hacer un nuevo patrón.



* El cordón introducido entre medio del cuero par darle rigidez es de tiras de genero reciclado la cual la obtuve de otra cartera



PROCESO DE CONFECCION

CARTERA 02: BOLSERO

MAQUETA 2D

* Referencia cartera 03, 1er
encuentro con el cuero

MAQUETA 3D

* Referencia cartera 03, 1er
encuentro con el cuero

PATRONAJE





* Primero se tuvo que unir parte superior para luego incorporar el cuerpo de la cartera

RELACIONAR CON Fig.49 Pasos planificados previos para construir cada una de las carteras



** Se tuvo que hacer dos veces el tirante, ya que en un principio no se realizó el trenzado con doble cuero lo que quedó arrugado y no estéticamente bien.*



PROCESO DE CONFECCION

CARTERA 03: CONSENTIDA

MAQUETA 2D



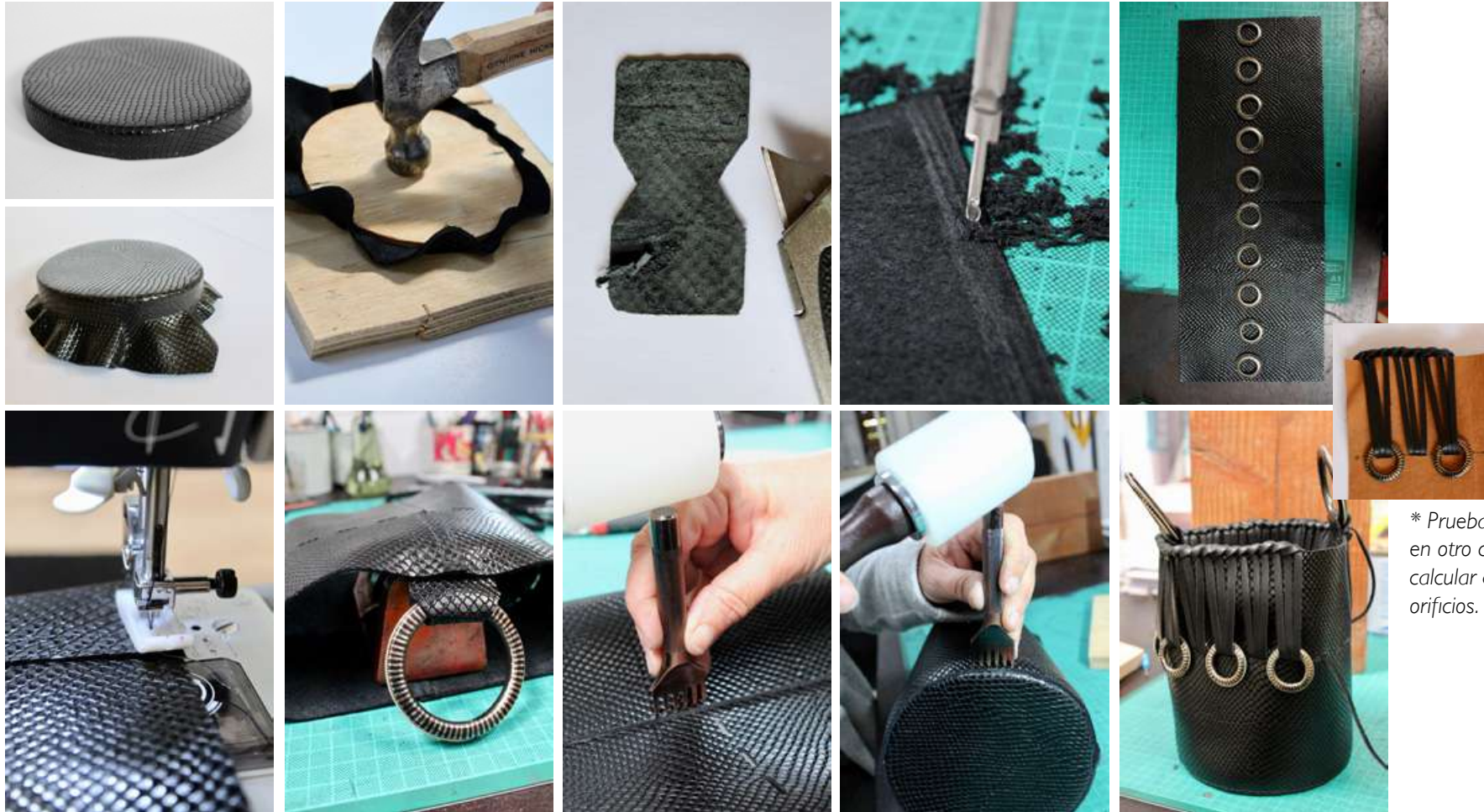
MAQUETA 3D



PATRONAJE



CORTE Y CONFECCIÓN



* Prueba de trenzado en otro cuero para calcular distancia de orificios.

RELACIONAR CON Fig.49 Pasos planificados previos para construir cada una de las carteras



* Se tuvo que incorporar cilindro de aglomerado cartón forrado en cuero, para que le diera rigidez a la cartera.

PRODUCTO FINAL



CARTERA 04: CHIQUITA Y BONITA

MAQUETA 2D



MAQUETA 3D



PATRONAJE





RELACIONAR CON Fig.49 Pasos planificados previos para construir cada una de las carteras





CARTERA 05: VIOLETA Y PARRA

MAQUETA 2D



MAQUETA 3D



PATRONAJE





RELACIONAR CON Fig.49 Pasos planificados previos para construir cada una de las carteras



* Se realizaron distintos tipos de trenzados talabarteros para eliger el mejor estéticamente
1 y 2 trenzado de 8 huasquillas
3 Trenzado de 3 huasquillas
4 Trenzado de 1 huasquilla
Trenzado torcido



* Prueba estética



CARTERA 05: ROSA Y CLAVEL

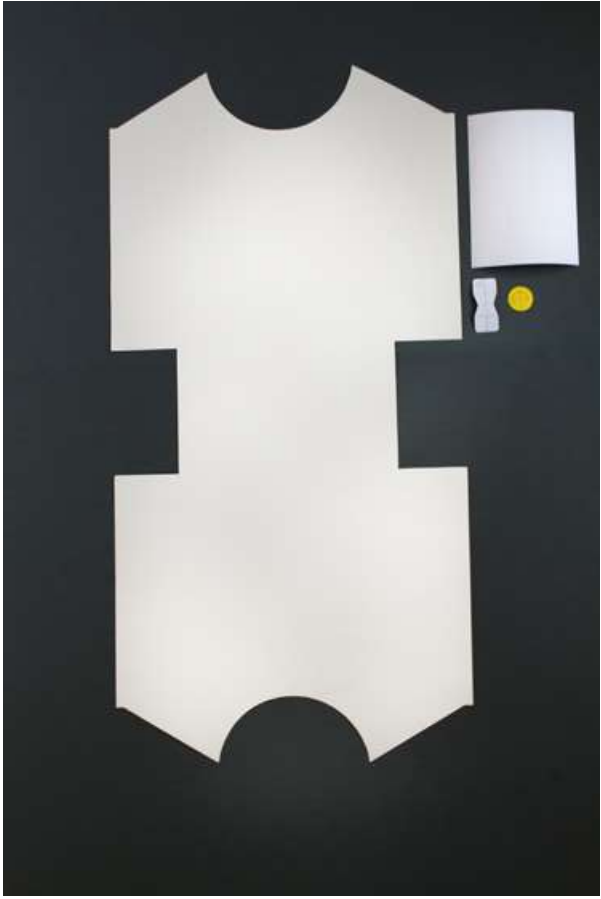
MAQUETA 2D



MAQUETA 3D



PATRONAJE





RELACIONAR CON Fig.49 Pasos planificados previos para construir cada una de las carteras





PREPARACIÓN PARA SESIÓN DE FOTO

En la narrativa de la sesión de fotos se quiso representar el concepto de la mezcla entre el campo y la ciudad, de una mujer que esta introducida en estos dos mundos. Es por esto que se quiso encontrar una locación que tuviera infraestructuras introducidas en el campo. Conceptos a representar con la modelo: Con caracter y atrevida.

PROCESO

- 1 Se hizo un moodboard con referentes fotográficos.
- 2 Se buscó una paleta de colores para las tenidas de la sesión y luego se recolectaron distintos outfits, donde se eligieron vestidos, shorts, pantalones y “monos” con el propósito de que las tenidas pudieran ser aptas para diversas edad. Se quiso combinar las tenidas con escotes en V y tops altos. Se eligieron telas lisas, sin texturas, para ensalzar los trenzados de las carteras.
- 3 Visite previamente la locación y saque fotos del lugar para enviarselas al fotógrafo.
- 4 Se hizo una reunión con el fotógrafo y la maquilladora, donde se habló de la marca y los conceptos asociados.
- 5 Nuevo moodboard de fotos realizado junto con el fotógrafo y la maquilladora.
- 6 Revisión de nuevas tenidas finales.
- 7 Se probaron las tenidas con sus respectivos zapatos.
- 8 Sesión de fotos en isla de Maipo.
- 9 Me junte con el fotógrafo para la elección de fotos junto con su edición

