

TRABAJO FINAL DE GRADO

PROYECTO DE DISEÑO: Identidad “Marca País”

Marca de marroquinería basada en la revalorización de la cultura y técnicas ancestrales Mapuches.

Diseño de Indumentaria y Textil



Agostina Dominguez

Legajo nº IND01547

Profesora Ana Cubeiro

Córdoba, 2023

Resumen

El presente trabajo final de grado tiene por objeto de estudio las consecuencias que el fenómeno de la globalización tiene para con la sociedad argentina, siendo estas, la homogeneización cultural, procesos de aculturación, el descuido de las raíces ancestrales y la inadvertencia de las diferentes civilizaciones que conviven y convivieron en el mismo territorio, tales como, la comunidad Mapuche.

Tras una amplia investigación, tanto bibliográfica, como con encuestas a los públicos objetivos y entrevistas a personas de la comunidad Mapuche, se logró sintetizar los aspectos importantes de dicha cultura, y las necesidades de los usuarios potenciales, en una marca de marroquinería artesanal.

La propuesta de la colección está orientada a la revalorización de las técnicas originarias del pueblo Mapuche, adoptando características de su cultura; como la cosmovisión, la vestimenta, la confección de textiles, la platería y el uso de simbología típica, con el fin de mantener con vida la identidad de un pueblo que está siendo abandonada.

Palabras clave: Marroquinería-Identidad Cultural-Producción artesanal-Diseño textil

Abstract

The purpose of this final degree project is to study the consequences that the phenomenon of globalization has on Argentine society, these being cultural homogenization, acculturation processes, the neglect of ancestral roots and the inadvertence of the different civilizations, who live and lived in the same territory, such as the Mapuche community.

After an extensive research, both bibliographical and with surveys of target audiences and interviews with people from the Mapuche community, it was possible to synthesize key aspects of this community, and the requirement of potential users, in a brand of handmade leather goods.

The proposal of the collection is oriented to the revaluation of the original techniques of the Mapuche people, adopting characteristics of their culture such as worldview, clothing, textile making, and the use of typical symbols, in order to keep alive the identity of a clanship that is being abandoned.

Key words: Leather Goods-Cultural Identity-Handmade Production-Textile Design.

Índice

Capitulo I. Definición estratégica	7
1.1 Tema.....	8
1.2 Problema de diseño	8
1.3 Descomposición del problema.....	9
1.4 Alcance y objetivos.....	9
1.4.1 Objetivo general.....	9
1.4.2 Objetivos específicos.....	10
1.5 Justificación	10
Capitulo II. Marco teórico	12
2.1 Globalización	13
2.1.1 Globalización y cultura	13
2.1.2 Homogeneización cultural.....	14
2.1.3 Globalización, consumo y cultura en Argentina.....	15
2.1.4 Pueblos originarios en el contexto de la globalización	17
2.1.5 Importancia de la revalorización de nuestra identidad	18
2.2 Pueblo mapuche.....	18
2.2.1 Mundo espiritual	19
2.2.2 El Idioma.....	20
2.2.3 Los tejidos.....	20
2.2.3.1 Tipos de tejido.....	24
2.2.4 Vestimenta de la mujer mapuche	25
2.2.5 La platería, accesorios mapuches.....	25
Capitulo III. Metodología de investigación.....	28
3.1 Metodología de investigación	29
3.2 Fichas técnicas del diseño metodológico de la investigación:	29
3.3 Instrumentos de investigación	30
3.3.1 Encuesta anónima	30
3.3.2 Entrevista a mujeres artesanas	31
Capitulo IV. Análisis de resultados	33
4.1 Encuesta a usuarios	34
4.1.1 Análisis.....	34
4.1.2 Conclusiones.....	38
4.2 Entrevista a mujeres artesanas	39
4.2.1 Análisis.....	39
4.2.2 Conclusiones.....	40

4.3 Análisis de referentes/antecedentes	42
Capítulo V. Concepto y programa de diseño.....	49
5.1 Concepto de diseño.....	50
5.1.1 Objetivo principal de aplicación	50
5.1.2 Objetivos específicos de diseño	50
5.2 Programa de diseño	50
Capítulo VI. Cronograma de diseño	55
6.1 Cronograma de trabajo	56
Capítulo VII. Propuesta de diseño	58
7.1 Moodboard de inspiración.....	59
7.2 Moodboard de usuario.....	60
7.3 Cuadro de constantes y variables	63
Capítulo VIII: Propuesta final de diseño.....	64
8.1 Propuesta final de colección	65
8.1.1 Diseño nº 1	66
8.1.2 Diseño nº2	67
8.1.3 Diseño nº3	68
8.1.4 Diseño nº4	69
8.1.5 Diseño nº5	70
8.1.6 Diseño nº6	71
8.1.7 Diseño nº7	72
8.1.8 Diseño nº8	73
8.1.9 Diseño nº9	74
8.1.10 Diseño nº10	75
8.1.11 Diseño nº 11	76
8.2 Fichas técnicas.....	77
8.2.1 Diseño nº1	77
8.2.2 Diseño nº2	81
8.2.3 Diseño nº3	84
8.2.4 Diseño nº4	90
8.2.5 Diseño nº5	94
8.2.6 Diseño nº6	103
8.2.7 Diseño nº7	112
8.2.8 Diseño nº8	117
8.2.9 Diseño nº9	122
8.2.10 Diseño nº10.....	131

8.2.11 Diseño nº11	138
8.3 Carta de materiales y avíos	143
8.4 Prototipos.....	146
8.4.1 Diseño nº6: Mochila Wangulen.....	146
8.4.2 Diseño nº8: Porta celular Kullin	149
8.4.3 Diseño nº9: Cartera Guñelve.....	151
8.4.4 Diseño nº10: Tote Chelliu.....	154
Capítulo IX. Propuesta final de marca	157
9.1 Identidad de marca	158
9.1.1 Denominación de marca	159
9.1.2 Imagotipo	159
9.1.3 Misión.....	160
9.1.4 Visión	160
9.1.5 Valores.....	161
9.2 Etiquetería	161
9.2.1 Etiquetas internas de colección	161
9.2.2 Etiquetas internas de cuidado.....	161
9.2.3 Etiquetas externas.....	162
9.2.4 Etiquetas externas de papel.....	163
9.3 Packaging.....	164
9.3.1 Packaging primario.....	164
9.3.2. Packaging secundario	164
9.4 Estrategias productivas	166
9.5 Estrategias comerciales.....	168
9.5.1 Comunicación	168
9.5.1.1 Instagram	169
9.5.1.2 Lookbook.....	174
9.5.2 Comercialización	180
9.5.2.1 Página web	181
Capítulo X. Análisis de costos	185
10. Análisis de costos	186
Capítulo XI: Conclusiones	194
11. Conclusión	195

Capitulo I. Definición estratégica

1. DEFINICIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO

1.1 Tema

Proyecto de diseño. Línea temática Identidad: marca país. Revalorización de la cultura del pueblo originario Mapuche, a través de una marca de marroquinería que recupera las técnicas y saberes del mismo.

1.2 Problema de diseño

En el presente trabajo final de grado, se pretende analizar y reflexionar sobre la manera en que el desarrollo de la globalización, las nuevas tecnologías y los medios de comunicación están homogeneizando la cultura y nuestra identidad como argentinos, llevándolo hacia un estándar que ya no es diferencial del resto de las culturas del mundo.

Actualmente en Argentina, y desde el último tercio del siglo XX, nos encontramos transitando un proceso denominado globalización, lo que según James H. Mittelman, significa una “fusión de procesos transnacionales y nacionales, lo cual permite que la economía, la política, la cultura y la ideología de un país penetre en otro” (1996, p. 3). A su vez, este fenómeno trae consigo la homogeneización de la cultura de Argentina, que según Hall (1997), se trata del intercambio de signos culturales entre personas que están alejadas en tiempo y espacio, logrando como consecuencia, una “identidad compartida”. Esto puede deberse a que, la vida de las personas está constantemente sometida a influencias culturales provenientes de distintos lugares, haciendo difícil la tarea de distinguir el origen y determinar la autenticidad, como menciona Garcia Canclini (1989).

Es por este motivo, que los argentinos pueden encontrarse a sí mismos consumiendo productos estereotipados y estandarizados a escala mundial, motivados por “necesidades falsas”, (Como se citó en Huber, 2002), que los medios masivos de comunicación inculcan en las personas diariamente, incitando a la unificación de los hábitos de consumo y a la fusión de los diferentes estilos de vida en el «american way of life» (Vázquez, 2002).

Además del impacto que tiene la globalización en los argentinos, es importante indagar más profundo, en las raíces de dicha sociedad, para observar el efecto que tiene sobre los pueblos originarios como el Mapuche, que habitan dicho territorio y su cultura particular, pero se han visto marginados en los últimos tiempos, un aspecto interesante a investigar en el presente trabajo.

En consecuencia, toda esta serie de factores desembocan en una problemática; ¿cómo revalorizar y perpetuar la identidad argentina, a través del resurgimiento de las técnicas textiles y las tradiciones olvidadas del pueblo originario mapuche, logrando concientizar acerca del consumo en el contexto de la globalización?

1.3 Descomposición del problema

¿Qué es la globalización? ¿De qué manera afecta este proceso a la cultura de un país? ¿De qué se trata la homogeneización cultural? ¿Cómo afectan estos fenómenos en Argentina? ¿Qué impacto tienen los medios de comunicación en este marco?

¿Estamos perdiendo nuestra identidad como argentinos por culpa de la globalización? A causa de esto, ¿existe cierta ignorancia o desinformación sobre las raíces de nuestro territorio y los pueblos que se originaron en él?

¿Los pueblos originarios de Argentina se ven afectados por el proceso de globalización y homogeneización cultural? ¿Por qué es importante revertir estos efectos?

¿Quiénes son los mapuches? ¿Cuáles son sus creencias y tradiciones? ¿Qué actividades realizan, con la ayuda de qué técnicas y materiales? ¿Cómo se compone su vestimenta?

1.4 Alcance y objetivos

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar una marca de marroquinería y accesorios, para el mercado femenino nacional, que contribuya a perpetuar nuestra cultura e identidad como

argentinos, a través de la revalorización de las técnicas textiles y la cultura del pueblo originario Mapuche.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar el proceso de la globalización y la homogeneización cultural.
- Indagar el lugar que ocupan las nuevas tecnologías y los medios de comunicación en este marco.
- Comprender el impacto de la globalización en la cultura e identidad de la Argentina.
- Comprender el efecto que tiene la globalización en los pueblos originarios de Argentina, y puntualmente, el pueblo Mapuche.
- Investigar sobre la identidad y cultura del pueblo originario Mapuche.
- Conocer sobre la técnica de tejido en telar Araucano/Mapuche.
- Indagar en los distintos tipos de tejidos y las posibilidades que tiene el telar.
- Investigar sobre las técnicas de teñido y el tratado de la materia prima.

1.5 Justificación

“La globalización, de la que ya no podemos ni debemos escapar, traerá nuevas ventajas y planteará nuevos retos. Y ambas situaciones serán mejor asimiladas si podemos enfrentarlas desde la convicción de haber recuperado la identidad como pueblo y como nación” (Para recuperar nuestra identidad, 2002).

El presente proyecto de diseño, tiene como finalidad contribuir en la recuperación de la identidad argentina, la marca que define la pertenencia a una nación y a una historia específica; aspectos que se fueron olvidando y desdibujando, en el contexto de la globalización.

La Argentina se encuentra inmersa en un mercado que está repleto de objetos y expresiones culturales imitadoras de estéticas importadas, como sostiene Garcia Canlini (1989), lo que tiene como resultado la desnacionalización de la propia cultura. En consecuencia, el objetivo del proyecto de diseño, es crear una marca compuesta

por piezas de marroquinería, que vuelvan a los orígenes del territorio argentino, y remitan a la estética de la patria que se está dejando en el olvido.

Si en el actual mundo globalizado, lo que se busca es la “creación de mercados masivos y homogéneos fuertemente estandarizados en términos de cultura, que suponen altos volúmenes de producción a precios bajos” (Serrano Neira, 2015, p.61), en el desarrollo de la presente “marca país”, los objetivos que se persiguen son todo lo contrario. Se trata de volver a los procesos manuales, a la esencia del trabajo artesanal, a remover en el fondo de los tiempos y la historia de Argentina, para encontrar el legado que nos dejaron los pueblos originarios que habitan esta tierra.

La cultura de la comunidad Mapuche cuenta con valores que coinciden con los fines que se persiguen en el presente proyecto, tales como el respeto por la tradición y el traspaso de los conocimientos de la cultura, de generación en generación, para preservar la identidad en el paso del tiempo, la implementación de técnicas artesanales como medio de expresión de su ser, entre otras. Sin dejar de mencionar, que son una tribu muy golpeada y marginada por el fenómeno de la globalización y la homogeneización cultural, lo que hace pertinente el uso de su identidad como lucha contra la causa de su progresiva desaparición y estigmatización.

Capitulo II. Marco teórico

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Globalización

Desde la perspectiva de James H. Mittelman, la globalización significa una “fusión de procesos transnacionales y nacionales, lo cual permite que la economía, la política, la cultura y la ideología de un país penetre en otro” (2002, p. 20). La misma, apunta hacia un “incremento en las interconexiones o interdependencias, un aumento en los flujos transnacionales y una intensificación de los procesos, de manera que el mundo se convierte, en algunos aspectos, en un solo lugar” (Mittelman, 2002, p. 18).

2.1.1 Globalización y cultura

Como fue descrito en el punto anterior, la globalización afecta el campo cultural de un país. Este proceso podría entenderse según Carlos Moneta (1994), como el “pasaje de identidades culturales tradicionales y modernas, de base territorial, a otras modernas y postmodernas, de carácter transterritorial” o, según Ana Martínez Barreiro, es una “forma de «imperialismo cultural» mediante el cual los valores, los estilos y las perspectivas del mundo occidental se extienden de forma tan agresiva que asfixian a todas las culturas nacionales” (2006, p. 200).

También es relevante destacar la importancia que las nuevas tecnologías y los medios de comunicación tienen a la hora de transmitir los “valores de la globalización” hacia la población de un territorio:

Han modificado profundamente las condiciones de producción y de circulación de todas las formas de expresión cultural y el sentido simbólico de los productos culturales. Así, durante las últimas décadas se observa que la evolución y el contenido de la cultura se halla crecientemente condicionado por la industrialización de los sistemas de producción y de difusión de los mensajes culturales. Esos productos están destinados a una rentabilidad económica a corto plazo (la población como mercado) a fines de control y/o movilización social y

política (la población como fuerza de opinión). Esa situación conduce, en muchos casos, a la difusión masiva de mensajes culturales incompatibles con las situaciones de las sociedades locales (conflicto que afecta la identidad cultural y genera tensiones sociales) y a la aceptación progresiva de elementos y valores de una "cultura-mundo" basada fundamentalmente en la sociedad de consumo occidental (Moneta, 1994, p. 184).

Diego Tagarelli (2008) también manifiesta la manera en que, en el contexto de la globalización, las modernas industrias de la cultura desplazan de cierta manera la esencia de la cultura local. De esta forma, el discurso a la cultura nacional se encuentra contaminado por la modernización de dichas tecnologías. A su vez, emergen proyectos innovadores que patrocinan lo nuevo, sin tener en cuenta las raíces culturales locales, barriendo así, con el pasado cultural, fuente de toda proyección.

2.1.2 Homogeneización cultural

Como expone Ana Martínez Barreiro, la homogeneización cultural es un fenómeno por el cual "la vida social se ha vuelto mediatizada por un mercado global de estilos, de lugares y de imágenes. Gracias a los viajes y a los desplazamientos, nos estamos confrontando simultáneamente con diferentes identidades en un gigantesco supermercado cultural" (2006, p. 200). Además, es importante aclarar que la misma se encuentra "vehiculizada por los medios masivos de comunicación, que incitan a la unificación de los hábitos de consumo y a la fusión de los diferentes estilos de vida en el «american way of life»" (Vázquez, 2002, párr.1).

Sin embargo, no sólo se trata de una confrontación de identidades, sino que se habla también de una unificación de dichas culturas, como resultado de un híbrido todo:

La industria de la cultura global significa cada vez más la «convergencia» de símbolos culturales y de formas de vida. Bajo el

discurso del mercado mundial subyace, según esta perspectiva, una utopía negativa, y es que está surgiendo un solo mundo, pero no como reconocimiento de la multiplicidad, pluralista y cosmopolita de uno mismo y del otro, sino más bien todo lo contrario, como un solo mundo mercantil.

Las identidades establecidas y las formas de vida arraigadas en las comunidades locales y culturales, están dando paso a nuevos tipos de «identidades híbridas», compuestas por elementos procedentes de fuentes culturales contradictorias (Como se citó en Hall, 1992). De este modo, hoy en día, una persona de un ámbito urbano de Sudáfrica puede continuar estando muy influida por las tradiciones y las perspectivas culturales de sus raíces tribales, al mismo tiempo que adopta estilos y gustos cosmopolitas en su vestimenta y en sus actividades de tiempo libre, y todo conformado por fuerzas globalizadoras (Barreiro, 2006, p. 201).

2.1.3 Globalización, consumo y cultura en Argentina

Para el presente TFG, es clave tener presente el modo en que la cultura argentina se ha ido adaptando a medida que el proceso de globalización se fue desarrollando en nuestro país. Es por este motivo, que se expone el pensamiento de Alberto Lettieri, doctor en Historia por la Universidad de Buenos Aires:

La globalización supuso el desarrollo de procesos de aculturación, que apuntaron tanto imponer gustos, modas y prácticas de consumo a escala mundial, como a generar las condiciones para la imposición de relaciones de dependencia, a nivel político y económico.

El primer fenómeno ha sido analizado reiteradamente, y está relacionado con la manipulación de los gustos, para dirigir el consumo de modo tal de generar la necesidad de adquirir productos de determinadas marcas, estereotipados a escala mundial. El segundo está relacionado con la cuestión de la dominación, es decir, la manera en que los procesos de aculturación implican la anulación o el desprestigio de las sociedades colonizadas y sus costumbres. Al sustraerse sus identidades propias por otras compartidas a escala global, van perdiendo también su sensación de pertenencia, y hasta su voluntad de construcción de una nación y una cultura diferenciada. (Lettieri, 2013).

Así, al adaptarnos a este proceso como nación, con el objetivo del bienestar prometido, fuimos sacrificando nuestro capital máspreciado: la identidad. Las tradiciones, las costumbres, los patrones de comportamiento y los valores propios de la identidad cultural de cada comunidad o región, fueron dejando paso a usos y conductas, ajenas a las propias, que sólo traccionan hacia la cultura del desarraigo (Para recuperar nuestra identidad, 2002).

Argentina, “persiguiendo el espejismo de penetrar el Primer Mundo, fue una víctima más del modelo globalizador. La sentencia borgiana respecto de que "los argentinos somos europeos en el exilio" se amplió al límite de transformarnos en desterrados en nuestra propia patria” (Para recuperar nuestra identidad, 2002).

Este proceso de deculturación en el país, puede tener una doble dimensión ya que, se trata de una sociedad donde se han yuxtapuesto una multitud de culturas y subculturas externas, con un proceso de “americanización” (con referencia a la cultura estadounidense impuesta por el imperialismo económico y cultural, facilitado por la globalización) y se ha impulsado la extinción paralela de culturas minorizadas (Trobat, 2016).

2.1.4 Pueblos originarios en el contexto de la globalización

Actualmente en Argentina, tanto el fenómeno de la globalización como la homogeneización cultural, tienen efectos estandarizadores para con la diversidad cultural y específicamente las sociedades nativas de nuestro país, lo que implica que convivan en un marco de transculturación potente y colonizadora (Trobat, 2016).

Otra consecuencia de la globalización que incide en la cultura, más precisamente en las artesanías de pueblos originarios como el Mapuche, es el descrédito y desplazamiento que han sufrido, con el acceso a los mercados urbanos que les proporcionan sustitutos de cómoda y fácil obtención. Por ejemplo, los chamal o keпам (prendas de vestir) tejidos en telar, fueron rápidamente reemplazados por productos de procedencia industrial (Manzong, 2011).

Toda esta serie de cuestiones se desarrollan bajo la tutela de un Estado que no vela por los derechos de los pueblos autóctonos, un Estado que no es ni pluricultural, ni democrático (Vázquez, 2002). Por lo tanto, es importante destacar:

las representaciones que el Estado argentino (en sus diversos ámbitos y niveles) construyó sobre los pueblos originarios fueron estereotipadas e históricamente estigmatizadoras, diversos segmentos de la sociedad civil elaboran una visión semejante. En zonas fronterizas, en las que universos simbólicos diferentes mantienen contactos intensos y en las que se producen fuertes tensiones entre los miembros de los diversos segmentos de la sociedad regional / nacional con los que los aborígenes interactúan al interior de un campo de interacción socio-étnico, esta “construcción simbólica del otro” es retomada y reciclada por algunos medios masivos de comunicación que acentúan en su mensaje los rasgos peyorativos de una identidad atribuida desde el afuera y que intencionalmente es construida como “primitiva”, “anti-argentina”,

“ignorante”, etc. Esta actitud tiene como intención la de influir en la formación de la opinión pública, en circunstancias en que existen intereses fuertemente encontrados entre algunos miembros de la sociedad regional / nacional y la población indígena (Vázquez, 2002, párr.20).

Por otro lado, la globalización económica “ha desembocado en una dependencia política y económica que ha perjudicado especialmente a los pueblos indígenas como el Mapuche, en el sentido que ha desmontado sus posibilidades mercantiles y ha provocado la compra de tierras por parte de multinacionales” (Trobat, 2016).

2.1.5 Importancia de la revalorización de nuestra identidad

Como es mencionado en los puntos anteriores, estos distintos procesos inciden de manera sustancial en la cultura y la identidad de los argentinos, pues como expone el antropólogo Ludwig Huber (2002), la sociedad humana globalizada deja de ser una yuxtaposición de culturas territoriales separadas, para pasar a ser un conjunto de subculturas desterritorializadas, que atraviesan transversalmente las localidades, encontrándonos así, con elementos culturales similares en lugares alejados en el mapa, siendo imposible distinguir “lo que es nuestro”, de lo que no nos pertenece.

Por lo tanto, es importante que cada argentino logre reinstaurar en sí mismo los valores del consumo nacional, recuperar el sentimiento de patria, respetar los símbolos identitarios, contraer un íntimo compromiso moral con el destino de la tierra que los vio nacer, para recuperar la identidad como pueblo y como nación (Para recuperar nuestra identidad, 2002).

2.2 Pueblo mapuche

El pueblo mapuche habita el territorio ubicado en la parte sur del continente sudamericano desde tiempos inmemorables. Hual Mapu es el nombre dado al territorio mapuche en su más amplio sentido.

Expresa, en lengua mapuzungun, el conjunto total del suelo, el subsuelo, el aire y los ríos. En la Argentina, habitan el Puel Mapu, territorio del este, en las actuales regiones de Pampa y Patagonia, en las provincias de Neuquén, Río Negro, Chubut, Buenos Aires, Mendoza y La Pampa (Ministerio de Educación y Deportes de la Nación, 2016).

La cultura de los mapuches se identifica con la tierra, como sentido de pertenencia, como un espacio para la vida, es desde ese lugar la nominación Mapuche, mapu=tierra, che=la gente; “la gente de la tierra”, lo que les da un sentido de etnia y pueblo. Para el pueblo mapuche chileno-argentino, el “mapu” fue y sigue siendo su razón de ser. Desde hace mucho tiempo, esta estrecha relación con la tierra los define, los congrega y autoafirma (Hernández, 1993).

2.2.1 Mundo espiritual

Según Omar Lobos (2008), un aspecto importante para conocer en profundidad a los mapuches, es a través de la religión y sus creencias, la manera en que este pueblo comprende el mundo y su existencia. El “mapu” no significa sólo la tierra, sino también la noción de espacio o territorio en un sentido amplio, el cual está dividido en diferentes regiones:

- Huall mapu es el todo, el cosmos.
- Huenu mapu es la tierra de arriba. De allí que la palabra huenu, que significa "arriba", se traduzca como "ciclo".
- Las personas, los animales y las plantas habitan el íg mapu, el mundo de la superficie.
- El minche mapu o mundo de abajo es el que alimenta al mundo de la superficie, dando sustento a personas, animales y plantas.

La religiosidad mapuche aspira sobre todo a preservar un equilibrio en la naturaleza, a la convivencia ordenada de todas las fuerzas (nehuén) que integran el mapu para que sea posible su conservación. El hombre,

la persona, es el responsable de mantener ese equilibrio (Lobos, 2008, p. 11-12).

El Huenu Mapu está poblado de dioses que ocupan distintos lugares jerárquicamente organizados, encontrándose en la cúspide el Ngenemapun: “dueño de la tierra” o Ngenechen: “dueño de los hombres”. Consideran que este ser supremo guio al pueblo Mapuche al lugar en el que se encuentran hoy, y vela por su bienestar. Algunos cuerpos celestiales también se encuentran deificados, tales como la luna (killén), el lucero del alba (wuñelfe) y las estrellas (wanglén), e influyen al chamán, quien necesita de estos seres astrales para desarrollar sus dotes premonitorias y de taumaturgia (Manzong, 2011).

Además, los Mapuches atribuyen significados de su cosmovisión a la naturaleza, por ejemplo, el canelo o Folie, que es un árbol sagrado para esta comunidad, portador de atributos divinos y mensajero de la paz. El Maqui, el laurel y el manzano también son considerados sagrados, y su uso es frecuente en ritos y plegarias (Mazong, 2011).

Una persona que ocupa un papel fundamental en el sistema cosmológico es el “Machi” o “Chaman”, que se encarga de mediar entre dos mundos: las fuerzas de la naturaleza y las fuerzas sobrenaturales (Manzong, 2011).

2.2.2 El Idioma

La manera en que los integrantes de la comunidad mapuche se comunican entre ellos, es mediante el Mapudungún o Mapuzungún, el “idioma de la tierra”. Dicho dialecto, pertenece a las lenguas ágrafas, lo que significa que no son representadas por una escritura, no existe una manera determinada de plasmarla con palabras. Es por ese motivo que podemos encontrar una misma palabra, escrita de diferentes formas, puesto que, se asimilan según el sonido que hacen, traducido en el alfabeto español (Lobos, 2008).

2.2.3 Los tejidos

El pueblo mapuche reconoce una larga tradición en esta actividad. Más allá de los registros arqueológicos, son numerosos los testimonios de cronistas y viajeros

acerca del arte del hilado y tejido mapuches. Los textiles fueron no sólo piezas de uso en la vida cotidiana y ceremonial, sino que se constituyeron en importantes artículos de intercambio, conformándose incluso como moneda de cambio (Rotman, 2011).

El tejido se trata de un arte principalmente femenino, “(es notable el rol fundamental de las mujeres en el arte indígena en general), que se transmite de madres a hijas y cuyo aprendizaje se articula con el crecimiento de la niña y su transformación en mujer y tejedora” (Conejeros, 2012).

El origen de esta técnica ancestral se remonta a un viejo relato o mito, como menciona Ruth Conejeros (2012), por el que los Mapuches consideran a la “Llalin Kushe”, una araña vieja, la dueña del hilado y del tejido, maestra y cuidadora de las tejedoras. Las protege de las fuerzas negativas que las llevan al error en sus creaciones. Es por este motivo, que la misma puede verse representada, en numerosos diseños de tejidos y con diversas formas.

La herramienta utilizada para lograr los tejidos se denomina telar araucano, “se trata de un simple bastidor, un rectángulo de cuatro palos donde sujetan los hilos que constituirán la urdimbre, y por entre esta deslizan cañas o varillas que sirven para ir recogiendo y apretando la trama conforme avanza su confección” (Lobos, 2008, p.22). Por otro lado, la materia prima necesaria para el tejido es la lana de guanacos, llamas, vicuñas y alpacas (Ministerio de Educación y Deportes de la Nación, 2016).

En la antigüedad, los objetos que elaboraban con la ayuda de estos telares estaban relacionados con el campo de la vestimenta, paños tejidos para cubrir el cuerpo, que usaban hombres, mujeres y niños, capas, fajas para la cintura y la cabeza, ponchos y mantas. “En la actualidad y para la venta, se continúa con la producción de fajas, ponchos, mantas —matras y matrones— a estos artículos se suman colchas, chalecos, tapices, alfombras, caminos, bolsos y cinturones” (Rotman, 2011, p. 359).

Para darle color a los tejidos, “se usan tinturas naturales, extraídas de hojas y raíces de plantas de las distintas zonas. Antiguamente se daba gran preferencia al añil, una pasta de color azul oscuro que se saca de los tallos y hojas de esta planta” (Lobos, 2008, p.22).

La técnica de tejido en telar Mapuche, se confecciona en armonía con la naturaleza, por lo que las tejedoras deben respetar los ciclos de la vida y las estaciones del año: así como existe un tiempo para la esquila, también deben esperar las distintas épocas en que la naturaleza les brinda los colores que necesitan para teñir los tejidos. Este hecho colisiona con nuestra realidad, en la que acostumbramos a comprar la anilina del color que necesitamos y en el momento en que la requerimos (Mastandrea, 2007). Es por este motivo, que tenemos que reestructurar nuestra concepción del tiempo y los ciclos de producción, para entender que:

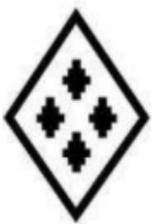
Para extraer el color amarillo del calafate o "michay" deben recolectar sus raíces en invierno, cuando la savia de la planta se encuentra concentrada en ellas. Dos meses más tarde podrán teñir de color rojo con sus flores y, por último, cuando los frutos estén maduros brindarán las tonalidades del morado al azulado, variando el color de acuerdo con la región de que se trate. Para nuestra cultura que vive a un ritmo tan acelerado, es difícil poder comprender realmente todo lo que ello significa (Mastandrea, 2007, p. 14).

En cuanto a los diseños de los textiles, como menciona Gladys Riquelme (1994), las tejedoras mapuches cuentan con un repertorio mental de imágenes culturales almacenadas en una especie de "memoria iconográfica", relacionadas con seres y objetos de su civilización. Así, ellas eligen un motivo, actualizando en cada paso del tejido, un rito ancestral, vinculándose con su comunidad y cultura en pasado, presente y futuro.

Se implementan figuras geométricas, las cuales reiteran de diferentes maneras, logrando infinitas combinaciones de dibujos compuestos por rombos, triángulos y cruces como base (Mastandrea, 2007).

Tim Podkul (2008), en conjunto con la fundación Chol Chol, trabajó con mujeres Mapuches, con el fin de investigar el significado de los diseños más representativos de

la comunidad en cuestión. En el siguiente cuadro se sintetizan los resultados de su exploración y la compilación de otros autores:

Diseño	Significado	Diseño	Significado
 <p>CRUZ</p>	<p>Es el símbolo más común, y que significa la eternidad de la cultura Andina. (Podkul, 2008).</p>	 <p>CRUZ SIMETRICA</p>	<p>La cruz con brazos iguales es un símbolo complejo; representa el cielo, la lluvia y la vida. También es un símbolo cosmológico o una representación del mundo. (Podkul, 2008).</p>
 <p>GUÑELVE</p>	<p>Representación de la estrella del alba o del planeta Venus. Se trata de un octagrama o estrella de ocho puntas, que se puede apreciar en la Bandera de Leftraru. (Podkul, 2008).</p>	 <p>WANGULEN</p>	<p>Símbolo femenino que se refiere a una estrella que cayó del cielo y liberó su energía en la forma de una mujer, que fue el primer ser humano. Adopta múltiples formas con variaciones. (Podkul, 2008).</p>
 <p>WANGULEN</p>	<p>Variación muy simple de la estrella con sólo seis puntos principales. (Podkul, 2008).</p>	 <p>MAUÑIMIN</p>	<p>Diseño de cadenilla que representa la unión de todas las comunidades Mapuches. (Podkul, 2008).</p>
 <p>WENUMAPU</p>	<p>Símbolo del cosmos y del cielo. Representa el sol, muestra las fuerzas de la naturaleza y la llegada de un nuevo año. (Podkul, 2008).</p>	 <p>KULTRUN</p>	<p>Importante instrumento musical de la machi mapuche, también conocida como chamán. Se considera a la tierra, y la conexión entre la</p>

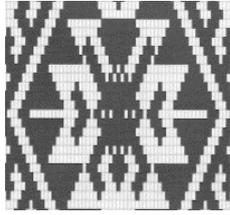
			naturaleza y el hombre. (Podkul, 2008).
 <p>LLALIN</p>	Araña, símbolo de la sabiduría y maestra del tejido. (Mastandrea, 2007).	 <p>LAFATRA</p>	Sapo, animal sagrado para la cultura Mapuche. Representación del agua, la purificación, la fluidez, la transparencia y, en última instancia, la vida misma. (Mastandrea, 2007).
 <p>WINKUL</p>	Cerros o montañas. (Riquelme 1994).	 <p>TREMI WINKUL</p>	Cerro que crece. (Riquelme 1994).

Tabla n°1: iconografía y simbología Mapuche. Fuente: elaborado por el autor.

2.2.3.1 Tipos de tejido

A la hora de tejer en telar Mapuche, encontramos tres técnicas básicas del diseño: tejido llano, peinecillo y labor o laboreo (Mastandrea, 2007).

El tejido llano se basa en una combinación simple de vueltas de lana de diferentes colores, que se intercalan al montar la urdimbre sobre el telar. Por otro lado, con la técnica del peinecillo obtenemos como resultado un diseño de rayas horizontales a dos colores. Las mismas, tienen el ancho de una vuelta de tejido, ya que, en cada una, los colores se van interponiendo (Mastandrea, 2007).

El laboreo o labor, es una de las técnicas más complejas del telar Araucano, y la que mejor transmite la esencia de dicha cultura, ya que permite plasmar símbolos e íconos en los diseños. Además, es la técnica que necesita más tiempo de confección, pues para crear los dibujos, se deben seleccionar manualmente las hebras del tejido en cada una de las vueltas (Mastandrea, 2007).

2.2.4 Vestimenta de la mujer mapuche

El vestir en esta comunidad tiene numerosas finalidades, principalmente, la de abrigar y cubrir el cuerpo. Por otro lado, y a medida que la complejidad cultural se fue desarrollando, la vestimenta fue adquiriendo otros valores, como determinar el lugar de donde provienen las personas, la jerarquía social dentro del grupo, su estado civil, entre otras (Conejeros, 2012).

La vestimenta de la mujer mapuche, como se muestra en la figura nº1, se compone de un “chamal” o “ketpán”, que es una especie de túnica larga, sujeta sobre uno de los hombros con un gran alfiler de plata, llamado “tupu”. Por encima del chamal, se usa una capa denominada “ikulla” de fondo negro, y franjas de diferentes colores. En los principios, llevaban en la cintura una faja o “trariwe” de cuero, con perlas de plata y otros elementos, que en la actualidad son reemplazadas por fajas tejidas (Conejeros, 2012).

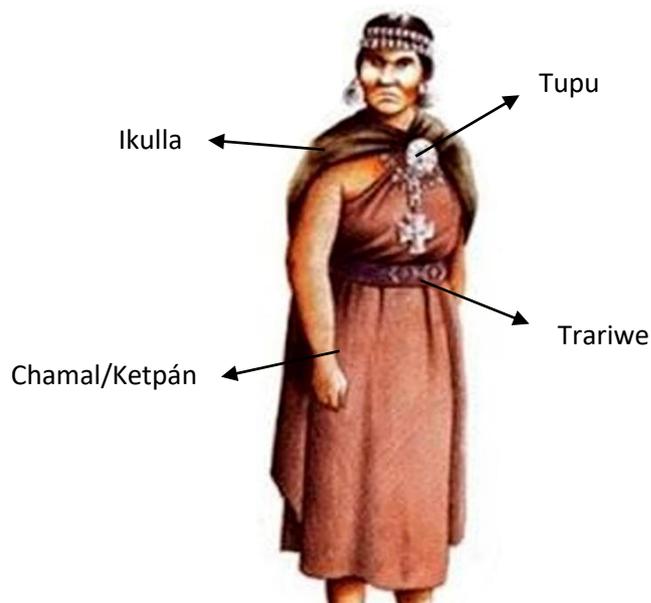


Figura nº1: indumentaria mapuche femenina. Fuente: elaborado por el autor.

2.2.5 La platería, accesorios mapuches

Como exponen Llamazares, Pereda y Sarazola (2012) los mapuches fueron eximios maestros en el arte de la platería, un metal al que le confieren un origen

divino, y los objetos creados a partir de este material, se consideran elementos sacralizados, depositarios de luz y de una fuerza espiritual cósmica.

Ligados a una mitología que encuentra su origen en el brillo lunar, y al ser usados exclusivamente por las mujeres, el simbolismo asociado con esta platería concentra profundos significados relacionados con la femineidad, la fertilidad y los misterios de la vida y la muerte (Llamazares, Pereda y Sarazola, 2012, p.160).

La mujer mapuche adorna diferentes zonas de su cuerpo como la cabeza, el cuello y el pecho, con elementos como pulseras, brazaletes, tobilleras, y anillos. Los mismos, están fabricados principalmente con plata, pero se suelen agregar otros elementos como "llankas" o cuentas de piedras/vidrio, chaquiras de diferentes colores, conchas y trozos de tejido o cuero, que también pueden actuar como superficies de soporte. A continuación, se describen los distintos tipos de accesorios (Llamazares, Pereda y Sarazola, 2012).

- Tocado (nitrowe): formado por una larga faja tejida, cubierta en su totalidad por semiesferas de plata, que envuelve la cabeza y las trenzas. Existen también vinchas anchas hechas en cuero o tejidas con aplicaciones de plata.
- Aros (chawai): los hay de varias formas y tamaños, con o sin colgantes.
- Vincha (trarilonko): el modelo más antiguo es una diadema formada por una faja tejida con discos o semiesferas de plata cosidas. Luego, se hizo una cadena de plata con discos o monedas colgantes.
- Gargantilla (traripel): existe distintos tipos, de lana cubierta de semiesferas de plata cosidas, de lámina de plata sobre tira de cuero y de cuentas de plata que ciñe con varias vueltas el cuello.
- Alfileres (tapu): utilizado para sostener la ropa que no posee sujeción propia.

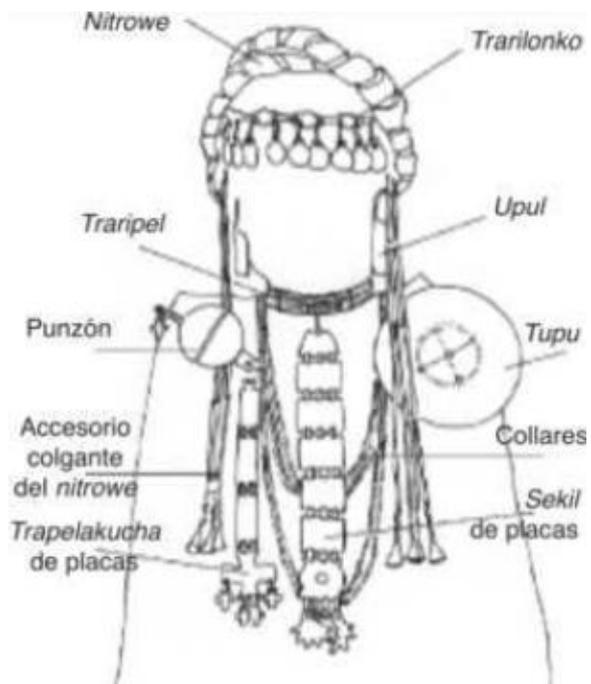


Figura nº2: accesorios de plata mapuche. Fuente: Llamazares, Pereda y Sarazola, 2012, p.190.

Capitulo III. Metodología de investigación

3. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología de investigación

Para la presente investigación de campo, se lleva a cabo un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas para lograr la recolección de datos faltantes, no hallados mediante la investigación del marco teórico.

Por un lado, se lleva a cabo una encuesta anónima a mujeres de entre 20 y 45 años de edad, residentes en la ciudad de Córdoba, con el objetivo de indagar sobre el posible usuario de la marca, sus hábitos de consumo, sus preferencias y postura frente a la problemática planteada. Además, se propone encuestar a un amplio rango etario para determinar según los resultados, si efectivamente el público objetivo está interesado en la propuesta brindada, o si se debe modificar esta característica.

Por otro lado, se implementan entrevistas tanto virtuales como presenciales, a mujeres artesanas insertas en la comunidad Mapuche, para lograr introducirnos en la cultura de este pueblo, e investigar sobre la técnica de tejido en telar Araucano/Mapuche. El objetivo es enriquecer la investigación llevada a cabo en el marco teórico, y aprender de primera mano una técnica ancestral que está en nuestro país desde tiempos inmemorables.

3.2 Fichas técnicas del diseño metodológico de la investigación:

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN: ENCUESTA	
Enfoque	Cuantitativo.
Tipo de investigación	Descriptiva.
Población	Mujeres de la ciudad de Córdoba, Argentina. De entre 20 y 50 años de edad.
Muestra	181 personas.
Criterio de muestreo	No probabilístico por cuotas (edad y género).
Técnica de recolección de datos	Encuesta anónima (virtual).
Instrumento de recolección de datos	Cuestionario de preguntas cerradas y múltiple opción.

Tabla n°2: ficha técnica de investigación sobre la encuesta. Fuente: elaborado por el autor.

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN: ENTREVISTA	
Enfoque	Cualitativo.
Tipo de investigación	Exploratoria.
Población	Artesanas que se dedican a el diseño textil mediante telar araucano/mapuche.
Muestra	3 personas.
Criterio de muestreo	No probabilístico por propósitos. Pertinencia.
Técnica de recolección de datos	Entrevistas virtuales y presenciales.
Instrumento de recolección de datos	Cuestionario de preguntas abiertas.

Tabla n°3: ficha técnica de investigación sobre la entrevista. Fuente: elaborado por el autor.

3.3 Instrumentos de investigación

3.3.1 Encuesta anónima

Preguntas personales sobre el posible usuario

1. ¿Cuántos años tiene? Entre 20-30, Entre 30-40, Entre 40-45.
2. ¿Cuál es su ocupación? Estudiante-Empleado de medio tiempo-Empleado de tiempo completo-Desempleado.

Preguntas sobre el consumo del posible usuario

3. ¿Consume marcas de accesorios/marroquinería (bolsos, carteras, mochilas, cinturones) hechas en Argentina? Si-No.
4. En caso de hacerlo, ¿Cuáles son?
5. ¿Cree que las marcas nacionales cuentan con diseños que imprimen la cultura de nuestro país? Totalmente de acuerdo-De acuerdo-Neutral-En desacuerdo.
6. Con respecto a la pregunta anterior, ¿qué tan importante le parece que lo hagan? Muy importante-Importante-Neutral-Poco importante-No es importante.
7. Dentro de las marcas que consume, ¿puede identificar cuáles son nacionales y cuáles son extranjeras? Si-No.
8. A la hora de adquirir accesorios/marroquinería, ¿considera que hay variedad en el mercado? Si-No.
9. ¿Suele adquirir productos con valor artesanal? Si-No.
10. Si es así, ¿con que frecuencia? Frecuentemente-A veces-Nunca.

11. ¿En qué tipo de punto de venta adquiere productos de accesorios/marroquinería? Internet-Ferias-Tiendas-Shopping-Otro.
12. A la hora de adquirir este tipo de productos, ¿a qué característica le confiere mayor importancia? Precio-Calidad-Diseño-Identidad-Funcionalidad-Utilidad-Otro.
13. ¿Por medio de cuáles redes interactúa con marcas de accesorios/marroquinería? Facebook-Instagram-Página Web-Pinterest-Otra.
14. Del 1 al 5 ¿Qué grado de interés le confiere a que sus prendas y accesorios sean confeccionadas de manera local y no masiva? (siendo 1 bajo interés y 5 alto interés) 1-2-3-4-5.

Preguntas sobre cultura argentina

15. Del 1 al 5 ¿qué grado de interés tiene acerca de la cultura de Argentina y las raíces de dicho país? (siendo 1 bajo interés y 5 alto interés) 1-2-3-4-5.
16. ¿Tiene conocimiento sobre los pueblos originarios de Argentina? Conocimiento profundo-Conocimiento superficial-Desconocimiento.
17. ¿Tiene conocimiento puntualmente sobre la comunidad Mapuche en Argentina? Conocimiento profundo-Conocimiento superficial-Desconocimiento.
18. ¿Le parece importante la revalorización de culturas y técnicas originarias que están siendo olvidadas por causa de la globalización? Muy importante-Importante-Neutral-Poco importante-No es importante.
19. ¿Consumiría una marca de marroquinería/accesorios que trate estos temas e incluya la cultura mapuche en sus diseños, pero de manera actualizada y urbanizada? Si-No.