1



MOODBOARD SESIÓN FOTGRÁFICA: CAMPO A CIUDAD

MESTIZA



2



3



1



2



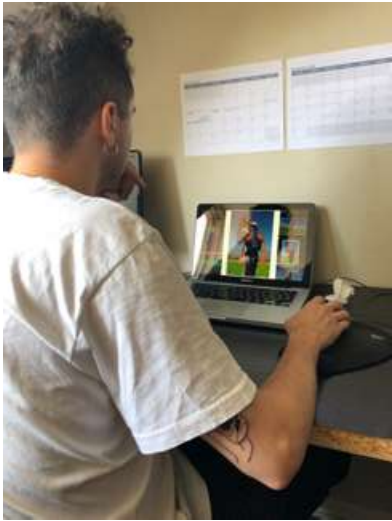
3



8



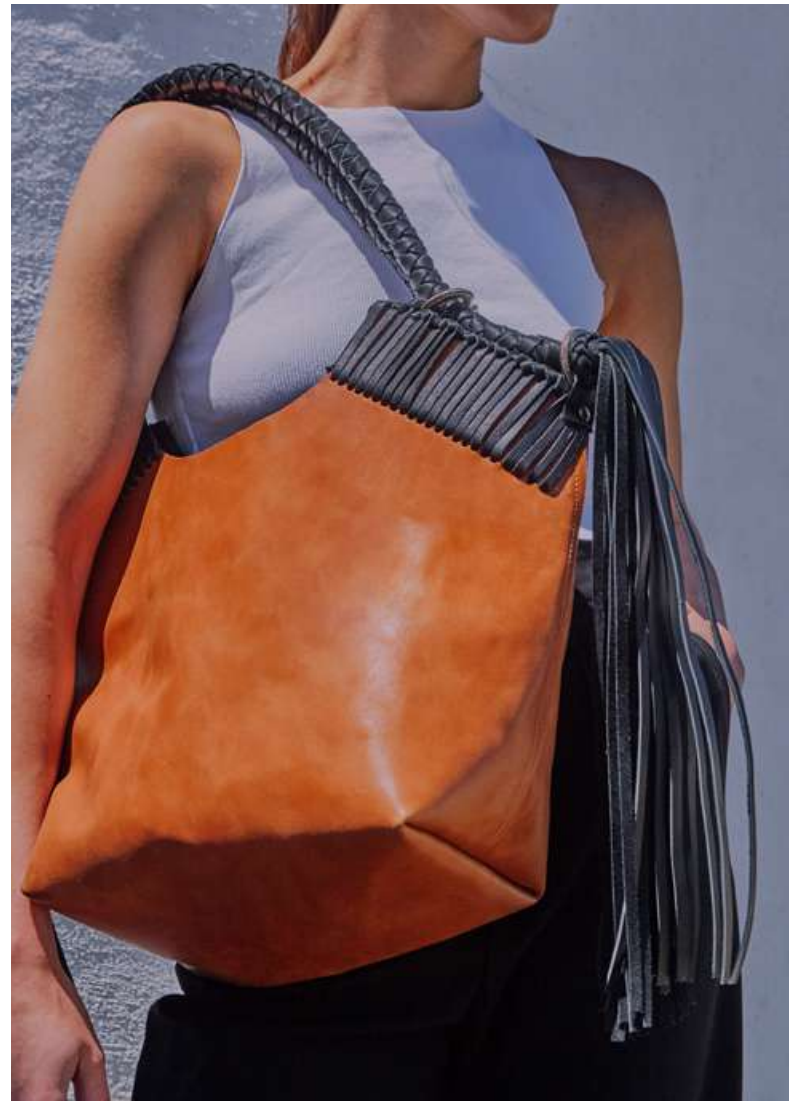
9

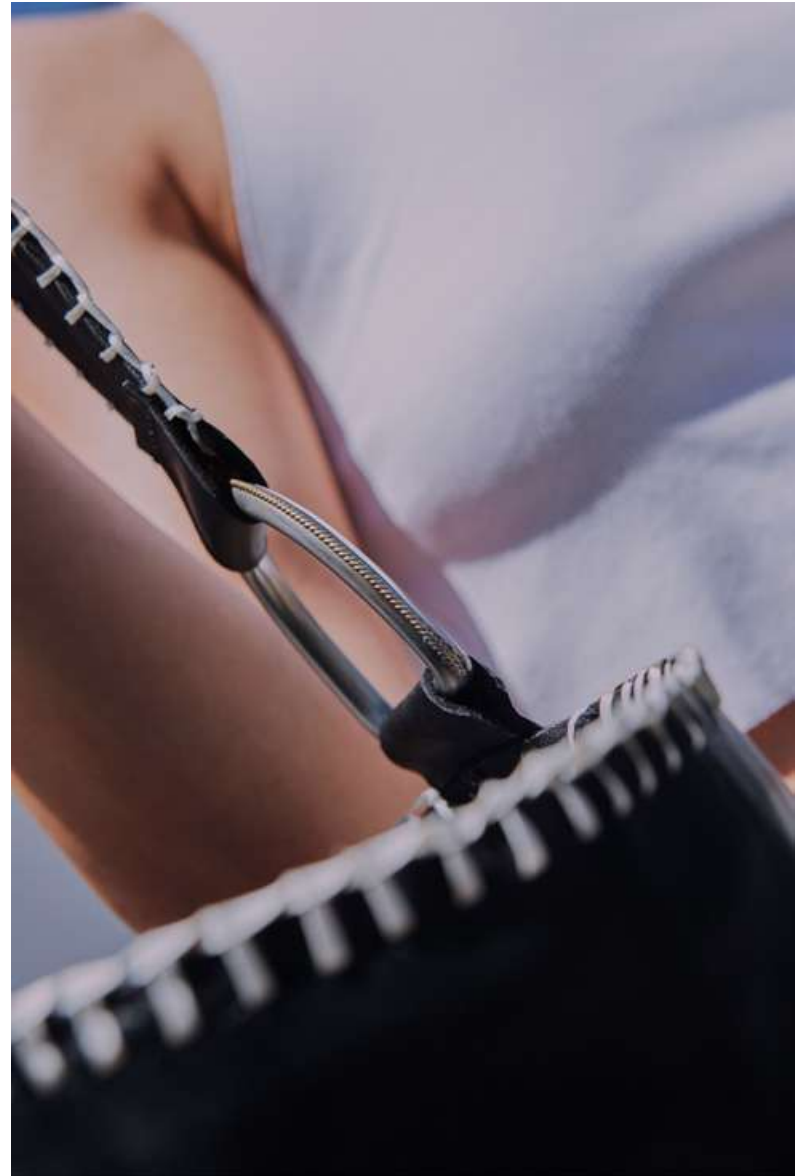


MESTIZA

LOOKOOK



























MAQUILLAJE Y PEINADO Catalina Gutierrez

FOTOGRAFÍA Y EDICIÓN Francisco Finat

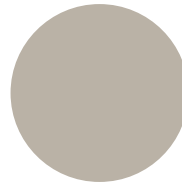
MODELO Mariana Bennet



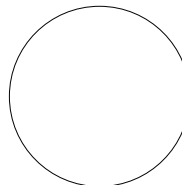
NAMING

Mestiza representa la transformación y la convergencia de dos mundos ricos en valores, creencias y tradiciones. Para la construcción de su logotipo se utilizó la espuela como fuente de inspiración. Se eligió una tipografía serif de alto contraste para aludir elegancia y delicadeza. Sus remaches extensos y puntiagudos nos evocan a las púas de las astas (rodaja) de las espuelas, haciendo esta tipografía distinta a las demás.

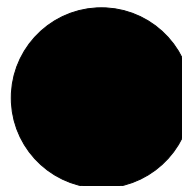
Existe una gran riqueza y simbología histórica en los aperos, donde se pueden encontrar rosetones, espigas, copihues, medias lunas, cruces, entre otros. En las espuelas esta ornamentación pasa a ser un elemento muy atractivo ya que se crean patrones y forman gran parte del sector más ancho de la espuela. Dada esta referencia se quiso utilizar aquella ornamentación en las "astas" y "arcos" en la tipografía imitando el mismo uso del chapeado en el pihuelo. Este juego de patrones además de ser interesante en cuanto a simbología, nos da pie para poder ir explorando constantemente distintas figuras y aplicaciones dentro de la marca, incorporándose en su packaging, etiquetas, página web, etc. Se decidió no utilizarla como logo principal ya que podría ser interesante ir cambiando patrones según cada nueva colección y materialidad, como por ejemplo la incorporación del trenzado en trigo de las chupallas dentro de una nueva colección, en la que se crearían nuevos patrones y figuras en función del trenzado.



C M Y K
0 0 0 0



C M Y K
0 0 0 0



C M Y K
0 0 0 100



* Primero se realizó un juego tipográfico con las iniciales.

Construcción tipográfica
Mestiza

MTZ

Construcción logotipo 1
Mestiza

MZ
MESTIZA

Construcción Logotipo 2
Mestiza

MTZ
MESTIZA

2

*Exploración de tipografías y formas junto con el profesor Pancho Galvez. Aquí se muestra la lámina de corrección.



Usar una letra estándar como índice:
Georgia o Myriad

INSPIRACIÓN

Contraste de grosor entre puño de la asta (Rodaja) y el pihuelo (tronco)

Terminaciones y uniones con forma de rectángulo y círculo. Esto nos va a inspirar para las uniones entre las serfas y el trazo y las ascendentes.



OK, pero esto no es para ponerlo en la justificación, ya que es conocimiento técnico y específico



Viendo tus referencias no puedo dejar de hacer este ejemplo. Hay una rigidez en los ornamentos que puede ser una buena pista para hablar del mundo que evocas



Hay muchos diseños que usan un ornamento que en tamaños pequeños se ve como una textura pero en grande aparecen en esplendor, como este: <https://panchoz.myportfolio.com/retro>

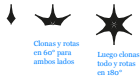
PROPUESTA01

MESTIZA

OK, este detalle, pero me parece que es más elegante el de la derecha ¿no? Cuesta ver en este detalle la unión de la rodaja con el pihuelo

PROPUESTA02

MESTIZA



Cronas y rónas en 60° para ambos lados

Largo cronas todo y rónas en 180°

La letra S es la que tiene más problemas de dibujo. Revisa los PDF que hemos visto en clases. Ahí hay ejemplos para dibujar una S y contrastarla

MESTIZA*

La elegancia se puede dar por un detalle, la espada en la E, entre otras letras, no hace tanto sentido como al final. Hay que revisar el espaciado. Pueden escribir MESTIZA con otra fuente y comparar o calcar el espaciado. Un espaciado más generoso se relaciona con la elegancia.

MESTIZA

EXPLORACIÓN

Juego con otro estilo tipográfico

ET
T

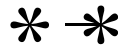
EXPLORACIÓN

Juego iconográfico

MESTIZA

MESTIZA*

Como referencia, puedes hacerlo más simple con 6 puntas, como este anterior de Georgia, luego rotas en 30° para que no quede la horizontal



Georgia

Times New Roman



3

*Creación de logo y tipografía Mestiza para el examen de tipografía de Pancho Galvez



A C E F I M

N P S T Y Z

A B C D E F G H I
N O P Q R S T U V
L M Y Z

4

LOGO FINAL

MESTIZA

MESTIZA

MZ

MZ

* Se decidió abreviar el nombre en MZ para acotar el espacio del logo y poder ser aplicado en las carteras como en distintas gráficas

LOGO Y JUEGO DE PATRONAJE

MESTIZA

MESTIZA



CREACIÓN DE CUÑO CON CALOR

Se mandó a hacer un cuño con calor para aplicarle a las carteras, lamentablemente este llegó muy tarde tras la pandemia por lo que no se pudo utilizar en las carteras finales, ya que se debía de hacer previamente.



PACKAGING

El packaging de Mestiza consta de una bolsa de lino protectora para la cartera. La idea es que el packaging pueda ser reutilizable como bolso, es por esto que se decidió incorporar una asa superior para que fuera más cómoda al momento de ser transportada. La idea es que la mujer lleve a todos lados su bolsa de Mestiza lo cual puede ser una estrategia de marketing para la marca. En cuanto a gráfica se decidió incorporar el patronaje utilizado en la tipografía, además en la parte posterior se pueden encontrar distintas explicaciones históricas del huaso, ya sea de simbologías, anécdotas, etc.

BOCETOS



FOTOMONTAJE



GRÁFICAS ASOCIADAS

Boleta electrónica donde hay un resumen acerca del proceso productivo que tuvo cada cartera; quién fabricó la argolla, cual es su valor; tiempo estimado de trabajo, etc. Además hay un instructivo de cómo lavar y cuidar tu cartera, lo que es importante para el relato medio ambiental que posee la marca.



Iniciativa que llevo acaba “**El taller Baquillita**” acerca de sustentabilidad transparente

Boletas electrónicas recibidas por los clientes al momento de realizar una compra en Mestiza




MESTIZA

Por un diseño **transparente y sustentable**

MATERIALIDAD	\$20.000
NOMBRE ARTESANOS	Lucas Calderón
	Valor: 12 argollas chapeadas Pequeñas \$40.000 Medianas \$10.000
HORAS DE TRABAJO	96 horas
TRANSPORTE	Auto \$30.000
NEEDSHORING	1:30 hrs Melipilla 2:30 hrs Itahue
TOTAL	\$.....

Haz click **aquí** y observa como fue construida tu cartera!





MESTIZA


CUIDADOS PARA TU CARTERA

Ésta cartera de cuero te podría acompañar toda tu vida siempre cuando **la cuides y sigas nuestros consejos.**

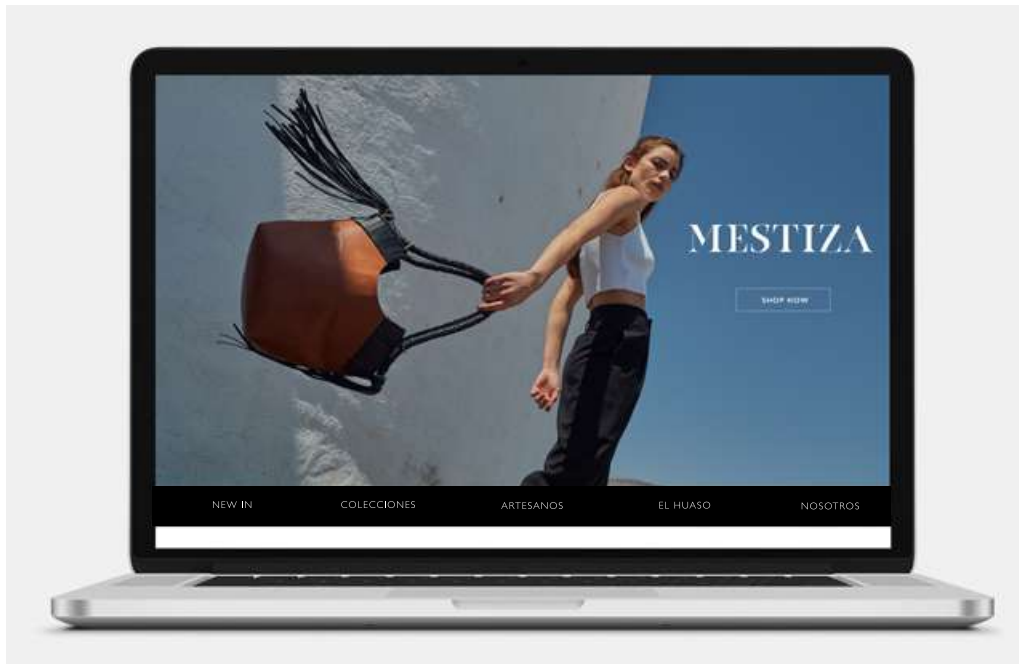
1. No utilices agua para lavar tus carteras, compra un acondicionador especial o mezcla cera de abeja sólida con aceite de oliva.

2. No guarde su cartera en bolsas plásticas o lugares húmedos y luminosos.

Cuidemos nuestro planeta y compremos de forma **consciente**



CANAL DIGITAL



PÁGINA WEB

La página web va a ser una herramienta fundamental para la compra de los productos y mostrar el relato de la marca. En este se encontrará descrito el proceso productivo de cada objeto, la historia del huaso y los oficios relacionados. La página contará de 5 pestañas; New in, colecciones, el huaso, artesanos y nosotros.

NEW IN

Últimos modelos de carteras

COLECCIONES

Los productos y su valor. Dentro de cada producto habrá un video de su proceso constructivo.

EL HUASO

Relato de la historia y simbología del huaso. Cada mes se subirán videos distintos de entrevistas a artesanos, historiadores o personas relacionadas al tema.

ARTESANOS

Los artesanos involucrados y su historia.

NOSOTROS

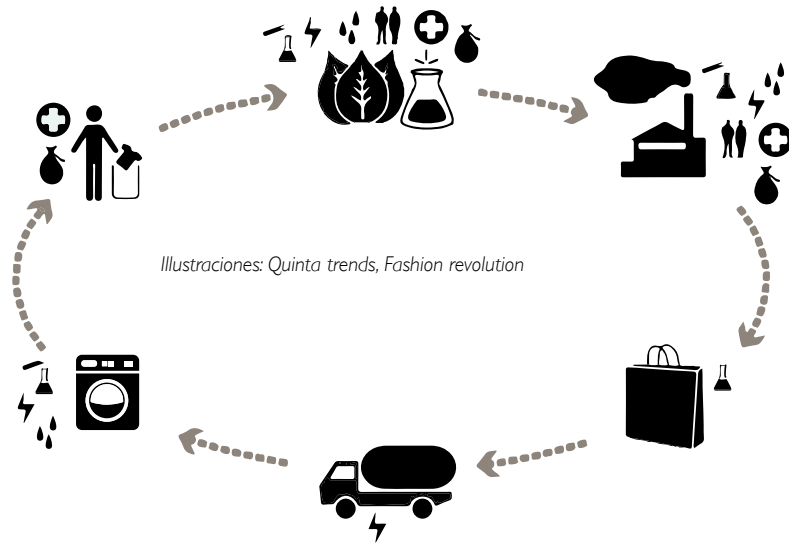
Acerca de la marca y sus principios conscientes con el medio ambiente.



R . R . S . S

Las redes sociales van a ser un medio fundamental para difundir el oficio y la historia del huaso, donde se encontrarán videos de los artesanos, sus técnicas y las simbologías presentes en cada uno de los aperos. Además se podrá ver la colección junto a sus procesos productivos.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y SU RESPONSABILIDAD CON EL MEDIO



1. PRODUCCIÓN Y EXTRACCIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Elección de curtiembredría consciente con el medio ambiente. Según información página

....

2. TRANSFORMACIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Proceso productivo transparente y utilización de residuos en otros productos (mascarillas, llaveros, etc).

3. ETIQUETAS Y EMBALAJES

Boleta electrónica y packaging reutilizable.

4. DISTRIBUCIÓN Y RETAILERS

Concepto de nearshoring aplicado, movilización en auto.

5. USO Y LIMPIEZA

Recomendaciones de uso y limpieza de las carteras, utilización mínima de agua.


6. FIN DE VIDA DE LA PRENDA

Sistema de reparación dentro de mestiza.

INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

Se inscribió la marca oficialmente a INAPI

INAPI - Solicitud Confirmada



Su Escrito ha sido recepcionado exitosamente.

Escrito asociado al N° Solicitud: 1358845 (Palabra o Denominación; Mestiza).

Fecha Presentación Escrito: 19/07/2020 15:59:34.

N° de Escrito: C/2020/79762.

N° Atención: 20200719155934117.

(Cumplimiento de observaciones - De forma de marca)

Solicitante

Nombre/Razón Social: FRANCISCA ANDREA OLAVARRÍA JIMÉNEZ **Rut:** 19475576-7

Domicilio:

Comuna:

Email: FNOLAVARRIA@UC.CL

El presente escrito ha sido presentado por Internet y suscrito electrónicamente por el solicitante individualizado precedentemente, de acuerdo a lo establecido en el Art. 3, de la Ley N° 19.799 sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de certificación de dicha firma, y su Reglamento, contenido en el Decreto Supremo N° 181, de 2002, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

Todos los documentos que eventualmente se acompañen con el presente escrito, tendrán carácter de copia simple. Sin perjuicio de ello, en caso de que dichos documentos se hagan valer como medio probatorio, deberá estarse a lo dispuesto en el Art. 5 de la Ley N° 19.799. Así, harán plena prueba los documentos públicos suscritos con Firma Electrónica Avanzada de conformidad al Art. 342, N° 6 del CPC; los documentos privados suscritos por su Titular con Firma Electrónica Avanzada, y los documentos suscritos por un Notario, conforme al Auto Acordado de la Corte Suprema, de 13 de octubre de 2006, Sobre uso de Firma Electrónica por Notarios, Conservadores y Archiveros Judiciales. Los documentos electrónicos suscritos con Firma Electrónica Simple, tendrán el valor probatorio en conformidad a las reglas generales.

El Solicitante del presente escrito ha sido enrolado, previa verificación de su identidad, por el Instituto Nacional de Propiedad Industrial o por el Registro Civil al momento de la obtención de la Clave Única.

PLAN DE FINANZAMIENTO

Como se visualizó en los medios de difusión Mestiza es una marca de carteras que busca compartir con el usuario conocimientos y un producto exclusivo. La estrategia de implementación de marketing es B2C (Business to Consumer) por lo que está directamente relacionada con el consumidor y su comportamiento en el medio, es por esto que nos enfocamos 100% en la experiencia del usuario que puede tener al comprar el producto, donde se involucra completamente en su proceso productivo.

ESTRUCTURA DE COSTOS

En la fig... se muestran la estructura de costos general en cuanto materialidad para realizar el proyecto

Cuero			
	pies	Costo	costo unitario
Cobra Charol	13	15.600	1.200
napa milano negro	42	64.397	1.533
Niu Waxi Caramelo	23	32.650	1.420
Forro	12	15.000	1.250
Tiento	40	12.000	300
Total materiales		139.647	

Accesorios			
	cant	precio	costo unitario
Imán	50	5.000	100
Argollas chapeadas S	14	56.000	4.000
Argollas chapeadas M	6	30.000	5.000
Argollas chapeadas L	2	12.000	6.000
Argollas chapeadas XL	4	28.000	7.000
Pasadores chapeados M	2	10.000	5.000
Pasadores chapeados L	2	12.000	6.000
Pasadores trenzado costado M	4	20.000	5.000
Pasadores trenzado costado L	2	12.000	6.000
Mosquetones y Argollas	50	5.000	100
Cierre	1	1.000	1.000
Remaches	100	10.000	100
Broches presión	50	5.000	100
Total materiales		206.000	

Materiales (indirecto)			
	cant	precio	costo unitario
Pegamento	1	10.000	10.000
Pintura	1	15.000	15.000
Cera	1	10.000	10.000
Cartón aglomerado	1	10.000	10.000
Total materiales		45.000	

ESTRUCTURA DE COSTOS POR CADA PRODUCTO

En la fig... se muestran la estructura de costos para cada producto. Se mide cantidad de material por precio.

1 Consentida			
	cantidad	Costo unitario	Costo total
Costo total			73.116
Cuero			
Cobra Charol	6	1.200	7.200
Napa Milano Negro	5	1.533	7.666
Forro	5	1.250	6.250
Accesorios			
Argollas chapeadas S	10	4.000	40.000
Argollas chapeadas L	2	6.000	12.000

2 Chiquita y bonita			
	cantidad	Costo unitario	Costo total
Costo total			31.227
Cuero			
Cobra Charol	4	1.200	4.800
Niu Waxi Caramelo	6,5	1.420	9.227
Forro	2	1.250	2.500
Accesorios			
Imán	1	100	100
Argollas chapeadas XL	2	7.000	14.000
Mosquetones y Argollas	2	100	200
Remaches	2	100	200
Broches presión	2	100	200

ESTRUCTURA DE COSTOS POR CADA PRODUCTO

3		R&C		
	cantidad	Costo unitario	Costo total	
Costo total				38.204
Cuero				
Napa Milano Negro	8	1.533		12.266
Niu Waxi Caramelo	4,5	1.420		6.388
Forro	1	1.250		1.250
Accesorios				
Imán	1	100		100
Argollas chapeadas S	2	4.000		8.000
Argollas chapeadas M	2	5.000		10.000
Remaches	2	100		200

4		V&P		
	cantidad	Costo unitario	Costo total	
Costo total				42.918
Cuero				
Napa Milano Negro	4	1.533		6.133
Niu Waxi Caramelo	12	1.420		17.035
Forro	1	1.250		1.250
Accesorios				
Imán	1	100		100
Argollas chapeadas S	2	4.000		8.000
Argollas chapeadas M	2	5.000		10.000
Remaches	4	100		400

ESTRUCTURA DE COSTOS POR CADA PRODUCTO

5 El bolsero		cantidad	Costo unitario	Costo total
Costo total				40.799
Cuero				
Napa Milano Negro		15	1.533	22.999
Forro		2	1.250	2.500
Tiento		10	300	3.000
Accesorios				
Imán		1	100	100
Pasadores trenzado costado L		2	6.000	12.000
Remaches		2	100	200
6 Malaya morena		cantidad	Costo unitario	Costo total
Costo total				51.016
Cuero				
Cobra Charol		3	1.200	3.600
Napa Milano Negro		12,5	1.533	19.166
Forro		1	1.250	1.250
Tiento		20	300	6.000
Accesorios				
Pasadores trenzado costado M		4	5.000	20.000
Cierre		1	1.000	1.000

RESUMEN UNIT ECONOMICS

“Los unit economics son los ingresos directos y los costos asociados con un modelo de negocio particular expresados por unidad.”(Entrepener, 2019)
 Definimos canastas cómo una estimación fija de cantidad de carteras vendidas cada mes (por cada modelo). Esto nos va ayudar a hacer proyecciones de gastos y de inversión.