3.3.2 Entrevista a mujeres artesanas

Nombre:

Edad:

Ocupación:

PREGUNTAS

1. ¿Cuál es su vínculo con la comunidad Mapuche?
2. ¿Cómo aprendió la técnica del tejido en telar Mapuche?
3. ¿Qué tipo de objetos suele elaborar a partir de los tejidos?
4. ¿De dónde toma la inspiración a la hora de hacer los diseños para sus tejidos?
5. ¿Existen variedades de tejidos?
6. ¿Existen símbolos o dibujos típicos?
7. ¿Los colores se eligen al azar o tienen algún significado? ¿Suele teñir la lana para el tejido con tintes naturales?
8. ¿Cree que en la actualidad se están olvidando las técnicas y costumbres típicas de la cultura Mapuche? Si su respuesta es sí, ¿a qué cree que se debe?
9. ¿Hay alguna otra información que le parezca importante agregar? Espacio libre

Capitulo IV. Análisis de resultados

4. RESULTADOS

En el presente capítulo se llevará a cabo un análisis puntual de los resultados de las encuestas y entrevistas, con el fin de recabar información faltante y comprobar o refutar las hipótesis planteadas, principalmente en relación con el usuario.

4.1 Encuesta a usuarios

4.1.1 Análisis

Con el objetivo de definir el público objetivo de la marca, se entrevistaron 180 mujeres de la provincia de Córdoba, de entre 20 y 50 años de edad. Una vez obtenidos los resultados, y clasificados por rango de edad (en 3 grandes grupos), se analizaron preguntas consideradas clave para definir el perfil del usuario en cuestión.

Para comenzar, la pregunta más importante es en relación con el consumo de artículos de marroquinería en Argentina, para determinar si realmente existe un interés por el fin de la marca a desarrollar. En esta etapa no hubo grandes diferencias, ya que los tres grupos tienen un porcentaje similar a la hora de adquirir marcas que comercializan este tipo de productos.

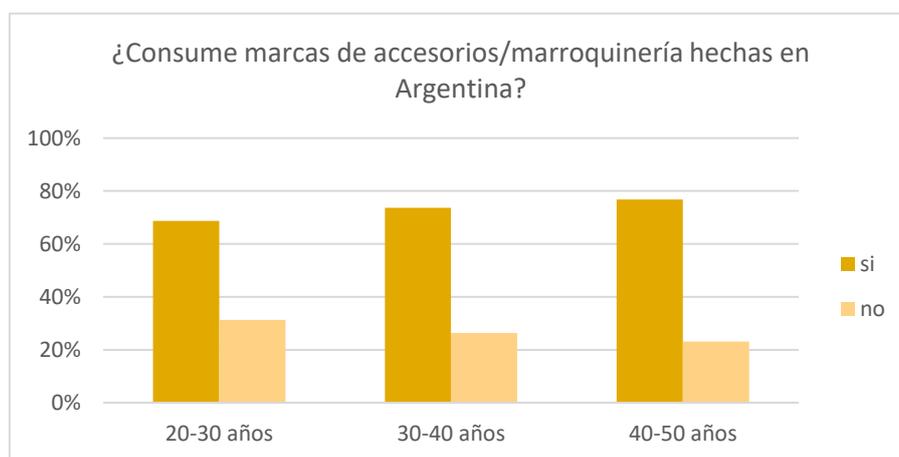


Gráfico n°1: consumo de marcas de marroquinería. Fuente: elaborado por el autor.

En el siguiente gráfico, se analiza otro factor importante como lo es el consumo de productos con valor artesanal, ya que es una de las principales características de la marca en cuestión. En esta instancia se procede a descartar el grupo n°1 (entre 20-30 años) ya que las encuestadas que no le confieren importancia a esta propiedad superan en un 23% a las que sí. Mientras que, en los grupos n° 2 (entre 30-40 años) y

nº 3 (entre 40-50 años) por el contrario, resultó que existe un porcentaje mayor que se inclina hacia el interés por lo artesanal.

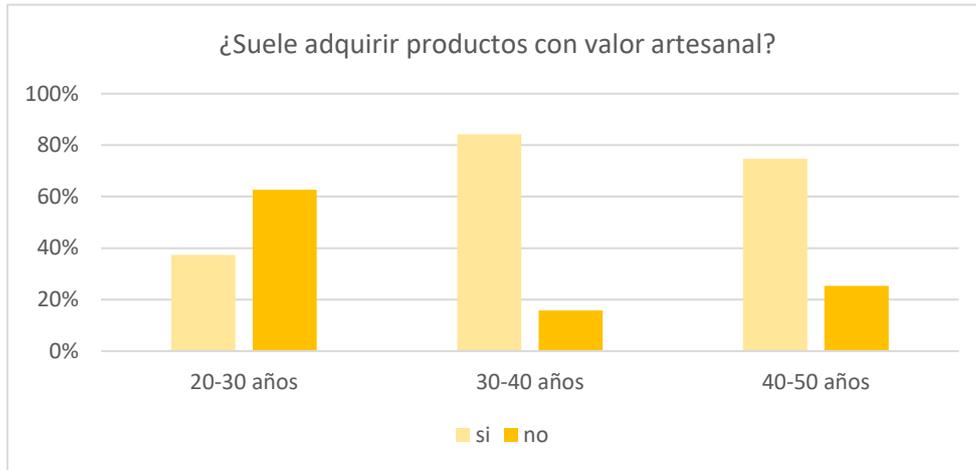


Gráfico n°2: adquisición de productos de valor artesanal. Fuente: elaborado por el autor.

Haciendo referencia a la importancia que cada una de las personas encuestadas le da a la cultura argentina, a la hora de adquirir marcas que aborden este aspecto en sus diseños, se presentan resultados muy diferentes entre los grupos restantes. El grupo nº 2 tiene un mayor porcentaje de encuestadas a las que les interesa el abordaje de la cultura (un 74%), mientras que en el grupo nº 3 sólo existe un 53% de interés, y el 47% restante, evidencia una postura neutral o desinteresada por el tema.

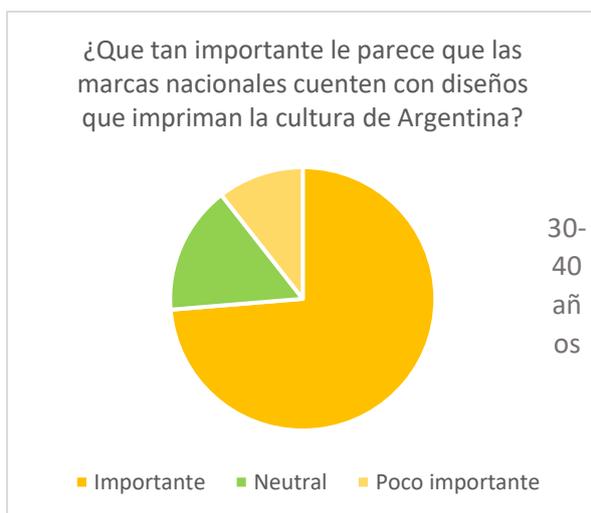


Gráfico n°3. Fuente: elaborado por el autor.

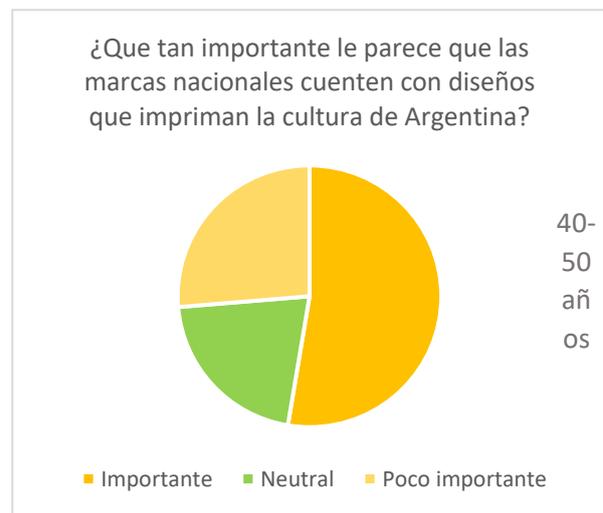


Gráfico n°4. Fuente: elaborado por el autor.

En base a estas preguntas es posible determinar que el público objetivo es el grupo nº 3, compuesto por mujeres de entre 30 y 40 años de edad, pues es el que presenta mayor porcentaje de características que las inclinarían hacia el consumo de la marca y los productos que ofrece.

Una vez definida esta cuestión, resta analizar las preferencias, hábitos de consumo y estilo de vida del grupo elegido como potencial consumidor.

En cuanto a la ocupación: el 64% de las mujeres encuestadas son empleadas de tiempo completo, mientras que el 26% son empleadas de medio tiempo, y el 10% restante se divide en un 5% que son estudiantes y 5% que están desocupadas.

En relación a los hábitos de consumo, más específicamente el punto de venta donde adquieren productos de marroquinería: la mayoría lo hace a través de internet, un porcentaje menor lo hace a través de ferias y shoppings, y el último puesto lo ocupan las tiendas.

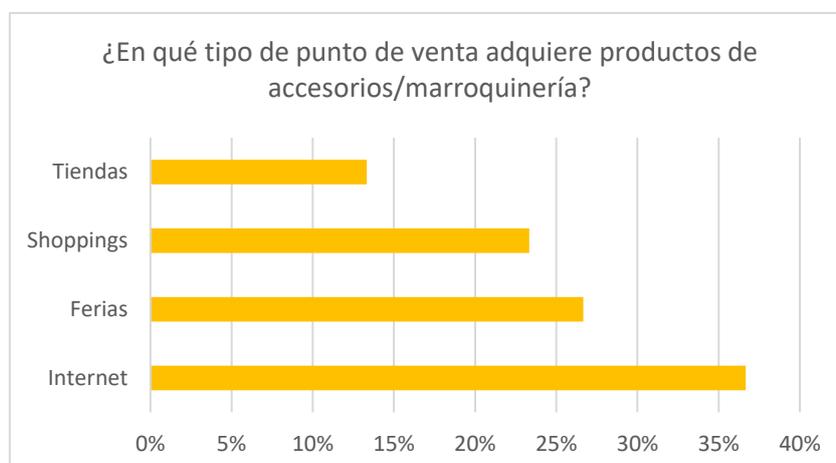


Gráfico n°5: puntos de venta. Fuente: elaborado por el autor.

En el siguiente gráfico se comparan las diferentes características que puede tener un producto, y una jerarquía de preferencias de cada una de las encuestadas: el 37% elige el diseño como aspecto principal al adquirir un artículo de marroquinería o accesorios, un 26% prefiere la calidad, mientras que otro 26% elige la funcionalidad, y el 11% restante, el precio.

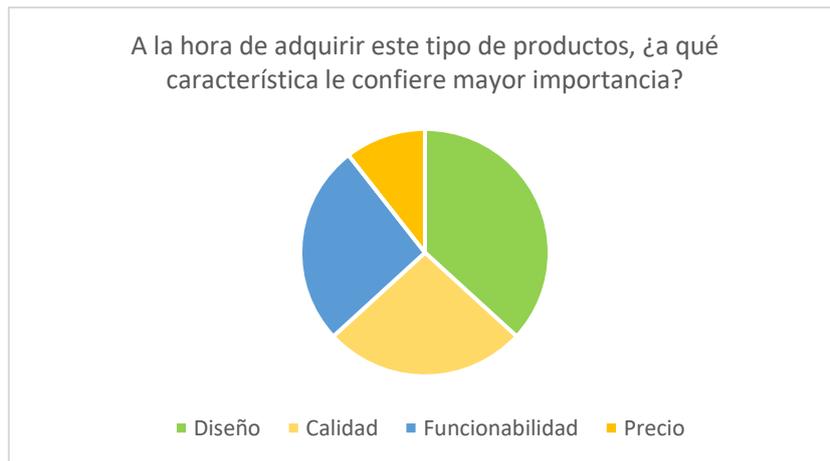


Gráfico n°6: características del producto. Fuente: elaborado por el autor.

En cuanto a redes sociales: el 64% de las encuestadas interactúa con marcas de accesorios y marroquinería a través de Instagram, el resto se divide en un 16% que lo hace a través de la página web y otro 16% que lo hace a través de Facebook. Por último, el 4% utiliza Pinterest.

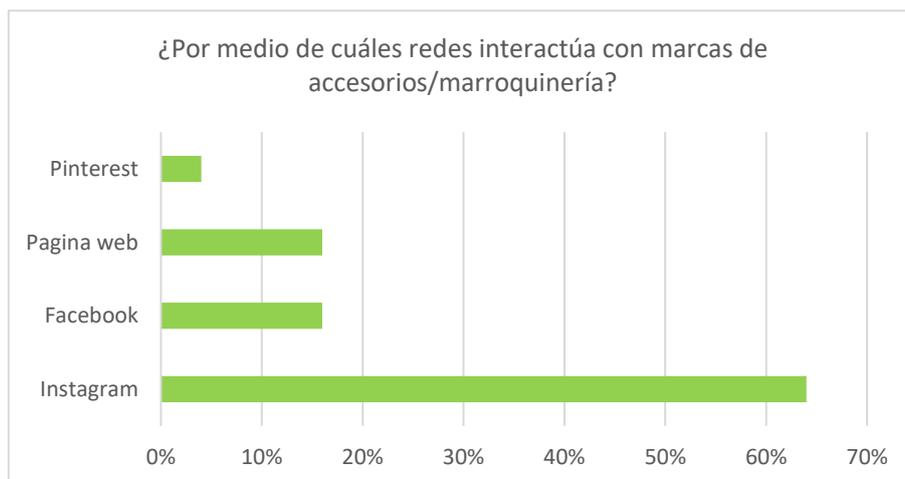


Gráfico n°7: redes sociales. Fuente: elaborado por el autor.

En relación a la temática que abarca este trabajo final de grado, se le preguntó a las encuestadas cual es el grado de conocimiento que tienen acerca de los pueblos originarios de Argentina, y del pueblo Mapuche específicamente. El 5% manifestó tener un grado de conocimiento profundo sobre el tema, mientras que el 58% tiene un conocimiento superficial y el 37% desconoce totalmente el tema. Por último, se les interrogó también si le confieren importancia a la revalorización de culturas y técnicas originarias olvidadas, y los resultados son los siguientes:

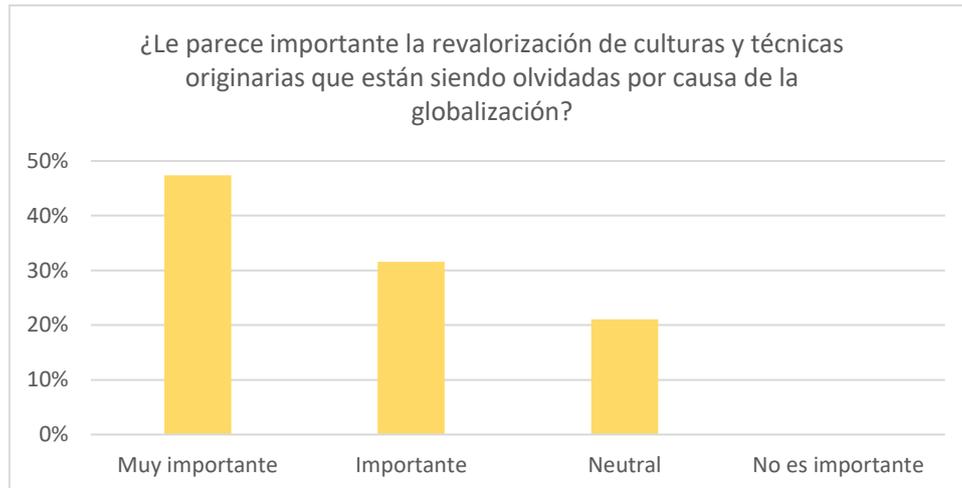


Gráfico n°8: revalorización de la cultura de pueblos originarios. Fuente: elaborada por el autor.

4.1.2 Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos, se logró realizar una segmentación del mercado argentino, y determinar una serie de factores importantes a tener en cuenta a la hora de elaborar la marca y las estrategias de comunicación.

- La mayoría de las mujeres encuestadas son empleadas de tiempo completo, lo que implica una independencia económica que permite extender el rango de precios y poder lograr productos de calidad y con el diseño deseado, sin la necesidad de recortar de manera sustancial el presupuesto.
- Demuestran un interés por los productos de valor artesanal, factor importante a recalcar a la hora de comunicar la marca, para lograr captar de esa forma su atención.
- En relación a los puntos de venta, un gran porcentaje de respuestas exhiben una tendencia hacia el consumo online. Lo que significa que se deberían dirigir los esfuerzos en pos de los soportes digitales; linkear tiendas e-commerce a cada red social, desarrollar una eficiente página web, en la que las fotografías sean nítidas y las descripciones lo más detalladas y claras posibles, etc.
- En cuanto a la comunicación, y teniendo en cuenta el punto anterior, es fundamental priorizar la presencia de marca en Instagram. Esto se debe a que el mayor porcentaje de encuestadas prefiere esta red social a la hora de interactuar con marcas de marroquinería/accesorios. Sin bien no hay que

descuidar el resto de las redes y espacios digitales, el punto de foco debería encontrarse en esta aplicación.

- También es conveniente integrar en las estrategias de comunicación, un discurso de marca que informe y refuerce los conocimientos que tiene el consumidor sobre la cultura de Argentina y el pueblo originario Mapuche, ya que manifiestan un interés por estos temas, pero muchas lo desconocen totalmente o tienen entendimientos superficiales.

4.2 Entrevista a mujeres artesanas

4.2.1 Análisis

Se entrevistaron 3 mujeres que pertenecen a la comunidad Mapuche y se dedican a la artesanía, con el fin de indagar sobre las técnicas y los saberes que abarcan este oficio, desde una mirada del interior de la comunidad, pues ningún libro puede transmitir los conocimientos de una cultura como lo hace el propio integrante de la misma.

En base a las respuestas obtenidas, es posible determinar ciertos aspectos desconocidos de la técnica del tejido en telar Araucano y las tradiciones y convenciones sociales que giran en torno a ella. Por ejemplo, este saber se transmite de madres a hijas, a partir de la observación y la imitación, y es un oficio del que se encargan exclusivamente las mujeres, como así los hombres del campo.

Con respecto a los diseños elaborados, el proceso comienza con la inspiración, que es tomada de elementos de la naturaleza y de su entorno. Una de las entrevistadas manifiesta un proceso más espiritual a la hora de inspirarse; “la inspiración es encomendarme a mi Dios Futa Chao antes de empezar un trabajo, para que me guíe, y pensar en la persona que va a usar mi producto”.

Siguiendo la línea del diseño, las entrevistadas exhiben la existencia de símbolos e iconografía típica de la cultura Mapuche, que implementan en sus creaciones. La mayoría de ellos están relacionados con algún acontecimiento importante, objetos o seres sobrenaturales que quieren representar en los textiles

para perpetuar los conocimientos; “un símbolo típico es el Lukutuel, es una figura antropomórfica, relacionada a lo místico. Se puede encontrar como una figura arrodillada en rogativa o como un avatar, un espíritu en cuerpo humano.”

Otro aspecto importante relacionado al diseño, son los tipos de tejido que pueden implementarse en el telar Araucano. Existe una gran variedad, con distintos grados de dificultad. El más simple es el denominado “tejido llano”, que es la base para realizar otras técnicas, como “ojo de guanaco, peinecillo con laboreo, y la faja pampa, que es el más difícil y que requiere mayor trabajo”.

En cuanto al teñido del material, hay cierta variedad en las respuestas. Algunas ya se han ido actualizando con el tiempo, y recurren al uso de anilinas industriales para el teñido del material (o el uso de lanas industriales), mientras que otras no son partidarias de teñir la lana, y prefieren utilizarla en sus tonos naturales, o las tiñen con elementos naturales como cáscara de cebolla. Además, existe una especie de mito; “se intenta hacer en secreto, porque se dice que si te están mirando mientras teñís la lana, no agarra el color, casi como la crema que se corta si la miran mientras la cocinas.”

Por otro lado, el uso del color tiene diferentes significaciones contextuales, como menciona la entrevistada Patricia, “el rojo puede significar poder y fuerza en la ropa de los hombres, pero en la religión se piensa que es un color negativo y que atrae fuerzas malignas.”

Para cerrar las entrevistas, se trató el tema de la desaparición paulatina de este oficio en la actualidad. Las 3 entrevistadas coincidieron en que es un fenómeno que está sucediendo, pero que también están naciendo diferentes proyectos con la iniciativa de mantener estas tradiciones, principalmente en los colegios.

4.2.2 Conclusiones

Gracias a los conocimientos compartidos en las entrevistas, podemos concluir en:

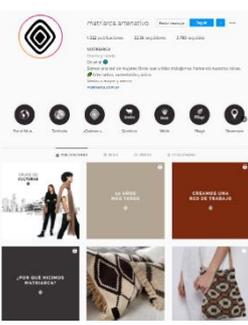
- La técnica del tejido en telar Araucano, además de ser un oficio que puede contribuir en la economía de una familia, tiene un trasfondo en el sentido

holístico y espiritual de la comunidad, y se encuentra relacionado a conceptos mágicos de la cosmología.

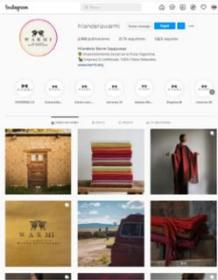
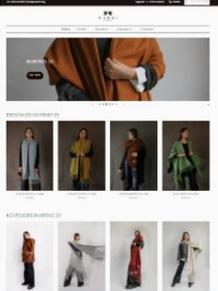
- La producción textil es una forma que tienen las mujeres mapuches, de plasmar su cultura y contar historias, mitos, creencias y costumbres, a través de un diseño. Por este motivo, es importante que los productos cuenten con una importante carga significativa, más allá del diseño superficial y estético.
- Tener en cuenta la elección de los colores, ya que el uso de cada uno de ellos tiene un significado que depende del contexto, y se les confiere una característica que los representa.
- En cuanto al tratado del material, existe una amplia gama de opciones a elegir para implementar en el presente proyecto, pero lo ideal siempre sería seguir por la línea más tradicional, es decir, el uso de tintes naturales. También existen diferentes tipos de tejidos, que, por sus propiedades, pueden ser seleccionados para construir el textil según los requerimientos de la tipología de producto y de diseño.

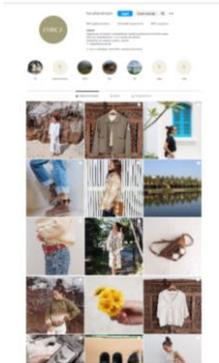
4.3 Análisis de referentes/antecedentes

A continuación, se procede a analizar distintas marcas nacionales, que en su discurso de marca incluyen la vinculación con pueblos y técnicas originarias de Argentina, bajo los valores del compromiso social y cultural. El objetivo es entender cómo se manejan en el mercado, de qué manera comunican a sus públicos, que estrategias utilizan, que productos comercializan, etc.

Marca	Sobre la marca	Productos y precios	Comunicación	Método de trabajo con pueblos originarios
 <p>Matriarca Arte Nativo. Fundada por Paula Marra, una ingeniera agrónoma oriunda de la ciudad de Buenos Aires. Ella, quien viajó durante mucho tiempo por todo el país, vio la necesidad existente en algunas zonas del interior del país (los llamados "territorios amarillos") de explotar su potencial artístico y cultural. Así decidió generar un proyecto que sumara una idea comercial a lo que mujeres aborígenes y</p>	<p>MISION</p> <p>Somos una organización de negocios en red, que permite movilizar todos los recursos y capitales presentes en el territorio rural. Una empresa comprometida en generar bienestar compartido, aprender y exportar. Construimos sustentabilidad y desarrollo local. Contribuimos al desarrollo de capacidades Coproducimos objetos, sanos, con diseño y sustentables.</p> <p>¿QUIENES SOMOS?</p> <p>“Habitamos el centro de la cultura sin la necesidad de imponernos sobre los otros. Seguimos nuestros valores maternos, nuestro</p>	<p>LINEA DE ACCESORIOS</p> <p>Cuentan con productos como cinturones, fajas, sobros, monederos, neceser, llaveros, bolsos, carteras, ruanas, chales y chalinas, etc.</p> <p>En su mayoría, son tejidos con fibras del chaguar, hiladas, teñidas y tejidas manualmente por mujeres del pueblo Wichi. Además, algunos están fucionados con otros materiales como cuero.</p>  <p>Todos los artículos son de materiales 100% naturales, y 100% hechos a mano.</p> <p>PRECIOS</p> <p>Son muy variados, dependiendo de los materiales y el tipo de</p>	<p>REDES SOCIALES</p> <p>Matriarca está presente en redes como Instagram, Facebook, Youtube, Pinterest y página web.</p> <p>En Instagram postean videos de mujeres de las distintas comunidades, fotos de productos, de situaciones de uso, usuarios etc.</p> <p>En historias destacadas, destinan una sección para cada una de las comunidades con las que colaboran, una sección para identidad de marca, otra para la ubicación del showroom, etc.</p> 	<p>Todo comienza en el Chaco, donde más de 2000 mujeres artesanas se asocian formando la cooperativa “COMAR” (cooperativa de mujeres artesanas del gran Chaco). Trabajan con 3 comunidades: Wichí, Pilagá y Qomle’ec, cada una manipula una fibra en particular.</p> <p>Las mujeres del pueblo Wichi se encargan del tejido Chaguar, el cual extraen del monte, lo desfibran, lo hilan, lo tiñen y, por último, lo tejen.</p> <p>Las artesanas Pilagá, trabajan el Carandillo. Recolectan sus hojas del monte, luego desfibran el material, para posteriormente tejerlo con agujas, y crear con él, los distintos productos.</p> <p>Las mujeres de la comunidad Qomle’ec, tejen la lana de ovejas criollas del Gran Chaco y la transforman en hermosos tejidos.</p> <p>Matriarca comercializa los productos creados por esta red de mujeres, con la ayuda</p>

<p>criollas hacían por poco dinero. Para salvaguardar la cultura de estas personas, este proyecto trabaja de forma articulada (en red) con las organizaciones nativas y el espacio público de cada comunidad.</p> <p>PALABRAS CLAVE</p> <p>Respeto. Solidaridad. Sustentabilidad. Igualdad. Cultura. Colaboración. Unión. Libertad.</p> <p>Página web: https://matriarca.com.ar/</p>	<p>instinto natural y nos basamos en el respeto mutuo. Honramos el lazo que hemos tejido con las comunidades nativas. Nuestro único propósito es mantener el legado de las tradiciones ancestrales, empoderando a las mujeres nativas. Nos basamos en la igualdad cooperando sabiamente.”</p> <p>VALORES</p> <p>-Proteger el arte nativo, ser guardianes de cultura, creyentes de igualdad, generadores de energía creativa.</p> <p>PUNTOS DE VENTA</p> <p>Tienda e-commerce (con envíos a todo el país) y showroom en Buenos Aires CABA. Ventas por mayor y menor.</p>	<p>prenda, lo que se adapta a las posibilidades de un amplio rango de consumidores. El monto comienza en \$18.000 y termina en \$85.000. Las fajas o cinturones tienen un costo de entre \$18.000 y \$40.000 y las carteras con cuero entre \$20.000 y \$85.000.</p>	<p>La estética se mantiene en cada uno de los posteos.</p> <p>Página web: cuentan con tienda e-commerce, información sobre la identidad de la marca y las comunidades con las que trabajan, un apartado para las campañas, un blog donde tratan distintos temas relacionados y adjuntan entrevistas, y por último, una sección mayorista.</p>  <p>Youtube: podemos encontrar videos de las comunidades con las que trabajan, donde se muestra las labores, técnicas y saberes que desarrollan cada una de ellas.</p> <p>TONO DE COMUNICACIÓN</p> <p>Informativo Empático Informal</p>	<p>de distintas organizaciones como el INTI, Samsung, el gobierno nacional, etc.</p> <p>La marca aporta no sólo desde lo económico, sino en otros aspectos de la vida de estas mujeres, como la alfabetización digital, el empoderamiento de la mujer, capacitaciones de diseño, entre otras.</p>
 <p>W A R M I HILANDERÍA Hilandería Warmi</p> <p>Warmi es una hilandería emplazada en la provincia de</p>	<p>VALORES DE MARCA</p> <p>El tiempo dedicado a cada prenda, la preparación y refinación de cada terminación hecha a mano, promueven la sustentabilidad y</p>	<p>LINEA DE ACCESORIOS</p> <p>Cuentan con bufandas, chales, ruanas y chalinas. La paleta de colores cambia y varía por temporada de esquila.</p>	<p>REDES SOCIALES</p> <p>La marca está presente en redes sociales como Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter y cuentan con una página web.</p>	<p>En Hilandería Warmi colaboran con la asociación Warmi Sayajunqo, que significa en quechua “Mujeres Perseverantes”, un conjunto de mujeres artesanas que trabajan con un sistema de microcréditos.</p>

<p>Jujuy, que busca consolidar el impacto social en plena puna, con la compra de fibra natural de llama a más de 600 familias productoras, para la elaboración de piezas textiles y artículos de indumentaria que se exportan a Estados Unidos, Alemania, Suiza, Australia, Uruguay y Chile, entre otros destinos.</p> <p>Es un emprendimiento social e intercultural que combina el enfoque de desarrollo de la Asociación Warmi Sayajsunqo (mujeres perseverantes, en quechua), que lidera Rosario Quispe.</p> <p>PALABRAS CLAVE</p> <p>Compromiso social. Trabajo local digno. Diversidad e integridad</p>	<p>durabilidad de las prendas con intención de crear un cambio positivo en nuestro entorno y en el cuidado del medio ambiente.</p> <p>El impacto principal está en la manera que llegamos a traccionar para arriba el precio de fibra de llama con un valor que realmente beneficie al productor, con ventas directas del productor al consumidor sin intermediarios</p> <p>VISION</p> <p>“El sueño máximo es que en un futuro el 100 por ciento del proceso productivo funcione en Abra Pampa y desde allí se le agregue valor agregado con una fábrica trabajada por gente la puna y que exporte al mundo productos con identidad, cultura y tradición.”</p> <p>PUNTOS DE VENTA</p> <p>Tienda e-commerce y local físico.</p>	<p>Precio: Los accesorios como bufandas y chalinan comienzan en un rango de \$7.000 hasta \$40.000, dependiendo del tamaño, la composición y las terminaciones.</p>  <p>LINEA INDUMENTARIA</p> <p>La propuesta de prendas de indumentaria es un poco más básica, cuentan con buzos, chaquetas, ponchos y pantalones.</p> <p>Precio: Las prendas de indumentaria rondan en los \$9.000 y \$40.000.</p>  <p>LINEA DECORACIÓN</p> <p>Mantas, mantones individuales, pies de cama. Precio: en cuanto a las piezas de decoración, valen entre \$17.000 y</p> 	<p>Instagram: en el feed publican fotos de productos, los cuales linkean a la tienda de Instagram, y fotos inspiracionales.</p> <p>En las historias destacadas hay tanto presentaciones de colecciones, como explicaciones sobre las comunidades con las que trabajan, e información sobre la marca.</p>  <p>Página web: podemos encontrar información sobre la identidad de la marca y su historia, las certificaciones de empresa B y compromiso zero waste, información de contacto y por supuesto, los productos de la marca.</p>  <p>TONO DE</p>	<p>Ellas cuidan de las llamas, controlan el proceso y con maestría realizan las terminaciones artesanales.</p> <p>Al trabajar con las comunidades de la Puna, lo que se busca es que todas las utilidades y beneficios que genere la hilandería se reinvierta en proyectos productivos para la región, ya que el objeto social de esta marca es el desarrollo socio económico de la Puna.</p>
--	--	---	---	---

<p>cultural. Tradición. Sustentabilidad.</p> <p>Página web: https://www.warmi.org/</p>		<p>\$35.000.</p>	<p>COMUNICACIÓN</p> <p>Informal Testimonial Informativo Emocional</p>	
<p>FURCA</p> <p>“FURCA es una marca que busca revalorizar técnicas ancestrales de distintos tipos realizados por manos artesanas, dándole nuestra impronta con detalles modernos, respetando los largos tiempos de producción que conlleva cada prenda. Lo artesanal, es nuestra esencia, nuestro sello. “</p> <p>PALABRAS CLAVE</p> <p>Productos exclusivos. Atención a los detalles. Atemporalidad. Técnicas ancestrales.</p>	<p>VALORES DE MARCA</p> <p>Cada una de nuestras prendas expresa, mediante el cuidado de los materiales, la atención a los pequeños detalles, creando así productos cuidados y exclusivos. Nuestras propuestas visten a una mujer genuina y con estilo propio, donde todas las prendas y accesorios buscan la atemporalidad.</p> <p>Detrás de la marca FURCA, hay un gran equipo de trabajo, que constantemente desafía y supera objetivos, generando resultados extraordinarios.</p> <p>“INSPIRAMOS AL MUNDO COMPARTIENDO NUESTRA PASIÓN POR LO HECHO A MANO”</p> <p>PUNTOS DE VENTA</p> <p>Tienda e-commerce.</p>	<p>LINEA DE ACCESORIOS</p> <p>La marca ofrece una amplia variedad, como riñoneras, carteras, sobres, cinturones, de tejido en telar criollo, combinados con cuero bovino.</p> <p>El rango de precios comienza en \$12.000 y termina en \$50.000.</p>  <p>Los bolsos con cuero valen \$50.000, riñoneras y bandoleras \$38.000 y cinturones \$19.000.</p> <p>LINEA DE CALZADO</p> <p>Podemos encontrar también sandalias y borcegos, los cuales tienen un costo de aproximadamente \$30.000 y \$50.000 respectivamente.</p>	<p>REDES SOCIALES</p> <p>Podemos encontrar a FURCA en Instagram y su página web.</p> <p>Comparando las redes de la marca con las dos primeras, la misma tiene un tono mucho más informal para comunicar sobre las técnicas que utilizan y la cultura en la que se inspiran, sin embargo funciona de referencia principalmente para los precios de los productos, similares a los de Mapu Manalín.</p> <p>Instagram: comparten los procesos de producción de los tejidos y fotografías de los productos solos y en situación de uso.</p>  <p>Página web: cuentan con información sobre</p>	

			<p>la marca, los cuidados de los productos que comercializan, y la tienda online.</p>	
--	--	---	---	--

Tabla n°5: cuadro de comparativo de marcas referentes/antecedentes. Fuente: elaborado por el autor.

A partir del análisis y la comparación de diferentes marcas consideradas “referentes” para el presente proyecto, podemos tomar algunos aspectos que resultan importantes para implementar a la hora de la construcción de la marca, y otros elementos que sirven para pautar de qué manera diferenciarse y destacar en el mercado.

- El modo de comunicar a sus públicos es siempre cercano e informal, con un lenguaje coloquial y cotidiano. A su vez, es informativo, transmitiendo datos y conocimientos sobre la manera de trabajar de cada marca, manteniendo cierta transparencia para con sus públicos, lo que puede generar confianza. Además, algunas de ellas apelan a lo emocional y la empatía, intentando tocar los sentimientos de quien recibe la información.
- Un ejemplo de falta de transparencia en la comunicación es la marca Furca, la cual en su discurso no deja en claro la forma en la que se relacionan con las comunidades, lo que puede generar desconfianza en sus públicos.
- La acción y el compromiso social es una característica recurrente en este tipo de marcas, que se encuentran constantemente velando por la integridad de sus trabajadores y los contextos en los que están insertos. Es por esto que sería interesante buscar maneras de incorporar esta cualidad al proyecto de diseño.
- Integrar el aspecto sustentable y el cuidado del medio ambiente, en cuestiones como el packaging, branding, tratado de la materia prima, etc. Es una propuesta de valor con la que todas las marcas analizadas cuentan y puede ser un gran diferencial en el mercado.

- Es interesante la variedad en la cartera de productos en algunas marcas, que combinan líneas de accesorios con líneas de indumentaria o calzado, ofreciendo una amplia gama de opciones.

Maneras de diferenciarnos de la competencia:

- Crear una conexión entre la comunidad Mapuche con el público objetivo. Este punto se puede abordar desde diferentes lugares: creando un espacio en las redes de la marca, donde los usuarios puedan interactuar con mujeres Mapuches, e intercambiar conocimientos, elementos de la cultura de cada una, tradiciones.

Otra manera es desde la personalización del producto, es decir, tener la posibilidad de que el consumidor pueda personalizar los colores, el diseño y el tipo de tejido de ciertos artículos de la colección.

En la siguiente ilustración, se concluye de manera gráfica los aspectos recabados a lo largo de la investigación, que se consideran importantes para implementar en el desarrollo del presente proyecto de diseño, con el objetivo de lograr un mejor posicionamiento en el mercado y la aceptación de la marca por parte del público segmentado (ver figura nº3).

CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Aspectos importantes a tener en cuenta al desarrollar la marca y plan estratégico.

Comunicación

Lenguaje informal, transparente, informativo, emocional.



Priorizar el desarrollo de la página web.



Red social principal.



Transmitir valor artesanal.



Contenido informativo de la cultura argentina y Mapuche.

Usuario

Mujeres de nacionalidad argentina, residentes en Córdoba.

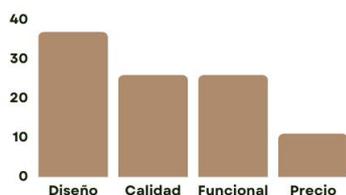
Entre 30 y 40 años de edad.

Características

Empleo de tiempo completo.
Consume productos artesanales.
Interés en producción local, artesanías, identidad nacional.

Producto

Prioridades para adquirirlo:



Contar con diferentes líneas.
Producción local y artesanal (uso de técnicas ancestrales).
Fuerte carga cultural y de significado.
Tintes naturales.

Identidad de marca



Incorporar el aspecto sustentable.



Colaboración social con comunidades.

Valores de marca

- compromiso social.
- trabajo local.
- tradición.
- empatía.
- respeto por el medio ambiente y la cultura local.

Puntos de venta

Por orden de importancia



Prioridad a la venta online.



Ferias, shopping, tiendas.

Figura nº3: conclusión de investigación. Fuente: elaborado por el autor.

Capitulo V. Concepto y programa de diseño

5.1 Concepto de diseño

Una vez recabada y analizada la información tanto del marco teórico, como de la investigación de campo, es posible definir hacia dónde apunta el proyecto de diseño y cuáles son los objetivos a cumplir, para lograr la creación de la marca.

5.1.1 Objetivo principal de aplicación

Desarrollar una marca de accesorios y marroquinería, para mujeres argentinas de entre 30 y 40 años de edad, utilizando como inspiración la cultura del pueblo Mapuche y sus técnicas milenarias de creación textil, otorgándole un valor artesanal.

5.1.2 Objetivos específicos de diseño

- Diseñar productos de marroquinería y accesorios que estén compuestos por textiles fabricados con telar araucano, utilizando las técnicas y tradiciones Mapuches.
- Crear productos que tengan como principal característica el diseño inspirado en la cultura Mapuche, y luego la calidad y la funcionalidad.
- Tratar los textiles con tintes naturales.
- Desarrollar packaging y etiquetas que contemplen la sustentabilidad y la ética medioambiental.
- Crear una estrategia de comunicación que informe a los usuarios sobre la cultura de la comunidad Mapuche y su situación en la actualidad.
- Abordar el factor de la colaboración social en relación a los integrantes de los pueblos Mapuches, que habitan el territorio argentino, dándoles visibilidad y la posibilidad de colaborar.

5.2 Programa de diseño

CONDICIONANTE	REQUERIMIENTO	PREMISAS
Crear una marca de marroquinería y accesorios que impulse la revalorización de la	- Elaborar una línea de accesorios que esté inspirada en el pueblo originario Mapuche.	- Crear accesorios mediante textiles confeccionados con la técnica de telar Araucano, otorgándoles el valor

<p>cultura originaria de argentina, puntualmente del pueblo Mapuche.</p>		<p>artesanal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para los diseños de los tejidos, utilizar las figuras e imágenes típicas de los Mapuches, y siguiendo los significados que le otorgan a cada color. - Combinar los tejidos con materiales como cuero, conchas, piedras o “Llankas”.
	<p>- Fomentar la valoración de la cultura del territorio argentino y el consumo nacional/local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Utilización de materias primas nacionales para la elaboración del producto (lana, cuero, avíos, producidos en Argentina). - Implementar la producción y mano de obra nacional. - Incluir en la estrategia de comunicación información sobre la importancia del consumo local y nacional, la revalorización de la cultura argentina y de los pueblos originarios.
<p>Diseñar productos cuyas características principales sigan el orden jerárquico de relevancia otorgado por el usuario.</p>	<p>- Desarrollar productos que contemplen principalmente el diseño.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crear tipologías de accesorios que salgan de lo común y destaquen en la oferta de la competencia. - Explotar el uso de colores e iconografía a la hora de elaborar los tejidos.

	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar productos que contemplen de manera secundaria, la calidad y la funcionalidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fabricar artículos que sean capaces de satisfacer las necesidades funcionales de los usuarios. - Crear accesorios que cumplan con el valor estético, pero a la vez cuenten con capacidad de guardado y traslado, comodidad y practicidad.
<p>Contemplar la sustentabilidad y la ética medioambiental.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar packaging y etiquetas sustentables. 	<ul style="list-style-type: none"> - Usar etiquetas de papel reciclado plantable (con semillas). - Como packaging secundario, usar envases (cajas) compuestos por materiales reciclados o reciclables. - Como packaging terciario, implementar el uso de bolsas de tela reutilizables. - Utilizar cinta de papel Kraft engomado, en vez de cinta scotch.
	<ul style="list-style-type: none"> - Incluir en la estrategia de comunicación la información sobre la importancia y el uso de materiales y técnicas sustentables en el branding de la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> - En todas las redes sociales, comunicar mediante fotos, videos y posteos, la forma en que se contribuye con el aspecto medioambiental y las maneras con las que cuenta la marca para disminuir el impacto en el entorno.

		<ul style="list-style-type: none"> - Explicar el proceso de teñido natural y documentarlo con contenido audiovisual. - Incluir en el packaging información sobre el origen del mismo y como desecharlo (plantación, compost, reciclado, etc.)
<p>Colaborar con el desarrollo social y económico de la comunidad Mapuche.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mediante la comunicación, dar visibilidad a la situación del pueblo Mapuche en la actualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación de marca en redes sociales, que dé a conocer las dificultades por las que atraviesa una comunidad que está perdiendo y olvidando su cultura, en un marco de discriminación y marginalidad. - Destinar un presupuesto de las ganancias, a dar charlas en distintas escuelas de Córdoba sobre los pueblos originarios, como una manera de perpetuar la identidad y la cultura de los mismos. - Publicar en Instagram la posibilidad de realizar el curso virtual de telar Mapuche (inscripción permanente), de la mano de Ana Abbate, artesana perteneciente a la comunidad, quien cuenta con el aporte del fondo nacional de las artes.

	<p>- Trabajar en conjunto con mujeres artesanas Mapuches, para el aprendizaje y creación de los textiles.</p>	<p>- Tomar curso virtual y presencial con Ana Abbate, para aprender la técnica de tejido en telar Mapuche, y poder así, plasmar con mayor fidelidad esta técnica ancestral en los diseños.</p> <p>- Llevar a cabo la materialización de los diseños con la ayuda de artesanas Mapuches, a cambio de una remuneración justa, respetando los tiempos necesarios para la producción de los textiles.</p>
--	---	---

Tabla nº:6 programa de diseño. Fuente: elaborado por el autor.

Capítulo VI. Cronograma de diseño

6.1 Cronograma de trabajo

ENTREGABLE		Nº1			Nº2			Nº3			Nº4		
SEMANA		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ACTIVIDADES	Elección de opción de TFG, línea temática y tema.		X										
	Definición del problema de diseño.		X										
	Descomposición del problema en subproblemas.		X										
	Definición de objetivo general y objetivos específicos.			X									
	Elaboración de la justificación.			X									
	Investigación del tema.			X									
	Elaboración del marco teórico.			X									
	Redacción de las referencias bibliográficas.			X									
	Correcciones del entregable Nº1.				X								
	Definición de la metodología de investigación.				X								
	Confección de fichas técnicas de investigación.				X								
	Definición de preguntas cerradas para la encuesta.				X								
	Definición de preguntas abiertas para las entrevistas.				X								
	Realización de encuestas y entrevistas.					X							
	Análisis de referentes/antecedentes.					X							
	Confección de tabla de referentes/antecedentes.						X						
	Análisis de los resultados de las encuestas y entrevistas.						X						
	Confección de infografía de conclusión de la investigación.						X						
	Redacción del anexo.						X						
	Definición de objetivo general y específicos del concepto de diseño.							X					
	Creación del programa de diseño.							X					
Creación del cronograma							X						

de trabajo.													
Diseño de moodboards y trendboards.								X					
Diseño de la colección (ilustraciones y descripciones).								X	X				
Elaboración del cuadro de constantes y variables.									X				
Elaboración de fichas técnicas.									X				
Correcciones del entregable N°2.									X				
Creación de carta de materiales y texturas.										X			
Elaboración de la identidad de marca.										X			
Diagramación del análisis de costos.										X			
Elaboración de la conclusión.											X		
Redacción del resumen/ abstract y palabras clave.											X		
Diagramación del índice.												X	
Correcciones del entregable N°3.													X
Prototipado.													X

Capítulo VII. Propuesta de diseño

7.1 Moodboard de inspiración

Se recabaron elementos de la cultura mapuche como: la vestimenta y la orfebrería, en la cuales están inspirados muchos de los diseños de los productos. La cosmovisión, elementos sagrados e iconografía, para recabar inspiración a la hora de diseñar los tejidos en telar Mapuche. De las montañas, el cielo y el laurel se toman los colores y las formas.