Resumen Unit Economics

Cartera	1	2	3	4	5	6	Canasta
	Consentida	Chiquita y bonita	R&C	V&P	El bolsero	Malaya morena	
Precio	379.990	319.990	319.990	329.990	299.990	349.990	3.569.890
Precio ex IVA	307.792	259.192	259.192	267.292	242.992	283.492	2.891.611
Costos directos	(73.116)	(31.227)	(38.204)	(42.918)	(40.799)	(51.016)	(471.227)
Mano de obra	(20.000)	(20.000)	(20.000)	(20.000)	(20.000)	(20.000)	(220.000)
Packaging	(5.000)	(5.000)	(5.000)	(5.000)	(5.000)	(5.000)	(55.000)
Margen bruto unitario	209.676	202.965	195.988	199.374	177.193	207.476	2.145.384
Margen %	68,12%	78,31%	75,61%	74,59%	72,92%	73,19%	74,19%
Unidades vendidas mensual	1	2	2	2	3	1	

PROYECCIÓN DE VENTAS EN 12 MESES

Proyección de ventas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Precio canasta ex IVA	2.891.611											
Q canasta	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,7
crecimiento ventas		10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Total ingresos	1.445.805	1.734.967	2.024.128	2.313.289	2.602.450	2.891.611	3.180.772	3.469.933	3.759.094	4.048.255	4.337.416	4.915.739
Costo canasta	(471.227)											
Total costos directos variables	(235.614)	(282.736)	(329.859)	(376.982)	(424.104)	(471.227)	(518.350)	(565.473)	(612.595)	(659.718)	(706.841)	(801.086)
Costo mano de obra canasta	(220.000)											
Total mano de obra	(110.000)	(132.000)	(154.000)	(176.000)	(198.000)	(220.000)	(242.000)	(264.000)	(286.000)	(308.000)	(330.000)	(374.000)
Costo de packaging canasta	(55.000)											
Total packaging	(27.500)	(33.000)	(38.500)	(44.000)	(49.500)	(55.000)	(60.500)	(66.000)	(71.500)	(77.000)	(82.500)	(93.500)
Total costos directos	(373.114)	(447.736)	(522.359)	(596.982)	(671.604)	(746.227)	(820.850)	(895.473)	(970.095)	(1.044.718)	(1.119.341)	(1.268.586)
Costos de materiales indirectos	(45.000)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Producción	(160.000)					(160.000)						
Movilización	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)
Total costos indirectos	0	(220.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(175.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)
Margen bruto	852.692	1.272.230	1.486.769	1.701.307	1.915.845	1.970.384	2.344.922	2.559.460	2.773.999	2.988.537	3.203.076	3.632.152
Registro de marca	(60.000)											
Sueldos	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)
Dominio web & hosting	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)
Gastos de Administración y ventas	(660.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)
Resultado del ejercicio	192.692	672.230	886.769	1.101.307	1.315.845	1.370.384	1.744.922	1.959.460	2.173.999	2.388.537	2.603.076	3.032.152

INVERSIÓN INICIAL (CASHFLOW)

Inversión inicial (cashflow)		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Máquina de coser cuero	(200.000)												
mano de obra	(120.000)	(110.000)	(132.000)	(154.000)	(176.000)	(198.000)	(220.000)	(242.000)	(264.000)	(286.000)	(308.000)	(330.000)	(374.000)
Packaging	(750.000)												
Herramientas	(120.000)												
Investigación y desarrollo (materiales y libros)	(170.000)						(100.000)						
Materiales	(277.280)	(235.614)	(282.736)	(329.859)	(376.982)	(424.104)	(471.227)	(518.350)	(565.473)	(612.595)	(659.718)	(706.841)	(801.086)
Costos de materiales indirectos	(45.000)												
Producción	(160.000)						(160.000)						
Movilización	(90.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)
Registro de marca	(60.000)												
Sueldos		(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)	(600.000)
Dominio web & hosting		(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)	(15.000)
Total inversión inicial	(1.992.280)	(975.614)	(1.044.736)	(1.113.859)	(1.182.982)	(1.252.104)	(1.581.227)	(1.390.350)	(1.459.473)	(1.528.595)	(1.597.718)	(1.666.841)	(1.805.086)
Ingresos acumulados	0	1.445.805	3.180.772	5.204.900	7.518.188	10.120.638	13.012.249	16.193.021	19.662.954	23.422.048	27.470.304	31.807.720	36.723.458
Inversión acumulada	(1.992.280)	(2.967.894)	(4.012.630)	(5.126.489)	(6.309.471)	(7.561.575)	(9.142.802)	(10.533.152)	(11.992.625)	(13.521.220)	(15.118.938)	(16.785.779)	(18.590.865)
Ingresos netos (Ingresos - inversión)	(1.992.280)	(1.522.088)	(831.858)	78.411	1.208.718	2.559.063	3.869.447	5.659.869	7.670.329	9.900.828	12.351.365	15.021.941	18.132.593

Se recupera la inversión después del tercer mes de ventas

MODELO CANVAS

<p>SOCIOS CLAVES</p> <p>Talabarteros Chapeadores Market place boutique Aeropuertos Colegios municipales (donde los talabarteros puedan enseñar)</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVES</p> <p>Participación de ferias de moda y desfiles.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Productos atemporales, exclusivos y de alta calidad</p> <p>Marca transparente y consciente con el medio ambiente.</p>	<p>RELACIONES CON CLIENTES</p> <p>La relación que tiene Mestiza con los clientes es de enseñanza y fidelización</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Mujeres entre 17 y 90 años de un rango socioeconómico alto, que tienen la capacidad adquisitiva suficiente para comprar el producto, debido a su alto costo de elaboración. Su closet se compone principalmente de prendas de diseño de autor apostando siempre por la exclusividad, ellas en general creen que la compra debe de estar enfocada en una inversión a largo plazo, por lo que apuestan por tener menos prendas pero de buena calidad que sean heredables en el tiempo.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Inversión inicial (máquina de coser, mano de obra, cueros, herramientas, etc)</p> <p>Registro de marca</p> <p>Costos de producción</p>	<p>RECURSOS</p> <p>Humanos: Estrecha relación con los artesanos.</p>	<p>CANALES</p> <p>Venta a través de: R.R.S.S Página web Tiendas físicas Ferias de moda</p> <p>Darse a conocer: R.R.S.S Página web Revistas electrónicas Blogs de moda</p>	<p>FUENTES DE INGRESO</p> <p>Venta directa de las carteras</p> <p>Levantamiento de capital semilla para la inversión inicial</p>	

FINANCIAMIENTO

Para lograr impulsar la totalidad del proyecto, además de obtener ingresos por la venta de cada cartera, se considera la posibilidad de postular a distintos fondos que nos puedan apoyar en el proceso del emprendimiento, tal como “Capital Semilla” y “Capital abeja emprende”.

1. CAPITAL SEMILLA EMPRESA

Fondo de \$25.000.000 pesos.

Postulantes mayores de 18 años

www.sercotec.cl/capital-semilla-emprende

2. CAPITAL ABEJA EMPRENDE

Fondo de \$3.500.000 para mujeres mayores de 18 años

www.sercptec.cl/capital-abeja-emprende

CONCLUSIÓN Y PROYECCIONES

Este proyecto fue un gran desafío como estudiante de diseño, a pesar de todos los cambios que se enfrentaron y la difícil situación de la pandemia, me di cuenta que parte de “el ser diseñador” es la capacidad de poder adaptarse a los cambios con una mirada proactiva e innovadora. Mestiza viene a reencontrarnos con nuestros orígenes y apreciar la historia que tiene nuestro país, de forma indirecta y contemporánea. En estos tiempos de hoy se considera fundamental el resguardar nuestro patrimonio cultural ya que debido a la interculturalidad y globalización estamos más propensos de olvidar nuestras raíces y tradiciones. El trabajar con artesanos ha sido una gran experiencia gracias a su disposición de enseñar y querer que su oficio se mantenga en el tiempo, para los diseñadores es una gran oportunidad poder convivir con ellos y generar nuevas ideas para mantener el legado de nuestro país.

En cuanto al proceso de diseño, fue muy interesante los vuelcos que se dieron, ya que tuve la oportunidad de conocer una manufactura y oficio completamente nuevo. Al no tener un conocimiento previo tuve que aprender los conceptos y técnicas de producción más básicas en la marroquinería, lo que me llevó a explorar e innovar en nuevos métodos (termoformado) para poder construir los prototipos finales. El desarrollo y el proceso de diseño y producción fue para mí lo más satisfactorio de todo el proyecto, ya que puede abarcar todo el conocimiento dado por la universidad, desde

los talleres de primer año 2D y 3D a él como crear una narrativa completa desde identidad de marca hasta el construir un modelo de negocio en base a ello.

En cuanto a proyecciones, sería interesante que Mestiza pudiera incorporar a más artesanos, tal como el trenzado en trigo o las chamanteras, etc. Es importante que este proyecto sea interdisciplinario ya que esta herramienta nos permite abarcar de manera globalizada a este proyecto, además se considera relevante que sea repensado y rediseñado en el tiempo para generar nuevas colecciones que se adapten al usuario y a la innovación textil. Está la intención de que este proyecto pueda prosperar en el tiempo siendo beneficiados tanto los artesanos como toda la sociedad.

ANEXO 1

DESCRIPCIÓN DE PARTES DE VESTIMENTA DEL HUASO

PANTALÓN	CHAQUETA	ZAPATOS	SOMB
<ul style="list-style-type: none"> - Influencia Española de Andaluz. - Materialidad de Casimir con listas de colores gris, negro y blanco o de un sólo color. 	<ul style="list-style-type: none"> - Influencia Española de Andaluz. - Materialidad de Casimir con listas de colores gris, negro y blanco o de un sólo color. 	<ul style="list-style-type: none"> - Influencia española de Andaluz. - Materialidad cuero negro terminados en punta, son cerrados en el empeine y sujetos con correas. - Lleva tacón de unos 5 cm por las espuelas. 	<p style="text-align: center;">SOMBRERO PAÑO DE LANA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Historia: Sombrero de copa baja y ala ancha lo imita del estanciero castellano y andaluz (cordobez) y lo adapta a su necesidad de protegerse del sol. - Huaso modesto: Bonete de ala corta, denominado bonete maulino. (diferencia se advierte en en grabados de J.M rugendas (1802 - 1858) y Claudio Gay (1800-1873) - Fabricado en paño de lana o fibra vegetal, de ala recta copa redonda y aplastada. <p>Comporno</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adorno cinta a cordón de seda angosto desflechado que cae hacia la izquierda. - Fiador o cordón de algodón torcido, para sujetarlo en la cabeza <p>Elaborado de paño y fieltro. Colores: Negro, Beige y Gris</p>

CHUPALLA

- Historia: Trigo originario en Europa, fue traído a Chile por los conquistadores. Chile pasó a ser un productor exportador durante 300 años.
- A fines del Siglo XVII El virreinato de Lima comenzó con escasez debido a el terremoto de 1687 y a una plaga fulminante que contaminó todos sus campos. Debido a esto Chile incremento en sus valles superficies trigueras para convertirse en exportadora de trigo.
- Durante la República se incrementó la producción de trigo por los requerimientos de mercado en California y Australia.
- Aquí es donde sacan el trigo para hacer las chupallas.
- A principios del siglo XX las chupallas eran completamente confeccionadas a mano, sin embargo por la introducción de las máquinas de coser los artesanos de Ninhue lograron incrementar drásticamente su producción.
- Origen etimológico: Nombre derivado de Achupalla, planta de origen vegetal bromeliácea de cuyas hojas sacaban tirillas que se tejían, esta planta era muy común en algunas zonas del campo chileno especialmente en Ninhue.
- Uso: Sombrero principalmente de verano
- Fabricación
- Tejido de fibra vegetal (paja de trigo, paja de maíz o mimbre) una vez cortada y seleccionada se tiñe y seca para ser trenzado a mano, luego la trenza se cose a máquina en forma circular y se plancha sobre una horma de madera de igual forma.
- Se fabrica en Lolol y Lajuela por artesanos de Colchagua
- Cuelchas: Es el trenzado del trigo, si el trenzado es fino y delgado es más elegante y caro.

FAJA

- Huincha que rodea la cintura.
- Ancho de 10 cm que tiene de materialidad lana tejida a telar comúnmente de color rojo, su terminación es de flecos largos en ambos extremos. La faja por lo general es larga y da vueltas en la cintura.
- Función es principalmente de ornamentación

EL CHAMANTO

- Historia: Los chamantos son tejidos en la década del 20 poseen una iconografía muy similar a la de las telas de tapicería europea del siglo XVIII carectizado por el neoclásico, el neogótico y el neorrocó.
- Alrededor de 1938 comienza el diseño inspirado en el campo chileno, aparecen parras, fucsias, copihues, pajaritos, trigos, hojas, ramos de mora, etc. Por lo general cada tejedora conserva sus propias ilustraciones.
- A comienzos del siglo xx con motivo del centenario se rescata la pieza textil como imagen identitaria del país.
- Lugar principal de confección es en Doñihue aquí utilizan telar similar al indígena utilizado en la zona centro y sur de Chile.
- Definición: Pieza textil exclusiva y tradicional de nuestra localidad ya que el criollo se apropia de los tejidos originarios mapuches sobremakuñ y lo adapta según su necesidad. Tejido a telar rectangular de lana o hilo filosedo, con corte horizontal en el centro para pasar la cabeza. El chamanto está dividido por 4 zonas llamados campos, 3 listaduras y la huincha.
- Campos: Franjas horizontales que habitualmente no llevan dibujos.
- Listaduras: Franja que separa cada campo, la listadura del centro incluye la boca para introducir la cabeza.
- Huincha: Rodea los campos y las listaduras. Este se teje aparte y siempre llega algún dibujo
- El chamanto es un textil reversible con color diferente en ambas caras, una de estas es clara para ser utilizada en el día y la otra es oscura con colores contrastantes para que sea utilizada de noche.
- Colores más utilizados: Azul rojo, burdeo, negro, marrón, marrón claro, gris y blanco
- Técnica: Tejido doble faz con faz de urdimbre generando positivo y negativo entre ambas caras del tejido.

MANTA

- Historia:
- Definición: Prenda de abrigo cuadrada o rectangular confeccionada en material grueso.
- Se compone por cuadros grandes y tres listaduras encuadradas por una huincha en que se repiten uno, varios o todos los colores del conjunto. Esta huincha le da el peso adecuado para que tenga una buena caída y luzca toda su belleza."
- Técnica: A telar con hilo, hilo seda o lana.
- Producción: Artesanas de Doñihue

EN CUERO

PERNERAS

- "Polainas o botas largas que cubren desde el tobillo hasta la rodilla, elaboradas en cuero blando con diseño bizcocho, respunteadas o acolchadas, forradas en badana, adornadas con flecos por los costados exteriores. Son complemento para el huaso que monta a caballo protegiéndolo del roce con la montura" (Perez, 2017)

LAZO

Cuerda de cuero torcido o trenzado, en sus extremos termina con un botón y un ojal. El lazo tiene la funcionalidad de inmovilizar y lacear al vacuno.

RIENDAS

- Cuero torcido o trenzado, elemento el cual el jinete maneja y controla al caballo, este sale del freno.
Hay distintos tipos de trenzados los más comunes son el "choclo", "trenzado en 4", "trenzado simple" y "trenzado en 8"

MANEA

- Apero que tiene como funcionalidad inmovilizar las extremidades del caballo.

Técnicas:

- Embarrilados o pasadores en el centro
- Costuras en el borde de 2 tientos, bozal o trenzado
- Argollas tejidas costuras medio bozal con variación de tientos.

APEROS

EN FIERRO

EN MADERA

CABEZADA

Rodea cabeza del caballo. Esta sujeta frenos y riendas.

Técnica: Por lo general son de cuero liso, pueden tener detalles de costura en los bordes. Los botones utilizados pueden ser de 4 tientos, con tejido o armadura en el nudo.

MONTURA

A principios del siglo XIX un creciente comercio produjo un mayor número de traslados entre ciudades, en este contexto el jinete de la época llevaba consigo un número considerable de utensilios que ayudaban en su trabajo y subsistencia diaria, situación que provocó el aumento del tamaño de su silla de montar. Para estos largos viajes en los que había que resguardarse de los cambios climáticos o pasar la noche a la intemperie las mantas, chamantos y pieles eran fundamentales y estas se guardaban bajo la silla de montar.

Silla sobre la cual se monta el jinete.

ESPUELAS

Historia: En la edad media la espuela pasa a ser un elemento primordial para el jinete, además de ser funcional este era símbolo de fuerza.

Las primeras espuelas fueron construidas en madera y hueso, estas eran puntiagudas con una correa de cuero, luego con la conquista de Europa meridional (711 - 1609) tuvieron influencias Arabes, es por esto que en nuestras espuelas podemos encontrar medias lunas, símbolo de la estrella creciente del Islam.

Sus primeros registros en Chile fueron durante la Conquista y la Colonia. Los primeros ejemplares fueron militares las cuales eran simples. No obstante algunos pueblos autóctonos de Chile como los tehuelches implementaron las espuelas utilizando dos trozos de madera cuyos extremos tenían adheridos púas metálicas.

El cambio más radical en su evolución fue la introducción de la rodaja.

La espuela chilena es fruto de diversas influencias culturales ibéricas, árabes, jesuitas y de pueblos autóctonos, esto se ve representado en

Historia Espuelas de conquistadores:

1era: "militares ibéricos un tipo de espuela caracterizada por numerosos detalles como la forma del pihuelo y el uso de técnicas como laataujía y el damasquinado."

- 1ero: Jesuitas. Símbolo de cruces y estrellas

- 2ndo: Barroco alemán el cual incorporaron los calados

- 3ero época republicana. Se incorporan copihues y hojas de parras

Se compone de Pihuelo, asta y rodaja.

El proceso de la técnica utilizado actualmente es moldear el objeto metálico, luego hacer las cavidades con una cierra para ser rellenos con plata o alpaca adhiriéndose con un martillo, finalmente se pule con una lima y se exponen al fuego.

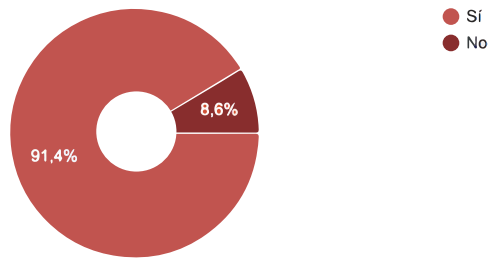
ESTRIBOS

Historia: "Apareció en India entre el siglo I y el siglo II a.c, de ahí pasó a China, las cuales consistían en una cuerda que unía la montura con el dedo gordo del pie del jinete. Se desconoce su origen pero dicen que proviene de Avara, un pueblo nómada mongol. Su función sirve como apoyo para los pies del domador.

ANEXO 2 ENCUESTA A 243 PERSONAS CITADINAS

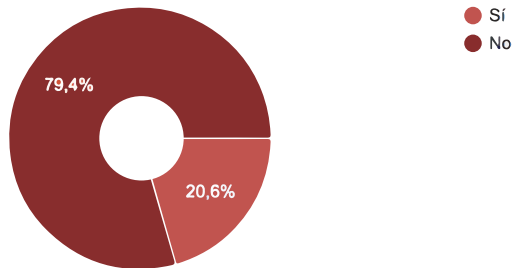
1. ¿Consideras la figura del "huaso chileno" como parte de nuestro patrimonio cultural?

243 respuestas



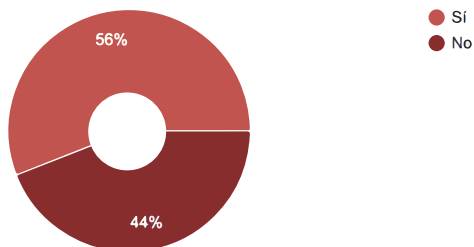
2. ¿Sabes la historia de la vestimenta del huaso chileno?

243 respuestas



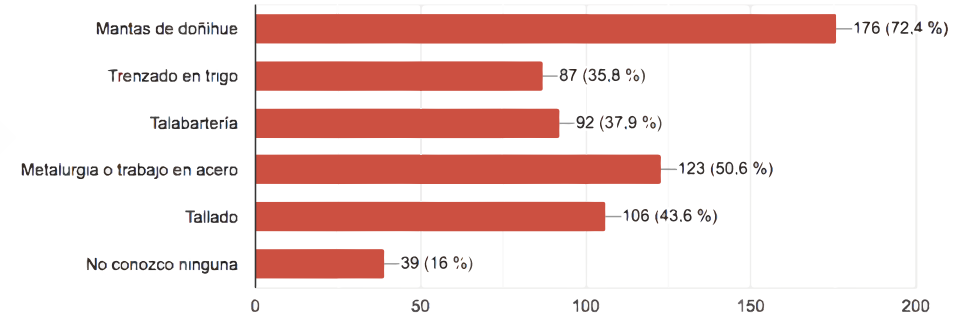
3. ¿Conoces que son los aperos del huaso?