Acompaña la frase “la tierra no es nuestra, nosotros somos de la tierra” en Mapuzungun, la cual representa los valores en los que se basa la colección, como el respeto hacia la tierra, y el cuidado de la misma, mediante técnicas sustentables como la serigrafía, el reciclado, los tintes naturales, etc.



Figura nº5: moodboard de inspiración. Fuente: elaborado por el autor.

7.2 Moodboard de usuario

El usuario objetivo de Mapu Manal son mujeres argentinas de entre 30 y 40 años de edad, en su mayoría empleadas de tiempo completo y de un nivel adquisitivo medio-alto.

¿Qué piensa y siente?

Se preocupan por el cuidado de la tierra, por lo que les interesa reciclar, reutilizar, el consumo consciente y toda aquella práctica que sea sustentable. Se interesan por viajar y conocer distintas culturas. Tienen sentimientos de arraigo hacia Argentina y la identidad de la misma. Le confieren importancia a la moda y la vestimenta, y le dan valor a lo artesanal. Se preocupan por cuidar sus vínculos cercanos, como pareja, hijos, familia y amigos.

¿Qué ve?

Recibe noticias sobre el estado ambiental del mundo, viajes, productos de indumentaria, restaurantes, cabañas en donde pasar un fin de semana en familia o en pareja. En sus redes, como Instagram, Facebook y Pinterest, observa perfiles que recomiendan viajes, tutoriales de reciclado y sustentabilidad, marcas nacionales, inspiración de outfits, etc. Leen libros relacionados a su carrera profesional, están constantemente actualizándose.

¿Qué oye?

Lo que dicen personas que considera influyentes, como mujeres en tendencia en el mundo de la moda, personas que se dedican al cuidado del medio ambiente, tanto en redes, como en podcasts, documentales y series.

Noticias y actualidad.

Su familia, la que le transmite valores como el patriotismo, la identidad argentina y el uso de sus tradiciones.

¿Qué dice y hace?

Le gusta hablar de problemas económicos y medio ambientales del mundo, el cuidado con terapias alternativas, consumo saludable, sustentable y slow fashion, cultura

general, su profesión. Son mujeres que tienen un aspecto cuidado, con un estilo rústico o boho, que consumen marcas de indumentaria y accesorios nacionales, y lo hacen de manera responsable. No les interesa el consumo desmedido y el fast fashion. Acuden a ferias ecológicas, en donde adquieren productos sustentables y saludables. Tienen muchos eventos sociales. Les gusta viajar y pasar tiempo al aire libre. Cuidan su cuerpo tanto en lo físico como en lo emocional.

Esfuerzos

Le genera intranquilidad que sus hijos no puedan vivir en un mundo mejor, y que sufran las consecuencias del calentamiento global, el cambio climático, la contaminación y el consumismo. Siente empatía por su entorno y se preocupa por el bienestar de las personas en general. Se interesa por el cuidado de la patria y la perpetuación de las costumbres y raíces argentinas.

Resultados

El éxito se basa en la posibilidad de formar una familia con la que compartir el tiempo y repetir tradiciones y costumbres que tenía de niña. Además, de ser una profesional exitosa en su rubro y llegar a ser independiente.



Figura n°6: moodboard de usuario. Fuente: elaborado por el autor.

7.3 Cuadro de constantes y variables



Figura nº7: cuadro de constantes y variables. Fuente: elaborado por el autor.

Capítulo VIII: Propuesta final de diseño

8.1 Propuesta final de colección

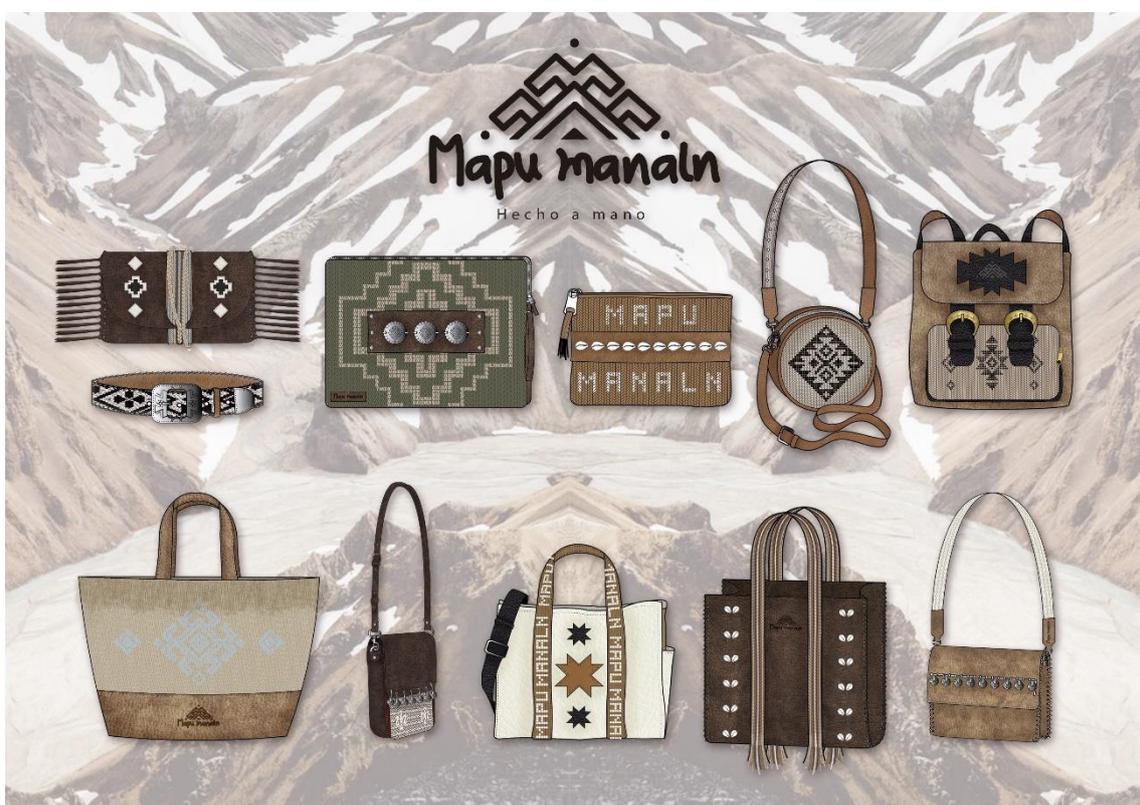


Figura nº8: colección otoño-invierno 2023. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.1 Diseño nº 1



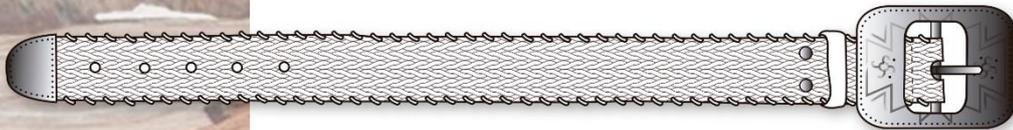
Figura nº9: despiece sobre Trariwe. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.2 Diseño nº2



Cinturon Duwen

Cinturon tejido en telar Mapuche, con técnica de "faja pampa", en base de cuero. Costura manual en los laterales. Hebilla rectangular y puntera de producción propia (fundidos en zamak). Grabados y calados con motivos utilizados en la orfebrería araucana.



Diseño inspirado en los tejidos de faja pampa, combina rombos y tréboles en su interior. Se utiliza el color negro, el cual significa para la comunidad Mapuche la estabilidad, el equilibrio y la firmeza.

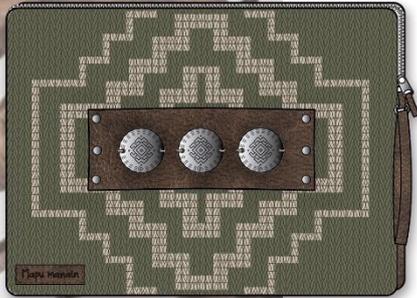


La hebilla se inspira en las técnicas de la orfebrería araucana. Contiene grabada la estrella "Wangulen", símbolo de espíritu femenino proveniente de la mitología.

Figura nº10: despiece cinturón Duwen. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.3 Diseño nº3

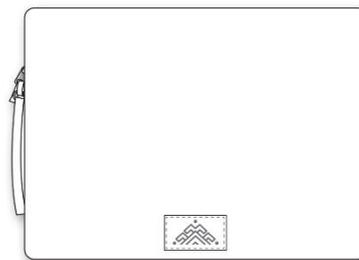
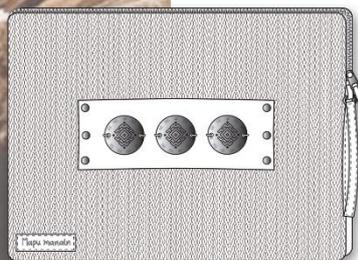
Porta laptop Guemil



Funda de laptop tejida en telar Mapuche. Manopla de cuero remachada, con apliques redondos de producción propia (fundición en zamak). Tirador de cierre en cuero. Forrería interna con tinte natural.



Tejido inspirado en la cruz Mapuche o "Guemil", representa el arte de la transformación, la ciencia y el conocimiento.




Mapu manalín
Hecho a mano



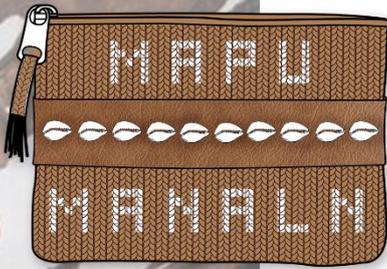
El aplique proviene de la técnica de orfebrería araucana. Grabado en el interior con el símbolo de la araña o "Llalin", sabia y maestra de el tejido.

Figura nº11: despiece portaltaptop Guemil. Fuente: elaborado por el autor.

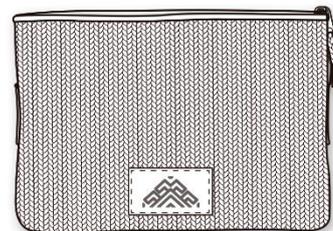
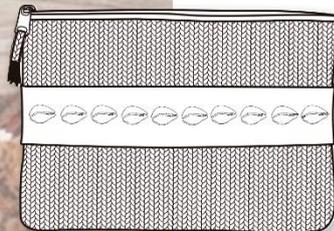
8.1.4 Diseño nº4



Sobre Chelliu



Diseño tejido en telar Mapuche, con técnica de faja pampa, que forma el nombre de la marca en blanco. Posee una manopla de cuero con caracoles bordados, que permite la comodidad del traslado. Cierre en parte superior, forrería interna con tinte natural.



Inspirado en la disposición de las placas del Sequil mapuche, adorno de plata que utilizan las mujeres en el pecho. El color blanco representa la curación, la limpieza y la longevidad; símbolo de la prosperidad y la sabiduría.

Figura nº12: despiece sobre Chelliu. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.5 Diseño nº5



Bandolera Llanka

Bandolera redonda de cuero, combinada con tejido en telar Mapuche en frente. Cuenta con dos correas, una tejida y bordada con piedras de nácar, y otra de cuero, que permite jugar con los diferentes usos. Cierre en la parte superior.



Tejido inspirado en la estrella Mapuche, que en Mapudungun recibe el nombre de “Guñelve”, o portador del amanecer. Representa a la estrella del Alba o el planeta Venus.

El uso de las piedras en las correas proviene de los “Llankatu”, collares utilizados por los araucanos, que constan de un hilo adornado con piedras agujereadas.



Figura nº13: despiece bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

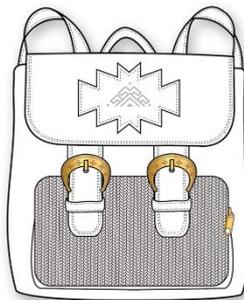
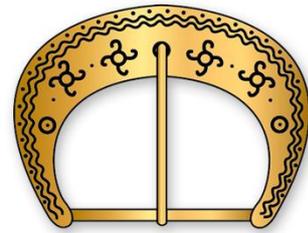
8.1.6 Diseño nº6



Mochila Wangulen

Mochila de cuero bovino, combina el color marrón con negro en detalles. Sistema de apertura con solapa y broche imán. Cuenta con dos hebillas de producción propia (fundidas en bronce), que se abrochan a bolsillo tejido en telar Mapuche. En la solapa tiene un aplique de cuero con la forma de la "Wangulen".

Las hebillas se inspiran en la técnica de orfebrería araucana. Contiene elementos del kultrun mapuche y combina puntos y líneas propias de la platería araucana.



El patrón del tejido combina también a la estrella Wangulen, con rombos de diferentes tamaños a su lado.



Figura nº14: despiece mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.7 Diseño nº7



Bolso Llalin

Bolso de gran capacidad, de tejido en telar Mapuche, combinado con detalles en cuero. Manijas con eje al hombro. En la parte superior cuelgan las tiras de lana del propio tejido.

Acceso mediante cierre. Forrería teñida con tintes naturales.



Tejido inspirado en la "Llalin Kushe" o araña Mapuche, a quien consideran la dueña del tejido y del hilado, protectora y cuidadora de las tejedoras, de las fuerzas negativas que las llevan al error.

El celeste es un color positivo que simboliza el cielo o el agua, el espacios sagrados, donde viven los dioses.

Figura nº15: despiece bolso Llalin. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.8 Diseño nº8



Portacelular Kullin

Porta celular de cuero bovino color marrón oscuro, combinado con tejido en telar Mapuche, en tonos tierra. Sistema de apertura mediante broche imán en solapa, en donde cuelgan monedas de cuello largo, de producción propia (fundidas en bronce).

Los dijes se inspiran en el "Trarilonko", una diadema a la que le tejen monedas de plata. El motivo grabado en el interior contiene iconos del Kultrun Mapuche.



El tejido está creado mediante la técnica de laboreo con peinecillo, con lana semi gorda, en tonos marrones y beige. El ñimin utilizado son cruces Mapuches.



Figura nº16: despiece portacelular Kullin. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.9 Diseño n°9



Cartera Gunelve

Cartera de mano, de cuero bovino texturizado. Con correas desmontables de cinta de polipropileno color negro. Asas y bolsillo tejidos en telar Mapuche. En el frente cuenta con estrellas Araucanas de distintos tipos de cuero. Forrerie teñida con tintes naturales.



Tejido en asas confeccionado mediante tipo de tejido "faja pampa", con el nombre de la marca. El bolsillo lateral está hecho mediante peinecillo con laboreo, inspirado en las montañas de la Patagonia.



Figura n°17: despiece cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.10 Diseño nº10



Tote bag Chelliu

Bolso tote, de cuero bovino, que cuenta con tiras tejidas en telar Mapuche, recorren la longitud del bolso y lo envuelven, siguiendo con la inspiración del “Trariwe”. Laterales cosidos de manera manual, con tiento de cuero a tono. En el frente encontramos caracoles buzio cosidos de a pares. En el interior cuenta con un monedero.



La inspiración de los caracoles proviene de la orfebrería Araucana, ya que los Mapuches utilizaban conchas o piedras para adornar los “Llankatu” o collares y elementos de su vestimenta.

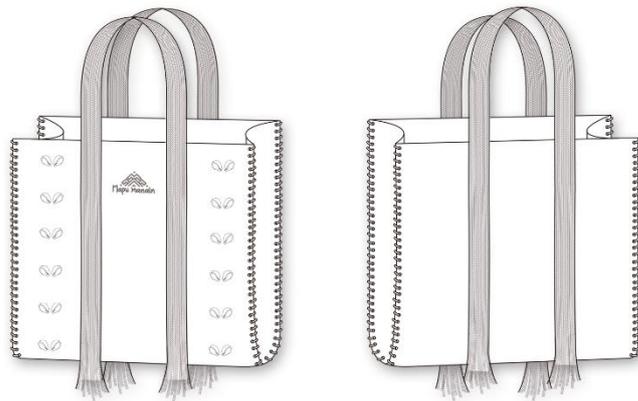


Figura nº18: despiece tote bag Chelliu. Fuente: elaborado por el autor.

8.1.11 Diseño nº 11



Bandolera Kullin

Bandolera rectangular de cuero, con solapa con sistema de apertura mediante broche imán. Correa desmontable tejida en telar Mapuche, con terminaciones en cuero. Bordado de monedas de zamak de producción propia en solapa frontal. Laterales cosidos a mano con tiento de cuero a tono. Bolsillo externo en espalda, con vista de cuero. Modelo rústico sin forrería interna.

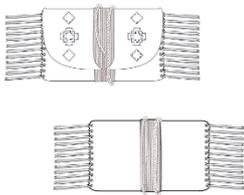
Los dijes se inspiran en el “Trarilonko”, una diadema a la que le tejen monedas de plata. El motivo calado en el interior contiene iconos del Kultrun Mapuche.

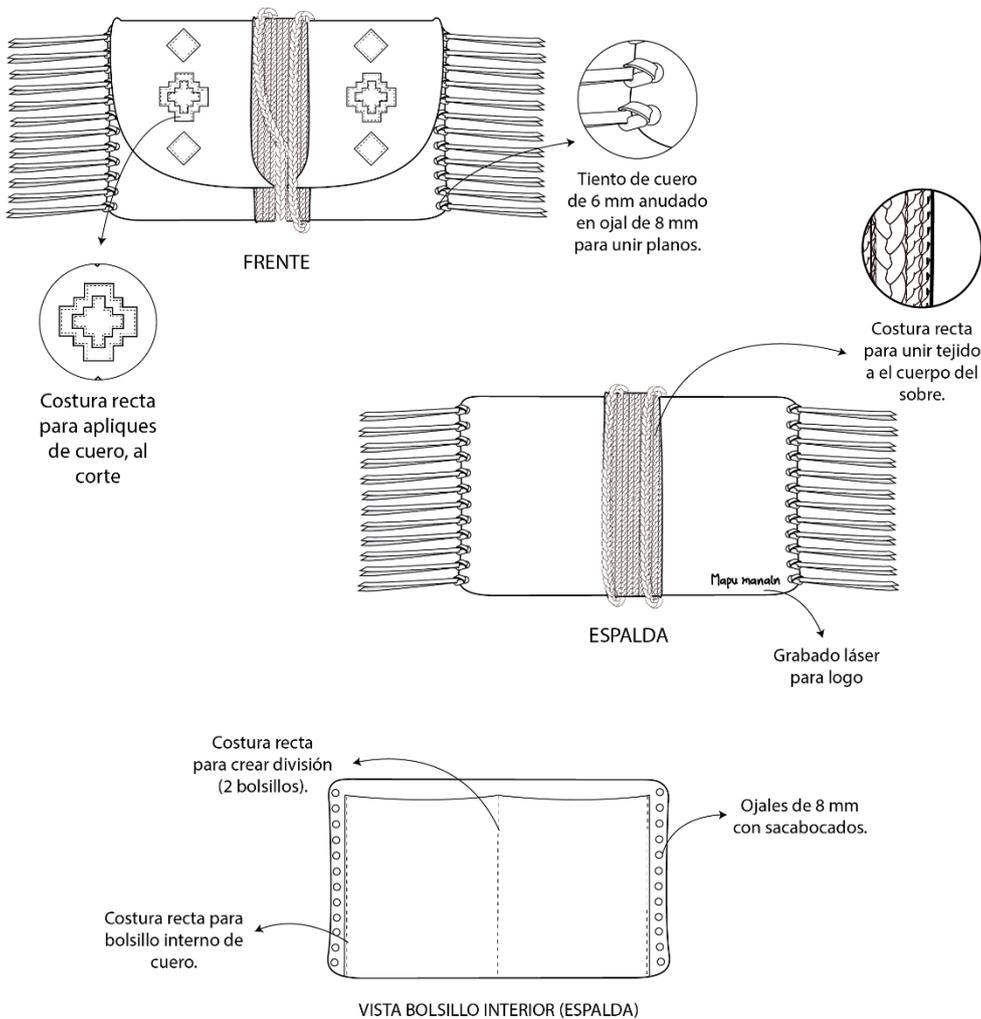


Figura nº19: despiece bandolera Kullin. Fuente: elaborado por el autor.

8.2 Fichas técnicas

8.2.1 Diseño nº1

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA Nº 1
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: SCT100	NOMBRE COMERCIAL: Sobre Trariwe.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Sobre de cuero, unido en laterales con tiento de cuero. Faja terminada en trenza que lo envuelve y hace de cierre. Apliques de cuero en frente.				



FRENTE

Tiento de cuero de 6 mm anudado en ojal de 8 mm para unir planos.

Costura recta para apliques de cuero, al corte

ESPALDA

Costura recta para unir tejido a el cuerpo del sobre.

Grabado láser para logo

VISTA BOLSILLO INTERIOR (ESPALDA)

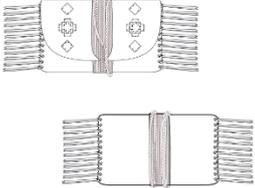
Costura recta para crear división (2 bolsillos).

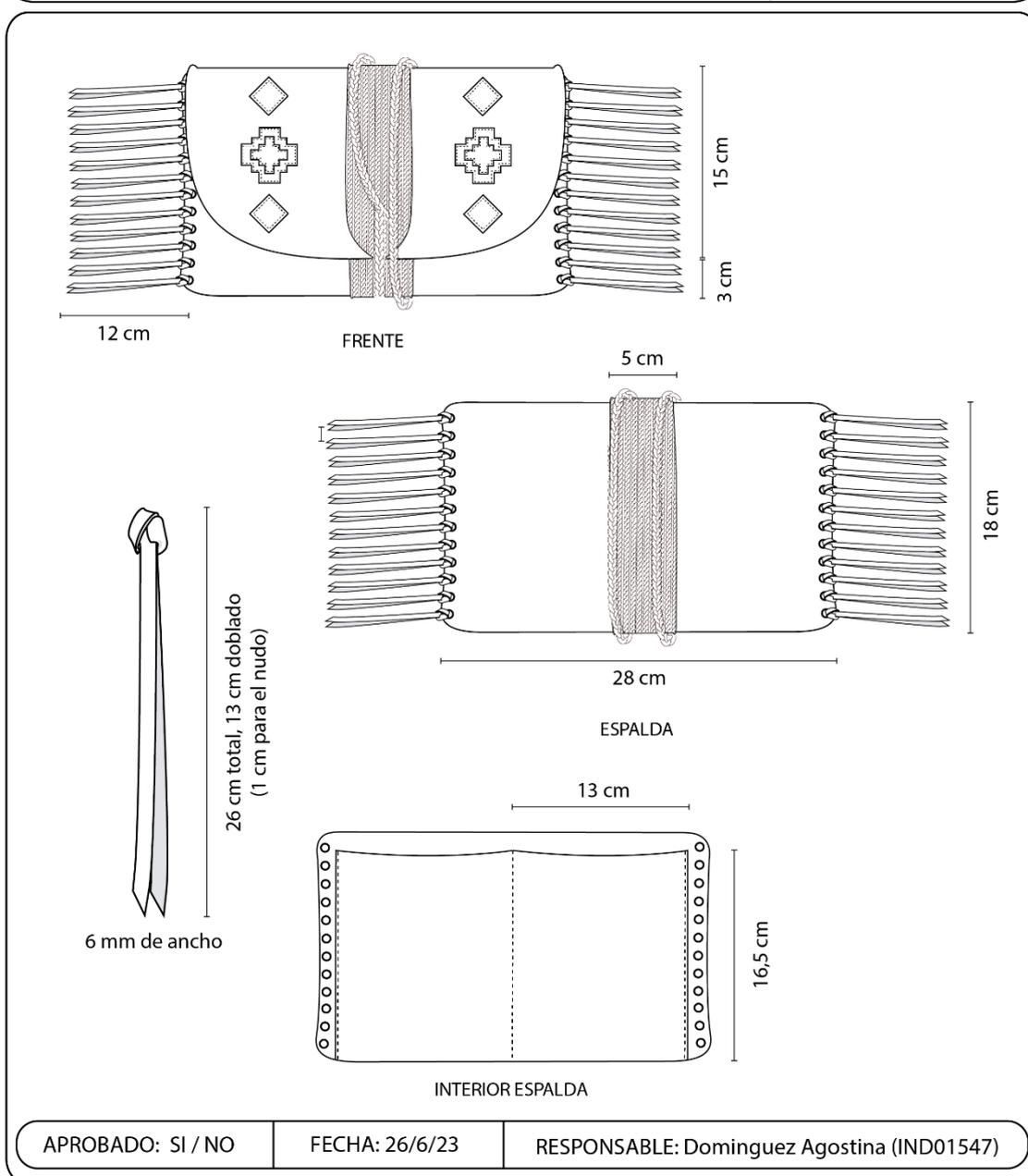
Costura recta para bolsillo interno de cuero.

Ojales de 8 mm con sacabocados.

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº20: ficha técnica de producto, sobre Trariwe. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE MEDIDAS		FICHA N° 2
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: SCT100	NOMBRE COMERCIAL: Sobre Trariwe.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Sobre de cuero, unido en laterales con tiento de cuero. Faja terminada en trenza que lo envuelve y hace de cierre. Apliques de cuero en frente.				

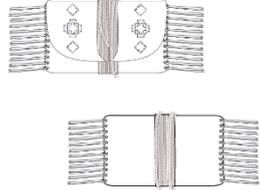


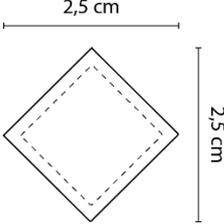
APROBADO: SI / NO

FECHA: 26/6/23

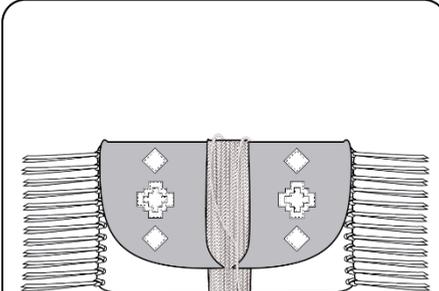
RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

Figura nº21: ficha técnica de medidas, sobre Trariwe. Fuente: elaborado por el autor.

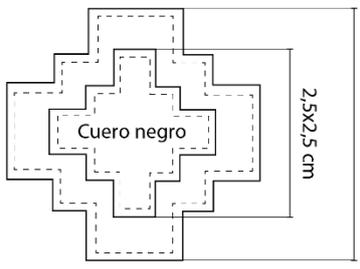
Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE APLIQUE		FICHA N° 3
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: SCT100	NOMBRE COMERCIAL: Sobre Trariwe.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Sobre de cuero, unido en laterales con tiento de cuero. Faja terminada en trenza que lo envuelve y hace de cierre. Apliques de cuero en frente.				



Cuero blanco



TAPA FRENTE
UBICACIÓN EN PRODUCTO

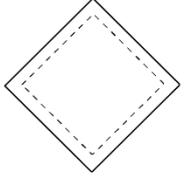


Cuero blanco

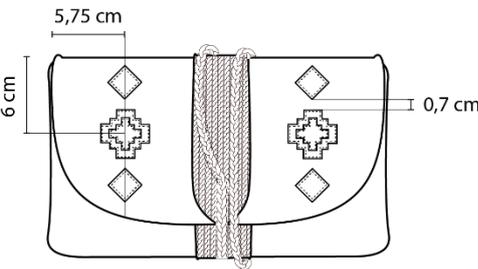
Cuero negro

2,5x2,5 cm

3,5x3,5 cm



Cuero blanco



5,75 cm

6 cm

0,7 cm

MEDIDAS EN PRODUCTO

APROBADO: SI / NO

FECHA: 26/6/23

RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

Figura nº22: ficha técnica de aplique, sobre Trariwe. Fuente: elaborado por el autor.

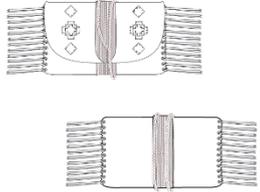
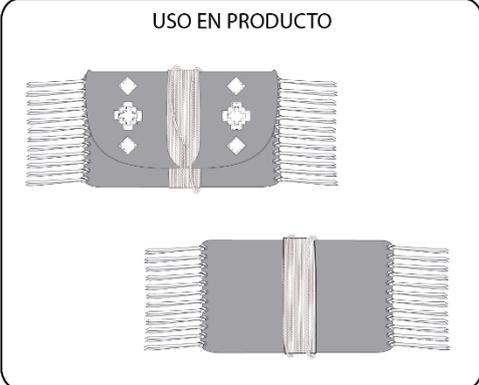
Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N° 4
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: SCT100	NOMBRE COMERCIAL: Sobre Trariwe.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Sobre de cuero, unido en laterales con tiento de cuero. Faja terminada en trenza que lo envuelve y hace de cierre. Apliques de cuero en frente.				
TEXTIL PRINCIPAL				
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón oscuro. Largo del material: 1,53 m. Precio x metro: \$3600. Consumo promedio: 30 cm. Precio total: \$1080.</p>		<p>USO EN PRODUCTO</p> 		<p>MUESTRA</p> 
TEXTIL SECUNDARIO				
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: blanco y negro. Precio x metro: negro \$4800 y blanco \$2000. Precio total: negro \$480 y blanco \$200. Consumo promedio: 10 cm c/u.</p>		<p>USO EN PRODUCTO</p> 		<p>MUESTRA</p> 
<p>MATERIAL N°1: lana semigorda</p> <p>Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: celeste 16, dulce de leche 4, marrón 7 y beige oscuro 8. Presentación: por 100 gr. Precio: \$600 x 100 gr. Consumo promedio: 15 gr c/u</p>			<p>MATERIAL N°2: tiento de cuero</p> <p>Nombre: tiento de cuero a tono. Proveedor: LEDO cueros prod. propia. Presentación: tiras de 6 mm. Precio: \$3600 x m. Consumo promedio: 300 cm. Precio total: \$65.</p>	
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura n°23: ficha técnica de materiales y avios, sobre Trariwe. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.2 Diseño nº2

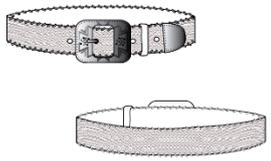
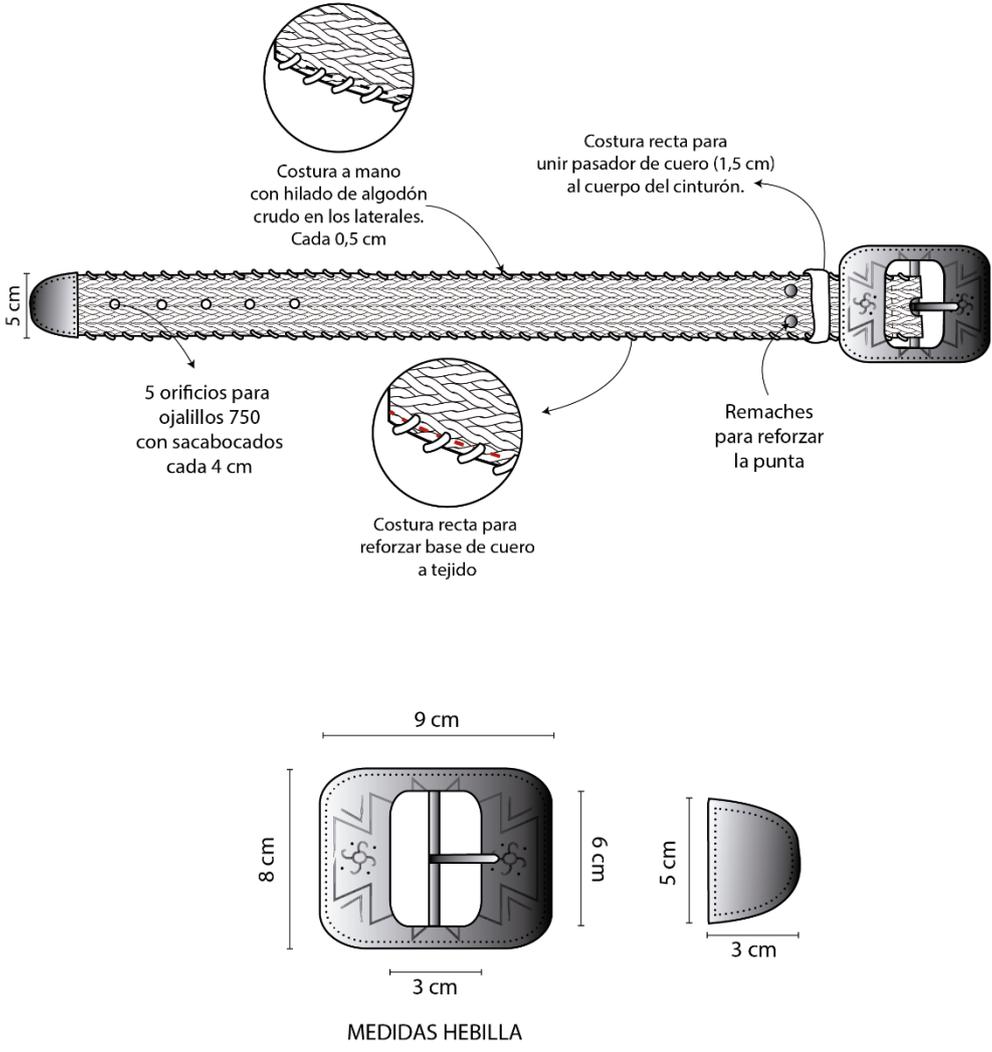
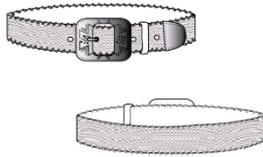
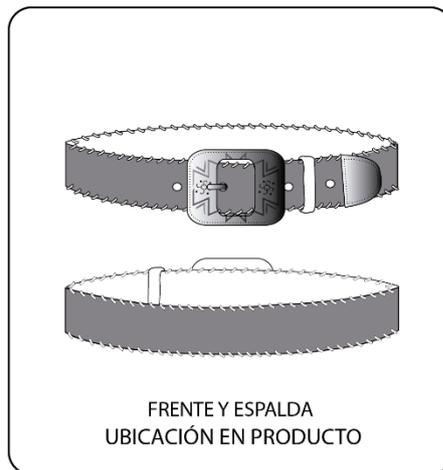
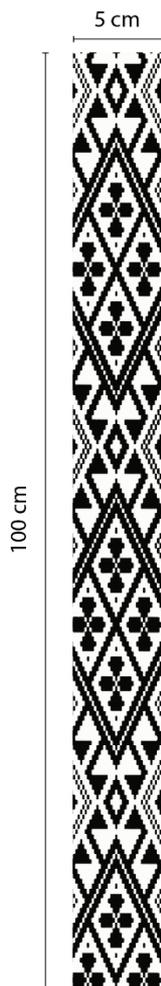
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA Nº 5
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: CRR563	NOMBRE COMERCIAL: Cinturón Duwen.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Cinturón de tejido en telar Mapuche, sobre base de cuero. Puntadas a mano en los márgenes y hebilla de producción propia.				
LARGO TOTAL: 100 cm (talle M)				
				
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)		

Figura nº24: ficha técnica de producto, cinturón Duwen. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 6
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: CRR563.	NOMBRE COMERCIAL: Cinturón Duwen.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Cinturón de tejido en telar Mapuche, sobre base de cuero. Puntadas a mano en los márgenes y hebilla de producción propia.				

TIPO DE TEJIDO: faja pampa.



Hilo macrame negro (dibujo)
Hilo macrame blanco (fondo)

Márgen de 2 cm para costura

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº25: ficha técnica de tejido, cinturón Duwen. Fuente: elaborado por el autor.

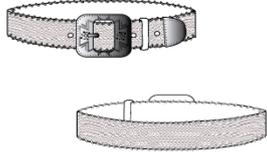
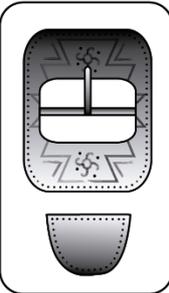
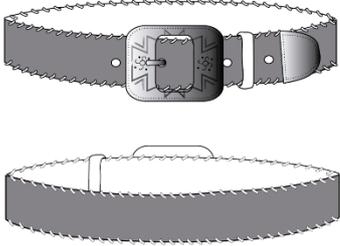
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 7	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: CRR563.	NOMBRE COMERCIAL: Cinturón Duwen.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Cinturón de tejido en telar Mapuche, sobre base de cuero. Puntadas a mano en los márgenes y hebilla de producción propia.					
AVIO Nº1: hebilla cinturón Nombre: hebilla cuadrada de producción propia (zamak). Proveedor: YAVIC passaparola. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: molde \$3000, Consumo promedio: 1 u.				AVIO Nº2: ojalillo Nombre: ojalillo hierro 550. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por 1000 unidades. Precio: \$1.529,16 x 1000. Precio total: \$3,5. Consumo promedio: 2 u.	
AVIO Nº3: Remache tapado Nombre: Remache tapado 8/8. Proveedor: Productos MONI. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$1.956,07 x 1000u. Precio total: 3,92. Consumo promedio: 2 u.				MATERIAL Nº1: hilo macramé Nombre: hilo macramé algodón. Proveedor: almacén de Pandora. Color: blanco y negro. Presentación: por 100 gr. Precio: \$950 x 100 gr. Precio total: Consumo promedio: 2 u.	
TEXTIL PRINCIPAL Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón suela. Largo del material: 1,53 m. Presentación: falda (retazo). Precio x metro: \$3600. Precio total: \$720. Consumo promedio: 100 x 5 cm.		USO EN PRODUCTO 		MUESTRA 	
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura nº26: ficha técnica de avios y materiales, bandolera cinturón Duwen. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.3 Diseño nº3

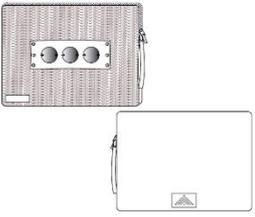
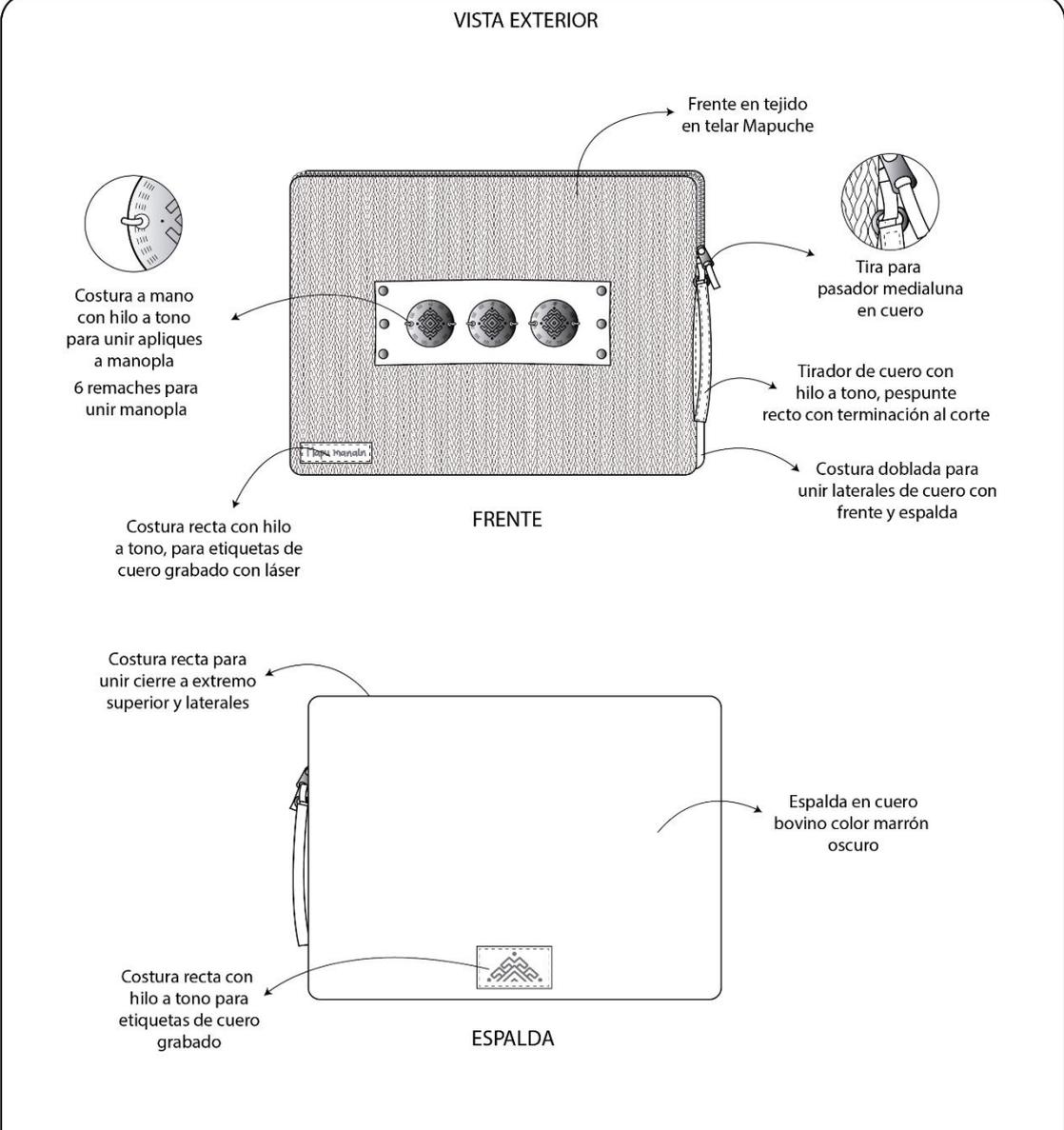
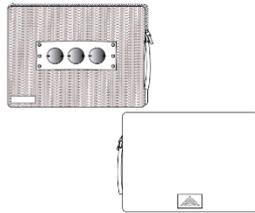
Mapu manual		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA Nº 8
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: PPL378	NOMBRE COMERCIAL: Porta laptop Llalin.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Porta laptop tejido en telar Mapuche, con acceso mediante cierre. Manopla de cuero en frente, con apliques de zamak.				
VISTA EXTERIOR				
 <p>FRENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> Frente en tejido en telar Mapuche Tira para pasador medialuna en cuero Tirador de cuero con hilo a tono, pespunte recto con terminación al corte Costura doblada para unir laterales de cuero con frente y espalda Costura a mano con hilo a tono para unir apliques a manopla 6 remaches para unir manopla Costura recta con hilo a tono, para etiquetas de cuero grabado con láser <p>ESPALDA</p> <ul style="list-style-type: none"> Costura recta para unir cierre a extremo superior y laterales Costura recta con hilo a tono para etiquetas de cuero grabado Espalda en cuero bovino color marrón oscuro 				
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)		

Figura nº27: ficha técnica de producto, portalaptop Llalin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA N° 9	
COLECCIÓN: FW2023		LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: PPL378		NOMBRE COMERCIAL: Porta laptop Llalin.			
MODELO: rústico.		TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Porta laptop tejido en telar Mapuche, con acceso mediante cierre. Manopla de cuero en frente, con apliques de zamak.					