243 respuestas



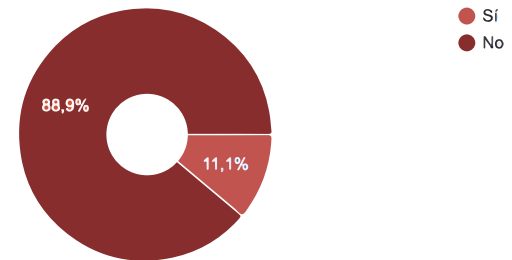
4. Selecciona las artesanías del huaso chileno que conozcas

243 respuestas

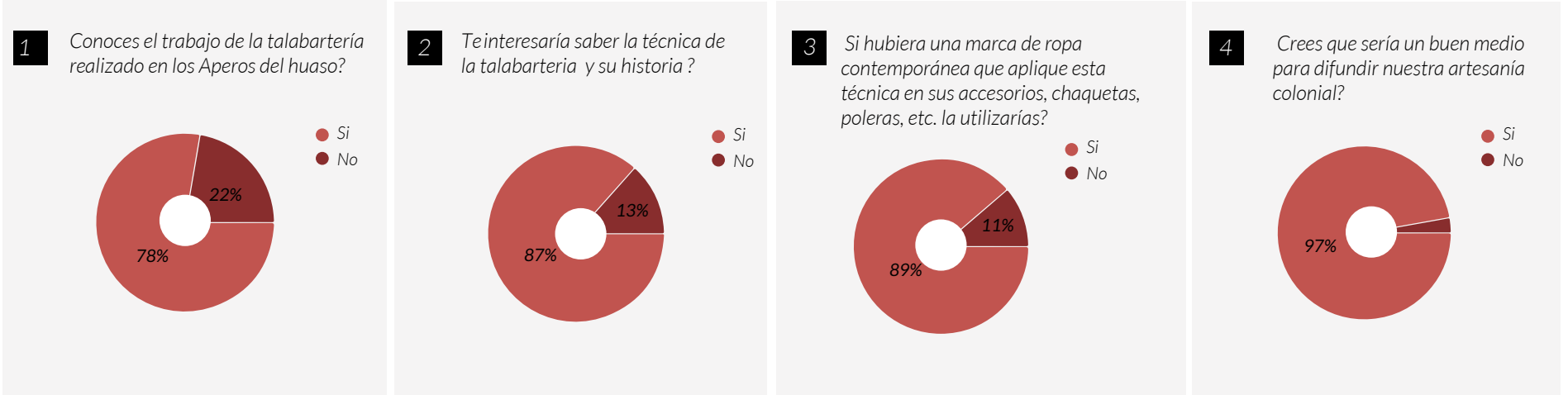


5. Si conoces la talabartería ¿Sabes cuales son las técnicas utilizadas?

243 respuestas



ANEXO 3 ENCUESTA A 283 PERSONAS CITADINAS



ANEXO 4 ESTUDIO A MARCAS 2020 SEGÚN % DE TRANSPARENCIA EN SUS PROCESOS PRODCUTIVOS. FASHION REVOLUTION

FASHION REVOLUTION | FASHION TRANSPARENCY INDEX 2020

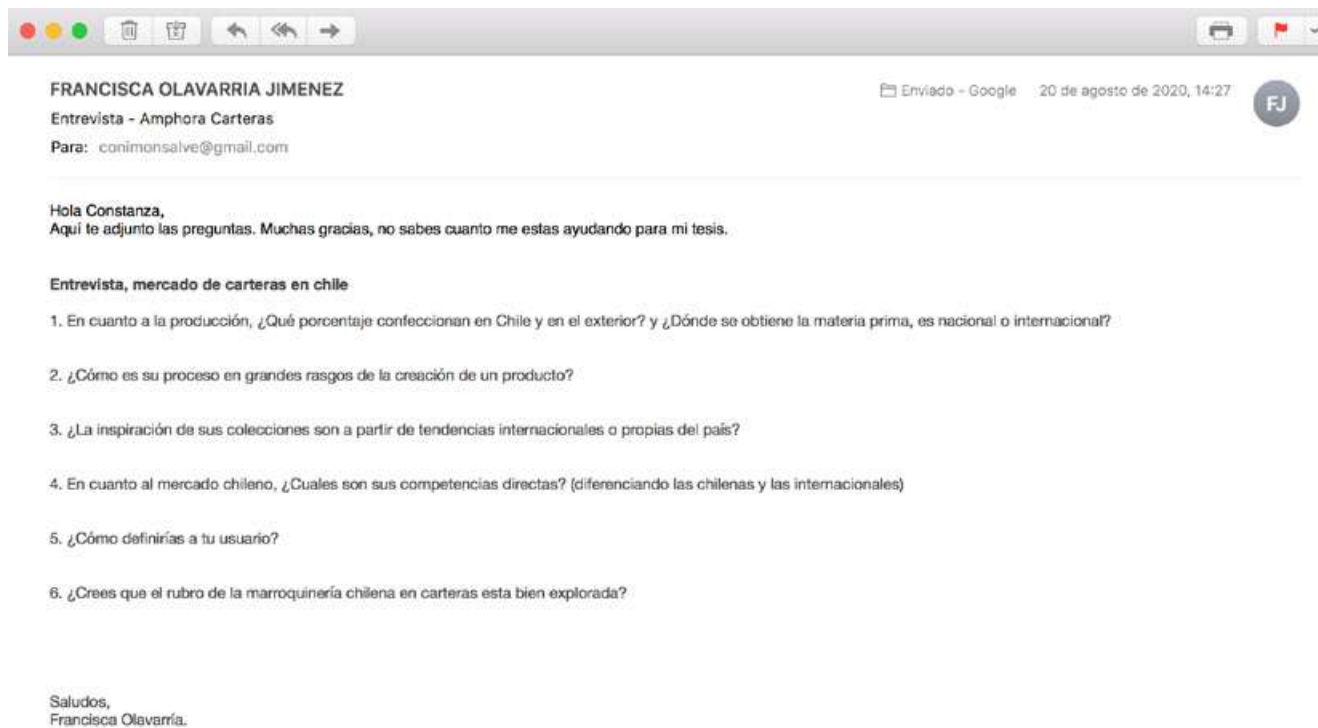
19

THE FINAL SCORES

0-5%	6-10%	11-20%	21-30%	31-40%	41-50%	51-60%	61-70%	71-80%	81-90%	91-100%										
Brooks Brothers	5	Buckle	10	Anthropologie	20	ALDI SOUTH	30	Clarks	40	Banana Republic	50	Marks & Spencer	60	CSA	70	H&M (H&M Group)	73			
Cato Fashions	5	Dillard's	10	Urban Outfitters	20	Big W	30	Monsoon	40	Gap	50	Patagonia	60	Adidas	69					
Clare's	5	Dr. Martens	10	Carrefour	20	John Lewis	30	Uniqlo	40	Old Navy	50	The North Face	59	Reebok	69					
Eddie Bauer	5	DSW	10	Chloé	20	Kathmandu	30	Champion	39	Lindex	50	Timberland	59	Esprit	64					
Aeropostale	4	Furla	10	Otto	20	Nero Moda	30	Hanes	39	Gildan	49	Vans	59							
Canada Goose	4	Gerry Weber	10	Superdry	20	Jack & Jones	30	Zalando	39	G-Star RAW	49	Wrangler	59							
Jockey	4	Muji	10	Ted's	20	Under Armour	29	Primark	38	Dressmann	48	Puma	57							
Justfab	4	Steve Madden	10	COACH	19	Columbia Sportswear	28	Topman	38	Gucci	48	ASOS	55							
Tory Burch	4	Triumph	10	Kate Spade	19	El Corte Inglés	28	Topshop	38	Levi Strauss & Co	48	Converse	55							
BCSOMAXAZRIA	3	Valentino	10	GIUSS	19	Very	28	Target	37	New Balance	48	Jordan	55							
Bittabong	3	Armani	9	Hudson's Bay	19	Walmart	28	Burberry	36	Zalico	48	Nike	55							
Quicksilver	3	boohoo	9	Saks Fifth Avenue	19	Ermenegildo Zegna	27	Next	36	Sainsbury's-TU Clothing	47	United Colors of Benetton	55							
Roxy	3	PrettyLittleThing	9	Lands' End	19	Litl	27	Russell Athletic	36	Helly Hansen	47	Calvin Klein	54							
Dolce & Gabbana	3	Famous Footwear	9	Moncler	19	Mizuno	27	Helly Hansen	35	DVS	46	Tommy Hilfiger	54							
Longchamp	3	The Children's Place	9	Reserved	19	Ralph Lauren	27	OVS	35	SAINT LAURENT	46	Tommy Hilfiger	54							
Nine West	3	ANTA	8	TOPVALU COLLECTION	19	LOFT	26	Aesha	34	Bottega Veneta	46	Van Heusen	54							
Diane Von Furstenberg	2	Beanpole	8	Woolworths South Africa	19	CELINE	26	HEMA	34	ASICS	46									
DKNY	2	Cole Haan	8	KIK	18	Dior	26	Spedo	34	Lululemon	44									
Fashion Nova	2	Express	8	Kaufland	18	Louis Vuitton	26	The Warehouse	34	Bershka	44									
KODYS	2	Fila	8	Kmart	18	Fendi	25	Hermès	33	Massimo Dutti	44									
REVOLVE	2	Michael Kors	8	Matalan	18	Marc Jacobs	25	Kmart Australia	33	Pull&Bear	44									
Big Bazaar - ffb	1	Ross Dress for Less	8	Miu Miu	18	Abercrombie & Fitch	25	Target Australia	33	Stradivarius	44									
celio	1	Skechers	8	Prada	18	Hollister Co.	25	Fjällräven	31	Zara	44									
Metiersbonwe	1	Tommy Bahama	8	Pinkie	18	ALDI Nord	25	Mammut	31	Bonprix	43									
New Yorker	1	Bosideng	7	Tom Tailor	18	Amazon	25	Morrisons	31	New Look	43									
Belly	0	Foot Locker	7	ALDO	17	Brooks Sport	25	Cotton On	25	Tesco	41									
Belle	0	Forever 21	7	American Eagle	17	Lacoste	25	Prisma	25	Debenhams	41									
Elie Tahari	0	New York & Company	7	Desigual	17	Prisma	25	Zeeman	23	Hugo Boss	41									
Helian Home	0	United Arrows	6	Falabella	17	UGG	17	Decathlon	23											
Jessica Simpson	0	Carhartt	6	UGG	17	Decathlon	23	Disney	23											
Max Mara	0	Jil Sander	6	Arizia	16	REI	23	Disney	23											
Mexx	0	K-Way	6	Bloomingdale's	16	REI	23	Disney	23											
Pepe Jeans	0	LL Bean	6	Macy's	16	Ted Baker	22	Mango	22											
Tom Ford	0	Neiman Marcus	6	Cortefiel	16	Mango	22	Monoprix	22											
Youngor	0	Sports Direct	6	Dick's Sporting Goods	16	Monoprix	22	Wordstrom	22											
		Versace	6	JD Sports	16	Kohl's	16	River Island	22											
				Kohl's	16	MRP	16	Free people	21											
				sOliver	16	Costco	15	Ito-Yokado	21											
				Costco	15	Fanatics	15	Salvatore Ferragamo	21											
				JCPenney	15	Li-Ning	15	Victoria's Secret	21											
				Li-Ning	15	TJ Maxx	15													
				Truworths	15	Burlington	14													
				CARDLL	14	CARDLL	14													
				Foschini	14	J.Drew	14													
				Calzedonia	13	Intimissimi	13													
				Intimissimi	13	Tezenis	13													
				Fossil	13	Joe Fresh	13													
				Joe Fresh	13	Carolina Herrera	12													
				Carolina Herrera	12	Chico's	12													
				Chico's	12	Reliance Trends	12													
				Reliance Trends	12	Takko	12													
				Takko	12	Brunello Cucinelli	11													
				Brunello Cucinelli	11	Chanel	11													
				Chanel	11	Diesel	11													
				Diesel	11	Marni	11													
				Marni	11	La Redoute	11													
				La Redoute	11	Merrell	11													
				Merrell	11	Sandro	11													
				Sandro	11															

* Brands ranked in numerical order by score out of 250, but shown as rounded-up percentage. Where brands have the same percentage score, they are listed in alphabetical order and grouped with others from same parent company

ANEXO 5 ENTREVISTA REALIZADA A AMPHORA Y LOUNGE

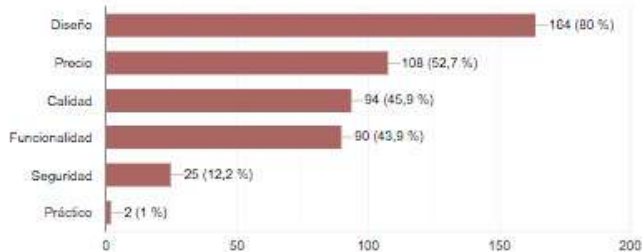


ANEXO 6

ENCUESTA A 205 MUJERES ACERCA DE LAS CARTERAS

2. En que te fijas al momento de comprar una cartera

205 respuestas

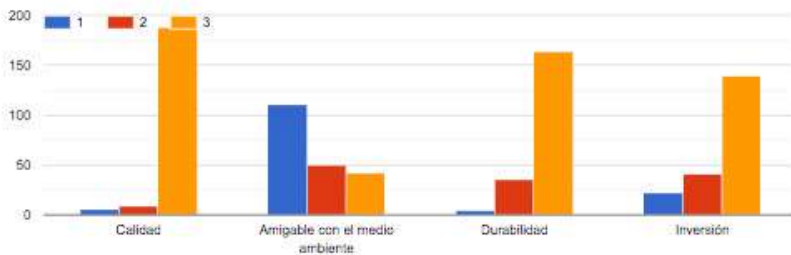


3. Qué tipo de carteras utilizas según la ocasión? Selecciona hasta dos alternativas

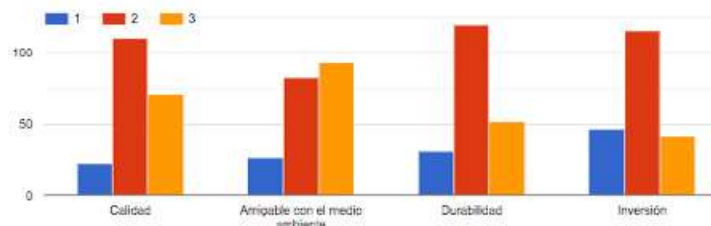


4. A qué asocias la materialidad de una cartera?

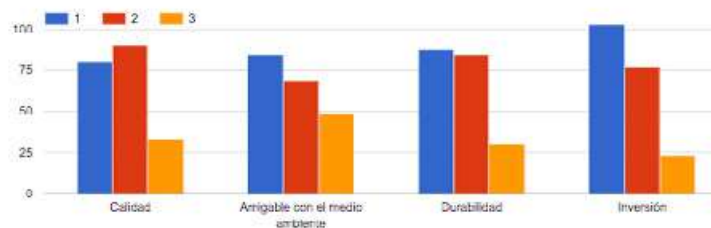
4.1 Valorización de la materialidad del CUERO. Siendo el 3 tu máximo puntaje



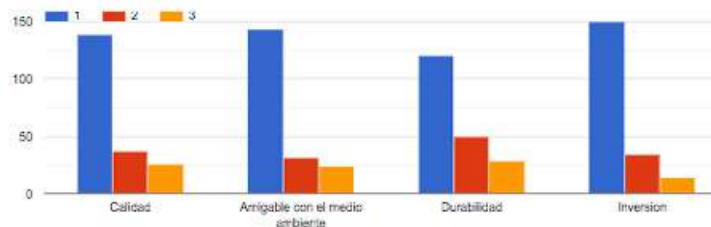
4.2 Valorización de la materialidad del ECO-CUERO. Siendo el 3 tu máximo puntaje



4.3 Valorización de la materialidad del CUERO SINTETICO. Siendo el 3 tu máximo puntaje

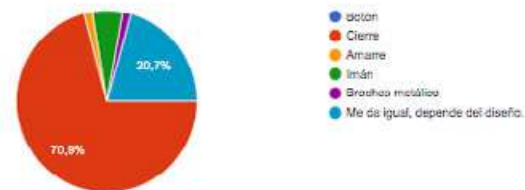


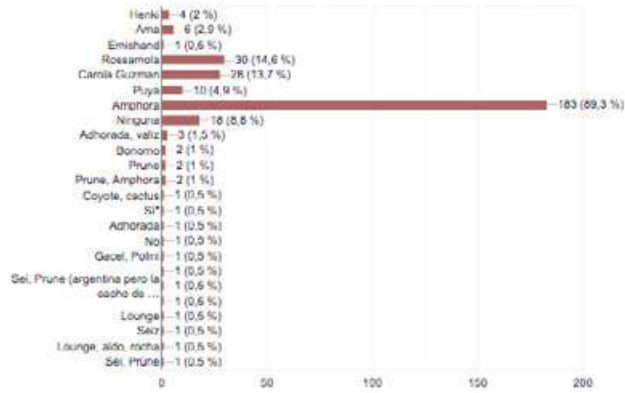
4.4 Valorización de la materialidad del PLÁSTICO. Siendo el 3 tu máximo puntaje



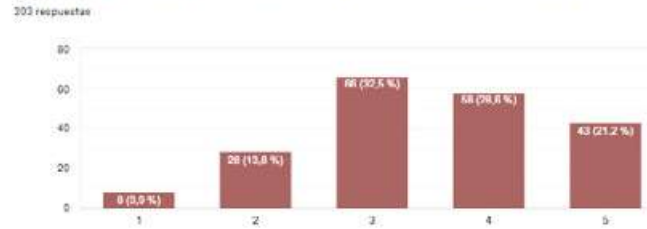
5. Que sistema de cierre prefieres para una cartera?

203 respuestas

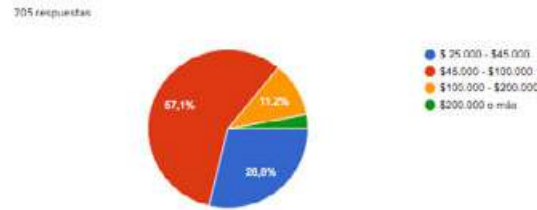




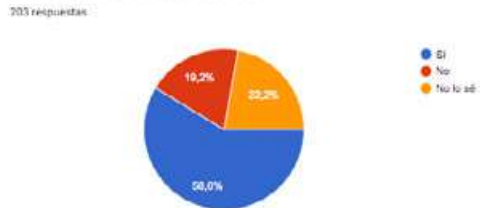
9. Cuanto valoras el comprar una cartera hecha en Chile? Siendo el 5 tu máxima valorización



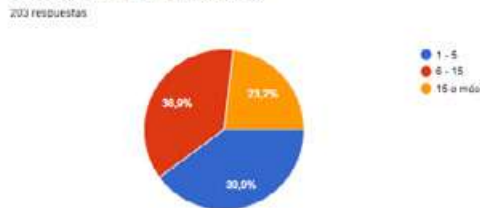
10. Cuanto estarías dispuesta en pagar por una cartera de CUERO de "diseño de autor" que "te fascine"?



7. Tienes carteras fabricadas en Chile?



8. Cuantas carteras tienes en tu closet?



ANEXO 7 REGISTRO DE 22 CARTERAS



CARTERA 05

1. Asa: 60 cm
2. Asa de bandolera: 120 cm
3. Base: 27,5 cm ancho x 7 cm alto
4. Cuerpo: 24 cm ancho x 24 cm alto Perímetro: 96
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: 13 cm de bajo del "hueso de la cadera" Buen tamaño para cartera que se al costado

..

CARTERA 06

1. Asa: 56 cm
2. Asa de bandolera: 81 cm
3. Base: 20 cm ancho x 11,5 cm alto
4. Cuerpo: 47 cm ancho x 36 cm alto Perímetro: 166
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: 12 cm de bajo de la axila, porte comodo para introducir varios objetos



CARTERA 01

1. Asa: 60 cm
2. Asa de bandolera:
3. Base: 36 cm ancho x 16 cm alto
4. Cuerpo: 46 cm ancho x 32 cm alto
5. Tipo de apertura: Broche de imán

*Observación: 13 cm de bajo de la axila, esa comoda, cartera amplia y grande para llevar varios implementos

CARTERA 02

1. Asa: 54 cm
2. Asa de bandolera:
3. Base: 24 cm ancho x 14 cm alto
4. Cuerpo: 36 cm ancho x 26 cm alto
5. Tipo de apertura: Broche de imán

*Observación: 14 cm de bajo de la axila, cartera mediana, comoda, peso al limite



CARTERA 03

1. Asa:
2. Asa de bandolera: 98 cm
3. Base: 24 cm ancho x 14 cm alto
4. Cuerpo: 26 cm ancho x 26 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: 14 cm debajo del "hueso de la cadera"

CARTERA 04

1. Asa: 27 cm
2. Asa de bandolera:
3. Base: 35 cm ancho x 17 cm alto
4. Cuerpo: 36 cm ancho x 27 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: Altura de bolsa precisa para ser una cartera de mano



CARTERA 05

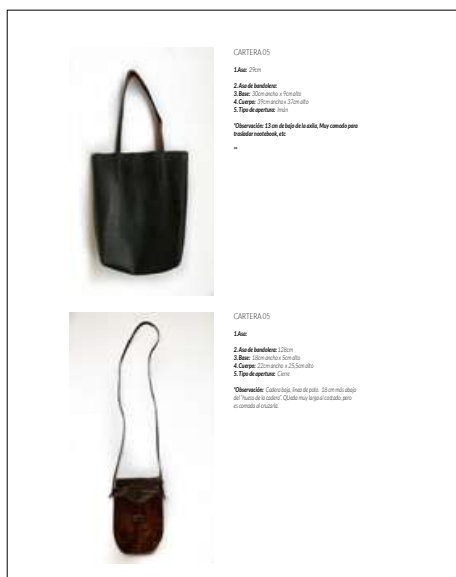
1. Asa: 27 cm
2. Asa de bandolera:
3. Base: 26 cm ancho x 15 cm alto
4. Cuerpo: 24 cm ancho x 17 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: Llega a la cadera, comoda el largo para tenerlo al costado, comoda para llevar poco, ancho de la cadera

CARTERA 05

1. Asa:
2. Asa de bandolera: 77,5 cm
3. Base: 26 cm ancho x 15 cm alto
4. Cuerpo: 24 cm ancho x 14 cm alto
5. Tipo de apertura: imán

*Observación: Cartera que llega a la cintura, comoda, espacio de altura muy ajustado no cabe nada.



CARTERA 05

1. Asa: 27 cm
2. Asa de bandolera:
3. Base: 26 cm ancho x 15 cm alto
4. Cuerpo: 24 cm ancho x 17 cm alto
5. Tipo de apertura: imán

*Observación: 13 cm de bajo de la axila. Muy comoda para introducir varios objetos

..