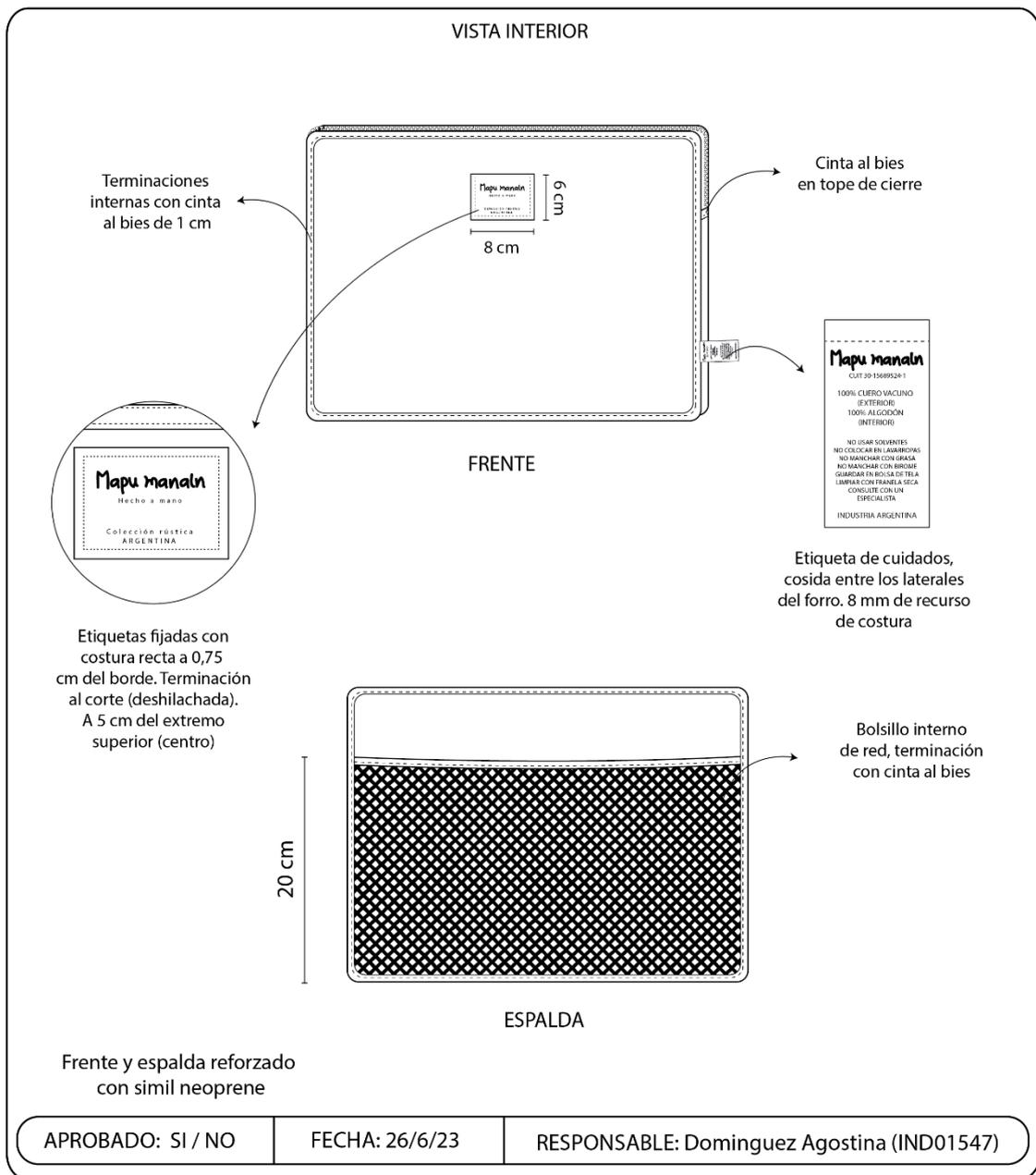
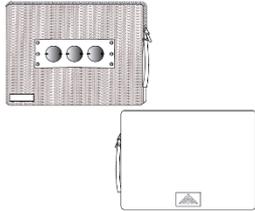
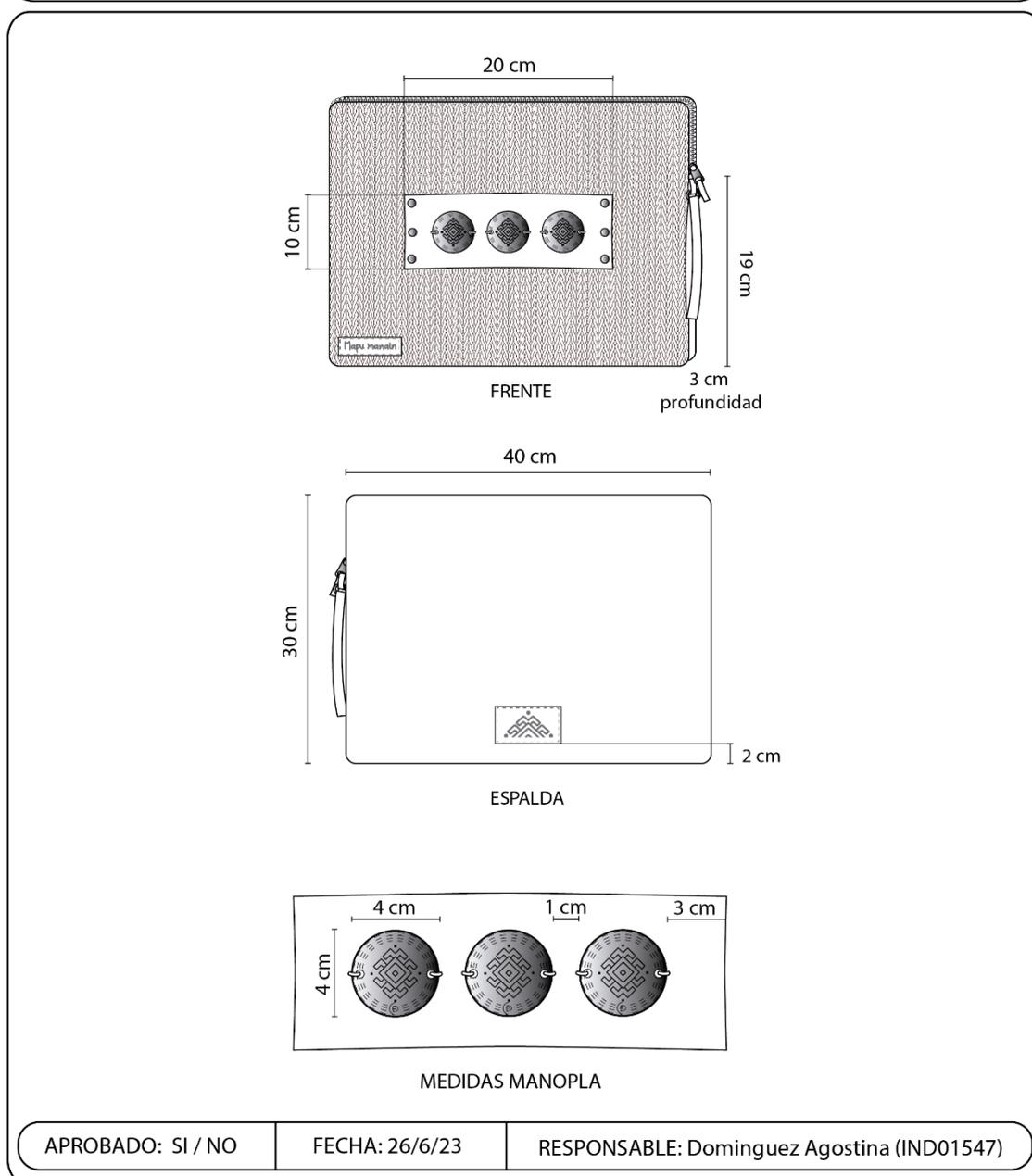


Figura n°28: ficha técnica de producto, portaportalaptop Llalin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE MEDIDAS		FICHA N° 10	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: PPL378	NOMBRE COMERCIAL: Porta laptop Llalin.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Porta laptop tejido en telar Mapuche, con acceso mediante cierre. Manopla de cuero en frente, con apliques de zamak.					

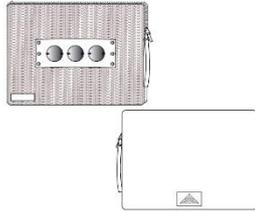


APROBADO: SI / NO

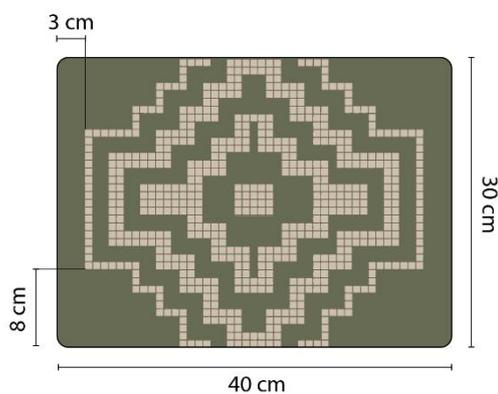
FECHA: 26/6/23

RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

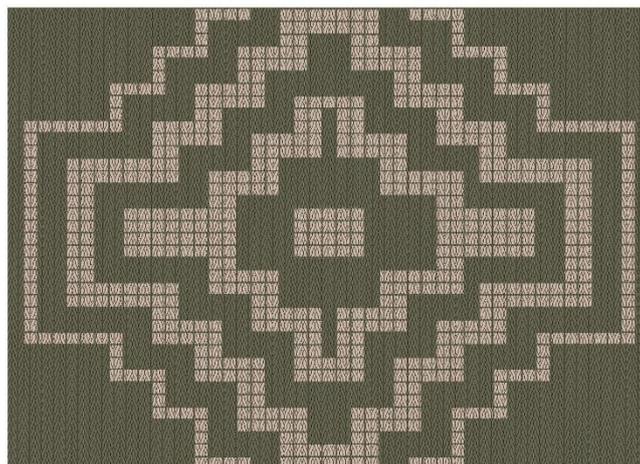
Figura nº29: ficha técnica de medidas, portallaptop Llalin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 11	
COLECCIÓN: FW2023		LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: PPL378		NOMBRE COMERCIAL: Porta laptop Llalin.			
MODELO: rústico.		TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Porta laptop tejido en telar Mapuche, con acceso mediante cierre. Manopla de cuero en frente, con apliques de zamak.					

TIPO DE TEJIDO: laboreo de urdimbre suplementaria.



MEDIDAS PATRON



ZOOM

Lana semi gorda arena 20 (dibujo)

Lana semi gorda verde militar 12 (fondo)

Márgen de 2 cm para costura

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº30: ficha técnica de tejido, portalaptop Llalin. Fuente: elaborado por el autor.

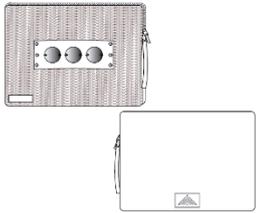
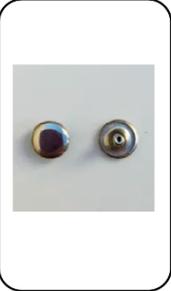
Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N° 12	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: PPL378	NOMBRE COMERCIAL: Porta laptop Llalín.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Porta laptop tejido en telar Mapuche, con acceso mediante cierre. Manopla de cuero en frente, con apliques de zamak.					
AVIO N°1: Cierre de nylon Nombre: Cierre de nylon n°5 reforzado. Proveedor: CRASH insumos. Color: marrón. Presentación: por metro. Precio: \$93,16 el metro. Precio total: \$53,10. Consumo promedio: 57 cm.				AVIO N°2: pasador medialuna Nombre: pasador medialuna de alambre 10 x 2 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$13,30 cada uno. Consumo promedio: 1 u.	
AVIO N°3: Remache tapado Nombre: Remache tapado 10/10. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$2.934,12 x 1000 u. Precio total: \$18,84. Consumo promedio: 6 u.				AVIO N°4: apliques circulares Nombre: apliques zamak 40 mm (producción propia). Proveedor: YAVIC passaparola. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$3000 c/u. Consumo promedio: 3 u.	
MATERIAL N°1: cinta al bias Nombre: cinta bias de algodón 20 mm (marca Dorsa). Proveedor: A TEJER. Color: maíz 57. Presentación: por 25 m. Precio: \$3575 el rollo. Precio total: \$400,4. Consumo promedio: 280 cm.				MATERIAL N°2: lana semigorda Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: verde militar 12 y arena 20. Presentación: por 100 gr. Precio: \$600 x 100 gr. Consumo promedio: verde (100 gr) arena (50 gr).	
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)		

Figura n°31: ficha técnica de avíos y materiales, portallaptop Llalín. Fuente: elaborado por el autor.

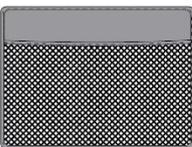
Mapu manal		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N° 13
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.	 		
ARTICULO: PPL378	NOMBRE COMERCIAL: Porta laptop Llalin.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Porta laptop tejido en telar Mapuche, con acceso mediante cierre. Manopla de cuero en frente, con apliques de zamak.				
MATERIAL N°3: simil neoprene Nombre: simil neoprene 3 mm. Proveedor: Trapitos Color: blanco. Presentación: por metro. Precio: \$3960 el metro. Precio total: \$1980. Consumo promedio: 50 cm.		MATERIAL N°4: red poliamida Nombre: red poliamida. Proveedor: Trapitos. Color: blanco. Presentación: por metro. Precio: \$990 el metro. Precio total: \$247,5. Consumo promedio: 25 cm.		
TEXTIL PRINCIPAL Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón oscuro. Largo del material: 1,53 m. Precio x metro: \$3600. Consumo promedio: 32 cm. Precio total: \$1152.		USO EN PRODUCTO  		MUESTRA 
TEXTIL FORRERIA Nombre: tусor arrugado. Proveedor: TELAS SHOP. Tipo de tela: tejido plano. Composición: 100% algodón. Color: blanco (tinte natural nude cascara de nuez + alumbre pot.) Largo del material: 150 cm ancho. Presentación: por metro. Precio x metro: \$1790. Consumo promedio: 80 cm. Precio total: \$1432.		USO EN PRODUCTO  		MUESTRA 
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura n°32: ficha técnica de avíos y materiales, portallaptop Llalin. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.4 Diseño nº4

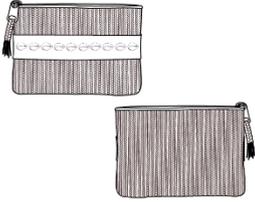
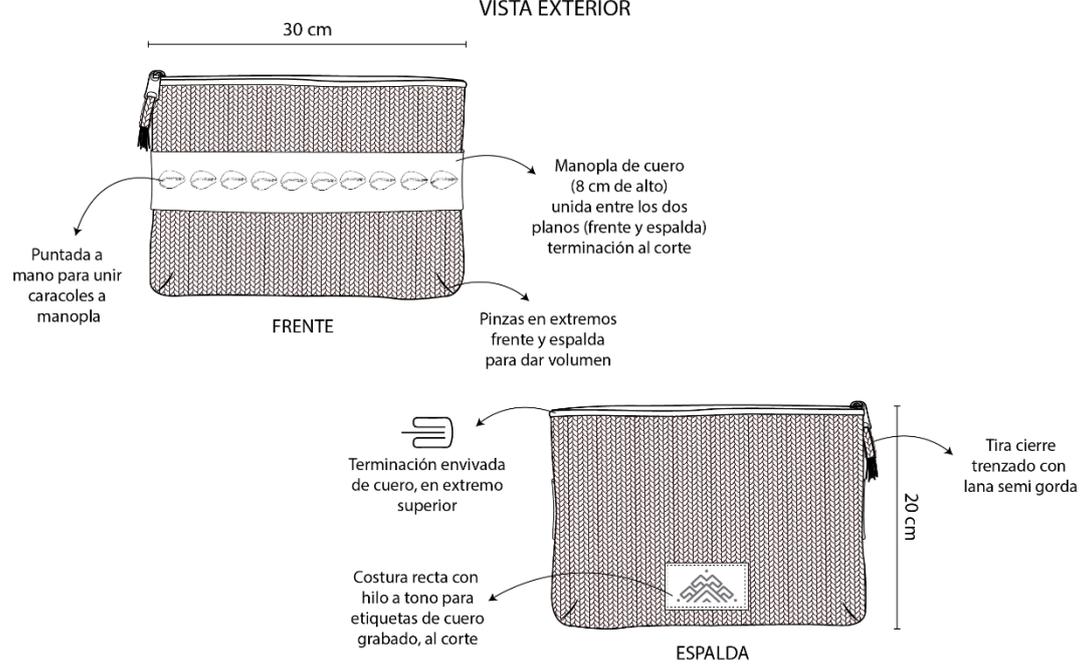
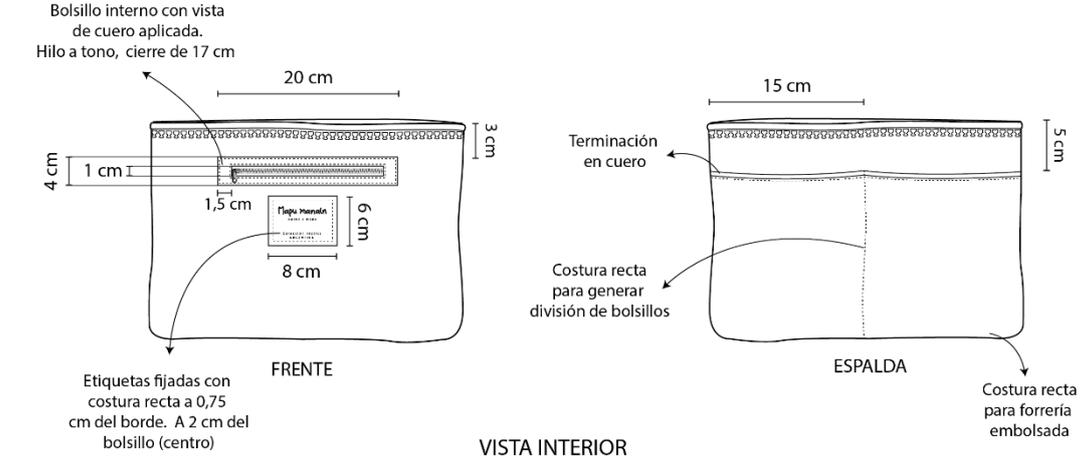
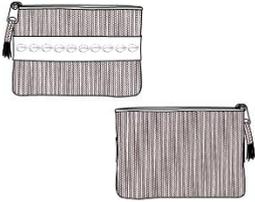
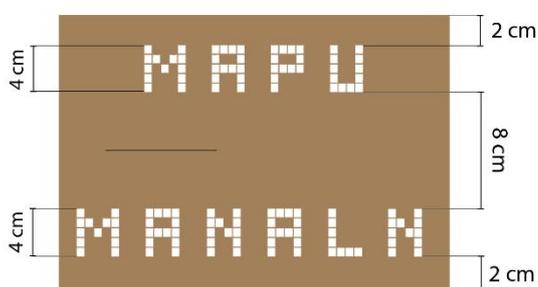
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO Y MEDIDAS	FICHA Nº 14
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: SCC110	NOMBRE COMERCIAL: Sobre Chelliú.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Sobre tejido, con manija de cuero en frente, y bordado de caracoles buzio.			
VISTA EXTERIOR			
 <p>30 cm</p> <p>Manopla de cuero (8 cm de alto) unida entre los dos planos (frente y espalda) terminación al corte</p> <p>Puntada a mano para unir caracoles a manopla</p> <p>FRENTE</p> <p>Pinzas en extremos frente y espalda para dar volumen</p> <p>Terminación envivada de cuero, en extremo superior</p> <p>Costura recta con hilo a tono para etiquetas de cuero grabado, al corte</p> <p>ESPALDA</p> <p>Tira cierre trenzado con lana semi gorda</p> <p>20 cm</p>			
VISTA INTERIOR			
 <p>Bolsillo interno con vista de cuero aplicada. Hilo a tono, cierre de 17 cm</p> <p>20 cm</p> <p>3 cm</p> <p>4 cm</p> <p>1 cm</p> <p>1,5 cm</p> <p>6 cm</p> <p>8 cm</p> <p>FRENTE</p> <p>Etiquetas fijadas con costura recta a 0,75 cm del borde. A 2 cm del bolsillo (centro)</p> <p>15 cm</p> <p>5 cm</p> <p>Terminación en cuero</p> <p>Costura recta para generar división de bolsillos</p> <p>ESPALDA</p> <p>Costura recta para forrería embolsada</p>			
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

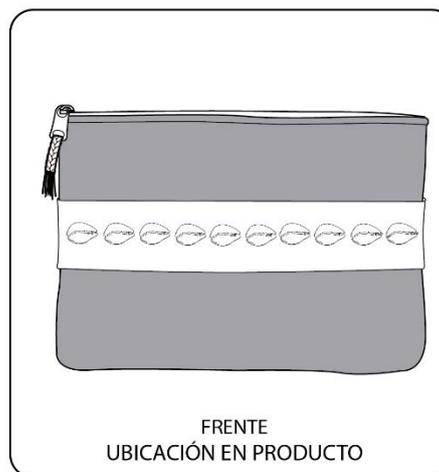
Figura nº33: ficha técnica de producto y medidas, sobre Chelliú. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 15	
COLECCIÓN: FW2023		LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: SCC110		NOMBRE COMERCIAL: Sobre Chelliú.			
MODELO: rústico.		TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Sobre tejido, con manija de cuero en frente, y bordado de caracoles buzio.					

TIPO DE TEJIDO: faja pampa.



MEDIDAS TEJIDO



FRENTE
UBICACIÓN EN PRODUCTO



ZOOM

Lana semi gruesa color blanco (letras)
Lana semi gruesa color maíz (fondo)

Márgen de 2 cm para costura

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº34: ficha técnica de tejido, sobre Chelliú. Fuente: elaborado por el autor.

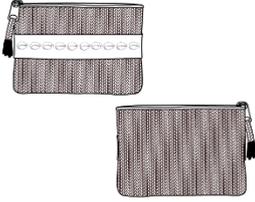
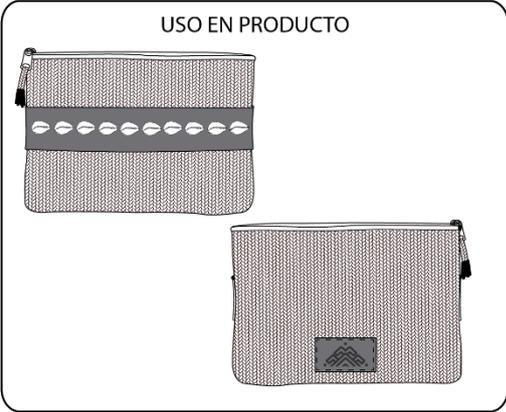
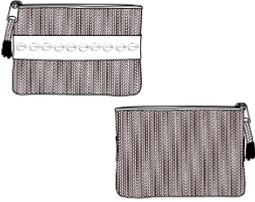
Mapu manalu		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 16	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: SCC110	NOMBRE COMERCIAL: Sobre Chelliú.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Sobre tejido, con manija de cuero en frente, y bordado de caracoles buzio.					
AVIO Nº1: Cierre diente de perro Nombre: Cierre diente de perro YKK 30 cm. Proveedor: A TEJER. Color: blanco. Presentación: por unidad. Precio: \$528,88 cada uno. Consumo promedio: 1 u.				AVIO Nº2: Cierre de nylon Nombre: Cierre de nylon nº5 reforzado. Proveedor: CRASH insumos. Color: verde. Presentación: por metro. Precio: \$93,16 el metro. Precio total: \$15,83. Consumo promedio: 17 cm.	
AVIO Nº3: Caracol buzio Nombre: Caracol buzio natural partido. Proveedor: Mercería Moda Shop. Color: natural. Presentación: por gramos. Precio: \$450 x 200 gramos. Consumo promedio: 10 unidades.				MATERIAL Nº1: hilado de algodón Nombre: hilado de algodón. Proveedor: almacén de Pandora. Color: blanco 0 y caramel 48. Presentación: por 100 gr. Precio: \$1300 x 100 gr. Consumo promedio: 80 gr caramel y 20 gr blanco. Precio total: \$1300.	
TEXTIL PRINCIPAL Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón suela. Largo del material: 1,53 m. Presentación: media piel (retazo). Precio x metro: \$3600. Consumo promedio: 50 cm. Precio total: \$1800.		USO EN PRODUCTO 		MUESTRA 	
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)		

Figura nº35: ficha técnica de avios y materiales, sobre Chelliú. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 17
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: SCC110	NOMBRE COMERCIAL: Sobre Chelliú.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Sobre tejido, con manija de cuero en frente, y bordado de caracoles buzio.				

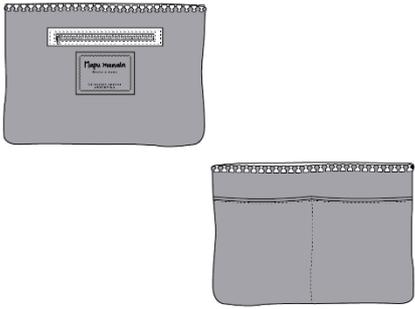
TEXTIL FORRERIA		
<p>Nombre: tusor arrugado. Proveedor: TELAS SHOP. Tipo de tela: tejido plano. Composición: 100% algodón. Color: blanco (tinte natural con porotos negros, bicarbonato, alumbre de potasio y sulfato de hierro) Largo del material: 150 cm ancho. Presentación: por metro. Precio x metro: \$1790. Precio total: \$394,24. Consumo promedio: 22 cm.</p>	<p>USO EN PRODUCTO</p> 	<p>MUESTRA</p> 
<p>APROBADO: SI / NO</p>	<p>FECHA: 26/6/23</p>	<p>RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)</p>

Figura nº36: ficha técnica de avios y materiales, sobre Chelliú. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.5 Diseño n°5

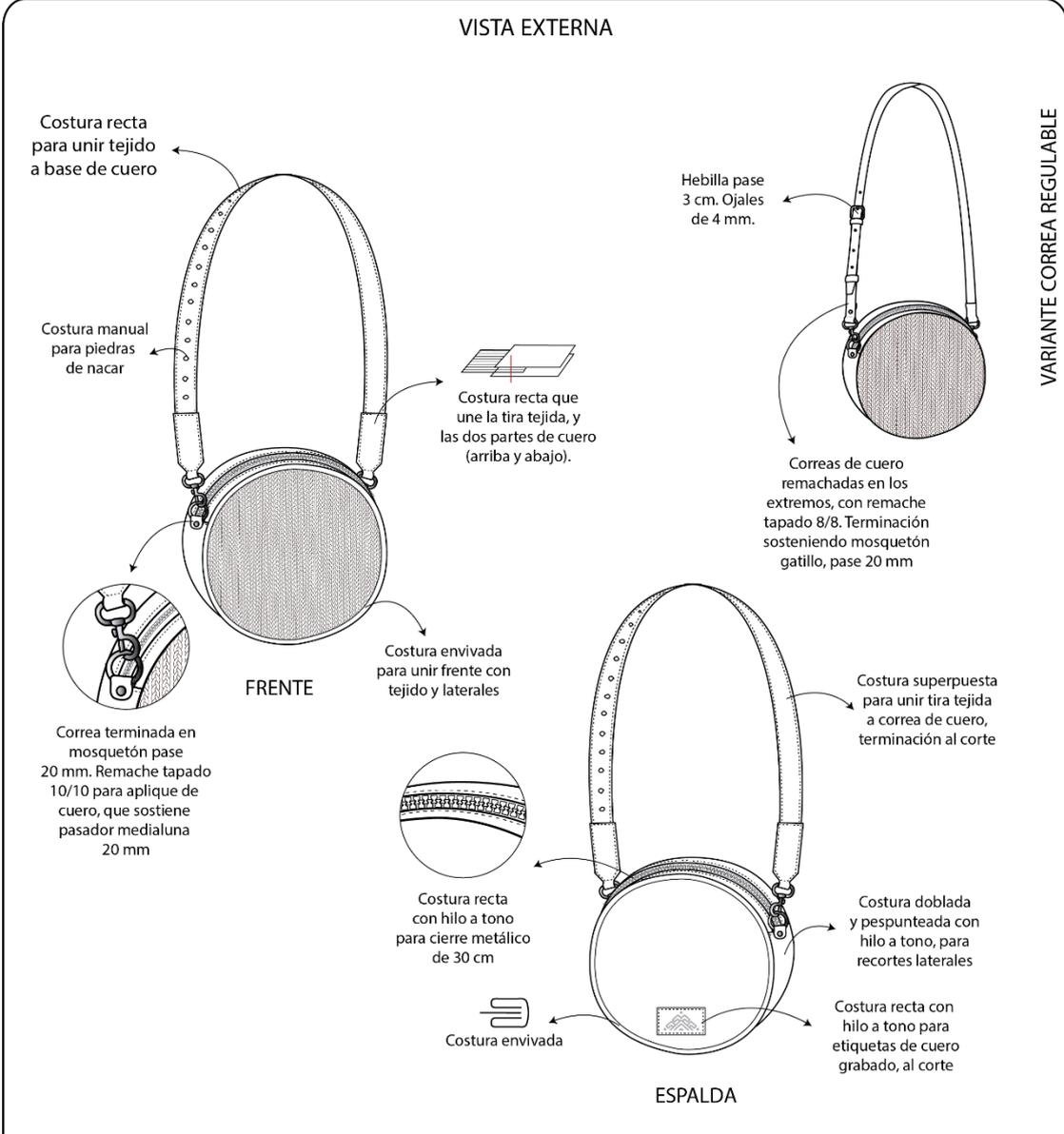
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA N° 18
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontables.				
VISTA EXTERNA				
 <p>FRENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> Costura recta para unir tejido a base de cuero Costura manual para piedras de nacar Costura recta que une la tira tejida, y las dos partes de cuero (arriba y abajo). Correa terminada en mosquetón pase 20 mm. Remache tapado 10/10 para aplique de cuero, que sostiene pasador medialuna 20 mm Costura envivada para unir frente con tejido y laterales Costura recta con hilo a tono para cierre metálico de 30 cm Costura envivada <p>ESPALDA</p> <ul style="list-style-type: none"> Hebilla pase 3 cm. Ojales de 4 mm. Correas de cuero remachadas en los extremos, con remache tapado 8/8. Terminación sosteniendo mosquetón gatillo, pase 20 mm Costura superpuesta para unir tira tejida a correa de cuero, terminación al corte Costura doblada y pespunteada con hilo a tono, para recortes laterales Costura recta con hilo a tono para etiquetas de cuero grabado, al corte <p style="text-align: right;">VARIANTE CORREA REGULABLE</p>				
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura n°37: ficha técnica de producto, bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	FICHA Nº 19
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontables.			

VISTA INTERNA Y FORRERIA

FRENTE

ESPALDA

Etiquetas fijadas con costura recta a 0,75 cm del borde. Terminación al corte (deshilachada). A 5 cm del extremo superior (centro)

Costura recta con hilo a tono para cierre metálico de 30 cm

Costura recta para uniones de tela de forro

Costura recta para bolsillo interno con vista de cuero aplicada, cierre 12 cm. Terminación al corte, hilo a tono

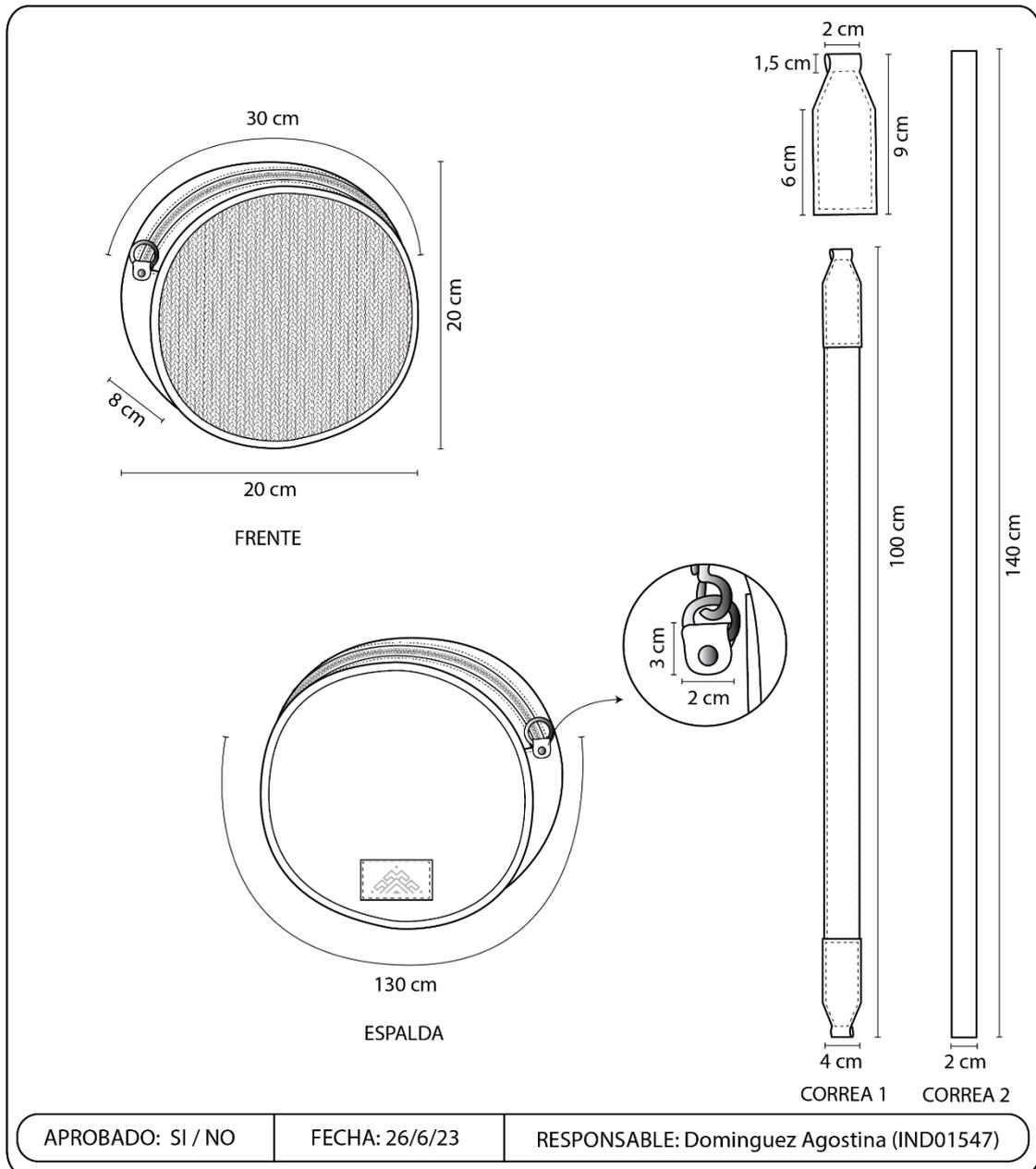
Etiqueta de cuidados, cosida entre los laterales del forro. 8 mm de recurso de costura

Mapu manaln
CULT 30 1568524 1
100% CUERO VACUNO (EXTERIOR)
100% ALGODÓN (INTERIOR)
NO USAR SOLVENTES
NO FROTAR EN LAS BOLSAS
NO MANCHAR CON GRASA
NO MANCHAR CON BEBIDAS
GUARDAR EN BOLSA DE TELA
LIMPIAR CON PAÑUELO SECO
CONSULTE CON UN ESPECIALISTA
INDUSTRIA ARGENTINA

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº38: ficha técnica de producto, bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

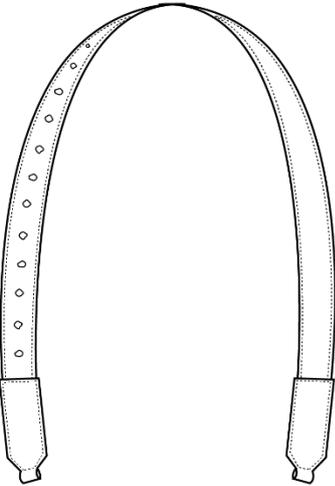
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE MEDIDAS		FICHA Nº 20	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontables.					



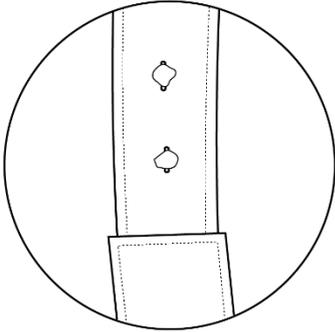
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº39: ficha técnica de medidas, bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manal		FICHA TÉCNICA DE BORDADO		FICHA N° 21	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontabl					

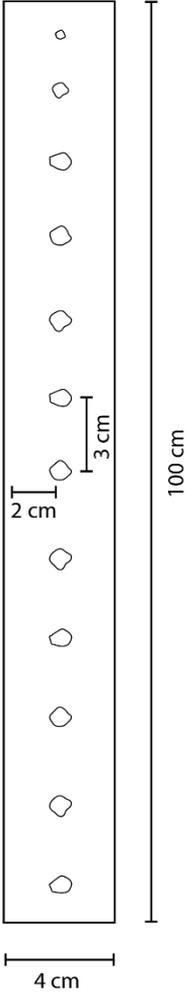


UBICACIÓN: bordado en frente,
en correa tejida.



ZOOM

MEDIDAS BORDADO



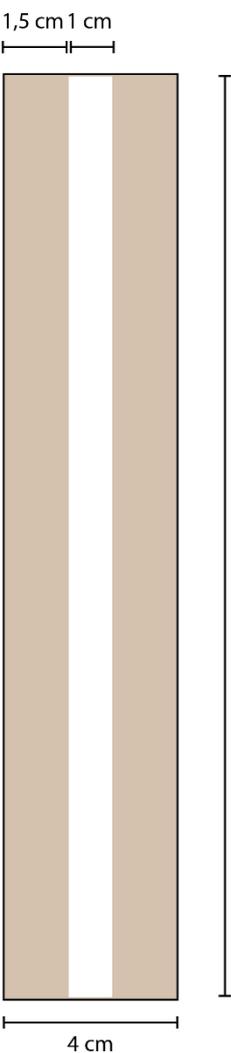
2 cm 3 cm 100 cm 4 cm

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº40: ficha técnica bordado, bandolera Kullin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 22	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontabl					

TIPO DE TEJIDO: llano



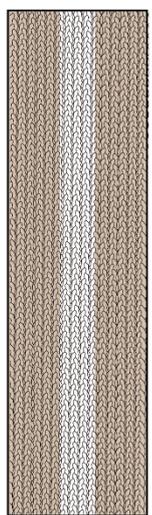
1,5 cm 1 cm

100 cm

4 cm



CORREAS
UBICACIÓN EN PRODUCTO



ZOOM TEJIDO

Lana semi gorda color blanco (centro)
Lana semi gorda color arena (exterior)

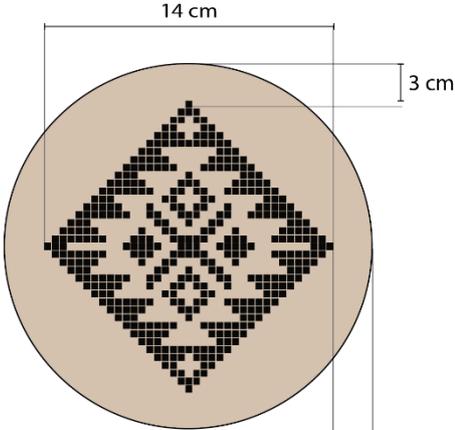
Márgen de 2 cm para costura

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº41: ficha técnica de tejido, bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 23	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontabl					

TIPO DE TEJIDO: laboreo de urdimbre suplementaria



MEDIDAS TEJIDO



FRENTE
UBICACIÓN EN PRODUCTO



ZOOM

20 x 20 cm

Lana semi gorda color negro (dibujo)
Lana semi gorda color arena (fondo)

Márgen de 2 cm para costura

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº42: ficha técnica de tejido, bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 24			
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.						
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.						
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.						
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontables.							
AVIO Nº1: Cierre de metal Nombre: Cierre de metal de 25 cm (cadena níquel). Proveedor: CRASH insumos. Color: marrón. Presentación: por unidad. Precio: \$345,82 cada uno. Consumo promedio: 1 u.				AVIO Nº2: Cierre de metal Nombre: Cierre de metal de 12 cm. Proveedor: CRASH insumos. Color: marrón. Presentación: por unidad. Precio: \$229,15 cada uno. Consumo promedio: 1 u.			
AVIO Nº3: Remache tapado Nombre: Remache tapado 10/10. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$2.934,12 x 1000 u. Consumo promedio: 2 u.				AVIO Nº4: Remache tapado Nombre: Remache tapado 8/8. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$1.956,07 x 1000u. Consumo promedio: 3 u.			
AVIO Nº5: Mosquetón plano. Nombre: Mosquetón plano de 20 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$164,26 cada uno. Consumo promedio: 4 u.				AVIO Nº6: Pasador argolla Nombre: Pasador argolla pase 20 x 3mm de grosor. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$13,30 cada uno. Consumo promedio: 2 u.			
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)			

Figura nº43: ficha técnica de avios y materiales, bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

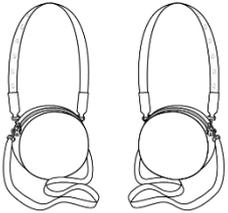
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N° 25
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontables.				
<p>AVIO N°7: Hebilla polaina</p> <p>Nombre: Hebilla Polaina 20 x 2,3 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$57,76 cada uno. Consumo promedio: 1 u.</p> 				
<p>AVIO N°8: Piedras de nacar</p> <p>Nombre: Piedras de nacar natural perforadas. Proveedor: Almacén de armado. Color: natural. Presentación: por tira de 15 u. Precio: \$127 cada tira. Consumo promedio: 3 tiras.</p> 				
<p>MATERIAL N°1: Lana semigorda</p> <p>Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: blanco 1, negro 0 y arena 20. Presentación: por 100 gr. Precio: \$600 x 100 gr. Consumo promedio: blanco (20 gr) negro (30 gr) y arena (50 gr).</p> 				
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura n°44: ficha técnica de avios y materiales, bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

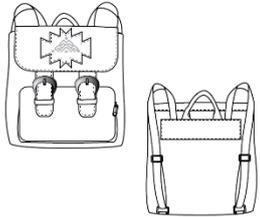
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 26	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: BCC105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Llanka.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Bandolera redonda con cierre en parte superior, tejido en telar mapuche en frente y espalda, y correas desmontables.					
TEXTIL PRINCIPAL					
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón. Largo del material: 1,53 m. Presentación: media piel (retazo). Precio x metro: \$3600. Consumo promedio: 25 cm. Precio total: \$900.</p>		USO EN PRODUCTO		MUESTRA	
					
TEXTIL FORRERIA					
<p>Nombre: lienzo de algodón. Proveedor: TELAS SHOP. Tipo de tela: tejido plano. Composición: 100% algodón. Color: blanco (tinte natural cebolla morada, bicarbonato y alumbre de potasio). Largo del material: 150 cm ancho. Presentación: por metro. Precio x metro: \$1209. Precio total: \$604,5. Consumo promedio: 50 cm.</p>		USO EN PRODUCTO		MUESTRA	
					
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura nº45: ficha técnica de avios y materiales, bandolera Llanka. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.6 Diseño nº6

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA Nº 27	
COLECCIÓN: FW2023		LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: MCT100		NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.			
MODELO: rústico.		TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.					
VISTA EXTERNA					
<p>FRENTE</p> <p>Costura recta con hilo a tono, para aplique de cuero grabado al corte (negro).</p> <p>Ojales de 2 mm con sacabocados.</p> <p>Costura recta para unir cierre metálico a boca de bolsillo</p> <p>Costura envivada para el interior del bolsillo, envuelve tejido y cuero</p> <p>Doble costura recta para solapa, asas, tiras y cinturones, de cuero doblado, forrería de gamuza al corte (hilo a tono)</p> <p>Costura recta para unir aplique de cuero que refuerza correas y asa</p> <p>Regulador reforzado de 30x4mm</p> <p>Base reforzada con cuero flex interno, 4 remaches tapados en esquinas</p> <p>Doble costura recta para unir solapa de la mochila a espalda</p> <p>Costura recta para aplique de cuero que envuelve pasador dado, para sostener correa (entre fondo y cuerpo de la mochila)</p> <p>Correa nº1 unida a solapa de la mochila, entre cuero y forro.</p> <p>Broche imán (hembra) aplicado a correa nº2 (doblada) en donde se coloca hebilla de bronce</p> <p>Broche imán aplicado a cara externa del bolsillo frontal (macho)</p> <p>Apertura mediante pliegues que se unen con broche resorte en ambos laterales</p> <p>Costura abierta para unir laterales, base y boca de la mochila</p> <p>ESPALDA</p> <p>LATERAL</p> <p>ZOOM CORREAS</p>					
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura nº46: ficha técnica de producto, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA Nº 28	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: MCT100	NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.					

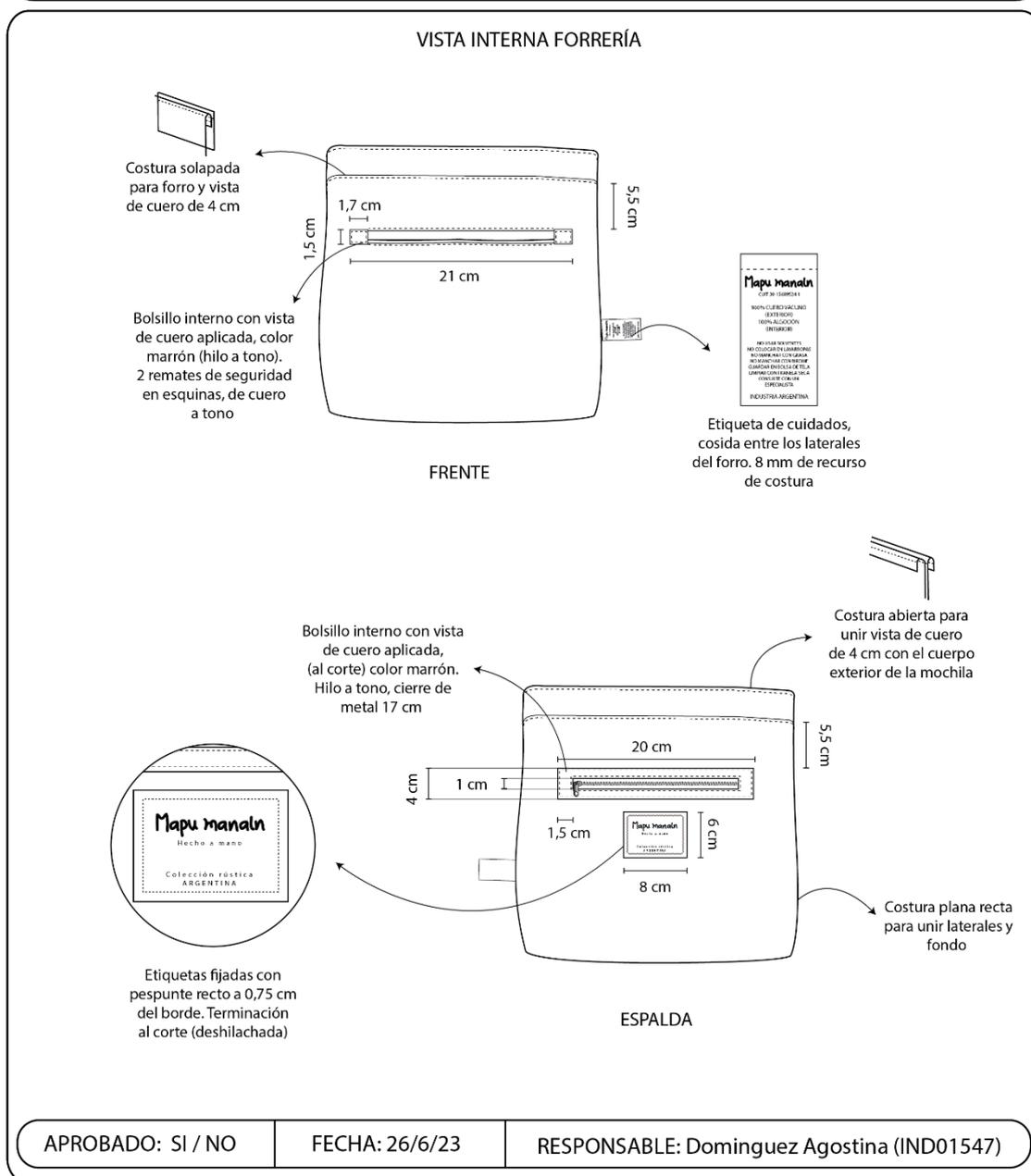
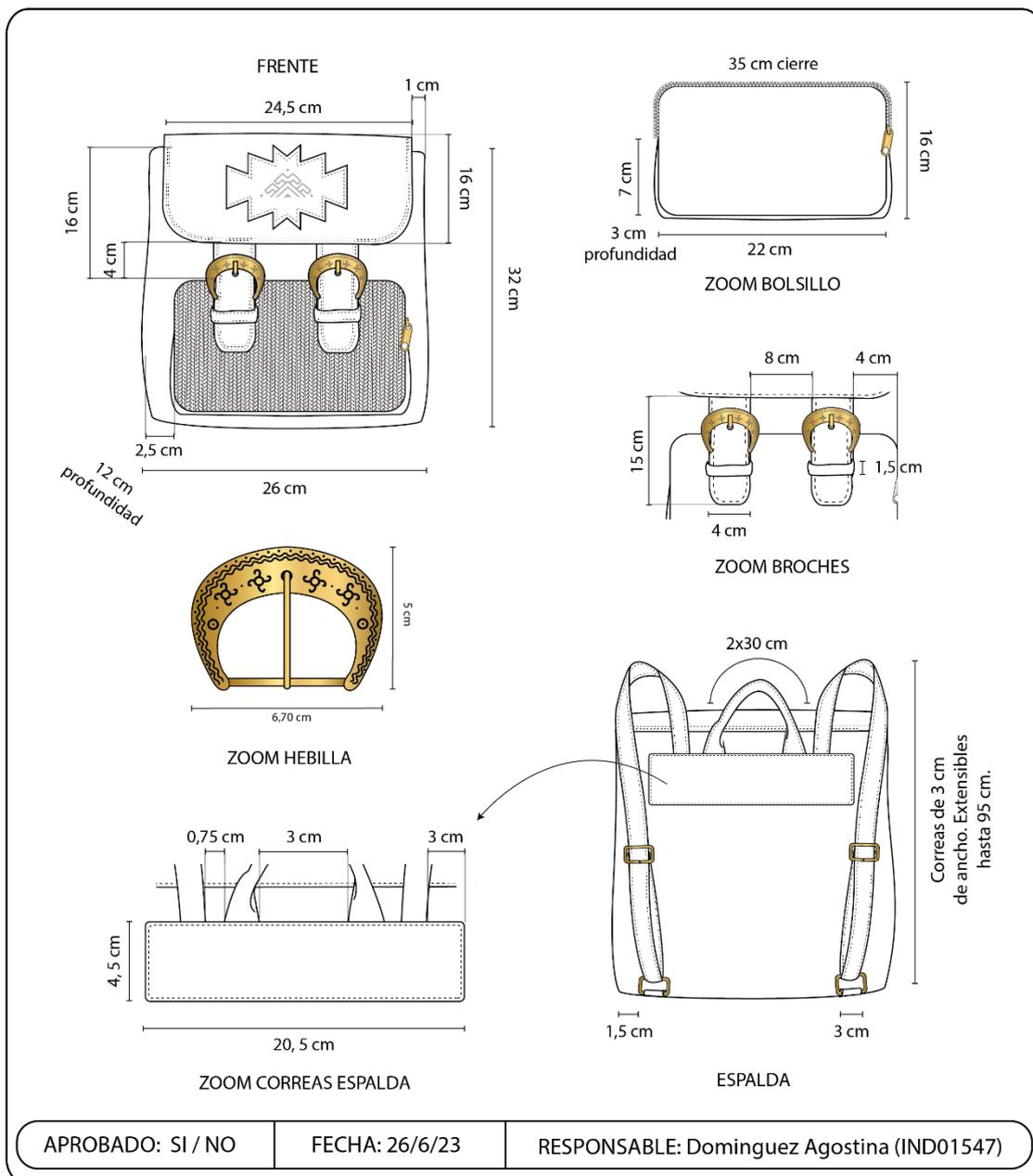


Figura nº47: ficha técnica de producto, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE MEDIDAS		FICHA Nº 29	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: MCT100	NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.					



APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº48: ficha técnica de medidas, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE APLIQUE		FICHA N° 30	
COLECCIÓN: FW2023		LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: MCT100		NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.			
MODELO: rústico.		TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.					

MEDIDAS APLIQUE

SOLAPA FRENTE
UBICACIÓN EN PRODUCTO

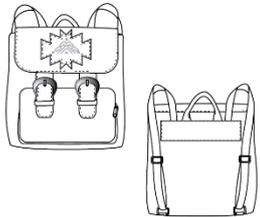
MEDIDAS APLIQUES Y
EN PRODUCTO

APROBADO: SI / NO

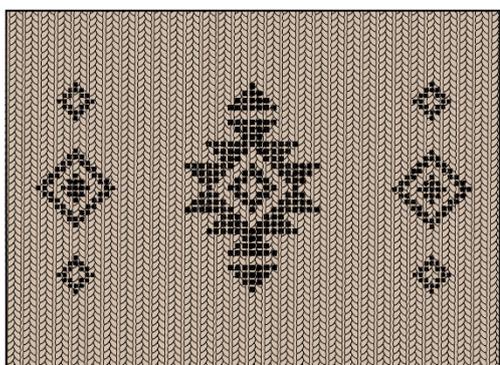
FECHA: 26/6/23

RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

Figura nº49: ficha técnica de aplico, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 31	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: MCT100	NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.					

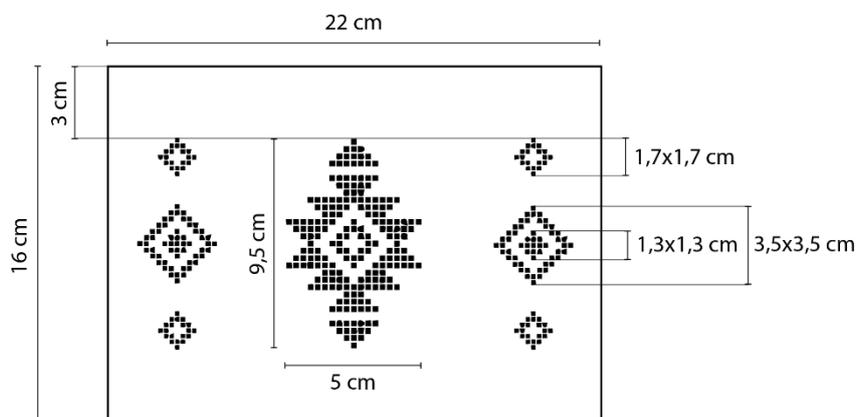
TIPO DE TEJIDO:



ZOOM



BOLSILLO FRENTE
UBICACIÓN EN PRODUCTO



MEDIDAS TEJIDO

Márgen de 2 cm para costura

Lana semigorda negro (dibujo)
Lana semigorda beige (fondo)

APROBADO: SI / NO

FECHA: 26/6/23

RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

Figura nº50: ficha técnica de tejido, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

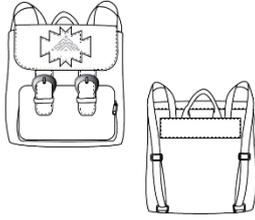
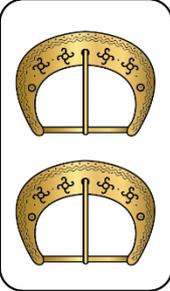
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 32			
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.						
ARTICULO: MCT100	NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.						
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.						
DESCRIPCIÓN:	Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.						
AVIO Nº1: Cierre de aluminio Nombre: Cierre de aluminio Nº5. Proveedor: CRASH insumos. Color: negro y bronce. Presentación: por metro. Precio: \$400,99 x 100 cm. Consumo promedio: 35 cm. Precio total: \$140,34.				AVIO Nº2: Cierre monofilamento Nombre: Cierre monofilamento Nº5 de 20 cm. Proveedor: CRASH insumos. Color: beige 573. Presentación: por unidad. Precio: \$121,05 c/u. Consumo promedio: 1 unidad.			
AVIO Nº3: Hebillas Nombre: hebillas redondas de producción propia (zamak). Proveedor: YAVIC passaparola. Color: dorado (bronce). Presentación: por unidad. Precio: molde + material \$4500. Consumo promedio: 2 u.				AVIO Nº4: Pasador dado Nombre: Pasador dado rectangular de alambre, 30x4 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: dorado. Presentación: por unidad. Precio: \$37,40 cada uno. Consumo promedio: 2 u.			
AVIO Nº5: Regulador reforzado Nombre: Regulador reforzado de alambre, 30x4 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: dorado. Presentación: por unidad. Precio: \$51,69 cada uno. Consumo promedio: 2 u.				AVIO Nº6: Broche suizo Nombre: broche suizo 40-20. Proveedor: CRASH insumos. Color: dorado. Presentación: por 200 u. Precio: \$4793,06 x 200 u. Precio total: \$47,93. Consumo promedio: 2 u.			
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)			

Figura nº51: ficha técnica de avios y materiales, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

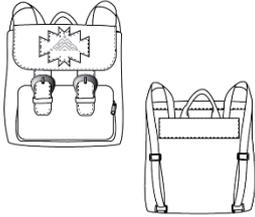
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N° 33	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: MCT100	NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.					
AVIO N°7: Broche resorte Nombre: broche resorte 15 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: dorado. Presentación: por 200 unidades. Precio: \$2.701,94 x 200u. Precio total: \$27,01. Consumo promedio: 2 u.				AVIO N°8: Deslizador Nombre: Deslizador puente abierto, metal N°5. Proveedor: CRASH insumos. Color: dorado. Presentación: por unidad. Precio: \$70,07 x u. Consumo promedio: 1 u.	
AVIO N°9: Tiracierre Nombre: Tiracierre 2446 ondita zamak. Proveedor: CRASH insumos. Color: dorado. Presentación: por unidad. Precio: \$45,74 Consumo promedio: 1 u.				AVIO N°10: Remache tapado Nombre: Remache tapado 10/10. Proveedor: CRASH insumos. Color: dorado. Presentación: por 1000 u. Precio: \$2.934,12 x 1000 u. Consumo promedio: 4 u. Precio total: \$11,73.	
MATERIAL N°1: cuero flex Nombre: cueroflex al cromo de 1,25 mm. Proveedor: ALESERCABRA. Presentación: por plancha de 85 x 70 cm. Precio: \$1600 por plancha. Consumo promedio: 30 cm. Precio total: \$685.				MATERIAL N°2: lana semigorda Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: negro y beige oscuro n°8. Presentación: por 100 gr. Precio: \$600 x 100 gr. Consumo promedio: negro 20 gr beige 50 gr. Precio total: \$420.	
MATERIAL N°2: lana semigorda Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: negro y beige oscuro n°8. Presentación: por 100 gr. Precio: \$600 x 100 gr. Consumo promedio: negro 20 gr beige 50 gr. Precio total: \$420.					
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)			

Figura n°52: ficha técnica de avios y materiales, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

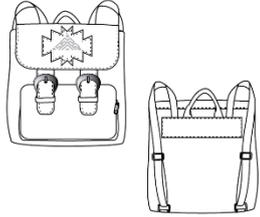
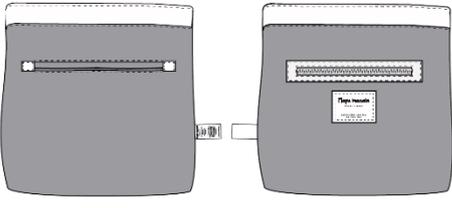
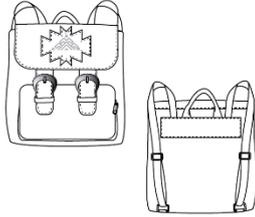
Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 34
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: MCT100	NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.				
TEXTIL PRINCIPAL				
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: cuero graneado. Composición: 100% cuero. Color: marrón. Tamaño: 140 cm x 80 cm. Precio x metro: \$3600. Consumo promedio: 35 cm. Precio total: \$1260.</p>		<p style="text-align: center;">USO EN PRODUCTO</p>  <p style="text-align: center;">FRENTE, ESPALDA, LATERALES, BASE Y TAPA</p>		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> 
TEXTIL SECUNDARIO				
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: negro. Tamaño: 150 x 95 cm. Precio x metro: \$4800. Consumo promedio: 15 cm. Precio total: \$720.</p>		<p style="text-align: center;">USO EN PRODUCTO</p>  <p style="text-align: center;">APLIQUE, CORREAS, ASA Y CINTURONES</p>		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> 
TEXTIL FORRERÍA				
<p>Nombre: lienzo de algodón. Proveedor: TELAS SHOP. Tipo de tela: tejido plano. Composición: 100% algodón. Ancho de la tela: 1,50 m. Color: natural (tinte natural nude porotos negros + alumbre de pot.) Precio x metro: \$1209. Consumo promedio: 35 cm. Precio total: \$423,15.</p>		<p style="text-align: center;">USO EN PRODUCTO</p>  <p style="text-align: center;">INTERIOR DEL PRODUCTO</p>		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> 
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)		

Figura nº53: ficha técnica de avios y materiales, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N° 35	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: MCT100	NOMBRE COMERCIAL: Mochila Wangulen.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Mochila de cuero con tapa, con acceso mediante hebillas con clip imán por debajo. Bolsillo tejido en frente.					

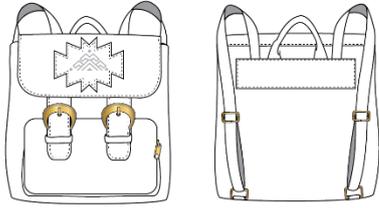
TEXTIL FORRERÍA 2		
<p>Nombre: gamuza de cuero. Proveedor: LEDO Cueros. Composición: 100% cuero. Color: marrón. Tamaño: 100 x 80 cm. Precio x metro: \$3000. Consumo promedio: 25 cm. Precio total: \$750.</p>	<p>USO EN PRODUCTO</p>  <p>FORRERÍA DE SOLAPA, ASA, TIRAS Y CINTURONES</p>	<p>MUESTRA</p> 
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

Figura n°54: ficha técnica de avios y materiales, mochila Wangulen. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.7 Diseño nº7

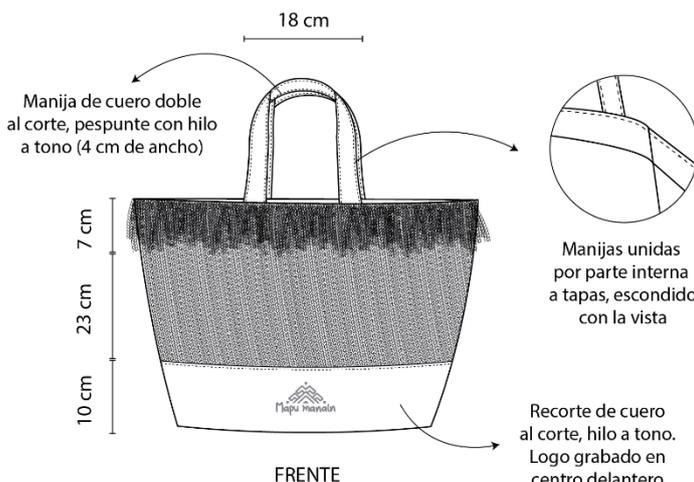
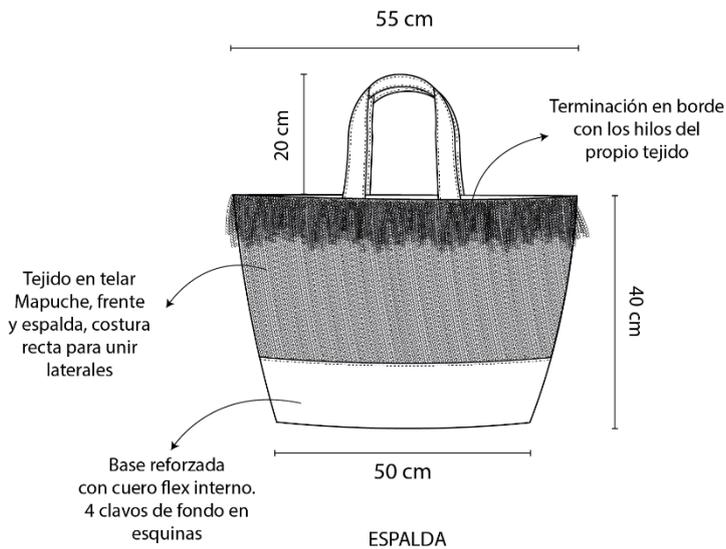
Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO Y MEDIDAS	FICHA Nº 36
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: BTN202	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Ñimin.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Bolso al hombro, de tejido en telar mapuche y cuero bovino. Tiras de lana en parte superior. Acceso mediante cierre.			
VISTA EXTERNA			
 <p>18 cm</p> <p>Manija de cuero doble al corte, pespunte con hilo a tono (4 cm de ancho)</p> <p>7 cm</p> <p>23 cm</p> <p>10 cm</p> <p>FRENTE</p> <p>Manijas unidas por parte interna a tapas, escondido con la vista</p> <p>Recorte de cuero al corte, hilo a tono. Logo grabado en centro delantero</p>			
 <p>55 cm</p> <p>20 cm</p> <p>40 cm</p> <p>50 cm</p> <p>ESPALDA</p> <p>Terminación en borde con los hilos del propio tejido</p> <p>Tejido en telar Mapuche, frente y espalda, costura recta para unir laterales</p> <p>Base reforzada con cuero flex interno. 4 clavos de fondo en esquinas</p>			
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura nº55: ficha técnica de producto y medidas, bolso Ñimin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO Y MEDIDAS		FICHA N° 37	
COLECCIÓN: FW2023		LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BTN202		NOMBRE COMERCIAL: Bolso Ñimin.			
MODELO: rústico.		TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Bolso al hombro, de tejido en telar mapuche y cuero bovino. Tiras de lana en parte superior. Acceso mediante cierre.					

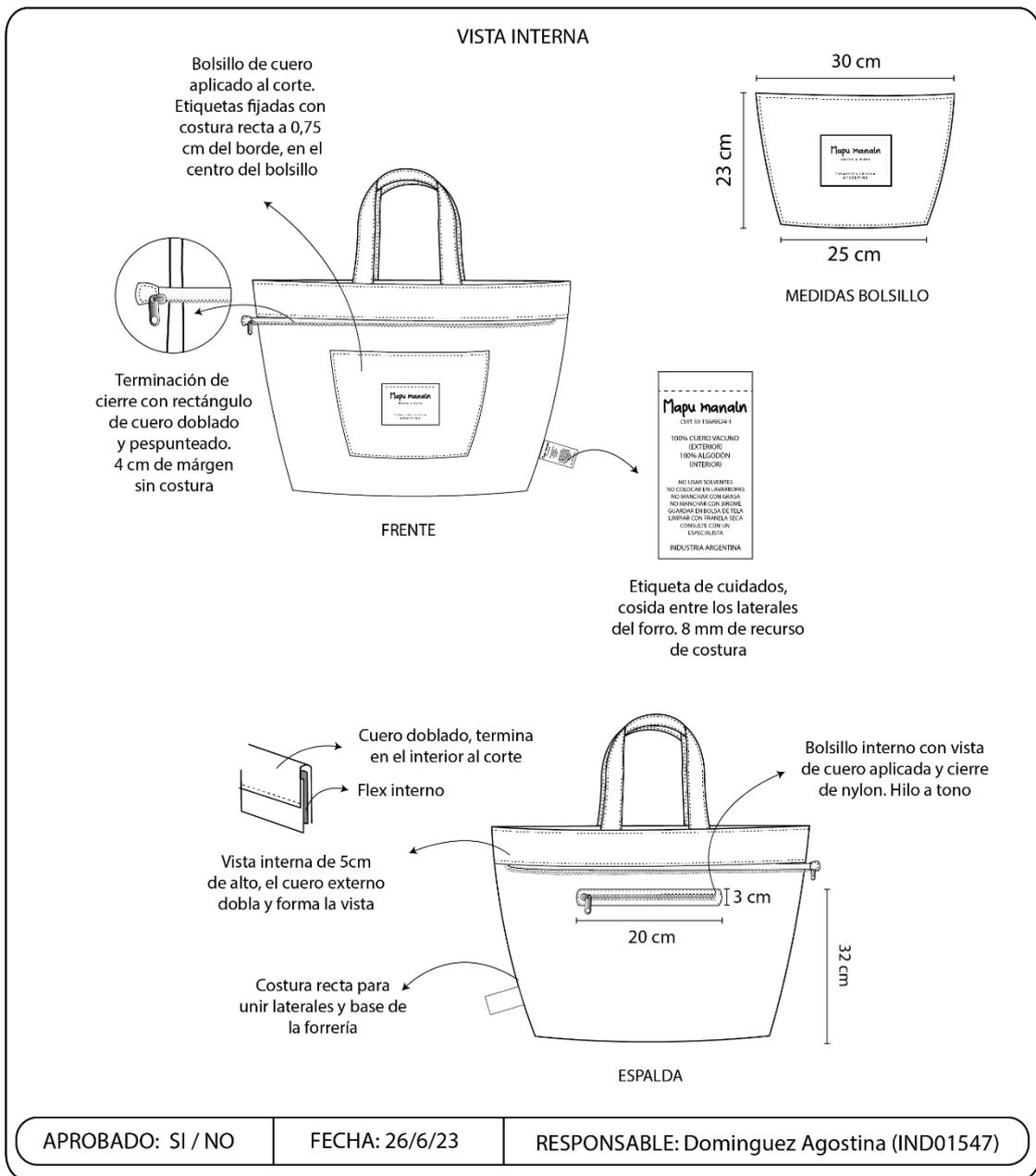


Figura nº56 ficha técnica de producto y medidas, bolso Ñimin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 38
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BTN202	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Ñimin.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Bolso al hombro, de tejido en telar mapuche y cuero bovino. Tiras de lana en parte superior. Acceso mediante cierre.				

TIPO DE TEJIDO: Ñimin de pares dobles.

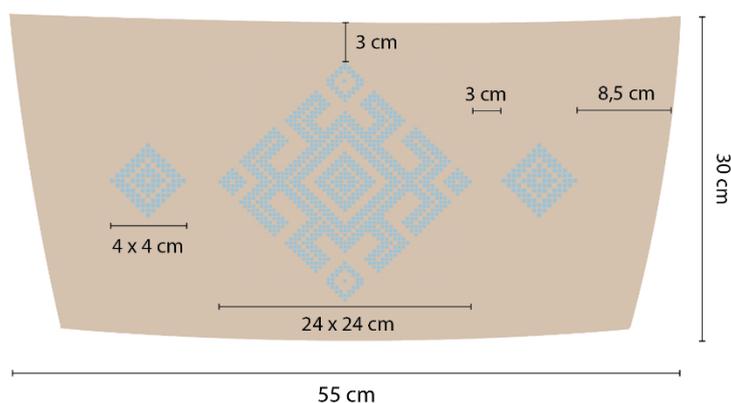


ZOOM



FRENTE Y ESPALDA
UBICACIÓN EN PRODUCTO

ESPALDA: tejido llano liso



MEDIDAS TEJIDO

Márgen de 2 cm para costura

Lana semigorda beige oscuro (fondo)
Lana semigorda celeste (dibujo)

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº52: ficha técnica de tejido, bolso Ñimin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalu		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 39
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BTN202	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Ñimin.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Bolso al hombro, de tejido en telar mapuche y cuero bovino. Tiras de lana en parte superior. Acceso mediante cierre.				
AVIO Nº 1: Cierre de nylon Nombre: Cierre de nylon nº5 reforzado. Proveedor: CRASH insumos. Color: Presentación: por metro. Precio: \$93,16 el metro. Precio total: \$53,10. Consumo promedio: 17 cm.				
AVIO Nº2: Cierre de aluminio Nombre: Cierre de aluminio YKK Proveedor: CRASH insumos. Color: beige 573. Presentación: por metro lineal. Precio: \$348,64 el metro. Precio total: \$348,64. Consumo promedio: 1 metro.				
AVIO Nº3: Clavo de fondo Nombre: Clavo de fondo 15 mm, de hierro. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$20,74 c/u. Consumo promedio: 4 u. Precio total: \$82,96.				
MATERIAL Nº1: lana semi gorda Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: celeste nº16 y beige claro. Presentación: por 100 gr. Precio: \$600 x 100 gr. Consumo promedio: celeste 16 (40 gr) beige oscuro 8 (200 gr).				
MATERIAL Nº2: cueroflex Nombre: cueroflex al cromo de 1,25 mm. Proveedor: ALESERCABRA. Presentación: por plancha de 85 x 70 cm. Precio: \$1600 por plancha. Precio total: \$941. Consumo promedio: 50 cm.				
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)		

Figura nº57: ficha técnica de avios y materiales, bolso Ñimin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalu		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 40
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BTN202	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Ñimin.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Bolso al hombro, de tejido en telar mapuche y cuero bovino. Tiras de lana en parte superior. Acceso mediante cierre.				
TEXTIL PRINCIPAL				
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón. Largo del material: 1,53 m. Precio x metro: \$3600. Consumo promedio: 58 cm. Precio total: \$2088.</p>		<p style="text-align: center;">USO EN PRODUCTO</p>  <p style="text-align: center;">FRENTE, ESPALDA Y BOLSILLO</p>		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> 
TEXTIL FORRERIA				
<p>Nombre: tusor arrugado. Proveedor: TELAS SHOP. Tipo de tela: tejido plano. Composición: 100% algodón. Color: blanco (tinte natural con cáscara de cebolla, bicarbonato y alumbre de potasio). Largo del material: 150 cm ancho. Presentación: por metro. Precio x metro: \$1790. Precio total: \$895. Consumo promedio: 50 cm.</p>		<p style="text-align: center;">USO EN PRODUCTO</p> 		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> 
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura n°58: ficha técnica de avios y materiales, bolso Ñimin. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.8 Diseño nº8

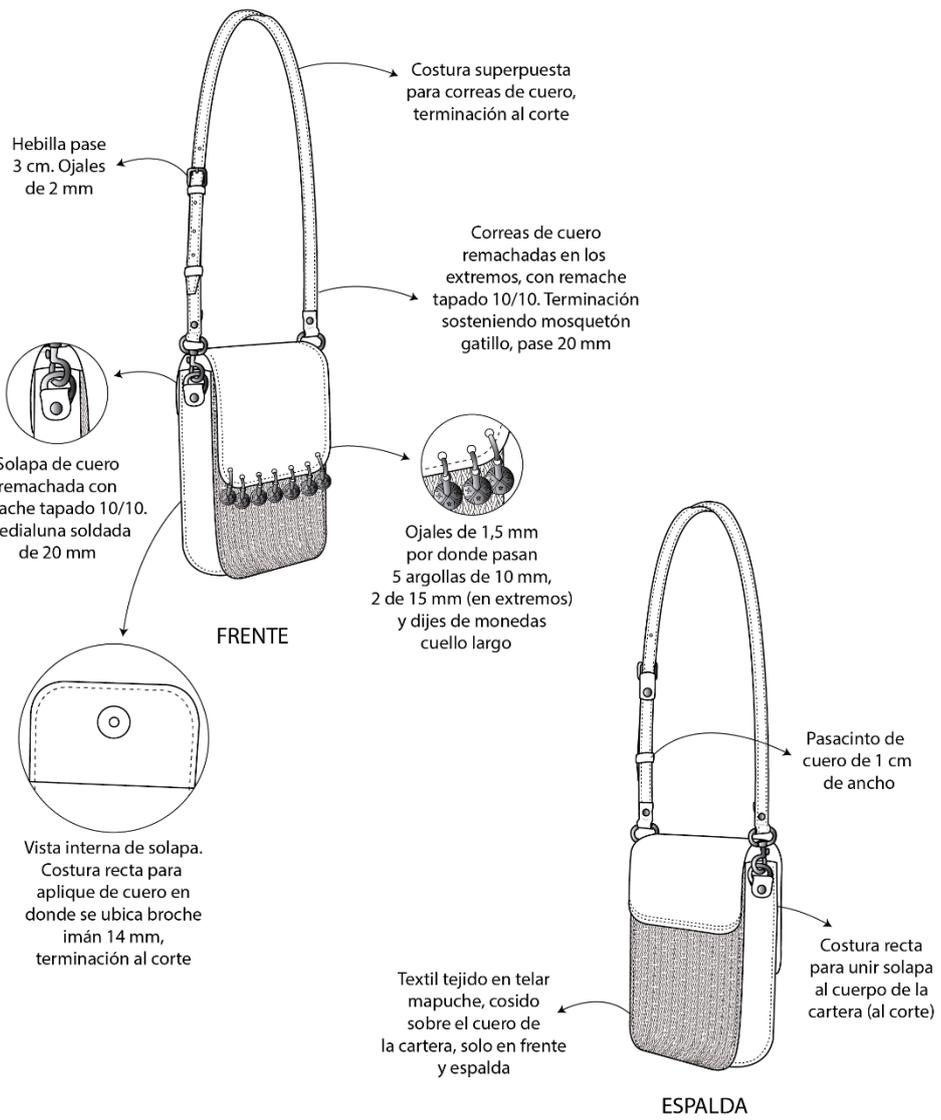
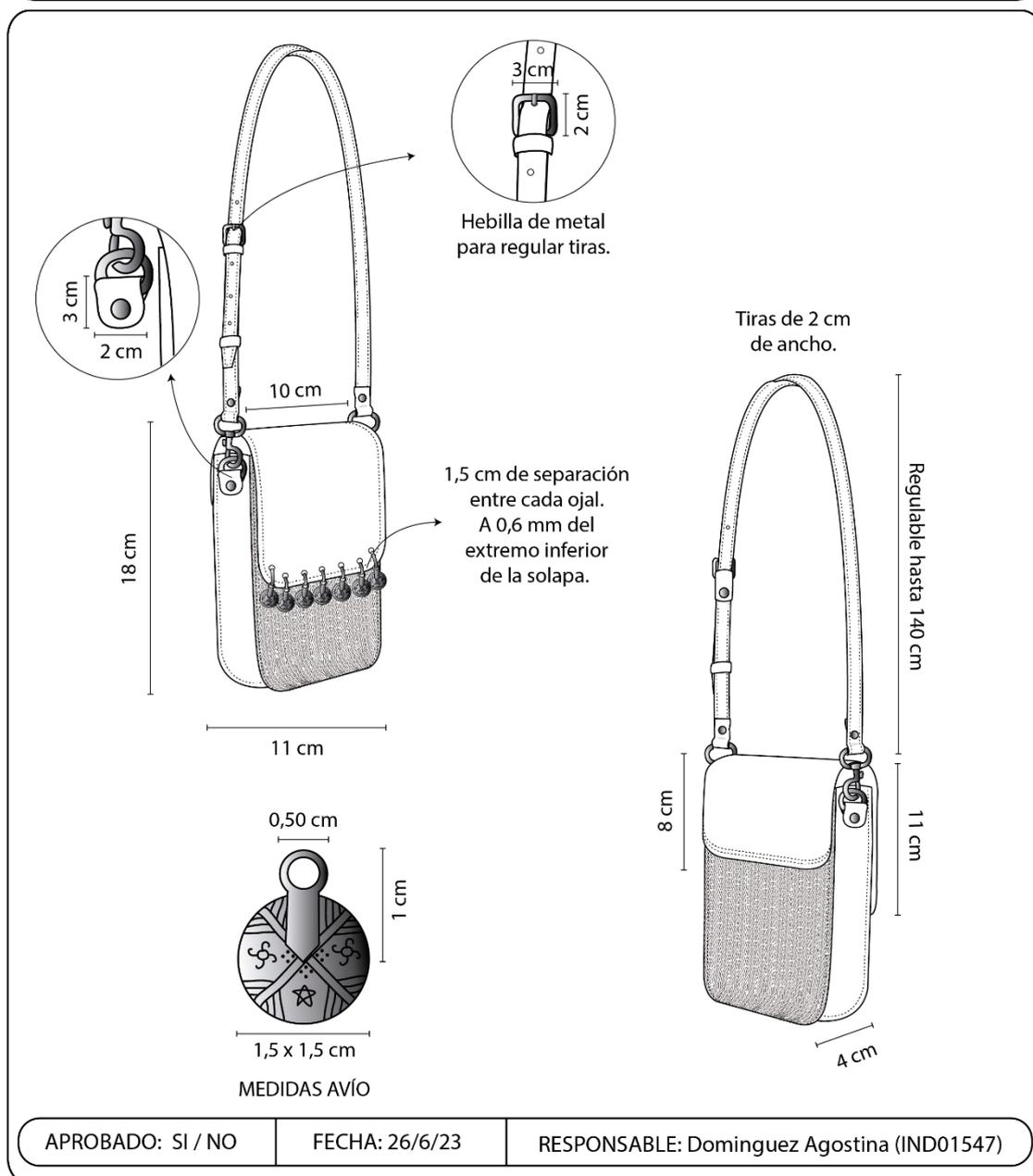
Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA Nº 41
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: POB150	NOMBRE COMERCIAL: Porta celular Kulliñ.			
MODELO: Witral.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Portacelular tejido en telar mapuche, con detalles en cuero y tejido con monedas de metal.				
 <p>FRENTE</p> <p>ESPALDA</p> <p>Costura superpuesta para correas de cuero, terminación al corte</p> <p>Correas de cuero remachadas en los extremos, con remache tapado 10/10. Terminación sosteniendo mosquetón gatillo, pase 20 mm</p> <p>Hebilla pase 3 cm. Ojales de 2 mm</p> <p>Solapa de cuero remachada con remache tapado 10/10. Medialuna soldada de 20 mm</p> <p>Ojales de 1,5 mm por donde pasan 5 argollas de 10 mm, 2 de 15 mm (en extremos) y dijes de monedas cuello largo</p> <p>Pasacinto de cuero de 1 cm de ancho</p> <p>Costura recta para unir solapa al cuerpo de la cartera (al corte)</p> <p>Textil tejido en telar mapuche, cosido sobre el cuero de la cartera, solo en frente y espalda</p> <p>Vista interna de solapa. Costura recta para aplique de cuero en donde se ubica broche imán 14 mm, terminación al corte</p> <p>MODELO SIN FORRERÍA</p>				
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)		

Figura nº59: ficha técnica de producto, portacelular Kulliñ. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE MEDIDAS	FICHA Nº 42
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: POB150	NOMBRE COMERCIAL: Porta celular Kulliñ.		
MODELO: Witrál.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Portacelular tejido en telar mapuche, con detalles en cuero y tejido con monedas de metal.			



APROBADO: SI / NO

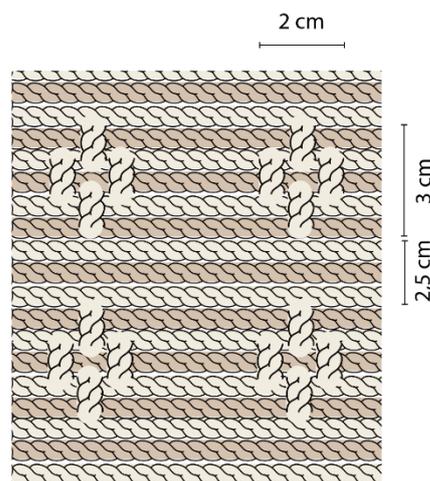
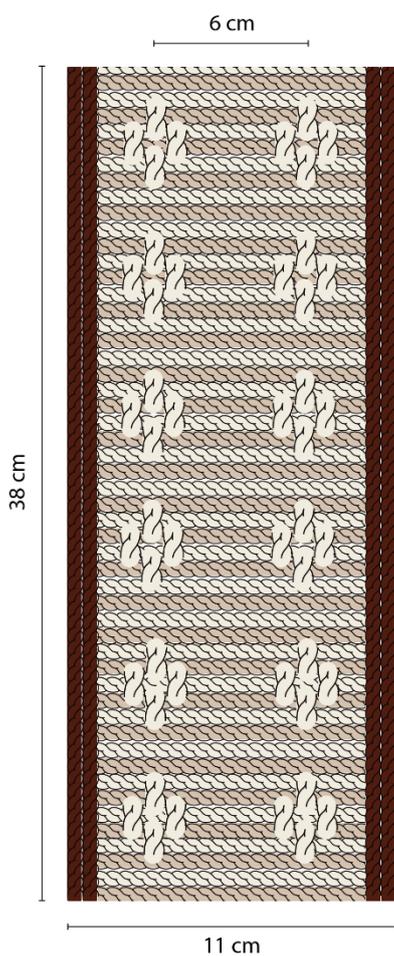
FECHA: 26/6/23

RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

Figura nº60: ficha técnica de medidas, portacelular Kulliñ. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manal		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO	FICHA N° 43
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: POB150	NOMBRE COMERCIAL: Porta celular Kulliñ.		
MODELO: Wital.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Portacelular tejido en telar mapuche, con detalles en cuero y tejido con monedas de metal.			

TIPO DE TEJIDO: laboreo con peinecillo.



ZOOM

Lana semi gorda manteca
 Lana semi gorda beige
 Lana semi gorda marrón oscuro (laterales)

Márgen de 2 cm para costura

APROBADO: SI / NO

FECHA: 26/6/23

RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

Figura n°61: ficha técnica de tejido, portacelular Kulliñ. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE AVIOS		FICHA N° 44			
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.						
ARTICULO: POB150	NOMBRE COMERCIAL: Porta celular Kulliñ.						
MODELO: Witrál.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.						
DESCRIPCIÓN: Portacelular tejido en telar mapuche, con detalles en cuero y tejido con monedas de metal.							
AVIO N°1: Hebilla polaina Nombre: Hebilla Polaina 20 x 2,3 mm, de alambre. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$87,26. Consumo promedio: 1 u.				AVIO N°2: Mosquetón plano Nombre: Mosquetón plano de 20 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$172,54. Consumo promedio: 2 u.			
AVIO N°3: Remache tapado Nombre: Remache tapado 10/10. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$2030 x 1000u. Consumo promedio: 5 u.				AVIO N°4: Pasador medialuna Nombre: Pasador medialuna alta, pase 20 x 3mm de grosor. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$27,61 cada uno. Consumo promedio: 2 u.			
AVIO N°5: Broche imán Nombre: Broche imán 18 mm baño níquel. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$50,85 cada uno. Consumo promedio: 1 u.				AVIO N°6: Pasador medialuna Nombre: Monedas con cuello, producción propia. Proveedor: Yavic Passaparola. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$800 c/u. Consumo promedio: 7 unidades.			
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)			

Figura n°62: ficha técnica de avíos y materiales, portacelular Kulliñ. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE AVIOS		FICHA N° 45
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: POB150	NOMBRE COMERCIAL: Porta celular Kulliñ.			
MODELO: Witrál.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Portacelular tejido en telar mapuche, con detalles en cuero y tejido con monedas de metal.				
AVIO N°7: Argolla de níquel Nombre: Argollas de 10 mm. Proveedor: Sarahs accesorios. Color: níquel. Presentación: 200 u. Precio: \$1050 x 200 u. Consumo promedio: 5 u. Precio total: \$26,25.				AVIO N°4: Argolla de níquel Nombre: argollas de 15 mm. Proveedor: Shine bijoux. Color: níquel. Presentación: 400 u. Precio: \$7872 x 400 u. Consumo promedio: 2 u. Precio total: \$39,36.
MATERIAL N°1: Lana semigorda Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: manteca 70299, beige oscuro 8 y marrón 9. Presentación: por 100 gr. Precio: \$600 x 100 gr. Consumo: 40 gr manteca y beige, 10 gr marrón. Precio total: \$540.				
TEXTIL PRINCIPAL Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón oscuro. Largo del material: 1,53 m. Precio x metro: \$3600. Precio total: \$1080. Consumo promedio: 30 cm.		USO EN PRODUCTO 		MUESTRA 
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)

Figura n°63: ficha técnica de avíos y materiales, portacelular Kulliñ. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.9 Diseño n°9

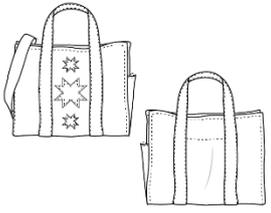
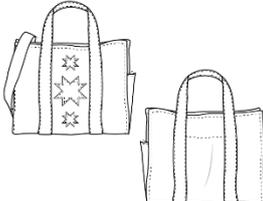
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	FICHA N° 46
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.			
VISTA EXTERNA			
<p>Asas tejidas, reforzadas con cuero debajo. Costura recta, al corte</p> <p>Costura recta para apliques con hilo a tono, al corte</p> <p>FRENTE</p>		<p>Costura superpuesta para unir frente con lateral, hilo a tono</p> <p>Bolsillo externo de cuero al corte. Logo grabado a 2 cm del extremo superior (centro)</p> <p>Base reforzada con cuero flex interno. Clavos de fondo en esquinas</p> <p>ESPALDA</p>	
<p>Costura superpuesta para unir bolsillo entre frente y espalda. Boca de bolsillo al corte</p>		<p>Cinta de polipropileno negro</p> <p>Extremos en cuero negro al corte</p>	
<p>Portamanija cosido al fuelle</p> <p>Fuelle en textil tejido con telar mapuche</p> <p>LATERAL IZQUIERDO</p>		<p>Fuelle en cuero a tono</p> <p>Bolsillo externo de cuero al corte (a tono)</p> <p>Pinzas en base de fuelle que genera el volumen hacia adentro (1,5 o 2 cm)</p> <p>LATERAL DERECHO</p>	
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura n°64: ficha técnica de producto, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	FICHA Nº 47
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN:		Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.	

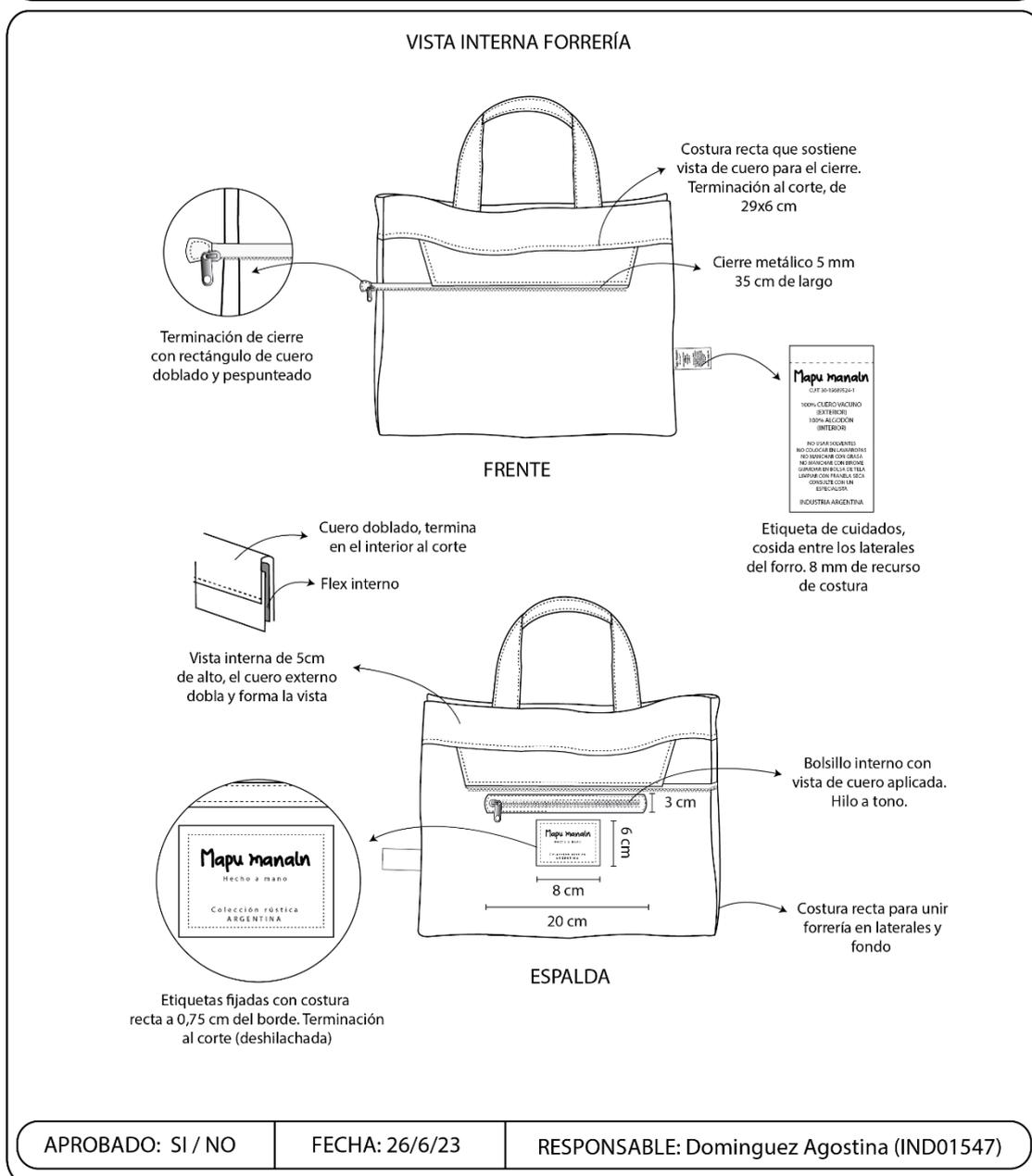
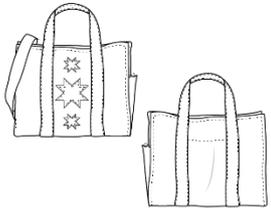


Figura nº65: ficha técnica de producto, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE MEDIDAS	FICHA Nº 48
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN:	Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.		