CARTERA 05

1. Asa:
2. Asa de bandolera: 120 cm
3. Base: 36 cm ancho x 16 cm alto
4. Cuerpo: 25 cm ancho x 25 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: Cadenita, Asa de axila. 18 cm más debajo del "hueso de la cadera" Queda muy ligero al costado, pero al costado al costado



CARTERA 05

1. Asa:
2. Asa de bandolera: 120 cm
3. Base: 22,5 cm ancho x 7 cm alto
4. Cuerpo: 25 cm ancho x 8 cm alto
5. Tipo de apertura: imán

*Observación: 18 cm debajo del "hueso de la cintura"

CARTERA 05

1. Asa:
2. Asa de bandolera: 120 cm
3. Base: 26 cm ancho x 16 cm alto
4. Cuerpo: 24 cm ancho x 24 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: Cadenita bajo 120 cm debajo del "hueso de la cadera" Muy bonita, Tamaño ideal, buen sistema de perfora de cartera



CARTERA 05

1. Asa:
2. Asa de bandolera: 93 cm
3. Base: 26 cm ancho x 16 cm alto
4. Cuerpo: 36 cm ancho x 26 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: Línea de la cadera

CARTERA 05

1. Asa:
2. Asa de bandolera: 46 cm
3. Base: 20,5 cm ancho x 13,5 cm alto
4. Cuerpo: 42 cm ancho x 26 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: 7 cm de bajo de axila



CARTERA 05

1. Asa: 27 cm
2. Asa de bandolera:
3. Base: 25 cm ancho x 15 cm alto
4. Cuerpo: 36 cm ancho x 26 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: 13 cm de bajo de la axila

CARTERA 05

1. Asa: 27 cm
2. Asa de bandolera:
3. Base: 26 cm ancho x 15 cm
4. Cuerpo: 42 cm ancho x 26 cm alto
5. Tipo de apertura: Cierre

*Observación: 13 cm de bajo de la axila

BIBLIOGRAFÍA

(CGF y Futerra, 2018) Consumer Goods Forum (CGF) and Futerra. The Honest Product (2018). Available from: <https://www.theconsumergoodsforum.com/wp-content/uploads/2018/10/CGF-Futerra-Transparency-and-the-Honest-Product.pdf>

(Cordero, 2012) - Cordero Valdez, L. (2012). Protocolo para la descripción del huaso. Retrieved 20 December 2019, from https://www.museodelinares.gob.cl/639/articulos-71986_archivo_01.pdf

(Elle Reino Unido, 2018) ELLE UK. ELLE UK Dedicates September Issue To Sustainability (2018). Available from: <https://www.elle.com/uk/life-and-culture/a22591018/elle-uk-september-issue-sustainability/>

(Euromonitor. (n.d.). Retrieved 2020, from <https://blog.euromonitor.com/mercado-de-calzado-y-vestuario-en-chile-las-cifras-detras-de-la-moda/>

(Gale, 2013) Gale, T., Espinoza, G., & Valdés, J. (2013). Elaboración de sogá cochrane y bahía muerta. Retrieved 20 December 2019, from http://www.sigpa.cl/media/upload/docs/E3046_Elaboracion_de_soga_en_Cochrane_y_Bahia_Muerta.pdf

(Geisse, 2018) - Geisse K., I. (2018). Diagnóstico sobre las oportunidades y amenazas de la formalización en el sector de artesanía Retrieved 20 December 2019. <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/147627/diagnostico-sobre-las-oportunidades.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Harper's Bazaar, 2020). Fashion revolution. Retrieved April, from https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr_whitepaper_2020_digital_singlepageshttps://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr_whitepaper_2020_digital_singlepages.

(Izquierdo, 2019) Entrevista a usuaria de la talabartería, 2019.

(Keys, 1999) - Keys. (1999). ESPUELA. Retrieved 20 December 2019, from <http://etimologias.dechile.net/?espuela>

(Medina, 2019) - Alejandra Medina, charla "Análisis de tendencias y sus aplicaciones al consumidor". Noviembre 2019

(Mellado, 2017) - Mellado, C. (2017). Moda: el diseño chileno en los tiempos del retail. Recuperado 20 diciembre, 2019, de <https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2017/01/07/moda-el-diseno-chileno-en-los-tiempos-del-retail/>

(Niinimäki, 2020) Niinimäki, K. (n.d.). [The environmental price of fast fashion]. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/s43017-020-0039-9.pdf>,

(Parra, 2015) Parra, P. (2019). Artesanos de Toquihua y alrededores. Retrieved 20 December 2019, from https://issuu.com/patricioc/docs/artesanos_de_toquihua_

(Revolution, 2020) - Fashion Revolution. (2019). ABOUT - Fashion Revolution. Recuperado 21 diciembre, 2019, de <https://www.fashionrevolution.org/about/>

(Revolution, 2020) - Fashion Revolution. (2019). ABOUT - Fashion Revolution. Recuperado 21 diciembre, 2019, de <https://www.fashionrevolution.org/about/>

(UC, A. & Alfaro, 2013) - UC, A., & Alfaro, E. (2013). De mantas y chamantos. Innovación desde el diseño. Retrieved 20 December 2019, from https://issuu.com/artesaniauc/docs/revistadisena_9_de-mantas-y-chamant

(Undurraga, 2016, P 18) Undurraga, C. (n.d.). El estribo chileno. Santiago, Chile: 2016.

(UNESCO, 2011, P27) - UNESCO. (2009, noviembre). Taller A+D Encuentro en Santiago de Chile. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/Dossier_UNESCO_completo_feb11_01.pdf

(UNESCO, 2011, P4) - UNESCO. (2009, noviembre). Taller A+D Encuentro en Santiago de Chile. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/Dossier_UNESCO_completo_feb11_01.pdf

(UNESCO, 2011, P4) - UNESCO. (2009, noviembre). Taller A+D Encuentro en Santiago de Chile. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/Dossier_UNESCO_completo_feb11_01.pdf

(UNESCO, 2011, P59) - Taller A+D Encuentro en Santiago de Chile. (2009a, noviembre). http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/Dossier_UNESCO_completo_feb11_01.pdf

(UNESCO, P29) - UNESCO. (2009, noviembre). Taller A+D Encuentro en Santiago de Chile. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/Dossier_UNESCO_completo_feb11_01.pdf

(Villalobos, 2018) - Villalobos, J. (2019). "Don Cheo", uno de los últimos cuatro estriberos que quedan en el país. Retrieved 20 December 2019, from <https://www.latribuna.cl/nuestra-gente/2019/06/07/don-cheo-uno-de-los-ultimos-cuatro-estriberos-que-quedan-en-el-pais.html>

Accenture. (2020, August 03). Retrieved from https://www.accenture.com/_acn-media/PDF-130/Accenture-Consumer-Pulse-Check-Chile.pdf

Atencio. (2011). Retrieved from <https://fahrenheitmagazine.com/life-style/life-style-moda-estilo/la-historia-del-bolso-el-complemento-ideal-de-mujeres-y-hombres>

BIBLIOGRAFÍA

BBC. (2018) ¿Por qué Burberry quemó US\$33,7 millones en ropa, accesorios y perfumes?. BBC news mundo. From: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44893964>.

Cabrera, P. (2018). Cuero vs Eco-cuero. Buenos aires: 12 Septiembre.
CNCA. (2011). Línea base del Sistema de Registro Nacional de Artesanos. Santiago de Chile: CNCA.

DIBAM. (2019). Hombres de la tierra. Retrieved from http://www.patrimoniocultural.gob.cl/dinamicas/DocAdjunto_1468.pdf

Ellen MacArthur Foundation (2017). A New Textiles Economy: Redesigning fashion's future. From: <http://bcn.cl/2ahp3>

Farias. (2020). Historia del rodeo. Retrieved from <http://gestionderodeos.cl/rodeo/reportes/Libro%20Historia%20del%20Rodeo%20T-I.pdf>

Fernando Marquez de la Plata en Larraín (1978). La espuela chilena
Gomez, E. (n.d.). Desarrollo sostenible y estrategias para fomentar la sustentabilidad ambiental en la universidad. Retrieved 2017.

I.Kráľ, F. Schmél, J. Buljan, (2014). The future for leather. Retrived from: https://leatherpanel.org/sites/default/files/publications-attachments/future_for_leather_final.pdf

Larrain, A. (n.d.). La espuela chilena. Retrieved September, 2016.
Latorre. (n.d.). Tradiciones que nos inspiran. Retrieved October 26, 2020, from <http://huasa.cl/>

Lladó Riba, M. y Pascual i Miro, E. (2006). El cuero. Colección artes y oficio. Barcelona: Ed. Parramon.

Maillard, Carolina (2012) p.18. "Construcción social del patrimonio", Hecho en Chile. Reflexiones en torno al patrimonio cultural. Daniela Marsal (compiladora). Santiago: Fondart.

Matilla, F., y del Arrabal, M. (2018). Moda sostenible, análisis de su naturaleza y perspectiva futura.

Mckinsey, B. (2020). Retrieved April 1, 2020, from <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/its%20time%20to%20rewire%20the%20fashion%20system%20state%20of%20fashion%20coronavirus%20update/the-state-of-fashion-2020-coronavirus-update-final.pdf>

Modaes (2016). Dossier: Moda sostenible: la nueva hoja de ruta del sector.

OIT, (2015) Fashion revolution. Retrieved April, from https://issuu.com/fashion-revolution/docs/fr_whitepaper_2020_digital_singlepageshttps://issuu.com/fashion-revolution/docs/fr_whitepaper_2020_digital_singlepages.

Pérez, V. (2019). Aperos y atuendos chilenos. Santiago.

Prats, Zenteno, A. (2018). Análisis y descripción de los procesos de patrimonialización en organizaciones participantes en el Día del Patrimonio Cultural. Santiago. Retrieved 2018, from https://www.academia.edu/40070051/An%C3%A1lisis_y_descripci%C3%B3n_de_los_procesos_de_patrimonializaci%C3%B3n_en_organizaciones_participantes_en_el_D%C3%ADa_del_Patrimonio_Cultural_2018_en_la_ciudad_de_Santiago_de_Chile.

Ramírez, S., & Leal, V. (2017). Artesanos con las riendas en la mano. Retrieved 20 December 2019, from <https://digital.elmercurio.com/2017/09/18/content/pages/img/pdf/F737NUUF.pdf>

Ricketts (2020). Reutilización de residuos textiles. BCN. From: https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27453/1/BCN_reciclaje_ropa_antecedentes_y_comparada.pdf

Ritchie, (2019). Qué países del mundo consumen más carne (y hay uno de Latinoamérica). BBC news. From: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47119001>
Rodríguez (2013). De mantas y chamantos. Innovación desde el diseño. Revista Diseña, nro.9

Runnel, (2017). Guía de procesos para la fabricación de objetos textiles. From: <http://201.159.222.99/bitstream/datos/6516/1/12651.pdf>

Sanfuentes en Marsal, D. (2012) Hecho en Chile. Reflexiones en torno al patrimonio cultural, Santiago, Fondart CNCA, 2012. From: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/114092/Tesis%20Viviana%20Garc%C3%ADa.pdf?sequence=1>

Schatzke, R., & Hott, S. (2018). Just another WordPress site – Just another WordPress site. Retrieved 20 December 2019, from <http://www.trenzadosdecutemu.com>

SN. (2014). Desarrollo Sustentable. Retrieved October 26, 2020, from <https://www.chiledesarrollosustentable.cl/desarrollo-sostenible/desarrollo-sustentable/>
Sterlacci, F. (2010). Diseño de moda en piel. Barcelona: Blume

Vacca, Gabiara, Escobar. (n.d.). Retrieved 2018, from <https://curiosfera-historia.com/historia-del-bolso/>.

BIBLIOGRAFÍA

Vacca, Gabiara, Escobar. (n.d.). Retrieved 2018, from <https://curiosfera-historia.com/historia-del-bolso/>.

Villalobos, A. (2019). Las manos que tejen el trigo. Revista Paula. Retrieved 20 December 2019, from <https://www.paula.cl/reportajes-y-entrevistas/las-manos-tejen-trigo/>