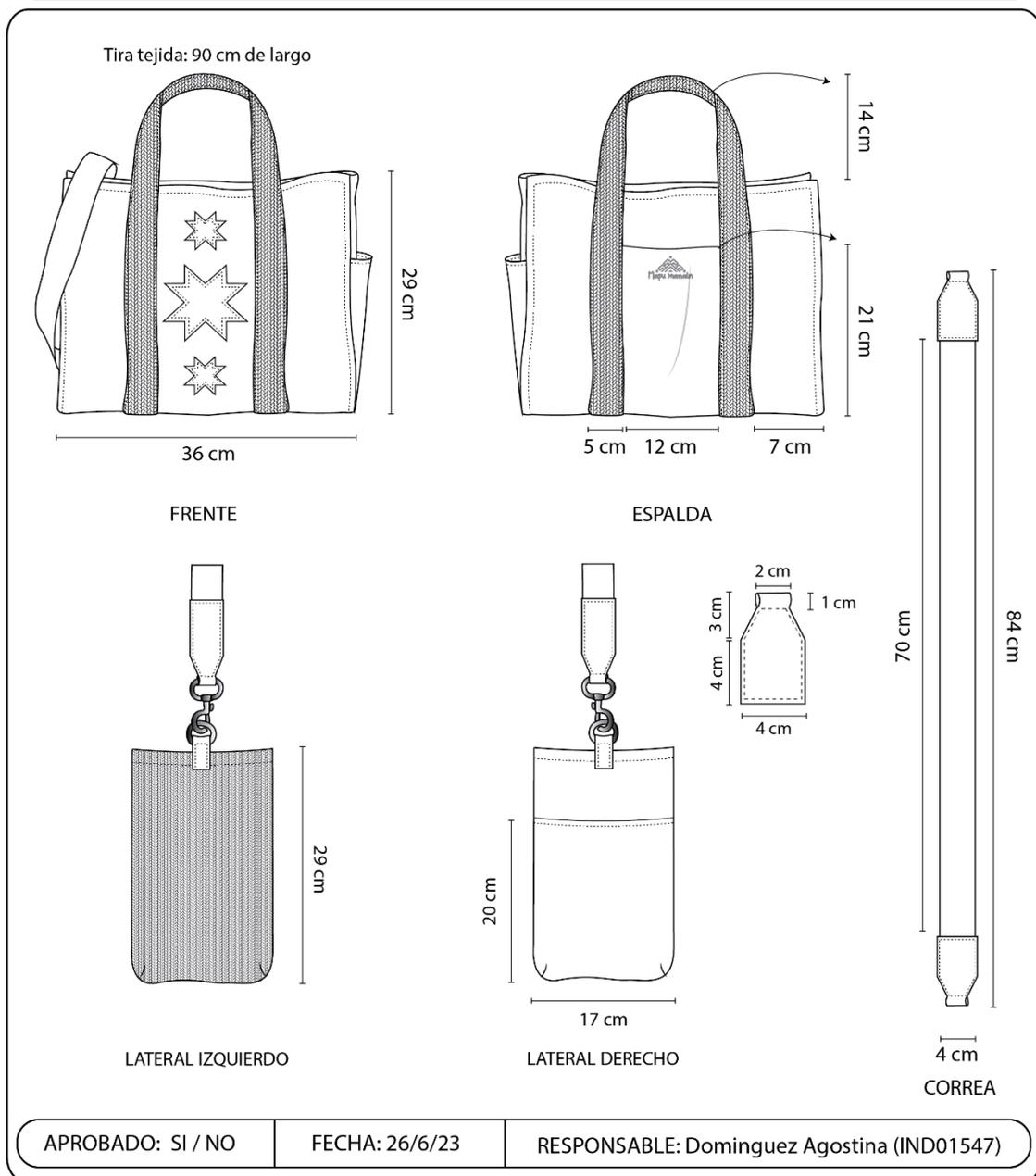
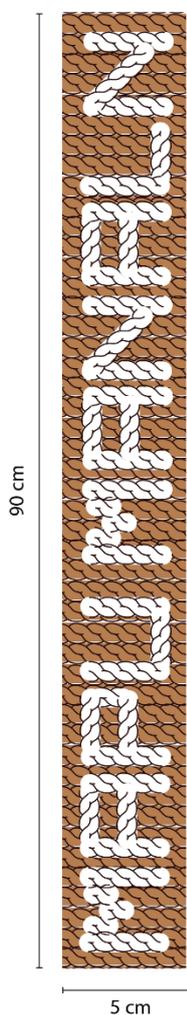


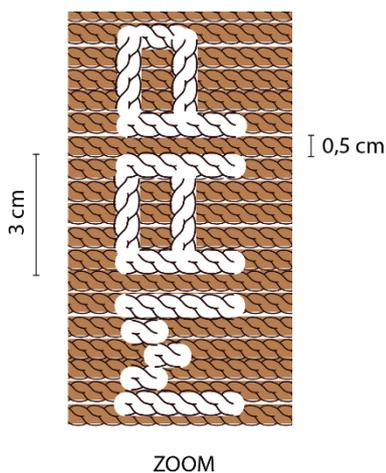
Figura nº66: ficha técnica de medidas, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA N° 49
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.				

TIPO DE TEJIDO: faja pampa



Cada letra mide 3 cm
0,5 cm entre cada letra
3 cm de espacio entre cada palabra

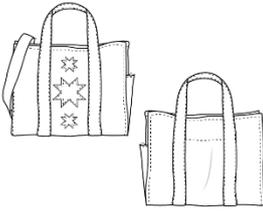


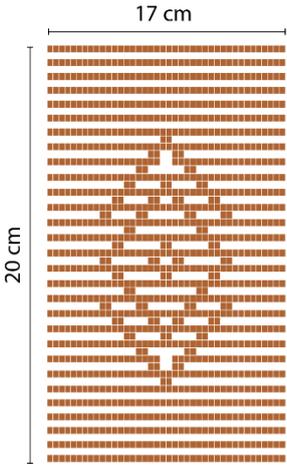
Márgen de 2 cm para costura

Hilo macramé Habano 17 (fondo)
Hilo macramé Blanco 01 (letras)

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura n°67: ficha técnica de tejido, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA N° 50
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.				



17 cm

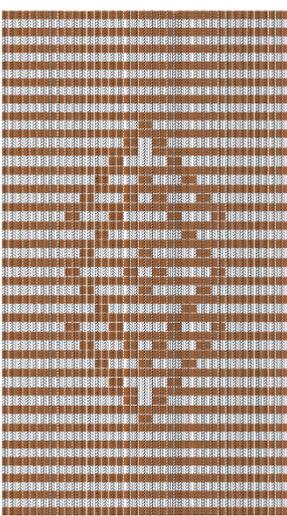
20 cm

MEDIDAS PATRON



LATERAL IZQUIERDO
UBICACIÓN EN PRODUCTO

TIPO DE TEJIDO: laboreo con peinecillo



ZOOM

Márgen de 2 cm para costura

Hilado de algodón Blanco 0
Hilado de algodón Caramel 48

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura n°68: ficha técnica de tejido, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE APLIQUE		FICHA Nº 51
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.				

Cuero bovino color negro

Cuero bovino color suela

Cuero bovino color negro

FRENTE CENTRAL
UBICACIÓN EN PRODUCTO

18 cm

9 cm

8 cm

5,25 cm

14,5 cm

23,75 cm

MEDIDAS APLIQUES
EN PRODUCTO

HILO A TONO CON C/APLIQUE

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº69: ficha técnica de aplique, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

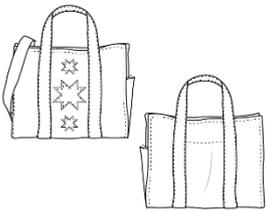
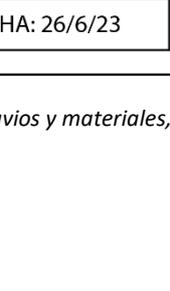
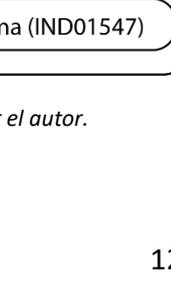
Mapu manal		FICHA TÉCNICA DE AVIOS		FICHA N° 52	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.					
AVIO N°1: Cierre de aluminio Nombre: Cierre de aluminio N°5. Proveedor: CRASH insumos. Color: natural. Presentación: por metro. Precio: \$400,99 x 100 cm. Consumo promedio: 35 cm. Precio total: \$140,34.				AVIO N°2: Cierre monofilamento Nombre: Cierre monofilamento N°5 de 20 cm. Proveedor: CRASH insumos. Color: beige 573. Presentación: por unidad. Precio: \$121,05 c/u. Consumo promedio: 1 unidad.	
		AVIO N°3: Deslizador Nombre: Deslizador puente abierto, metal N°5. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$70,07 x u. Consumo promedio: 1 u.			
		AVIO N°4: Tiracierre Nombre: Tiracierre 2446 ondita zamak. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$45,74 Consumo promedio: 1 u.			
		AVIO N°5: Mosquetón plano. Nombre: Mosquetón plano de 20 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$172,54 cada uno. Consumo promedio: 2 u.		AVIO N°6: Pasador medialuna Nombre: Pasador medialuna alta pase 20x3,5 mm B1287. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$23,63 cada uno. Consumo promedio: 2 u. Precio total: \$47,26.	
					
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura n°70: ficha técnica de avios y materiales, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

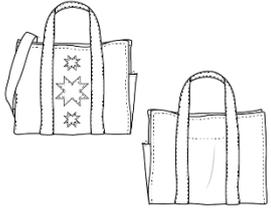
Mapu manalín		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 53	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN:		Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.			
AVIO Nº7: Clavo de fondo Nombre: Clavo de fondo 15 mm, de hierro. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$20,74 c/u. Consumo promedio: 4 u. Precio total: \$82,96.				MATERIAL Nº1: cinta polipropileno Nombre: Cinta alta tenacidad 40 mm, polipropileno. Proveedor: CRASH insumos. Color: negro. Presentación: por metro. Precio: \$196,14 x metro. Consumo promedio: 70 cm. Precio total: \$137,29.	
MATERIAL Nº2: cuero flex Nombre: cueroflex al cromo de 1,25 mm. Proveedor: ALESERCABRA. Presentación: por plancha de 85 x 70 cm. Precio: \$1600 por plancha. Consumo promedio: 40 cm. Precio total: \$914.				MATERIAL Nº3: hilo macramé Nombre: hilo macramé algodón. Proveedor: almacén de Pandora. Color: Habano 17 y Blanco 01. Presentación: por 100 gr. Precio: \$950 x 100 gr. Consumo promedio: 100 gr de c/ color. Precio total: \$1900.	
MATERIAL Nº4: hilado de algodón Nombre: hilado de algodón. Proveedor: almacén de Pandora. Color: Blanco 0 y Caramel 48. Presentación: por 100 gr. Precio: \$1300 x 100 gr. Consumo promedio: 50 gr de c/ color. Precio total: \$1300.					
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura nº71: ficha técnica de avios y materiales, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

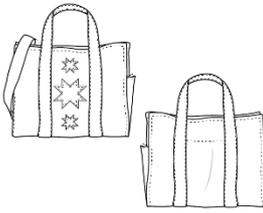
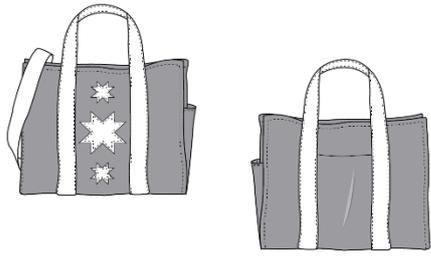
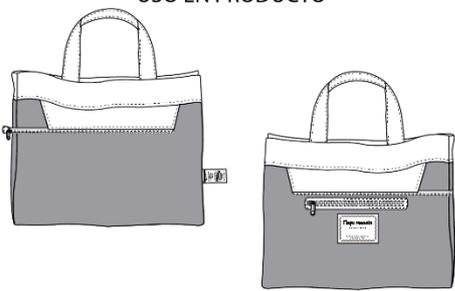
Mapu manalu		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N° 54
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: CMM100	NOMBRE COMERCIAL: Cartera Guñelve.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Cartera de mano, con manijas tejidas y correa desmontable. Acceso mediante cierre. Apliques de cuero en frente. Tejido en caras laterales.				
TEXTIL PRINCIPAL				
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: texturizada. Composición: 100% cuero. Color: blanco. Tamaño: 110 cm x 90 cm. Precio x metro: \$2000. Consumo promedio: 90 cm. Precio total: \$1800.</p>		<p style="text-align: center;">USO EN PRODUCTO</p>  <p style="text-align: center;">FRENTE, ESPALDA, LATERALES Y BASE</p>		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> 
TEXTIL SECUNDARIO				
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: blanco y negro. Precio x metro: negro \$4800 y marrón \$3600. Consumo promedio: 12 cm negro 8 cm marrón. Precio total: \$576 negro, marrón \$288.</p>		<p style="text-align: center;">USO EN PRODUCTO</p>  <p style="text-align: center;">APLIQUES EN CENTRO FRENTE</p>		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> 
TEXTIL FORRERÍA				
<p>Nombre: lienzo de algodón. Proveedor: TELAS SHOP. Tipo de tela: tejido plano. Composición: 100% algodón. Color: natural (tinte natural nude cáscara de nuez + alumbre de pot.) Precio x metro: \$1020 (ancho 160 m) Consumo promedio: 30 cm Precio total: \$306.</p>		<p style="text-align: center;">USO EN PRODUCTO</p>  <p style="text-align: center;">INTERIOR FRENTE, ESPALDA Y LATERALES</p>		<p style="text-align: center;">MUESTRA</p> 
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)		

Figura n°72: ficha técnica de avios y materiales, cartera Guñelve. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.10 Diseño nº10

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA N° 55
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BCB100	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Chelliú.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Tote bag, de asas tejidas con telar Mapuche, con bordado de conchas buzio.				

FRENTE

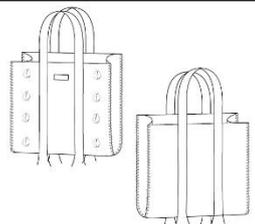
- Costura superpuesta para asas tejidas y base de cuero, terminación al corte. Hilo color natural
- Terminación al corte para boca del bolso
- Costura recta para etiqueta de cuero con logo grabado, hilo a tono. Terminación al corte
- Ojales de 5 mm hechos con sacabocados. Laterales cosidos a mano con tiento de cuero a tono, 5 mm.
- Ojal de 1 mm con punzon, por donde se cose a mano el orificio para colocar los caracoles.

ESPALDA

- Broche resorte en cada esquina superior de los fuelles, que permiten ampliar y estrechar el bolso
- Base reforzada con cuero flex interno
- Costura recta de tiras al cuerpo de la cartera para reforzar (hasta antes de los flecos).

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº73: ficha técnica de producto, tote Chelliu. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manal		FICHA TÉCNICA DE MEDIDAS	FICHA Nº 56
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: BCB100	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Chelliu.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Tote bag, de asas tejidas con telar Mapuche, con bordado de conchas buzio.			

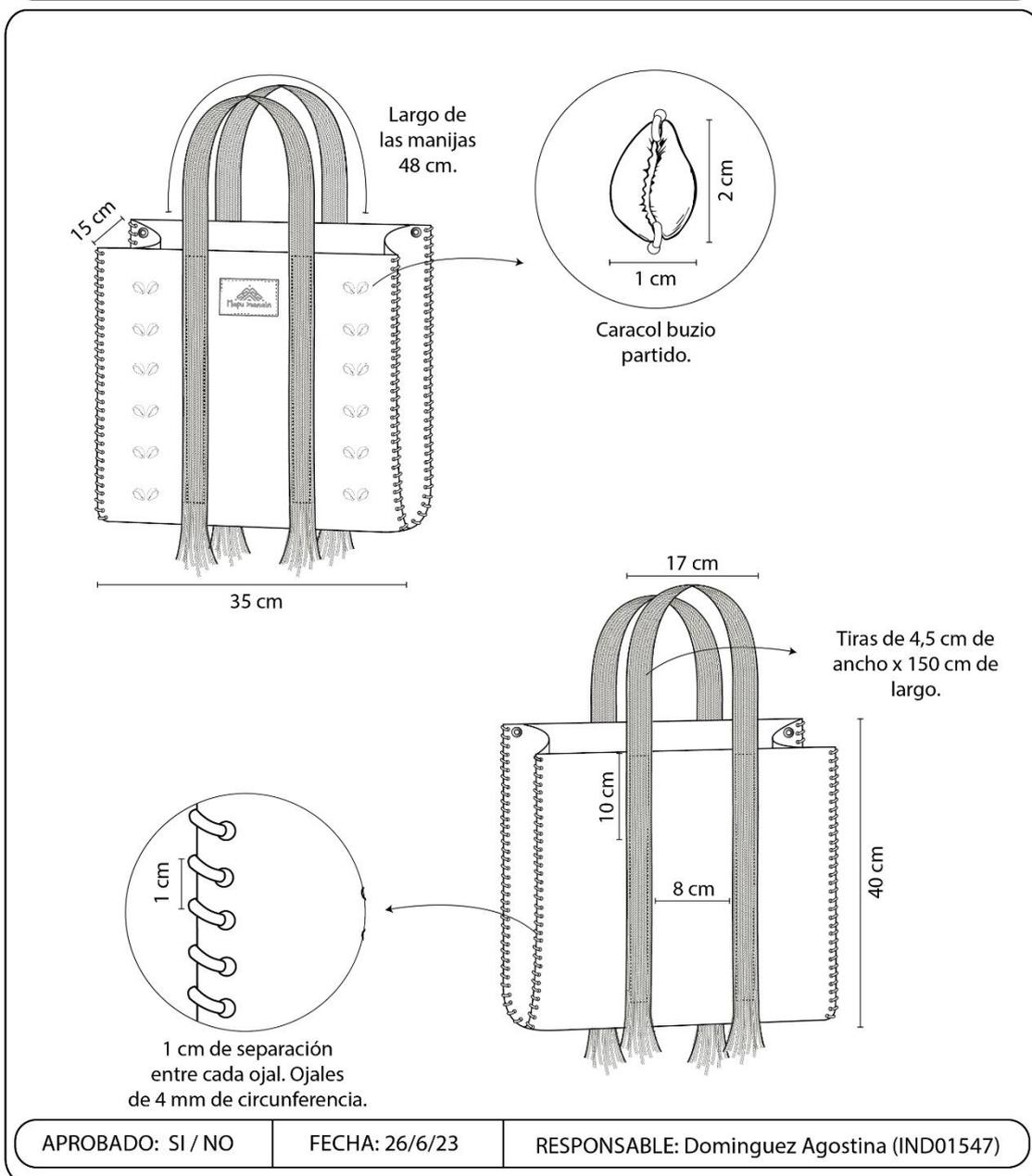
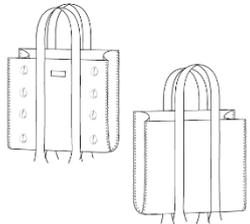


Figura nº74: ficha técnica de medidas, tote Chelliu. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	FICHA Nº 57
COLECCIÓN: FW2022	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: BCB100	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Chelliú.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Tote bag, de asas tejidas con telar Mapuche, con bordado de conchas buzio.			

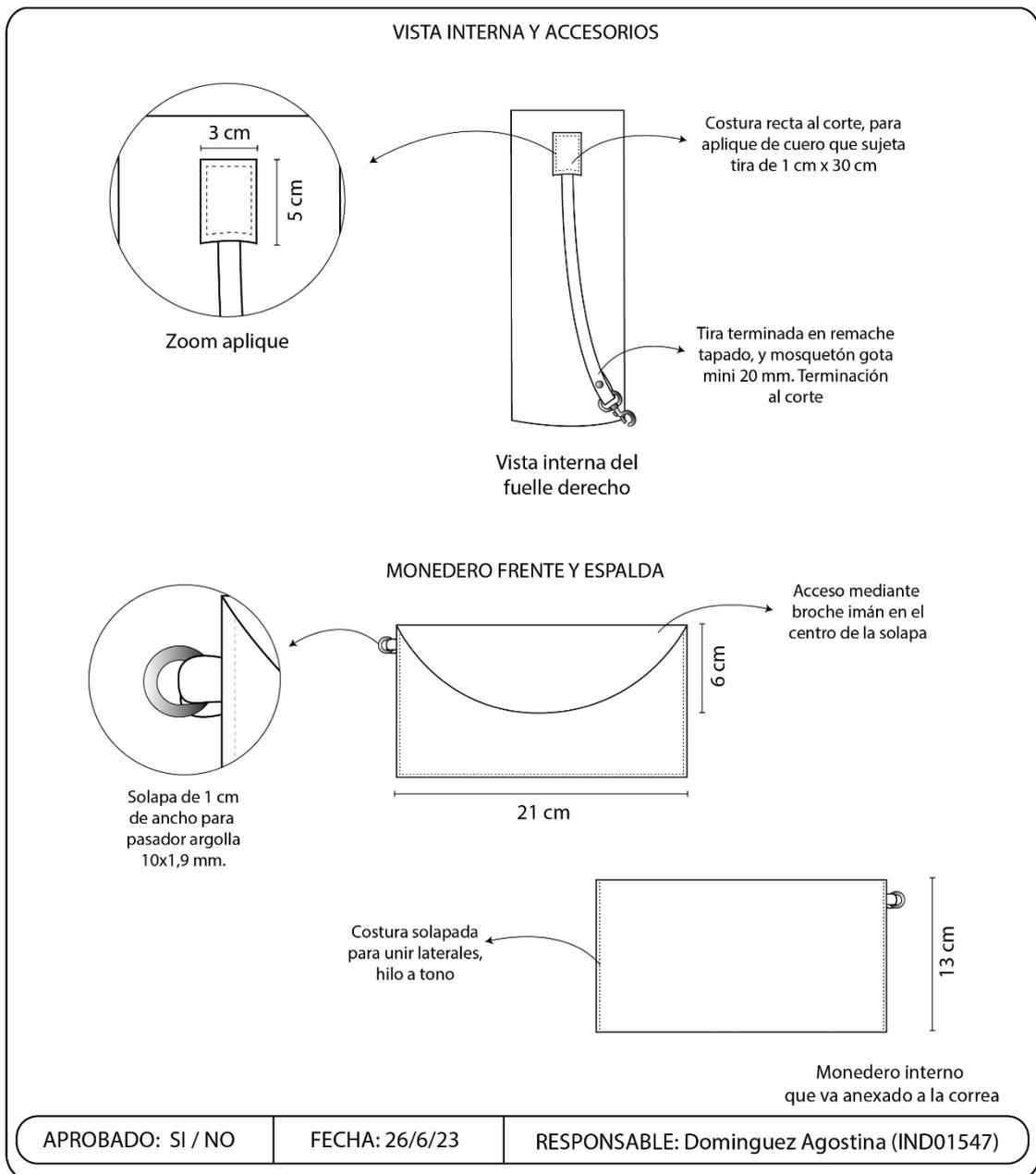
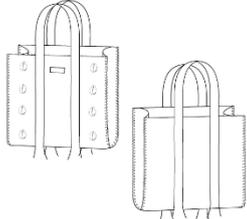


Figura nº75: ficha técnica de producto y medidas, tote Chelliu. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE BORDADO		FICHA Nº 58
COLECCIÓN: FW2022	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BCB100	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Chelliú.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Tote bag, de asas tejidas con telar Mapuche, con bordado de conchas buzio.				

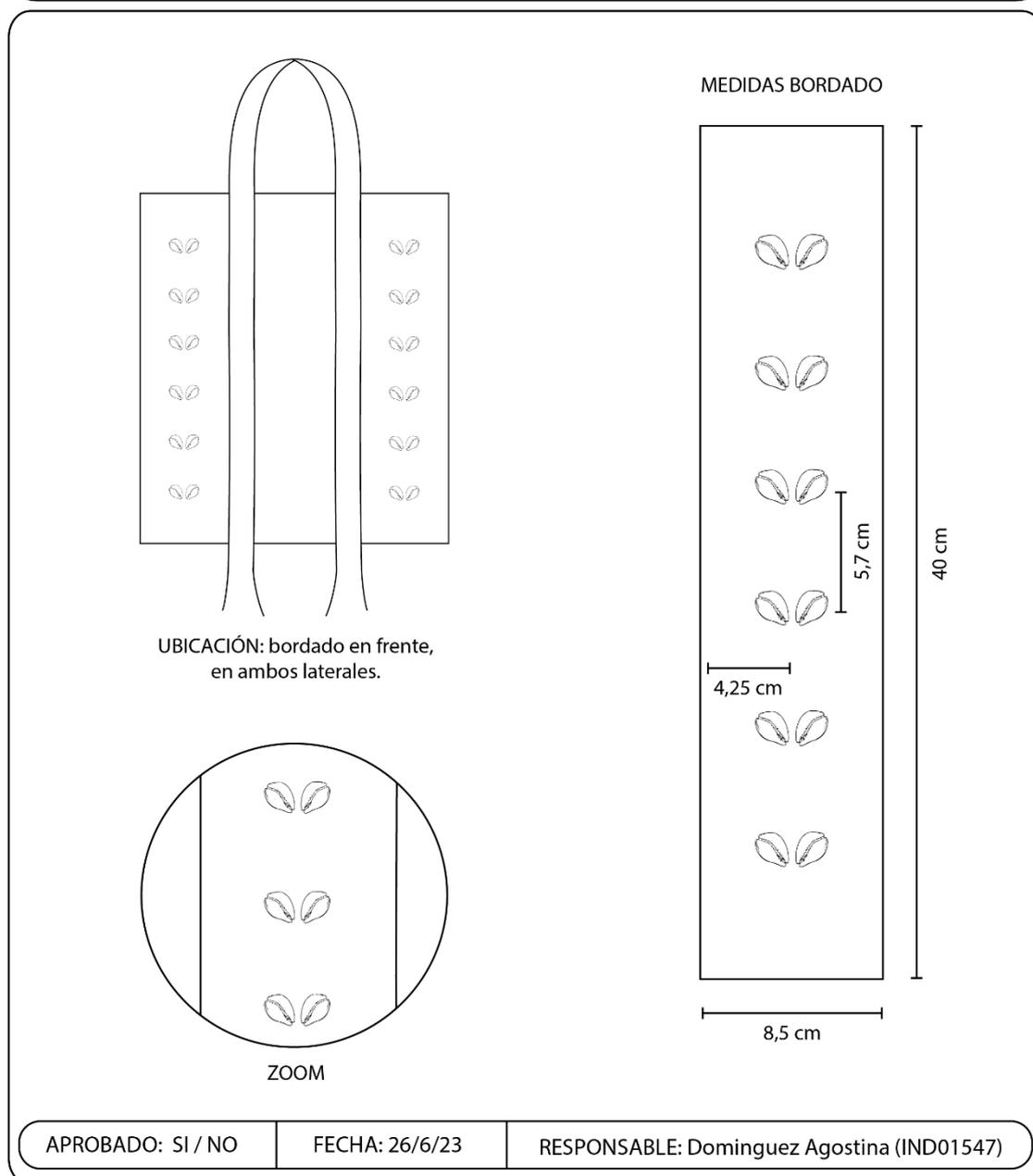
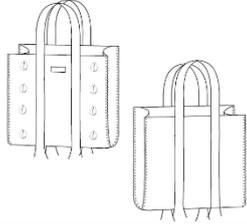
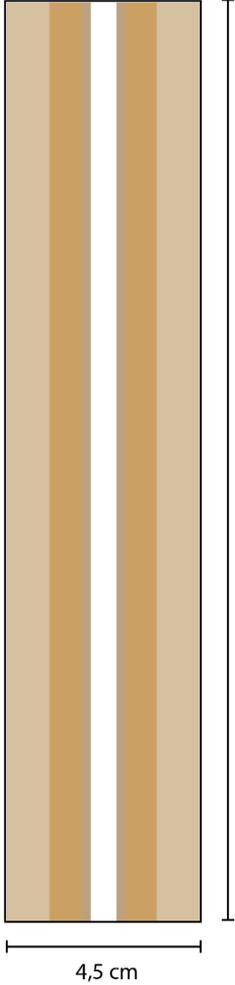


Figura nº76: ficha técnica de bordado, tote Chelliú. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA Nº 59
COLECCIÓN: FW2022	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BCB100	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Chelliú.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Tote bag, de asas tejidas con telar Mapuche, con bordado de conchas buzio.				

TIPO DE TEJIDO: llano



4,5 cm

100 cm



CORREAS
UBICACIÓN EN PRODUCTO



ZOOM TEJIDO

Lana semi gorda color Blanco 0,
Manteca 70299, Dulce de leche 43 y Marrón 7.

Márgen de 2 cm para costura

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº77: ficha técnica de tejido, tote Chelliú. Fuente: elaborado por el autor.

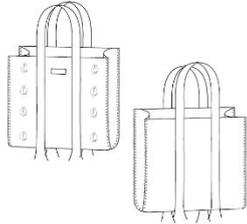
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N°60	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: BCB100	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Chelliú.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Tote bag, de asas tejidas con telar Mapuche, con bordado de conchas buzio.					
AVIO N°1: Tiento de cuero Nombre: tiento de cuero a tono. Proveedor: LEDO cueros prod. propia. Presentación: tiras de 6 mm. Precio: \$3600 x m. Consumo promedio: 300 cm. Precio total: \$65.				AVIO N°2: Caracol buzio Nombre: Caracol buzio natural partido. Proveedor: Mercería Moda Shop. Color: natural. Presentación: por gramos. Precio: \$450 x 200 gramos. Consumo promedio: 24 unidades.	
AVIO N°3: Mosquetón gota Nombre: Mosquetón gota mini 20 mm. níquel. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$94,90 cada uno. Consumo promedio: 1 u.				AVIO N°4: Pasador argolla Nombre: Pasador argolla 10x 1,99 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$5,26 cada uno. Consumo promedio: 1 u.	
AVIO N°5: Broche imán Nombre: Broche imán de 14 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$11,50 cada uno. Consumo promedio: 1 u.				AVIO N°5: Broche resorte Nombre: Broche resorte 12,5 mm Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por 200 u. Precio: \$3.493,93 x 200 u. Consumo promedio: 2 u. Precio total: \$34,93.	
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura n°78: ficha técnica de avios y materiales, tote Chelliú. Fuente: elaborado por el autor.

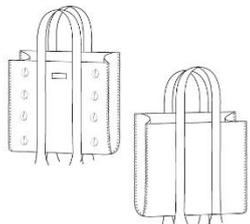
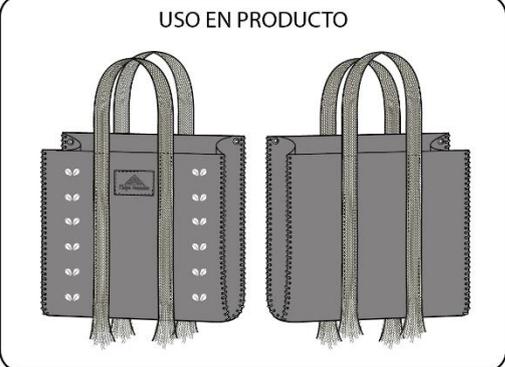
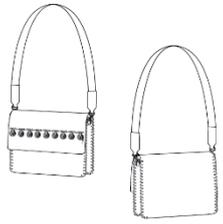
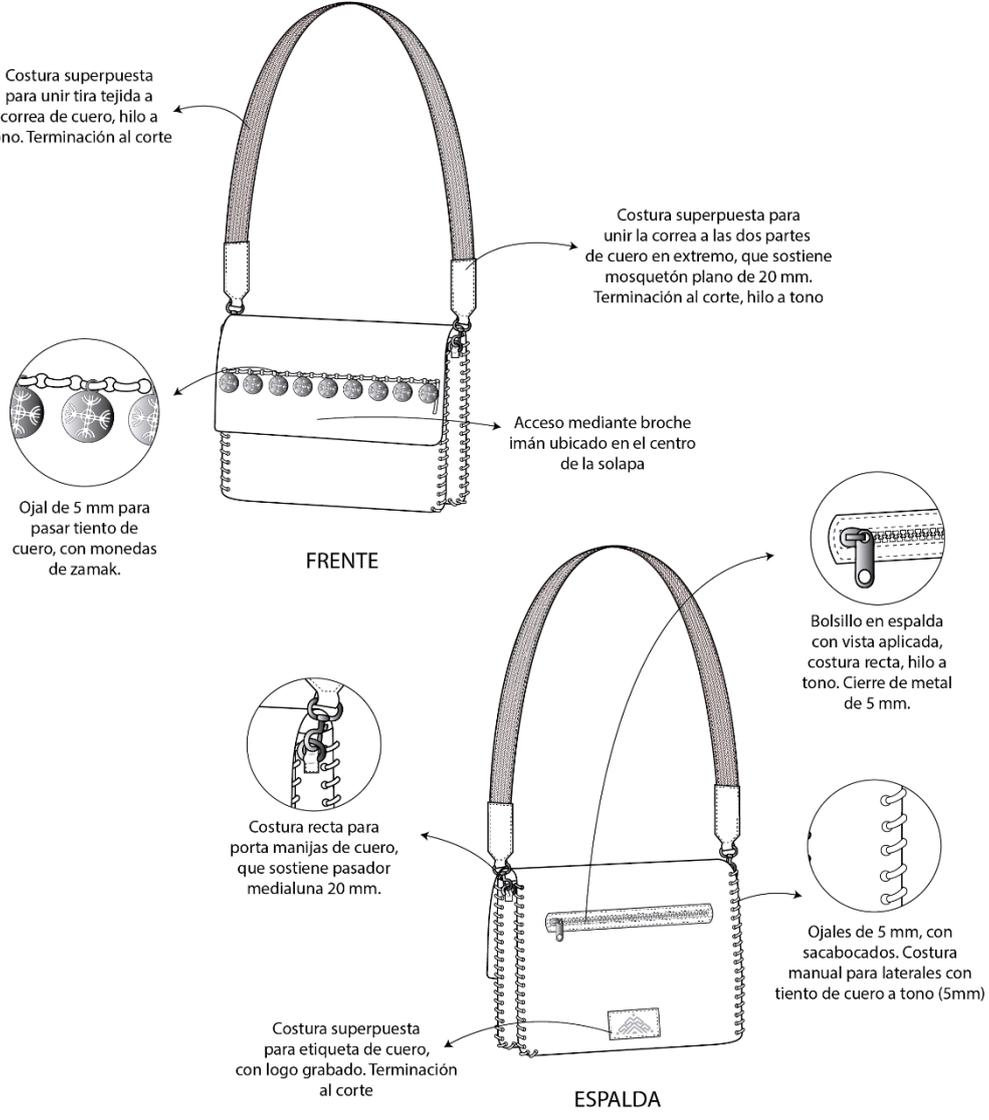
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N° 61	
COLECCIÓN: FW2022	LINEA: hecho a mano,				
ARTICULO: BCB100	NOMBRE COMERCIAL: Bolso Chelliú.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Tote bag, de asas tejidas con telar Mapuche, con bordado de conchas buzio.					
MATERIAL N°1: Lana semi gorda Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: Blanco 0, Manteca 70299, Dulce de leche 43 y Marrón 7. Presentación: por 100 gr (\$600). Consumo promedio: Manteca 60 gr, dulce de leche 50 gr, blanco 40 gr y marron 20 gr.			MATERIAL N°2: cueroflex Nombre: cueroflex al cromo de 1,25 mm. Proveedor: ALESERCABRA. Presentación: por plancha de 85 x 70 cm. Precio: \$1600 por plancha. Precio total: \$752. Consumo promedio: 40 cm.		
TEXTIL PRINCIPAL Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón oscuro. Largo del material: 1,53 m. Precio x metro: \$3600. Consumo promedio: 50 cm. Precio total: \$1800.		USO EN PRODUCTO 		MUESTRA 	
APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)			

Figura n°79: ficha técnica de avios y materiales, tote Chelliú. Fuente: elaborado por el autor.

8.2.11 Diseño nº11

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		FICHA N° 62	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: BCM105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Kullin.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Bandolera rectangular, con tiras desmontables, laterales cosidos a mano y bordado de monedas en frente.					



FRENTE

- Costura superpuesta para unir tira tejida a correa de cuero, hilo a tono. Terminación al corte
- Costura superpuesta para unir la correa a las dos partes de cuero en extremo, que sostiene mosquetón plano de 20 mm. Terminación al corte, hilo a tono
- Ojal de 5 mm para pasar tiento de cuero, con monedas de zamak.
- Acceso mediante broche imán ubicado en el centro de la solapa

ESPALDA

- Bolsillo en espalda con vista aplicada, costura recta, hilo a tono. Cierre de metal de 5 mm.
- Ojales de 5 mm, con sacabocados. Costura manual para laterales con tiento de cuero a tono (5mm)
- Costura recta para porta manijas de cuero, que sostiene pasador medialuna 20 mm.
- Costura superpuesta para etiqueta de cuero, con logo grabado. Terminación al corte

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura nº80: ficha técnica de producto, bandolera Kullin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE MEDIDAS	FICHA N° 63
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.		
ARTICULO: BCM105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Kullin.		
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.		
DESCRIPCIÓN: Bandolera rectangular, con tiras desmontables, laterales cosidos a mano y bordado de monedas en frente.			

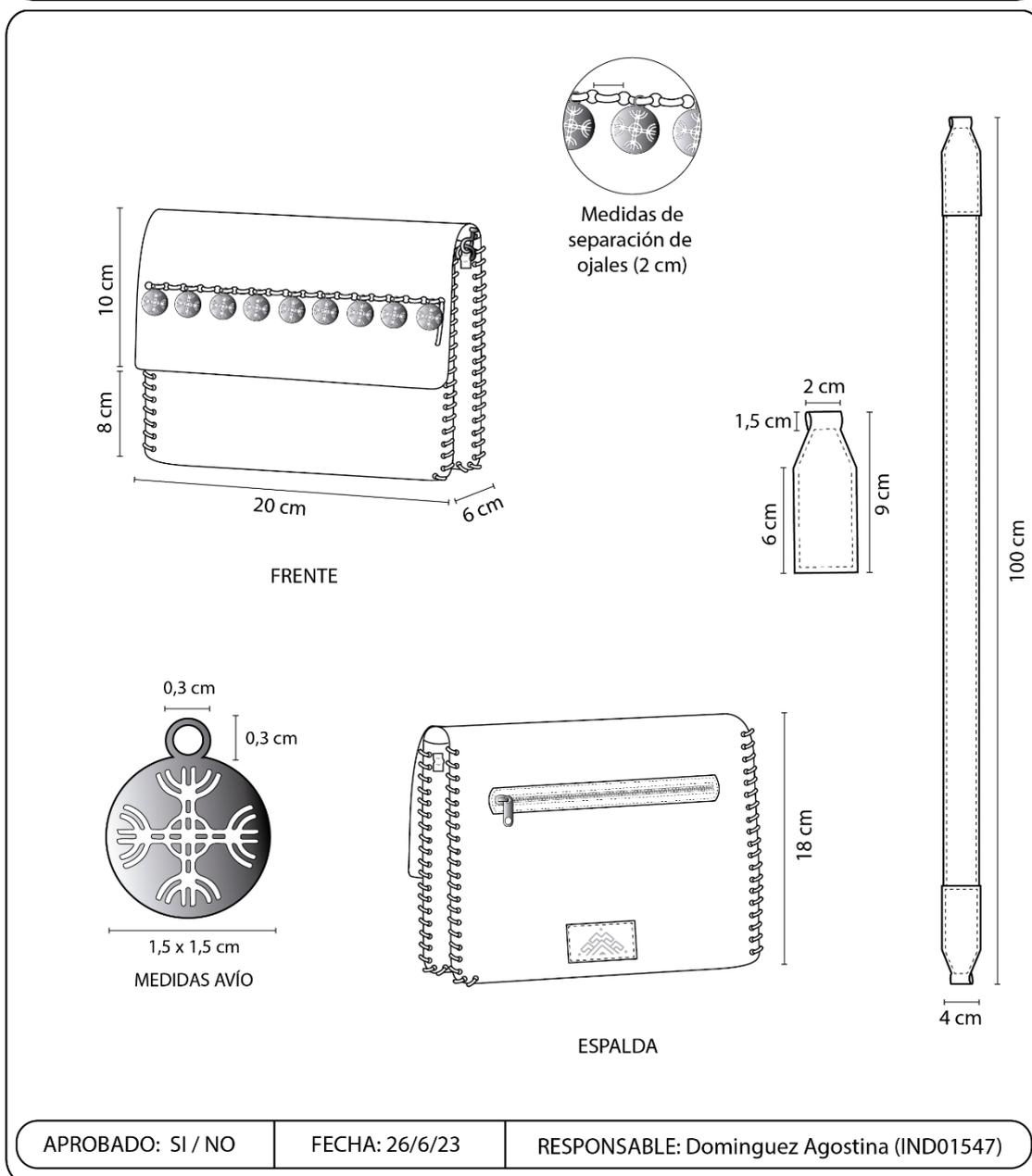
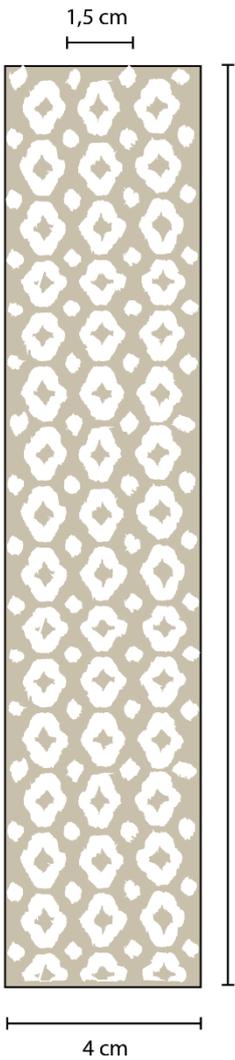


Figura nº81: ficha técnica de medidas, bandolera Kullin. Fuente: elaborado por el autor.

Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE TEJIDO		FICHA N° 64	
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.				
ARTICULO: BCM105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Kullin.				
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.				
DESCRIPCIÓN: Bandolera rectangular, con tiras desmontables, laterales cosidos a mano y bordado de monedas en frente.					

TIPO DE TEJIDO: ojo de guanaco



1,5 cm

100 cm

4 cm



CORREAS
UBICACIÓN EN PRODUCTO



ZOOM TEJIDO

Lana semi gruesa color blanco 0 (dibujo)
Lana semi gorda color beige oscuro 8 (fondo)

Márgen de 2 cm para costura

APROBADO: SI / NO	FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)
-------------------	----------------	--

Figura n°82: ficha técnica de tejido, bandolera Kullin. Fuente: elaborado por el autor.

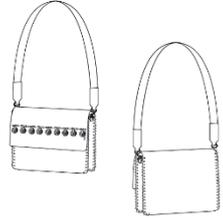
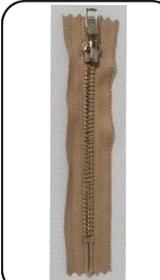
Mapu manalu		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA N°65			
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.						
ARTICULO: BCM105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Kullin.						
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.						
DESCRIPCIÓN: Bandolera rectangular, con tiras desmontables, laterales cosidos a mano y bordado de monedas en frente.							
AVIO N°1: Tiento de cuero Nombre: Tiento de cuero a tono. Proveedor: producción propia. Color: marrón claro. Presentación: tiras de 5 mm. Precio: \$3600 x m. Consumo promedio: 130 cm. Precio total: \$20.				AVIO N°2: Monedas zamak Nombre: Monedas con cuello, producción propia. Proveedor: Yavic Passaparola. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$800 c/u. Consumo promedio: 9 unidades.			
AVIO N°3: Mosquetón plano Nombre: Mosquetón plano 20 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$172,54 cada uno. Consumo promedio: 2 u.				AVIO N°4: Pasador medialuna Nombre: Pasador medialuna de 20 x 3 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$14,89 cada uno. Consumo promedio: 2 u.			
AVIO N°5: Cierre de metal Nombre: Cierre de metal de 16 cm. Proveedor: CRASH insumos. Color: marrón. Presentación: por unidad. Precio: \$269,37 cada uno. Consumo promedio: 1 u.				AVIO N°6: Broche imán Nombre: Broche imán de 18 mm. Proveedor: CRASH insumos. Color: níquel. Presentación: por unidad. Precio: \$50,85 cada uno. Consumo promedio: 1 u.			
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23		RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)			

Figura n°83: ficha técnica de avios y materiales, bandolera Kullin. Fuente: elaborado por el autor.

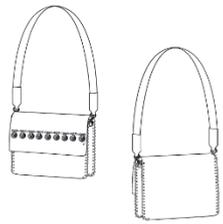
Mapu manaln		FICHA TÉCNICA DE AVIOS Y MATERIALES		FICHA Nº 66
COLECCIÓN: FW2023	LINEA: hecho a mano.			
ARTICULO: BCM105	NOMBRE COMERCIAL: Bandolera Kullin.			
MODELO: rústico.	TEMPORADA: Otoño-Invierno.			
DESCRIPCIÓN: Bandolera rectangular, con tiras desmontables, laterales cosidos a mano y bordado de monedas en frente.				
<p>MATERIAL Nº1: Lana semi gorda</p>				
<p>Nombre: lana semigorda SOFTY. Proveedor: almacén de Pandora. Color: blanco 0 y beige oscuro 8. Presentación: por 100 gr. Precio: \$600 x 100 gr. Consumo promedio: 40 gr c/u. Precio total: \$480.</p>				
<p>TEXTIL PRINCIPAL</p>				
<p>Nombre: cuero bovino. Proveedor: LEDO Cueros. Tipo de tela: curtido al natural. Composición: 100% cuero. Color: marrón. Largo del material: 1,53 m. Presentación: media piel (retazo). Precio x metro: \$3600. Consumo promedio: 30 cm. Precio total: \$1080.</p>		<p>USO EN PRODUCTO</p> 		<p>MUESTRA</p> 
APROBADO: SI / NO		FECHA: 26/6/23	RESPONSABLE: Dominguez Agostina (IND01547)	

Figura nº84: ficha técnica de avios y materiales, bandolera Kullin. Fuente: elaborado por el autor.

8.3 Carta de materiales y avíos

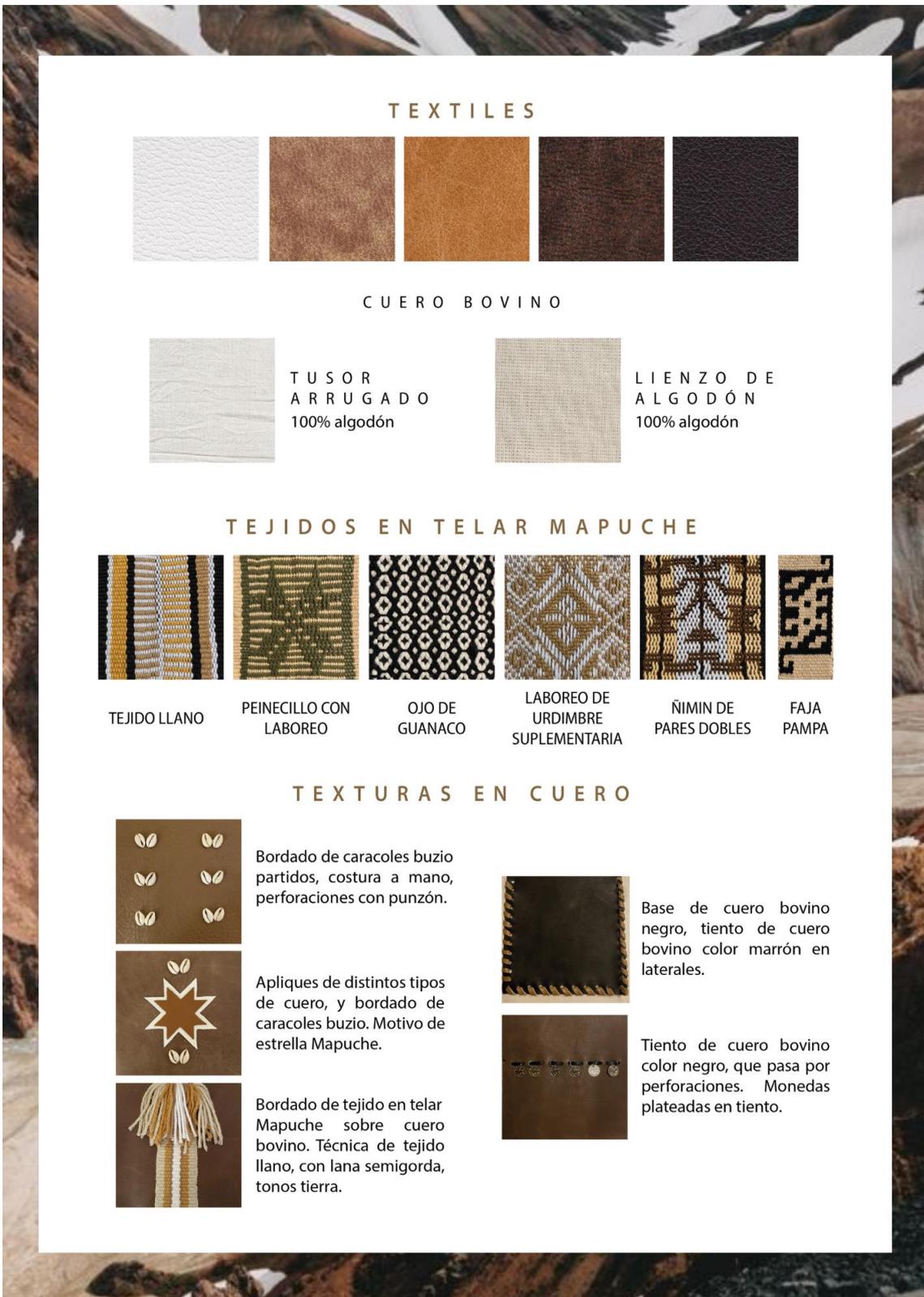


Figura nº85 carta de materiales y tejidos. Fuente: elaborado por el autor.

TINTES NATURALES

CÁSCARA DE CEBOLLA MORADA



TUSOR

Bicarbonato de sodio +
alumbre de potasio



LIENZO DE
ALGODÓN



TUSOR

Bicarbonato de sodio +alumbre
de potasio + sulfato de hierro



LIENZO DE
ALGODÓN

CÁSCARA DE NUEZ



TUSOR

Bicarbonato de sodio +
alumbre de potasio



LIENZO DE
ALGODÓN



TUSOR

Bicarbonato de sodio +alumbre
de potasio + sulfato de hierro



LIENZO DE
ALGODÓN

POROTOS NEGROS



TUSOR

Bicarbonato de sodio +
alumbre de potasio



LIENZO DE
ALGODÓN



TUSOR

Bicarbonato de sodio +alumbre
de potasio + sulfato de hierro



LIENZO DE
ALGODÓN

CÁSCARA DE CEBOLLA



TUSOR

Bicarbonato de sodio +
alumbre de potasio



LIENZO DE
ALGODÓN



TUSOR

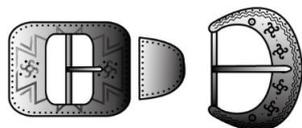
Bicarbonato de sodio +alumbre
de potasio + sulfato de hierro



LIENZO DE
ALGODÓN

Figura nº86 carta de materiales y tejidos. Fuente: elaborado por el autor.

AVÍOS



HEBILLAS



APLIQUES



Caracol buzio partido

Piedras de nácar



Argolla



Medialuna



Dado



Imán



Resorte



Mosquetón plano



Regulador dado plano

PASADORES

BROCHES



De nylon nº5



Diente de perro YKK



De metal



Monofilamento



Clavo de fondo



Deslizador puente abierto



Tiracierre



Remaches

CIERRES

HILADOS



Verde militar 12

Negro 0

Marrón 9

Marrón 7

Beige oscuro 8

Dulce de leche 43

Arena 20

Manteca 70299

Bianco 1

Celeste 16



Habano 17

Crudo 37

Bianco 0

Negro 19



Caramel 48

Bianco 01

LANA SEMIGORDA

HILO MACRAMÉ

HILADO DE ALGODÓN

Figura nº87 carta de materiales y tejidos. Fuente: elaborado por el autor.

8.4 Prototipos

8.4.1 Diseño nº6: Mochila Wangulen







8.4.2 Diseño nº8: Porta celular Kullin





8.4.3 Diseño nº9: Cartera Guñelve







8.4.4 Diseño nº10: Tote Chelliu







Capítulo IX. Propuesta final de marca

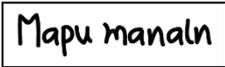
9.1 Identidad de marca



Identidad de marca

VARIANTES DE LOGO





PALETA DE COLORES



#cbc1ae
RGB: 203193174
CMYK: 2324330



#91765a
RGB: 14511890
CMYK: 4557712



#655340
RGB: 1018364
CMYK: 59707821



#676b55
RGB: 10310785
CMYK: 6854739



#b0c4d8
RGB: 176196216
CMYK: 4017130



#000000
RGB: 000
CMYK: 84837380

FUENTES

Myriad Pro

AaBbCcDdEeFf
GgHhIiJjKkLlMm
NnÑñOoPpQqRr
SsTtUuVvWwXxYyZz

Mons Typewriter

AaBbCcDdEeFf
GgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTt
UuVvWwXxYyZz

Candara

AaBbCcDdEeFf
GgHhIiJjKkLlMm
NnÑñOoPpQqRr
SsTtUuVvWwXxYyZz

Figura nº88: diseño de identidad de marca. Fuente: elaborado por el autor.

9.1.1 Denominación de marca

La denominación elegida para la presente marca es Mapu manaln. “Manaln” en mapudungun hace referencia a ofrecer algo a alguien, y “mapu” significa tierra, por lo que el significado del nombre de la marca quiere decir: ofrecer un pedazo de tierra. Para la comunidad Mapuche la Tierra es su bien máspreciado, a la que le tienen cariño, porque son personas de la tierra, y viven de ella. De esta manera, al llevar un accesorio de la marca, se está llevando consigo un pedacito de tierra Mapuche, cargado de sus tradiciones, costumbres, simbologías, cosmovisión, y por sobre todo, cariño.

Este concepto está iluminado por una reflexión hecha por Tránsito Segundo Lipan, una integrante del pueblo Mapuche, Comuna de Saavedra, en una entrevista:

“El mapuche le tiene cariño a la tierra porque somos de la tierra, dependemos de la tierra. Nosotros pertenecemos a la tierra porque vivimos en armonía con ella, nos cobija cada día y decimos que nosotros afloramos desde la tierra porque nuestra concepción de tierra, según nuestros antepasados, es que todos nacemos de la tierra y eso significa mapuche... y vivimos de acuerdo en armonía con ella con el cosmos mismo. Todo lo que vemos, todo lo relacionamos a la tierra, la fuerza que viene de la tierra” (Curivil, 2019).

9.1.2 Imagotipo

El gráfico seleccionado para representar consta del logo principal, acompañado de la frase “hecho a mano”, para reforzar el valor artesanal. La tipografía primaria seleccionada está hecha a mano, y computarizada, enfatizando este valor:



“Hecho a mano” escrito con fuente Myriad Pro, un tipo de escritura simple que acompaña a la fuente principal, sin resaltar demasiado, dejándole el protagonismo al nombre de la marca.

Por encima del logo, se encuentra un gráfico que representa a la figura legendaria de la araña o la “Llalin Kushe”, que para los Mapuches es la dueña del hilado y del tejido, a partir de quien se originó la técnica del diseño textil en telar araucano.

Todos estos elementos representan la esencia de Mapu Manalín, combinando el amor hacia la tierra y los valores de esta cultura, junto con la exhibición iconográfica de la representante del tejido en telar Mapuche, práctica en la que se destaca la presente marca.

9.1.3 Misión

Desarrollar productos de marroquinería artesanal, que contribuyan a perpetuar nuestra cultura e identidad como argentinos, a través de la revalorización de las técnicas textiles y la cultura del pueblo originario Mapuche. Contemplando el impacto ambiental, el uso de materia prima local, el salario justo y el respeto a los tiempos de producción.

9.1.4 Visión

Convertirnos en la marca de marroquinería argentina más reconocida del país, por sus medidas sociales, sustentables y culturales.

9.1.5 Valores

Contar historias a través de cada producto. Nuestros tejidos y avíos tienen significados de la cultura Mapuche, los cuales remiten a simbologías e iconografías sagradas, creadas por los integrantes de dicho pueblo originario.

Respeto a las manos creadoras. Las técnicas de tejido en telar Araucano y tinte natural conllevan su tiempo de creación, y creemos fuertemente en el respeto al valor manual de los mismos y a la vocación de todas aquellas manos involucradas en el proceso de producción.

Cuidado al medio ambiente. Velamos por el cuidado del entorno que habitamos, creando productos que conllevan el menor impacto posible.

Retribución al pueblo originario Mapuche. Damos a conocer la identidad del pueblo Mapuche y contribuimos al mismo a través de la difusión de su cultura en cada accesorio. Creamos proyectos paralelos que conectan a la comunidad Mapuche con el resto de los argentinos.

9.2 Etiquetería

9.2.1 Etiquetas internas de colección

Para los diseños que cuentan con forrería, la etiqueta interior está hecha de tursor arrugado 100% algodón, teñido con tintes naturales, los cuales varían según el color de la forrería de cada producto. Vinilo termotransferible para logotipo y especificaciones de la colección. Las mismas se colocan al corte, aprovechando el deshilachado del propio textil, sobre un aplique de cuero a tono con el del diseño (6 x 9 cm).

9.2.2 Etiquetas internas de cuidado

Otra adición a los diseños que cuentan con forrería, son las etiquetas de cuidado, en las que se especifica la razón social de la empresa, CUIT, país de origen, los materiales que componen el producto y las normas de lavado. Estampadas mediante vinilo termotransferible, sobre una cinta falletina blanca, de 4 cm de ancho por 12 de

largo (8 mm de margen de costura en la parte superior). Para los productos que no cuentan con forrería, la etiqueta de cuidados se estampa de la misma manera, pero sobre retazos de cuero, la cual posteriormente se añade junto con las etiquetas externas de papel plantable.

9.2.3 Etiquetas externas

Etiquetas con grabado láser, de cuero a tono con cada producto (retazos restantes), que cuentan con el nombre de la marca, visibles en el exterior de los diseños. 2 cm x 5 cm.

Etiquetas con grabado láser en caso del cuero (retazos a tono), y apliques de zamak grabados, con el logo y el nombre de la marca, de 4 cm x 6 cm. No todos los productos llevan todas las etiquetas.



Figura nº89: etiquetas internas y externas. Fuente: elaborado por el autor.

9.2.4 Etiquetas externas de papel

Etiquetas de papel plantable, expuestas en el producto, amarradas con sobrantes de lana. La más pequeña (5cmx8cm) lleva impreso el geométral del accesorio, el logotipo de la marca y una frase representativa de la misma. La propuesta es que al reutilizar la caja para almacenar los productos, se coloque la etiqueta con el dibujo de los mismos, en el asa de la caja, lo que permite identificar el accesorio en el armario del usuario.

La más grande (6cmx10cm) explica la identidad de la marca y sus valores. En el reverso hay un código QR que lleva a un post en Instagram, donde se explica el proceso de plantado de las etiquetas.



Figura nº90: etiquetas externas de papel. Fuente: elaborado por el autor.

9.3 Packaging

En pos del cumplimiento del aspecto sustentable, se intenta implementar el uso de la menor cantidad de packaging posible. Por lo tanto, al adquirir productos en la tienda física, el packaging consta de una bolsa de tela reutilizable, una caja para transportarlos, y la etiquetería.

9.3.1 Packaging primario

Bolsa reutilizable de lienzo de algodón, de diferentes dimensiones, variando según el tamaño del accesorio. 60 x 46 cm para los más grandes, y 35 x 40 cm para los más pequeños. Estampa del logo en frente, acompañado de un dibujo, y una frase a su alrededor, logrados mediante vinilo termotransferible, en color marrón.

En el extremo superior cuenta con una cinta sarga de algodón en color crudo, la que permite el cierre y ajuste de la bolsa.

9.3.2. Packaging secundario

Para una mayor protección de los productos y facilidad de transportación, se los entrega en una caja de cartón que cuenta con asas y un cajón deslizable, que lleva el logotipo de la marca impreso en color blanco. El packaging puede ser reutilizable, ya que permite almacenar los accesorios en el mismo, dentro del armario del usuario. Además, se propone colocar la etiqueta que contiene el geometral del accesorio en las asas de la caja, para una mejor identificación del contenido de la misma.

Hecha de cartón micro corrugado e impresa mediante serigrafía, con tinte blanco. Las asas y la tira del cajón están fabricadas con cinta sarga de algodón.



Figura n°91: diseño de packaging. Fuente: elaborado por el autor.

9.4 Estrategias productivas

El objetivo de la presente marca es mantener una producción local, utilizando materias primas elaboradas en Argentina, evitando los traslados, reduciendo así, la contaminación por el uso de combustibles, y favoreciendo los comercios de cercanía. La materia prima como hilados, cueros, textiles y avíos, son adquiridos en la ciudad de Córdoba.

De esta manera, se genera un sistema de beneficio mutuo, tanto para el vendedor, como para la marca. Además, se emplea mano de obra local, promoviendo la oportunidad laboral a artesanos y productores argentinos. Los tejidos son elaborados por el taller de Ana Abbate, quien reside en la ciudad de Córdoba. Los productos en cuero son confeccionados en el taller “Seguí Mazoti”, en la localidad de Mendiolaza.

Además, se creó un acuerdo de recolección de desechos como cáscara de cebolla y de nuez, utilizados para los tintes naturales, en el que los dueños del mercado “Pilu” (Mendiolaza) en vez de descartarlos, los separan para la posterior recolección de los mismos.

Por otro lado, la producción es de pequeña escala, creando diseños únicos e irrepetibles, por el carácter artesanal de cada tejido, para así promover el consumo no masivo y consciente. Se diseñan dos colecciones por año, una para otoño-invierno y otra para primavera-verano, respetando los tiempos de producción de cada tejido y tipología. Además, se promueve el consumo consciente y no masivo, llevando a cabo el diseño de tipologías atemporales.

A continuación, se detalla el proceso productivo/método de trabajo:



Mapu manaln

Método de trabajo



Figura nº92: método de trabajo. Fuente: elaborado por el autor.

9.5 Estrategias comerciales

9.5.1 Comunicación

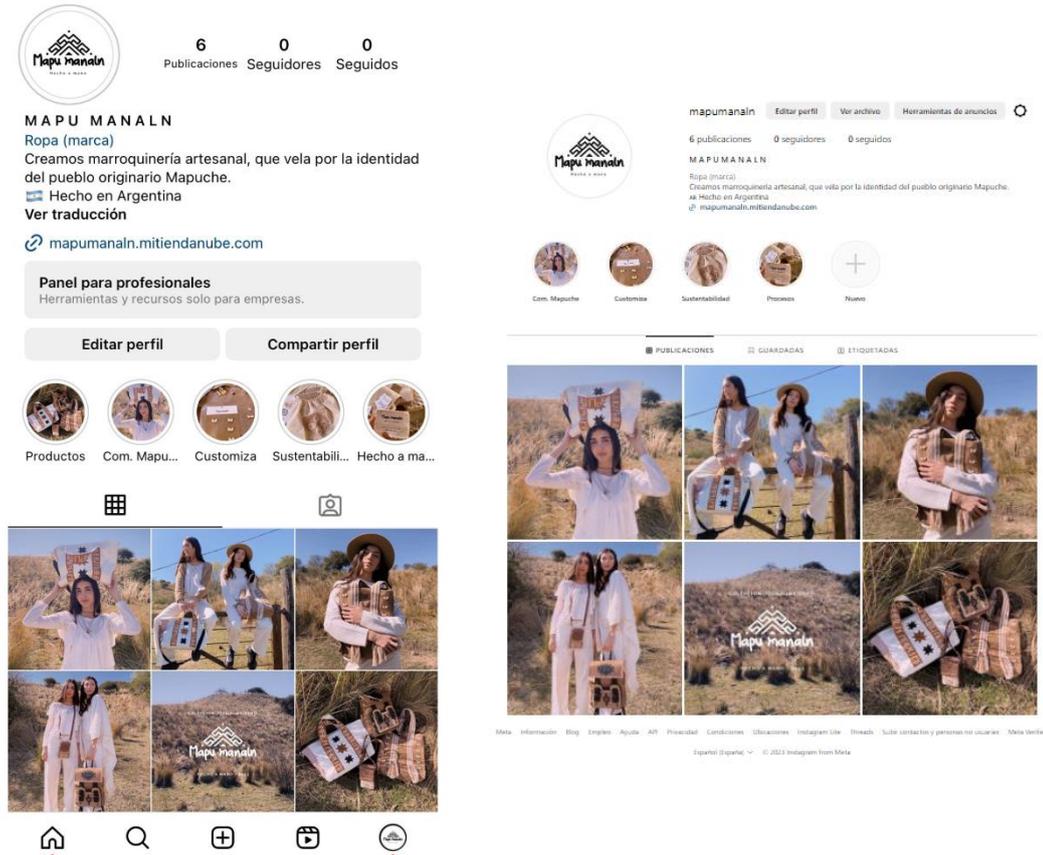
La marca cuenta con un rol activo como comunicadora para con los consumidores de la misma, principalmente desde el aspecto informativo y educador, en relación a la situación actual de la comunidad Mapuche. Como se ve reflejado en las encuestas a el público objetivo, existe un importante desconocimiento de la realidad que viven los integrantes de este pueblo originario, por lo que el objetivo principal en cuanto a la comunicación, es dar a conocer este aspecto, además de promover la revalorización de las tradiciones y técnicas del mismo.

Puntualmente, la idea es destinar posteos en las redes sociales, y un apartado en la página web, en donde se puedan dar a conocer testimonios y vivencias de dichos integrantes, aspectos de esta cultura, promover el aprendizaje del lenguaje, y las técnicas ancestrales Mapuches, como el tejido en telar Araucano, la simbología y los profundos significados que posee.

Por otro lado, también se utilizarán dichos medios, para mostrar el proceso productivo de cada uno de los diseños con los que cuenta la marca, con el objetivo de involucrar a los consumidores y dar visibilidad al trabajo que conlleva el producto terminado, quien lo creó y mediante qué técnicas, enfatizando en el valor artesanal y sustentable del mismo.

9.5.1.1 Instagram

Según los resultados obtenidos a partir de encuestas, el 64% de las encuestadas interactúa con marcas de accesorios y marroquinería a través de Instagram, por lo que dicha red es la principal utilizada a la hora de comunicar al usuario objetivo. Además, se vincula el link a la página web, lo que permite la fácil y rápida redirección hacia la misma, para obtener los diseños deseados.



Productos y proceso de producción:

Instagram es de utilidad para mostrar los productos que ofrece Mapu Manalín, posteando imágenes y videos de los mismos, desde diferentes ángulos y en situación de uso. También, se postean reels mostrando el proceso productivo de los accesorios y videos de campaña, como una manera de difundir la marca y llegar a más usuarios.

Las historias que muestran los diseños se dejarán guardadas en destacadas “productos” para que el público pueda acceder a ellas en cualquier momento.



Comunidad Mapuche:

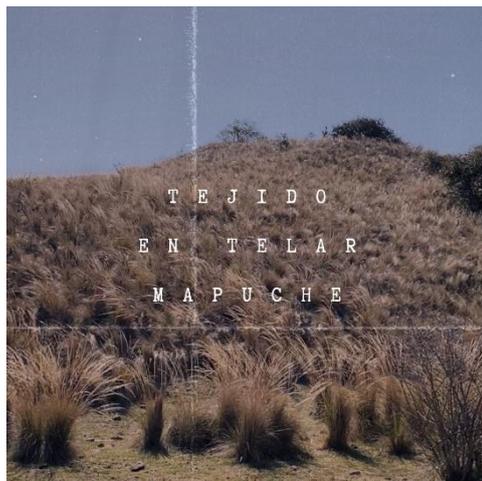
Por otro lado, el principal objetivo de este canal de comunicación, es el de dar a conocer sobre la cultura de la comunidad Mapuche y su situación en la actualidad, para informar y reforzar los conocimientos que tiene el consumidor sobre la cultura de Argentina y el pueblo originario Mapuche, ya que manifiestan un interés por estos temas, pero muchos lo desconocen totalmente o tienen entendimientos superficiales.

Es por este motivo que se destinarán posteos para contar sobre la identidad de dicha comunidad, dar visibilidad sobre su situación en la actualidad, el lenguaje, las técnicas de tejido en telar Mapuche, entre otras.

Post nº1



Post nº2: en el siguiente posteo la marca propone un curso en telar Mapuche, de la mano de Ana Abbate, para promover el aprendizaje de dicha técnica y darles la oportunidad a los usuarios, a interiorizarse en la cultura araucana.



Sustentabilidad:

Otro objetivo de las redes sociales, es comunicar mediante fotos, videos y posts, la forma en que se contribuye con el aspecto medioambiental y las maneras con las que cuenta la marca para disminuir el impacto en el entorno.



Estas historias se dejarán guardadas en la destacada “sustentabilidad”. Por otro lado, se publican las indicaciones para plantar las etiquetas de papel plantable.



9.5.1.2 Lookbook



M A
P U

02



ACCESORIOS ARTESANALES.
HECHOS EN ARGENTINA.
INSPIRADOS EN LA CULTURA
MAPUCHE. CREADOS A MANO.

M A
N A
L N



LOS DISEÑOS DE MAPU MANALN DESTACAN POR SU ORIGINALIDAD Y BELLEZA. LA CULTURA MAPUCHE ES RICA EN TRADICIONES Y ARTE. Y ESTOS ACCESORIOS REFLEJAN PERFECTAMENTE ESA HERENCIA. CADA PIEZA ES ÚNICA Y ESTÁ HECHA CON MATERIALES DE ALTA CALIDAD, LO QUE GARANTIZA SU DURABILIDAD Y RESISTENCIA. ADEMÁS, AL COMPRAR ESTOS ACCESORIOS ARTESANALES, ESTÁS APOYANDO A LOS ARTESANOS LOCALES Y CONTRIBUYENDO A PRESERVAR LA CULTURA, EL PATRIMONIO DE ARGENTINA Y EL MEDIO AMBIENTE. SI BUSCAS UN REGALO ESPECIAL O SIMPLEMENTE QUERES LUCIR UN ACCESORIO ÚNICO Y AUTÉNTICO, LOS ACCESORIOS ARTESANALES QUE OFRECEMOS NE MAPU MANALN SON UNA EXCELENTE OPCIÓN.

0 4



DISEÑOS CONFECCIONADOS EN CUERO 100% VACUNO, 100% ALGODÓN Y TINTES NATURALES. CONTEMPLANDO EL IMPACTO AMBIENTAL. HECHOS A MANO POR ARTESANOS LOCALES.



ESTA TIPOLOGIA ES PERFECTA PARA OCASIONES EN LAS QUE NECESITAMOS TRANSPORTAR MUCHOS OBJETOS. SE TRATA DE UN DISEÑO SIMPLE PERO CON ESTILO. SI ESTAS BUSCANDO UN BOLSO PRACTICO, RESISTENTE Y CON DISEÑO, ESTA TOTE BAG DE CUERO VACUNO ES IDEAL PARA VOS.

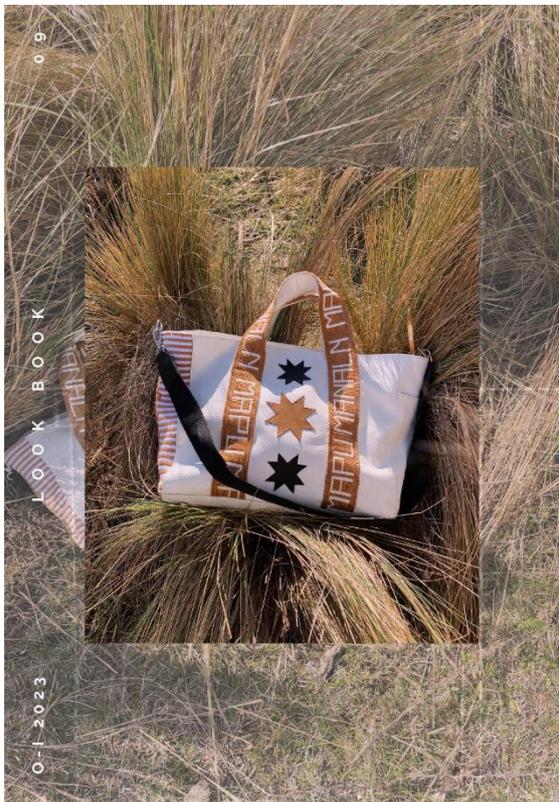
0 6



T O T E B A G



TEJIDO LLANO EN TELAR MAPUCHE, CONFECCIONADA EN TONOS TIERRA. EL USO DE LOS CARACOLES PROVIENE DE LA ORFEBRERÍA MAPUCHE, EN LA QUE INCORPORABAN ESTOS ELEMENTOS COMO ADORNO, EN COLLARES O LLANKATUS.



C A R T E R A
G U Ñ E L V E



CARTERA DE MANO EN CUERO 100% VACUNO. TEJIDO FAJA PAMPA Y PEINECILLO CON LABOREO. APLIQUES DE ESTRELLAS MAPUCHE EN CUERO DE DISTINTOS COLORES. FORRERÍA 100% ALGODÓN. TEÑIDA CON TINTES NATURALES.



C A R T E R A

EL DISEÑO CUENTA CON APLIQUES DE LA ESTRELLA O GUÑELVE MAPUCHE, Y EN EL LATERAL LOS ROMBOS INSPIRADOS EN LOS CERROS MONTAÑAS DONDE HABITABAN LOS MAPUCHES.

LAS CORREAS LLEVAN TEJIDAS MEDIANTE FAJA PAMPA. EL NOMBRE DE LA MARCA, CONFIRIENDOLE UN SELLO MÁS PERSONAL Y ACTUALIZANDO DE CIERTA MANERA, LA TECNICA DEL TEJIDO ARAUCANO.

CON ESTE DISEÑO ESTARÁS LUCIENDO NO SOLO UN ACCESORIO DE MODA, SINO TAMBIÉN UNA PIEZA QUE REPRESENTA LA DIVERSIDAD Y LA RIQUEZA CULTURAL DE NUESTRA REGIÓN. LLEVANDO CON ELLA UN PEDACITO DE HISTORIA A DONDE QUIERA QUE VAYAS.



G U Ñ E L V E



MOCHILA DE CUERO 100% VACUNO COLOR MARRÓN, CON DETALLES EN NEGRO, Y COMBINADA CON CUERO GAMUZADO. TEJIDO EN LABOREO DE URDIMBRE SUPLEMENTARIA EN BOLSILLO. LOS AVÍOS SON DE PRODUCCIÓN PROPIA, GRABADOS CON MOTIVOS MAPUCHES Y CREADOS EN BRONCE.

SE TRATA DE UNA TIPOLOGÍA TRENDY, PERO CARGADA DE CULTURA Y SIGNIFICADO. DE ESTA FORMA, PODEMOS VER POR LA CALLE, MUJERES ARGENTINAS LLEVANDO ACCESORIOS CULTURALES, PERO DE UNA MANERA ACTUALIZADA Y MODERNIZADA.



PORTA CELULAR
KULLIN

BANDOLERA DE TAMAÑO PEQUEÑO, PRÁCTICA Y QUE SE PUEDE UTILIZAR PARA TRANSPORTAR EL CELULAR Y OTROS OBJETOS COMO LLAVES O BILLETERA, SIN TENER QUE CARGAR CON UNA MOCHILA O UN BOLSO GRANDE. IDEAL PARA COMPLEMENTAR CUALQUIER OUTFIT, Y PERFECTA SI ESTÁS BUSCANDO COMODIDAD, ESTILO Y FUNCIONALIDAD EN UN SOLO ACCESORIO.





COLECCIÓN
RÚSTICA



9.5.2 Comercialización

El punto de venta principal de la marca es mediante un local físico ubicado en Córdoba Capital, lo que facilita la interacción en tiempo real de los clientes con los productos, que cuentan con muchos detalles que pueden ser apreciados de mejor manera.

La idea es incorporar elementos de la cultura Mapuche como la madera, la paja, la piedra, el laurel, estatuillas, alfombras con iconografía araucana, etc.



Figura n°93: moodboard decoración interior. Fuente: elaborado por el autor.

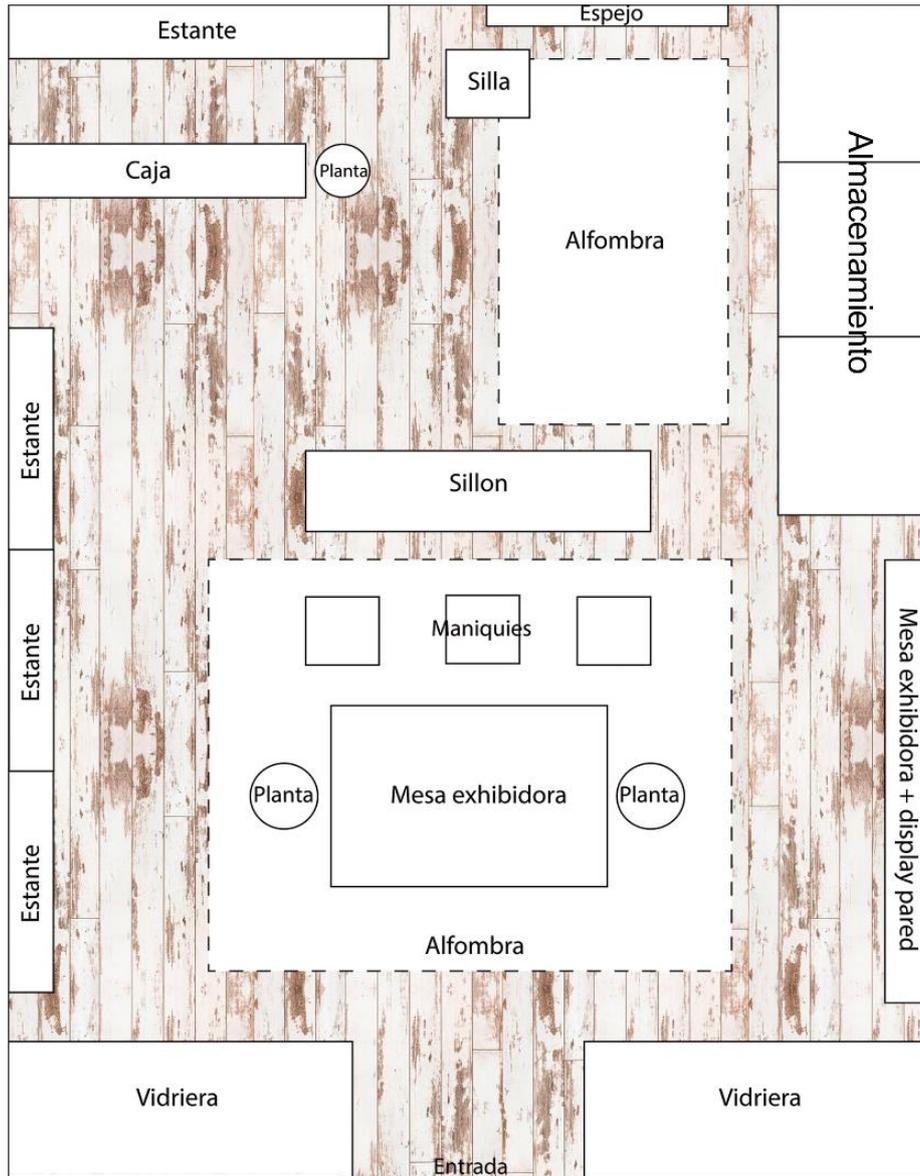


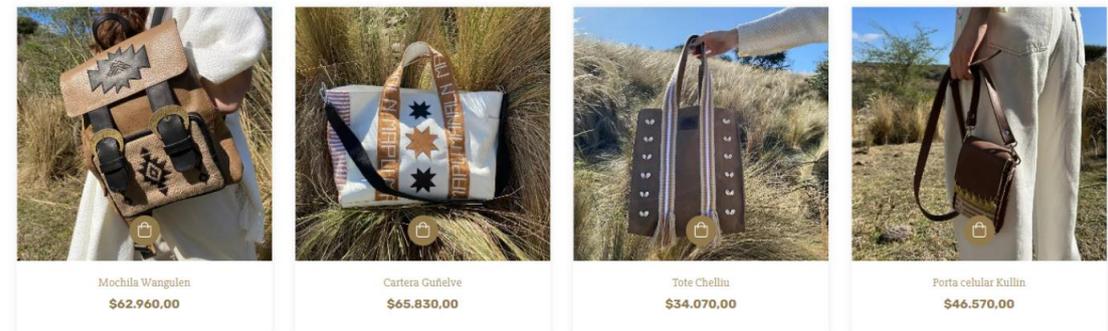
Figura n°94: layout tienda. Fuente: elaborado por el autor.

9.5.2.1 Página web

Mapu Manaln posee una página web, <https://mapumanaln.mitiendanube.com/> la cual tiene el fin tanto de comunicar, como de comercializar. En ella podemos encontrar información sobre la identidad de la marca, el origen de la misma y de la denominación, y sus valores, así como también conocimientos sobre la cultura del pueblo Araucano.



Productos destacados



@mapumanaln
SEQUINOS

Quiénes Somos



llevando consigo un pedacito de tierra Mapuche, cargado de sus tradiciones, costumbres, simbologías, cosmovisión, y por sobre todo, cariño.

MAPU MANALN

Mapu Manal es una marca argentina de accesorios, que pretende perpetuar nuestra cultura e identidad como argentinos, a través de la revalorización de las técnicas textiles y la cultura del pueblo originario Mapuche.

Combinamos la técnica de tejido en telar Araucano, con el diseño de autor, para crear productos únicos que remitan a la tradición textil Mapuche, pero logrando revalorizarla y actualizarla. De esta manera, podemos ver mujeres argentinas, vistiendo por la calle accesorios que cuentan con una fuerte carga cultural, pero urbanizada.

"M a n a l n" en mapudungun hace referencia a ofrecer algo a alguien, y "m a p u" significa tierra, por lo que el significado del nombre de la marca quiere decir: ofrecer un pedazo de tierra. Para la comunidad Mapuche la Tierra es su bien más preciado, a la que le tienen cariño, porque son personas de la tierra, y viven de ella. De esta manera, al llevar un accesorio de la marca, se está llevando consigo un pedacito de tierra Mapuche, cargado de sus tradiciones, costumbres, simbologías, cosmovisión, y por sobre todo, cariño.

ORIGEN

Mapu Manal surge ante la problemática detectada en Argentina, denominada globalización, la cual está homogeneizando la cultura y nuestra identidad como argentinos, llevándolo hacia un estándar que ya no es diferencial del resto de las culturas del mundo.

Muchas veces nos encontramos consumiendo productos estereotipados y estandarizados a escala mundial, motivados por "necesidades falsas", que los medios de comunicación inculcan en nosotros diariamente. Si nos ponemos a pensar, estamos inmersos en un mercado que está repleto de objetos y expresiones culturales imitadoras de "estéticas importadas", lo que tiene como resultado la desnaturalización de nuestra propia cultura.

Es por este motivo que le traemos a Mapu Manal, como una propuesta de volver a los orígenes del territorio argentino, y remitir a la estética de la patria que se está dejando en el olvido. Se trata de volver a los procesos manuales, a la esencia del trabajo artesanal, a remover en el fondo de los tiempos y la historia de Argentina, para encontrar el legado que nos dejaron los pueblos originarios que habitan esta tierra.

VALORES

Contar historias a través de cada producto. Nuestros tejidos y avíos tienen significados de la cultura Mapuche, los cuales remiten a simbologías e iconografías sagradas, creadas por los integrantes de dicho pueblo originario.

Respeto a las manos creadoras. Las técnicas de tejido en telar Araucano y tinte natural conllevan su tiempo de creación, y creemos fuertemente en el respeto al valor manual de los mismos y a la vocación de todas aquellas manos involucradas en el proceso de producción.

Cuidado al medio ambiente. Velamos por el cuidado del entorno que habitamos, creando productos que conlleven el menor impacto posible.

Retribución al pueblo originario Mapuche. Damos a conocer la identidad del pueblo Mapuche y contribuimos al mismo a través de la difusión de su cultura en cada accesorio. Creamos proyectos paralelos que conectan a la comunidad Mapuche con el resto de los argentinos.

Personaliza tu diseño

Para confeccionar un accesorio de Mapu Manal combinamos las técnicas ancestrales del pueblo originario Mapuche, el trabajo a mano y el diseño de autor, resultando en diseños únicos e irrepetibles. Para potenciar aún más esta experiencia, te ofrecemos la posibilidad de personalizar un producto a tu gusto, para crear un accesorio único. Es una vivencia en la que te vas a poder involucrar en el proceso productivo de la marca, eligiendo la tipología, materiales y diseño del tejido.

El accesorio puede estar listo en un plazo de 40 días.

Opciones para personalizar tu Mapu Manal



Si quieres formar parte de esta experiencia, envíanos un mensaje a 351XXXXXX y programaremos una cita para conocernos de manera virtual y darle inicio al proceso productivo.

Por último, Mapu Manalñ ofrece la posibilidad de personalizar un producto al gusto de cada usuario, en un apartado de la página web. Es una vivencia en la que podrán involucrarse en el proceso productivo de la marca, eligiendo la tipología, materiales y diseño del tejido. Se crea como una estrategia de diferenciación de la competencia, creando un lazo y una conexión más cercana entre los consumidores de la marca y el pueblo Mapuche, ya que podrán comunicarse con las tejedoras y diseñadoras, para crear un accesorio totalmente único, interviniendo en una de las etapas de la cadena productiva.

Esta experiencia puede modificar el costo de lista del producto, ya que conlleva un tiempo distinto para acordar los diferentes aspectos del diseño, pero los precios de los materiales permanecen invariables.

Capítulo X. Análisis de costos

10. Análisis de costos

En cuanto a la estrategia de fijación de los precios, el valor artesanal de la marca permite agregar el 100% de la ganancia para cada producto. Teniendo en cuenta las marcas analizadas en el apartado de referencias, podríamos categorizar a Mapu Manalín como una marca de marroquinería para un nivel adquisitivo medio-alto, dentro del mercado en el que está inserta.

La fina diferencia con los precios del mercado, reside en el valor artesanal y sustentable con el que cuenta la marca, ya que los procesos manuales conllevan una complejidad alta y costos diferentes a lo usual en marcas de “fast fashion”.

Es importante aclarar que los precios de la materia prima están sujetos a un consumo minorista, por lo tanto, es posible que disminuyan al considerar la compra a proveedores mayoristas.

	1) Sobre Trariwe	2) Cinturón Duwen	3) Porta laptop Guemil	4) Sobre Chelliú
Cuero	30 cm de cuero bovino marrón oscuro: \$1.080 (3600 x m). Retazos de cuero bovino blanco y negro: \$680.	100 cm x 5 cm de cuero bovino color suela: \$720. (\$3600 x m).	32 cm de cuero bovino marrón oscuro: \$1.152 (\$3600 x m).	10 cm de cuero bovino color suela: \$360 (\$3600 x m).
Grabado láser	1 grabado en láser: \$200.	-	2 grabados en láser: \$400.	1 grabado en láser: \$200.
Forrería	Modelo sin forrería.	Modelo sin forrería.	100 cm de tusor arrugado: \$1.432. 25 cm de red poliamida beige: \$247,5. 50 cm simil neoprene blanco: \$1.980. Cinta al bies de algodón, 20mm, color beige (280 cm): \$400,4.	22 cm de tusor arrugado: \$394,24.
Tinte natural	-	-	Cáscara de nuez: \$0. 2 cucharaditas de	100 gr de porotos negros: \$80. 2 cucharaditas de

			bicarbonato de sodio (10 g): \$12,60. 1 cucharadita de alumbre de potasio (5g): \$9,5.	bicarbonato de sodio (10 g): \$12,60. 1 cucharadita de alumbre de potasio (5g): \$9,5. 1 cucharadita de sulfato de hierro (5g): \$4,45.
Lana	Lana semi gorda celeste bebé, maíz, beige y marrón oscuro (15 gr de cada una): \$360.	Hilo macramé de algodón blanco y negro (40 gr de cada una): \$760.	Lana semi gorda verde oliva (100 gr) y lana beige (50 gr): \$900.	Hilado de algodón caramel 48 (80 gr) y blanco 0 (20 gr): \$1.300.
Avíos	300 cm de tiento de cuero bovino a tono (producción propia): \$65.	4 remaches tapados 10/10: \$12,56. 5 ojalillos de hierro 550: \$17,5. Producción propia 1 hebilla producción propia: \$4.000.	6 remaches tapados 10/10: \$18,84. 1 cierre nylon reforzado nº5: \$53,10. 1 pasador medialuna alambre 10 mm: \$13,30. Producción propia 3 apliques producción propia. \$9000 (\$3000 c/u): el molde + fundición en zamak + cera.	10 caracoles buzio partidos: \$107,8. 1 cierre diente de perro YKK 30 cm color blanco: \$680. 1 cierre nylon reforzado nº5, 17 cm, color beige: \$15,83.
Mano de obra	Confección del producto: \$4000. Confección del tejido: \$1500.	Confección del producto: \$4500. Confección del tejido: \$3000.	Confección del producto: \$10000. Confección del tejido: \$6000.	Confección del producto: \$7000. Confección del tejido: \$6000.
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$7.885,00	\$13.010,06	\$30.619,00	\$16.164,42
Etiquetería	<i>Etiquetas internas</i> 1 etiqueta de cuidados en retazo de cuero + vinilo termotransferible : \$5. <i>Etiquetas externas:</i> 2 etiquetas de	<i>Etiquetas internas</i> 1 etiqueta de cuidados en retazo de cuero + vinilo termotransferible : \$5. <i>Etiquetas externas</i> 2 etiquetas de	<i>Etiquetas internas</i> 1 etiqueta de lienzo de algodón 9 x 7 cm: \$91,8. 1 etiqueta de cuidados + vinilo termotransferible : \$5. <i>Etiquetas externas</i>	<i>Etiquetas internas</i> 1 etiqueta de lienzo de algodón 9 x 7 cm: \$91,8. 1 etiqueta de cuidados + vinilo termotransferible : \$5. <i>Etiquetas externas</i>

	papel plantable: \$562,50.	papel plantable: \$562,50.	2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.	2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.
Packaging	1 bolsa de cartón con cajón: Cartón \$530 1 estampa \$600. Cinta hilera: \$50. TOTAL: \$1180. 1 bolsa de tela reutilizable: Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.	1 bolsa de cartón con cajón: Cartón \$530 1 estampa \$600. Cinta hilera: \$50. TOTAL: \$1180. 1 bolsa de tela reutilizable: Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.	1 bolsa de cartón con cajón: Cartón \$530 1 estampa \$600. Cinta hilera: \$50. TOTAL: \$1180. 1 bolsa de tela reutilizable: Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.	1 bolsa de cartón con cajón: Cartón \$530 1 estampa \$600. Cinta hilera: \$50. TOTAL: \$1180. 1 bolsa de tela reutilizable: Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.
TOTAL COSTOS INDIRECTO S	\$2.519,38	\$2.519,38	\$2.611,18	\$2.611,18
Margen de ganancia	100%	100%	100%	100%
PRECIO FINAL	\$20.810,00	\$31.060,00	\$66.460,00	\$37.560,00

	5) Bandolera Llanka	6) Mochila Wangulen (materializada)	7) Bolso Ñimin	8) Porta celular Nitrowe (materializado)
Cuero	25 cm de cuero bovino marrón: \$900 (\$3600 x m).	35 cm de cuero bovino texturizado, color marrón: \$1.260 (\$3.600 x m). 25 cm de gamuza de cuero bovino, color marrón: \$750 (\$3.000 x m). 15 cm de cuero bovino color negro: \$720 (\$4.800 x m).	58 cm de cuero bovino marrón: \$2.088 (\$3.600 x m).	30 cm de cuero bovino marrón: \$1.080 (\$3.600 x m).
Grabado láser	1 grabado en láser: \$200.	1 grabado en láser: \$200.	1 grabado en láser: \$200.	1 grabado en láser: \$200.
Forrería	50 cm de lienzo de algodón:	35 cm de lienzo de algodón:	50 cm de tusor arrugado: \$895.	Modelo sin forrería.

	\$604,5.	\$423,15 (\$1209 x m).		
Tinte natural	200 gr de cebolla morada: \$0. 2 cucharaditas de bicarbonato de sodio (10 g): \$12,60. 1 cucharadita de alumbre de potasio (5g): \$9,5.	300 g de poroto negro: \$240. 2 cucharaditas de bicarbonato de sodio (10 g): \$12,60. 1 cucharadita de alumbre de potasio (5g): \$9,5.	200 gr de cebolla rubia: \$0. 2 cucharaditas de bicarbonato de sodio (10 g): \$12,60. 1 cucharadita de alumbre de potasio (5g): \$9,5	-
Lana	Lana semi gorda, color blanco 1 (20 gr), negro 0 (30 gr) y arena 20 (50 gr): \$600.	Lana semi gorda, color negro (20 gr) y beige oscuro n°8 (40 gr): \$420.	Lana semi gorda, color celeste bebé (40 gr) y beige claro (200 gr): \$1.440.	Lana semi gorda marrón 9 (10 gr), beige oscuro 8 (40 gr) y manteca 70299 (40 gr): \$540.
Avíos	1 cierre de metal YKK 5 mm, cadena de níquel. Beige, de 25 cm: \$345. 1 cierre de metal YKK 5 mm, beige, de 12 cm: \$230. 2 remaches tapados 10/10: \$6,28. 3 remaches tapados 8/8: \$6. 4 mosquetones planos de 20 mm: \$656. 2 pasadores argolla de 20mm x 3 mm: \$33,92. 1 hebilla polaina 20 x 2,3 mm color níquel: \$57,76. 45 piedras de nacar perforadas: \$381.	1 cierre de metal YKK 5 mm, cadena de bronce, color negro. De 35 cm: \$271,32. 1 cierre de nylon n°5 reforzado, 17 cm, color beige 573: \$121,05. 2 pasadores dado rectangular de alambre, 30x4 mm: \$74,8. 2 reguladores reforzados de alambre, 30x4 mm: \$103,38. 2 broches imán 18 mm: \$87,24. 2 broches suizos 15 mm: \$47,93. 1 deslizador puente abierto, bronce: \$70,07. 1 tiracierre ondita color bronce: \$45,74. 4 remaches tapados 10/10 dorado: \$11,73. Producción	1 cierre de nylon n°5 reforzado, 17 cm, color marrón: \$53,10. 1 cierre de aluminio YKK color beige 573, 100 cm: \$348,64. 50 cm de cuero flex: \$941. 4 clavos de fondo 15 mm, de hierro, color níquel: \$82,96.	1 hebilla polaina 20x2,3 mm: \$87,26. 2 mosquetones planos de 20 mm: \$345,08. 5 remaches tapados 10/10: \$15,7. 1 broche imán 18 mm hierro: \$50,85. 2 pasadores medialuna alta 20x3,5 mm: \$55,22. 5 argollas metálicas de 10 mm: \$26,25. 2 argollas metálicas de 15 mm: \$39,36. Producción propia 7 monedas: molde + material \$5.600.

		propia 2 hebillas de producción propia: molde + material \$9000.		
Mano de obra	Confección del producto: \$9.000. Confección del tejido: \$6.000.	Confección del producto: \$12000. Confección del tejido: \$3000.	Confección del producto: \$9.000. Confección del tejido: \$6.000.	Confección del producto: \$9.000. Confección del tejido: \$2.500.
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$19.036,50	\$28.868,51	\$21.070,70	\$20.764,48
Etiquetería	<i>Etiquetas internas</i> 1 etiqueta de lienzo de algodón 9 x 7 cm: \$91,8. 1 etiqueta de cuidados + vinilo termotransferible: \$5. <i>Etiquetas externas</i> 2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.	<i>Etiquetas internas</i> 1 etiqueta de lienzo de algodón 9 x 7 cm: \$91,8. 1 etiqueta de cuidados + vinilo termotransferible: \$5. <i>Etiquetas externas</i> 2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.	<i>Etiquetas internas</i> 1 etiqueta de lienzo de algodón 9 x 7 cm: \$91,8. 1 etiqueta de cuidados + vinilo termotransferible: \$5. <i>Etiquetas externas</i> 2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.	<i>Etiquetas internas</i> 1 etiqueta de cuidados en retazo de cuero + vinilo termotransferible: \$5. <i>Etiquetas externas</i> 2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.
Packaging	<i>1 bolsa de cartón con cajón:</i> Cartón \$530 1 estampa \$600. Cinta hilera: \$50. TOTAL: \$1180. <i>1 bolsa de tela reutilizable:</i> Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.	<i>1 bolsa de cartón con cajón:</i> Cartón \$530 1 estampa \$600. Cinta hilera: \$50. TOTAL: \$1180. <i>1 bolsa de tela reutilizable:</i> Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.	<i>1 bolsa de cartón con cajón:</i> Cartón \$530 1 estampa \$600. Cinta hilera: \$50. TOTAL: \$1180. <i>1 bolsa de tela reutilizable:</i> Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.	<i>1 bolsa de cartón con cajón:</i> Cartón \$530 1 estampa \$600. Cinta hilera: \$50. TOTAL: \$1180. <i>1 bolsa de tela reutilizable:</i> Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$2.611,18	\$2.611,18	\$2.611,18	\$2.519,38

Margen de ganancia	100%	100%	100%	100%
PRECIO FINAL	\$43.300,00	\$62.960,00	\$47.370,00	\$46.570,00

	9) Cartera Guñelve (materializada)	10) Tote Chelliú (materializada)	11) Bandolera Kullin
Cuero	90 cm de cuero bovino texturizado color blanco \$1.800 (\$2.000 x m). 12 cm de cuero bovino negro \$576 (4800 x m). 8 cm de cuero marrón \$288 (3600 x m).	50 cm de cuero bovino color marrón \$1.800 (\$3600 x m).	30 cm de cuero bovino color marrón \$1.080 (\$3600 x m).
Grabado láser	1 grabado en láser: \$200.	1 grabado en láser: \$200.	1 grabado en láser: \$200.
Forrería	40 cm de cuero flex: \$914. 50 cm de lienzo de algodón \$306.	Modelo sin forrería.	Modelo sin forrería.
Tinte natural	Cáscara de nuez: \$0. 2 cucharaditas de bicarbonato de sodio (10 g): \$12,60. 1 cucharadita de alumbre de potasio (5g): \$9,5.	-	-
Lana	100 gr hilo macramé color maíz y blanco: \$1.900. 50 gr hilado de algodón color blanco y maíz (50 cada uno): \$1.300.	Lana semi gorda: 60 gr Manteca 70299, 50 gr Dulce de leche 43, 40 gr Blanco 0 y 20 gr marrón 7: \$1.020.	40 gr de lana semi gorda blanco 0 y 40 gr de beige oscuro 8: \$480.
Avíos	1 cierre de aluminio nº5, color natural, 35 cm: \$140,34. 1 cierre monofilamento nº5, 20 cm, color beige: \$121,05.	1 mosquetón gota mini zamak, 20 mm, níquel: \$94,40. 1 pasador argolla 10x1,9 mm: \$5,26. 1 broche imán 14	2 mosquetones planos de 20 mm: \$345,08. 2 pasadores medialuna alambre (níquel) de 20mm x 3 mm: \$30.

	<p>1 deslizador puente abierto metal nº5, color níquel: \$70,07.</p> <p>1 tiracierre 2446 ondita, zamak, color níquel: \$45,74.</p> <p>2 pasadores medialuna alta, alambre (níquel) 20x3,5 mm: \$47,26.</p> <p>2 mosquetones planos (níquel) 20 mm: \$345,08.</p> <p>4 clavos de fondo 15 mm, de hierro, color níquel: \$82,96.</p> <p>2 remaches tapados 10/10: \$6,28.</p> <p>70 cm de cinta alta tenacidad 40 mm, polipropileno, color negro: \$137,29.</p>	<p>mm hierro: \$35.</p> <p>24 carcoles buzio partidos: \$258,72.</p> <p>300 cm de tiento de cuero bovino: \$65.</p> <p>2 broche resorte 12,5 mm, níquel: \$34,93.</p>	<p>1 broche imán de 18 mm: \$50,85.</p> <p>130 cm de tiento de cuero: \$20.</p> <p>1 cierre de metal de 16 cm: \$269,37.</p> <p>Producción propia</p> <p>9 monedas: molde + material \$7.200.</p>
Mano de obra	<p>Confección del producto: \$10.000.</p> <p>Confección del tejido: \$12.000.</p>	<p>Confección del producto: \$9.000.</p> <p>Confección del tejido: \$2.000.</p>	<p>Confección del producto: \$8.000.</p> <p>Confección del tejido: \$3.000.</p>
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$30.303,15	\$14.513,81	\$20.675,30
Etiquetería	<p><i>Etiquetas internas</i></p> <p>1 etiqueta de lienzo de algodón 9 x 7 cm: \$91,8.</p> <p>1 etiqueta de cuidados + vinilo termotransferible: \$5.</p> <p><i>Etiquetas externas</i></p> <p>2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.</p>	<p><i>Etiquetas internas:</i></p> <p>1 etiqueta de cuidados en retazo de cuero + vinilo termotransferible: \$5.</p> <p><i>Etiquetas externas</i></p> <p>2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.</p>	<p><i>Etiquetas externas</i></p> <p>1 etiqueta de cuidados en retazo de cuero + vinilo termotransferible: \$5.</p> <p>2 etiquetas de papel plantable: \$562,50.</p>
Packaging	<p><i>1 bolsa de cartón con cajón:</i></p> <p>Cartón \$530</p> <p>1 estampa \$600.</p> <p>Cinta hilera: \$50.</p> <p>TOTAL: \$1180.</p> <p><i>1 bolsa de tela</i></p>	<p><i>1 bolsa de cartón con cajón:</i></p> <p>Cartón \$530</p> <p>1 estampa \$600.</p> <p>Cinta hilera: \$50.</p> <p>TOTAL: \$1180.</p> <p><i>1 bolsa de tela</i></p>	<p><i>1 bolsa de cartón con cajón:</i></p> <p>Cartón \$530</p> <p>1 estampa \$600.</p> <p>Cinta hilera: \$50.</p> <p>TOTAL: \$1180.</p> <p><i>1 bolsa de tela</i></p>

	<i>reutilizable:</i> Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.	<i>reutilizable:</i> Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.	<i>reutilizable:</i> Lienzo de algodón \$403. 1 estampa \$300. Cinta hilera de algodón de 20 mm, 140 cm \$68,88. TOTAL: \$771,88.
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$2.611,18	\$2.519,38	\$2.519,38
Margen de ganancia	100%	100%	100%
PRECIO FINAL	\$65.830,00	\$34.070,00	\$46.400,00

Capítulo XI: Conclusiones

11. Conclusión

El propósito de la presente investigación, fue encontrar la manera de revivir la cultura del pueblo originario Mapuche, en el marco de una sociedad cuya identidad y hábitos de consumo se encuentran notablemente atravesados por el fenómeno de la globalización, el cual sigilosamente, va forjando un nuevo tipo de cultura híbrida y unificada, que celebra la masividad y la homogeneización.

En base a esta problemática detectada, fue necesario introducirse en las raíces de la población argentina, para comprobar y confirmar, mediante teoría e investigación de campo, que efectivamente es una realidad presente en la actualidad. Por otro lado, también fue necesario indagar la repercusión de la globalización en los “márgenes” de la sociedad, en los que se encuentran comunidades como la Mapuche, que viven consecuencias aún más profundas.

Gracias a la información recabada, se concluyó en una marca de marroquinería artesanal, que, a través del uso de técnicas tradicionales, ofrece al mercado argentino, un “pedacito de tierra” cargado de cultura Mapuche, que da visibilidad de la situación actual del mismo, y revaloriza cuestiones que están siendo olvidadas gracias al ya mencionado proceso de globalización y homogeneización cultural. Además, mediante la comunicación de marca, supone un llamado de atención para con los consumidores, a reflexionar sobre sus hábitos de consumo, el respeto al entorno e identidad cultural.

Como todo proyecto, es posible detectar ciertas limitaciones. Una de ellas es la escasa oferta de mano de obra para la elaboración de los tejidos, ya que es complicado encontrar personas con el conocimiento de dicha técnica, dada las diferencias en el lenguaje y la distancia geográfica, lo que además, puede encarecer el costo de la misma. Además, esta limitación se desplaza también a la hora de colaborar con integrantes de la comunidad Mapuche, para llevar a cabo las propuestas pretendidas en el marco de lo social, como las charlas en colegios, para dar a conocer la cultura, el lenguaje u otros aspectos de dicho pueblo.

Por otro lado, se considera relevante mejorar el contacto con proveedores, que sigan preservando el aspecto local, pero consiguiendo menores costos y logrando una marca más accesible a nivel económico.

Sin embargo, los puntos débiles del proyecto pueden ser mejorados a mediano y largo plazo, al disponer de mayor cantidad de tiempo y recursos para perfeccionarlos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barreiro, A. M. (2006) La difusión de la moda en la era de la globalización. *Papers: revista de Sociología*, (81), 187-204. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2248710>
- Conejeros, R. (2012). Divinidades en el arte textil del Puel Mapu (Tierra del Este), en A.M. Llamazares y C. Martínez Sarasola, *El lenguaje de los dioses: Arte, Chamamismo y cosmovisión indígena en Sudamérica* (pp. 199-226). Buenos Aires: Biblos.
- Curivil, R. (2019). Cultura mapuche: Un antiguo ideal de persona para una nueva historia. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 25, núm. 88, pp. 41-54.
- Du Gay, P. y Hall, S. (1997). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Hernández, I. (1993). *Las identidades enmascaradas. Los Mapuches de Los Toldos*. Buenos Aires: Universitaria de Buenos Aires.
- Huber, L. (2002). *Consumo, cultura e identidad en el mundo globalizado: estudios de caso en los Andes*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Lettieri, A. (2013) Cultura e historia en tiempos de globalización. *Concejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas*. Recuperado de <https://www.conicet.gov.ar/cultura-e-historia-en-tiempos-de-globalizacion/>.

- Llamazares, A. M., Pereda, T. y Sarazola M. C. (2012). Los que “movían” el metal. Metamorfosis de la luz en la platería mapuche, en A.M. Llamazares y C. Martínez Sarasola, *El lenguaje de los dioses: Arte, Chamamismo y cosmovisión indígena en Sudamérica* (pp. 159-198). Buenos Aires: Biblos.
- Lobos, O. (2008). *Los Mapuches, senderos de los pueblos originarios de América*. Buenos Aires: Del Sol.
- Manzong, A. (2011). Mapuches semillas de Chile. Museo chileno de arte precolombino. Chile: Dirac. Recuperado de https://issuu.com/librocuatro/docs/museo_chileno_de_arte_precolombino_-_mapuches.201
- Mastandrea, M. (2007). *Telar Mapuche, de pie sobre la tierra*. Buenos Aires: Guadal.
- Ministerio de Educación y Deportes de la Nación (2016). Cultura, historia y presente del pueblo mapuche y mapuche-tehuelche en en Río Negro, Chubut y Buenos Aires. *Pueblos indígenas en la Argentina*, (18), 1-38. Recuperado de: <http://repositorio.educacion.gov.ar:8080/dspace/handle/123456789/110444>
- Mittelman, J. H. (2002). *El síndrome de la globalización: transformación y resistencia*. México: Siglo XXI.
- Moneta J. C. (1994) *Los procesos de globalización: reflexiones sobre su concepción y efectos sobre la evolución del sistema mundial*. En Estudios Internacionales Nº 106, Año XXVII, Abril-Junio 1994. Santiago de Chile, 1994.
- Para recuperar nuestra identidad. (15 de mayo de 2002). *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/opinion/recuperar-identidad_0_r1KbEfSIaFI.html

- Riquelme, G. (1994). Tradición oral y creatividad plástica en textiles mapuches. En Y. Kuramochi (coord. (Mittelman, 2002)), *Comprensión del pensamiento indígena a través de sus expresiones verbales* (pp. 165-182). México: Abya-Yala.
- Rotman, M. B. (2011). Producciones artesanales, construcción identitaria y dinámica de poder en poblaciones mapuches de Neuquén (Argentina). *Revista de Antropología Social*, vol. 20, 347-371. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83821273016>
- Serrano Neira, J. P. (2015). Artesanía y globalización. *Revista Artesanías de América*, No. 74, 59-67. Recuperado de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/1089>
- Tagarelli, D. (2008) Globalización y cultura nacional en la Argentina. *Globalización: Revista Mensual de Economía, Sociedad y Cultura*. Recuperado de: <http://rcci.net/globalizacion/2008/fg727.htm>
- Trobat, M. B. (2016) Cultura y Educación mapuche en Argentina (Patagonia Norte-Puel Mapu: Tierra del este). Entre la transculturación global y la multiculturalidad asimétrica. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, Vol III Núm. 2*, 113-140. Recuperado de <http://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/tefros/article/view/635/755>
- Vázquez, H. (2000). *Procesos identitarios y exclusión sociocultural: la cuestión indígena en la Argentina*. Buenos Aires: Biblos.
- Vázquez, H. (2002). Procesos identitarios, “minorías” étnicas y etnicidad: los mapuches de la República Argentina. *Revista Amins: Las identidades culturales y*

nacionales en las sociedades europeas y americanas, núm. 2. doi:
10.4000/amnis.167

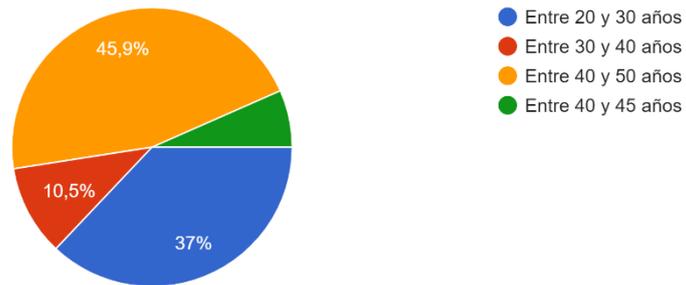
Wortman, A. (2001) Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización.
En Autora, *El desafío de las políticas culturales en la Argentina* (pp. 251-267).
Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

ANEXOS

1. Resultados encuesta a usuarios

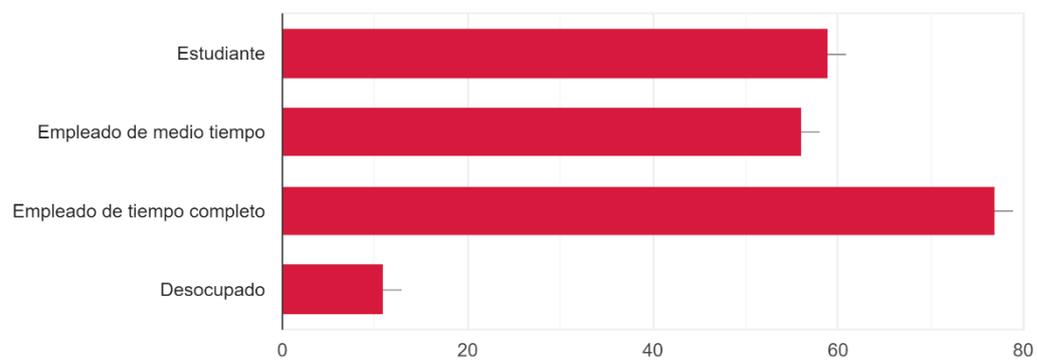
1.1 ¿Cuántos años tiene?

181 respuestas



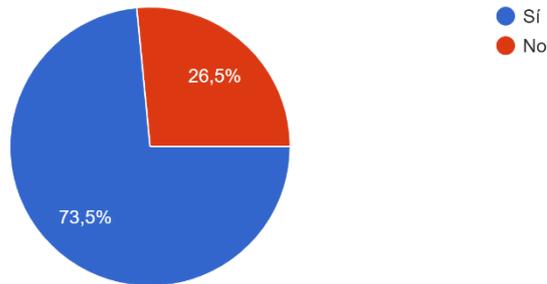
1.2 ¿Cuál es su ocupación?

181 respuestas



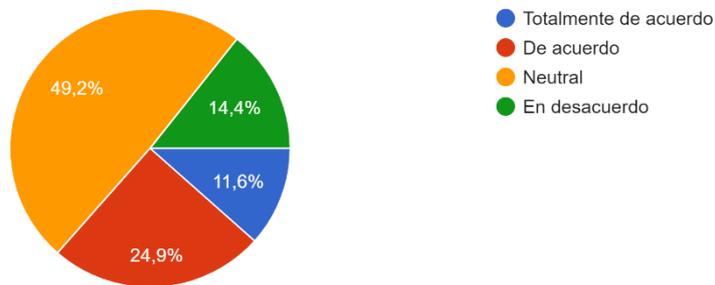
1.3 ¿Consume marcas de accesorios/marroquinería (bolsos, carteras, mochilas, cinturones) hechas en Argentina?

181 respuestas



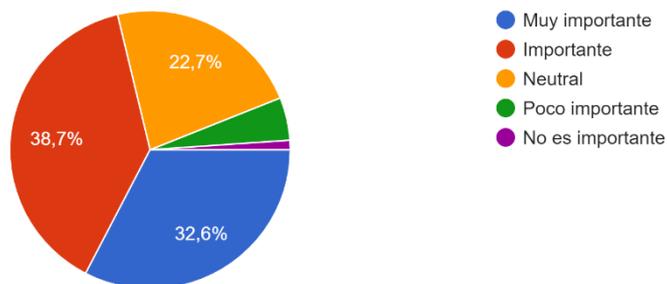
1.4 ¿Cree que las marcas nacionales cuentan con diseños que imprimen la cultura de nuestro país?

181 respuestas



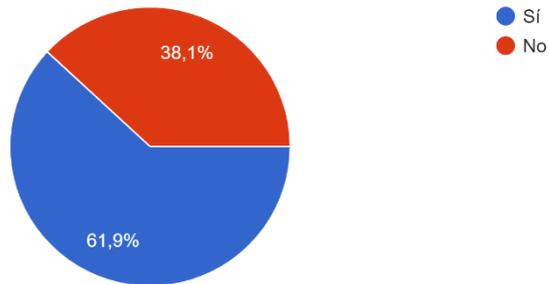
1.5 Con respecto a la pregunta anterior, ¿Qué tan importante le parece que lo hagan?

181 respuestas



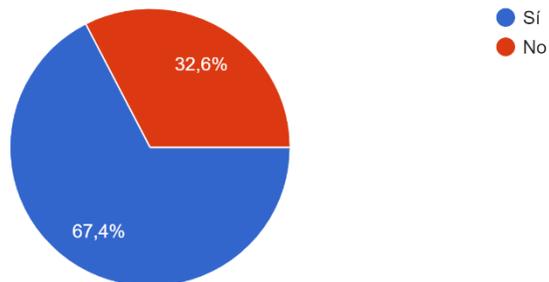
1.6 Dentro de las marcas que consume, ¿puede identificar cuáles son nacionales y cuáles son extranjeras?

181 respuestas



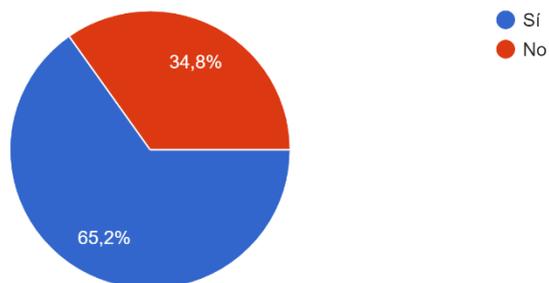
1.7 A la hora de adquirir accesorios/marroquinería, ¿considera que hay variedad en el mercado?

181 respuestas



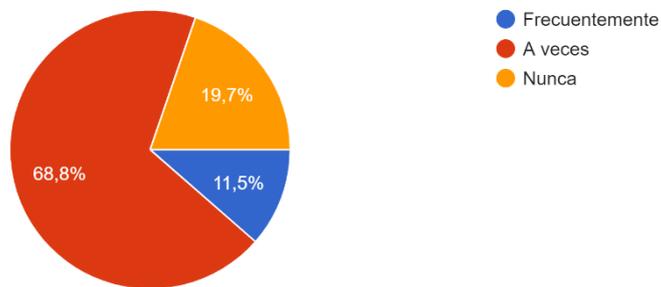
1.8 ¿Suele adquirir productos con valor artesanal?

181 respuestas



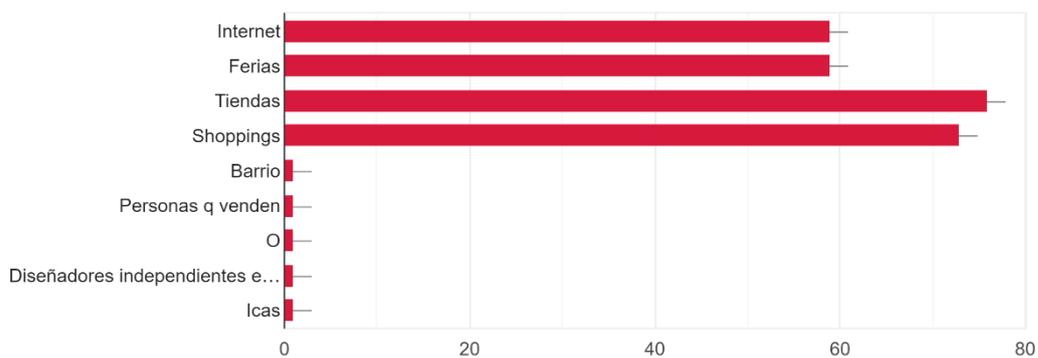
1.9 Si es así, ¿con que frecuencia?

157 respuestas



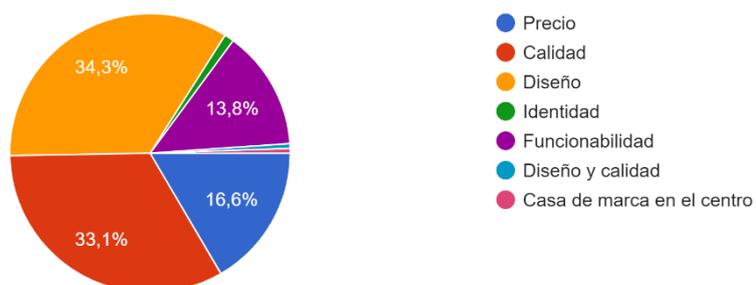
1.10 ¿En qué tipo de punto de venta adquiere productos de accesorios/marroquinería?

181 respuestas



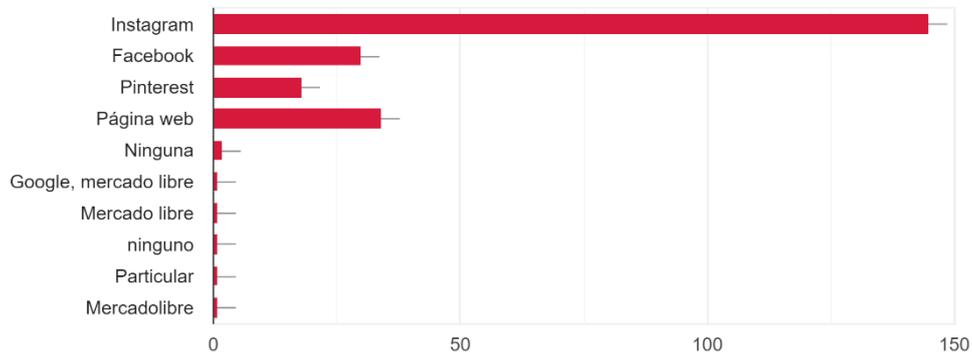
1.11 A la hora de adquirir este tipo de productos, ¿a qué característica le confiere mayor importancia?

181 respuestas



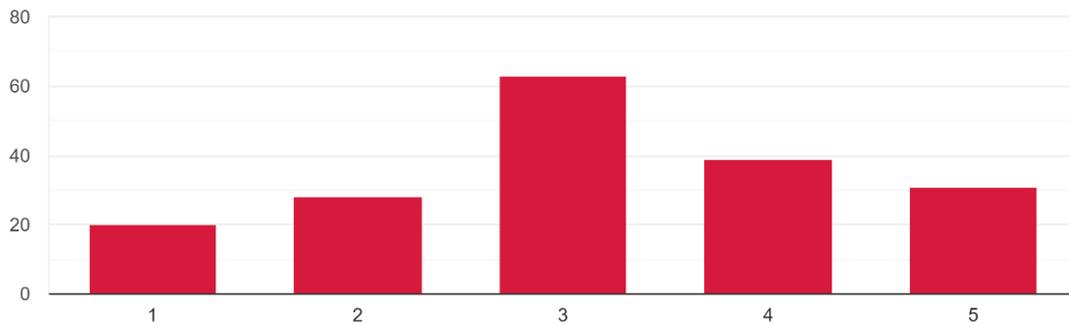
1.12 ¿Por medio de cuáles redes interactúa con marcas de accesorios/marroquinería?

181 respuestas



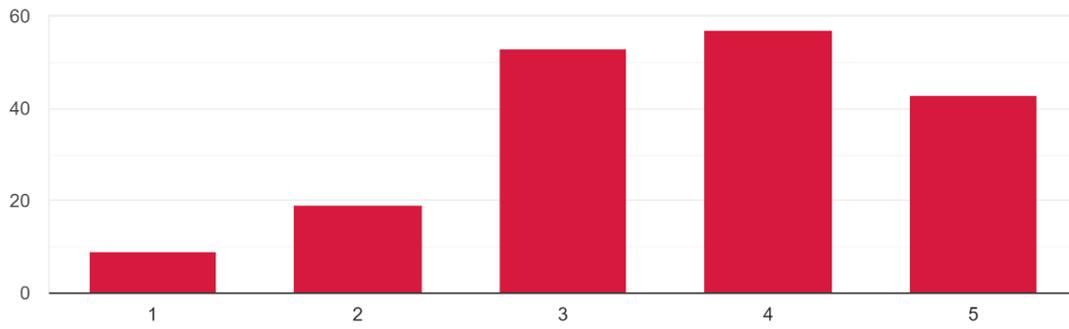
1.13 Del 1 al 5 ¿Qué grado de interés le confiere a que sus prendas y accesorios sean confeccionadas de manera local y no masiva?

181 respuestas



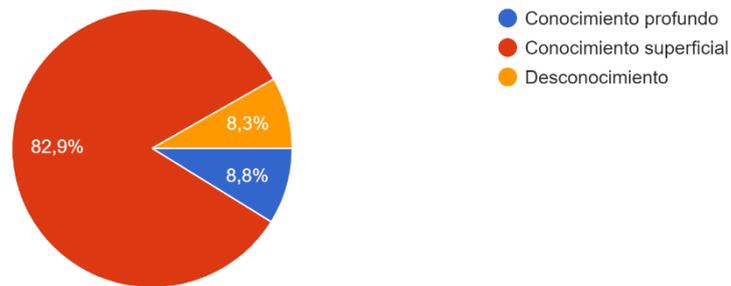
1.14 Del 1 al 5 ¿Qué grado de interés tiene acerca de la cultura de Argentina y las raíces de dicho país? (siendo 1 bajo interés y 5 alto interés)

181 respuestas



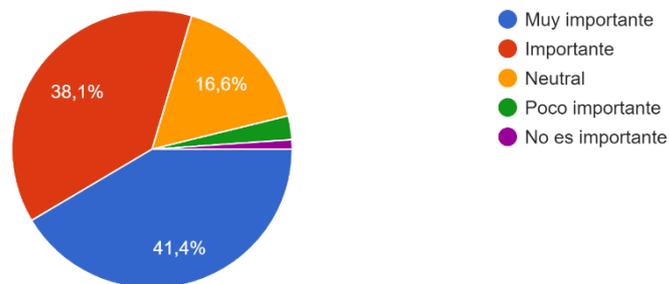
1.15 ¿Tiene conocimiento sobre los pueblos originarios de Argentina?

181 respuestas



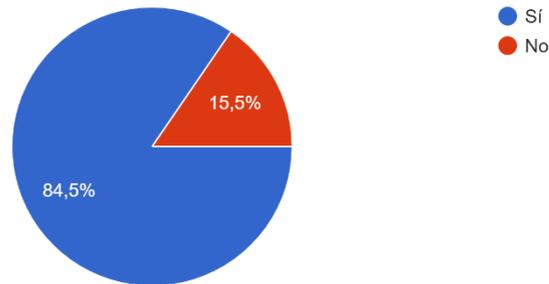
1.16 ¿Tiene conocimiento puntualmente sobre la comunidad Mapuche en Argentina?

181 respuestas



1.17 ¿Consumiría una marca de marroquinería/accesorios que trate estos temas e incluya la cultura mapuche en sus diseños, pero de manera actualizada y urbanizada?

181 respuestas



2. Entrevistas

2.1 Entrevista a mujeres artesanas

Nombre: Carmen, Marilef Parra

Edad: 68 años

Ocupación: Ama de casa, comerciante ropa indumentaria, artesana

PREGUNTAS

1. ¿Cuál es su vínculo con la comunidad Mapuche? Soy de nacionalidad chilena, nací y crecí en una comunidad mapuche (Temuco) hasta los 14 años, mis padres y ancestros eran mapuches. Aprendí a hablar castellano cuando ingresé a la escuela. Después a esa edad, ya me fui a la ciudad de Viña del Mar a trabajar de mucama.
2. ¿Cómo aprendió la técnica del tejido en telar Mapuche? Básicamente aprendí observando a mi madre desde pequeña. El oficio de telar era un rol ya asignado para todas las mujeres de la comunidad, como el trabajo de campo para los hombres.
3. ¿Qué tipo de objetos suele elaborar a partir de los tejidos? Yo me dediqué básicamente a elaborar ponchos, matras, caminitos, tapices, peleras, fajas. En ocasiones por encargo, suelo elaborar mochilas y bolsos.

4. ¿Existen variedades de tejidos? Si, tenemos el tejido llano que es el más básico y simple de realizar (la base para hacer los demás tejidos), ojo de guanaco, peinecillo con laboreo, y la faja pampa, que es el más difícil y que requiere mayor trabajo.
5. ¿De dónde toma la inspiración a la hora de hacer los diseños para sus tejidos? Ya tengo incorporado varios diseños que hago habitualmente, diseños característicos de la cultura. También, muchas veces son diseños a pedidos. Diseños con forma de animales. Diseños de guardapampa.
6. ¿Existen símbolos o dibujos típicos? Siii. El Lukutuel es una figura antropomorfa, relacionada a lo místico. Se puede encontrar como una figura arrodillada en rogativa o como un avatar, un espíritu en cuerpo humano. También hay un bordado (que no se bien como se escribe) kilpue.
7. ¿Los colores se eligen al azar o tienen algún significado? ¿Suele teñir la lana para el tejido con tintes naturales? Inicialmente trabajé siempre con lana de oveja que yo misma elaboraba, a través del proceso de hilado. Siempre con colores naturales y en sus diferentes tonos de marrón, blanco, negro y grises. No soy partidaria de teñir la lana. Si he incorporado lana industrial de diferentes colores, sobre todo para los caminitos y centros de mesa. Los ponchos por lo general los elaboro con colores neutros, y le agrego algún color de acuerdo a lo que el cliente me solicite.
8. ¿Cree que en la actualidad se están olvidando las técnicas y costumbres típicas de la cultura Mapuche? Si su respuesta es sí, ¿a qué cree que se debe? En mi caso particular, mis hijos/as no continúan con este oficio, si bien conocen de mi cultura e incluso eventualmente han elaborado algún trabajo en telar, cada uno eligió una carrera universitaria distinta. En general, lo que creo es que no hay mucha visibilidad, pero creo que los que nacen bajo esta cultura lo mantienen. Tengo entendido, que a nivel nacional hay instituciones (universidad UnIPam) que están poniendo interés por preservar esta cultura, convocando a estudiantes con descendencia de origen mapuche para hacer relevamiento de la población.
9. ¿Hay alguna otra información que le parezca importante agregar? Yo desde mi lugar, he tenido la oportunidad de dar charlas en la escuela, llevando mi

vestimenta e instrumentos musicales característicos. También me propusieron dar clases de telar mapuche para un grupo de mujeres en un salón Comunitario, era una propuesta provincial gestionado por la municipalidad de Villa Regina.

Nombre: Patricia Del Pilar

Edad: 43 años

Ocupación: artesana en lanas de ovejas y elaboración de las comidas típicas Mapuches.

PREGUNTAS

1. ¿Cuál es su vínculo con la comunidad Mapuche? Soy mapuche tanto de madre como padre.
2. ¿Cómo aprendió la técnica del tejido en telar Mapuche? La aprendí desde muy pequeña, mi abuelita que se llamaba Rosa Cañete, por parte de mi papá, tejía en telar y yo la observaba, me enseñó lo básico. Luego con el tiempo me capacitó en la universidad.
3. ¿Qué tipo de objetos suele elaborar a partir de los tejidos? Lo que yo elaboro son mantas, frazadas, gorros, calcetines, y muchas cosas más.
4. ¿De dónde toma la inspiración a la hora de hacer los diseños para sus tejidos? la inspiración es encomendarme a mi Dios Futa Chao antes de empezar un trabajo, para que me guíe, y pensar en la persona que va a usar mi producto.
5. ¿Existen símbolos o dibujos típicos? Si, muchos. Son simbolismos de la naturaleza como estrellas, constelaciones, animales, plantas. También símbolos que refieren al estatus social, a la etapa de la vida, al estado civil.
6. ¿Los colores se eligen al azar o tienen algún significado? ¿Suele teñir la lana para el tejido con tintes naturales? Los colores tienen muchos significados que dependen del contexto, por ejemplo, el rojo puede significar poder y fuerza en la ropa de los hombres, pero en la religión se piensa que es un color negativo y que atrae fuerzas malignas. Los tintes los hago todos a la manera natural, y se intenta hacer en secreto, porque se dice que si te están mirando mientras teñis

la lana, no agarra el color, casi como la crema que se corta si la miran mientras la cocinas.

7. ¿Cree que en la actualidad se están olvidando las técnicas y costumbres típicas de la cultura Mapuche? Creo que en estos tiempos se está retomando en muchos lugares, sobre todo en los colegios. También yo soy maestra y enseño la técnica, para pasarla de mi generación a las que siguen.

Nombre: Ana Abbate

Edad: 58

Ocupación: docente, enseño Telar MAPUCHE

PREGUNTAS

1. ¿Cómo aprendió la técnica del tejido en telar Mapuche? Tanto mi abuela como mi madre me enseñaron, y además profundicé en el centro MAPUCHE de El Bolson, Río Negro. Fui por unas vacaciones y en ese local me llamo muchísimo la atención la cantidad de telar de pie, hechos con ramas, simples. No dude en tomar clases en los pocos días que permanecía en El Bolson. Fueron 5 clases, volví a mi casa, me armé un telar y nunca dejé de tejer y experimentar. Eso fue en el 2001, hace como 20 años.
2. ¿Qué tipo de objetos suele elaborar a partir de los tejidos? Elaboro fajas pampa, caminos de mesa y lo que me gusta mucho es peleras, caronillas y matras.
3. ¿De dónde toma la inspiración a la hora de hacer los diseños para sus tejidos? De tejidos que vi en un negocio, de diseños de libros, de fotos de internet, pero siempre busco darle algo distinto, no copiar.
4. ¿Existen símbolos o dibujos típicos? Si, muchos. Son simbolismos de la naturaleza como estrellas, constelaciones, animales, plantas. También símbolos que refieren al estatus social, a la etapa de la vida, al estado civil.
5. ¿Los colores se eligen al azar o tienen algún significado? Tienen significado. Hay colores que según el contexto tienen distinto significado.

6. ¿Suele teñir la lana para el tejido con tintes naturales? He realizado alguna experiencia con cáscara de cebolla. Investigue sobre el tema, realice un taller con una artesana chilena MAPUCHE, pero tengo más teoría que práctica. Normalmente tiño con anilinas para lana.
7. ¿Cree que en la actualidad se están olvidando las técnicas y costumbres típicas de la cultura Mapuche? Si su respuesta es sí, ¿a qué cree que se debe? Si. Por otro lado, se está dando una revalorización de las técnicas de artesanías MAPUCHE en general, cerámica, joyería, textiles. Creo que se fue perdiendo porque no es redituable para la gente de las comunidades, los jóvenes quieren aprender rápido y tener su dinero, muchos se alejan de sus lugares de origen para formarse en un trabajo o estudiar.
8. ¿Hay alguna otra información que le parezca importante agregar? Espacio libre. Puedo afirmar por mi trayectoria de enseñar telar MAPUCHE que hay muchas personas que quieren retomar estas técnicas por su origen, o porque valoramos saberes ancestrales, y que hay un resurgimiento del telar ancestral en general.

Nombre: Ignacio Lefinao Reuque

Edad: 65 años

Ocupación: Comerciante y artesano

PREGUNTAS

1. ¿Cuál es su vínculo con la comunidad Mapuche? mi vínculo con el pueblo mapuche es directo. Soy mapuche de padre y madre.
2. ¿Cree que en la actualidad se están olvidando las técnicas y costumbres típicas de la cultura Mapuche? Si su respuesta es sí, ¿a qué cree que se debe? En la actualidad se ha perdido gran parte, en todos los aspectos de nuestra cultura y el motivo es el mismo que compartimos con todos los demás pueblos indígenas de América: hacernos desaparecer para apropiarse de lo que queda por

empresas multinacionales, en complicidad con los gobiernos de turno. Además, nuestras culturas y costumbres han sido muy tergiversadas y descalificadas por estos mismos sistemas de gobierno.

3. ¿Considera que el fenómeno de la globalización tiene algo que ver en esta problemática?
4. ¿De qué manera le parece que podemos evitar que se pierda la cultura mapuche a través de las generaciones? Existen muchas formas de evitar que esto continúe: la primera es lo que usted está haciendo: informarse de primera mano y darlo a conocer, y no a través de historiadores que a menudo son del sistema imperante para nosotros como mapuche.
5. ¿Qué aspectos de la cultura mapuche le parece importante mantener en el tiempo? Para nosotros como mapuche todos los aspectos son importantes: idioma, medicina, religión, que va unida a la cosmovisión.
6. ¿Cuál es su opinión acerca de que personas que no pertenecen a la comunidad mapuche se inspiren en su cultura para utilizarlo en el ámbito de la indumentaria?