

**MOCHILAS MODIFICABLES DE TAMAÑO CON DISEÑO EXCLUSIVO PARA NIÑAS DE 12-  
17 AÑOS EN LA ETAPA DE COLEGIO**

**LAURA ELENA RODRÍGUEZ ROBAYO**

**Tecnología en producción industrial de vestuario**

**LAURA MARCELA SÁNCHEZ GUACANEME**

**Tecnología en producción industrial de vestuario**

**ASESOR: LIDIA ESPERANZA ALVIRA GÓMEZ**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**ESCUELA DE BELLAS ARTES**

**TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE VESTUARIO**

**BOGOTÁ**

**2020**

**Dedicamos este proyecto a nuestros  
Padres quienes nos han apoyado durante  
este proceso y los docentes que han sido  
participes de nuestro aprendizaje.**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Resumen .....</b>	<b>4</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>5</b>
<b>Pregunta Problema .....</b>	<b>6</b>
<b>Planteamiento del Problema .....</b>	<b>6</b>
<b>Justificación.....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivo General.....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos Específicos .....</b>	<b>7</b>
<b>Marco de Referencia.....</b>	<b>8</b>
<b>Marco Teórico .....</b>	<b>12</b>
<b>Artículo de reflexión .....</b>	<b>16</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>17</b>
<b>Concepto asociado al tema de Investigación .....</b>	<b>19</b>
<b>Normas Legales .....</b>	<b>21</b>
<b>Marco Metodológico .....</b>	<b>22</b>
<b>Producto.....</b>	<b>23</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>29</b>

## RESUMEN

Mochilas modificables de tamaño con diseño exclusivo, se realiza una investigación profunda para conocer dos cosas, que productos actualmente ofrecidos en el mercado tienen una similitud con lo que se desea realizar, ante esto se encuentra que es un producto aun no desarrollado en el mercado. También se quiso conocer el tipo de cliente al que se desee llegar, para ello se realizan 2 encuestas, una con el propósito de conocer la psicología del cliente y otra para conocer qué tipo de gustos y necesidades actualmente presenta, en base a esto se entiende que el cliente ve deficiente el tamaño habitual de las mochilas ofrecidas actualmente en el mercado, por lo cual se manifiesta la necesidad de una mochila a la cual su dimensión sea modificable de una forma cómoda y versátil, también se entiende que al momento de adquirir una mochila nueva en esta les llama la atención diseños kiut, por lo cual se concluye que no hay existencia de competencia fuerte y que el cliente en este caso niñas entre los 12-17 años prefiere un producto con diseños únicos y buscan normalmente un factor importante a la hora de comprar el cual es, tamaño y que en lo posible solo ellas lo tengan.

**Palabras Clave:** Mochila, Modificable, Exclusivo, Dimensión/Tamaño.

## INTRODUCCIÓN

Mochila modificable, es un concepto que en varios países aunque está presente no es explotado al máximo, pues este solo se ve aplicado en la línea de maletas para viaje, o mochilas para uso específico, es decir, para transportar un computador u otros elementos que se asemejan, pero aún no se evidencia una intervención hacia un uso escolar.

Conforme se avanza en la investigación se logra entender que actualmente en Colombia son muy pocos los productos que en el mercado son ofrecidos por las diferentes empresas que se encarga de vender dichos productos, por lo cual las mochilas escolares aun o tienen incluido este sistema de modificación de tamaño.

Por lo tanto se logra entender que, la ciudad de Bogotá realiza dicho producto con diseños kiut, pero aún no se ve incluido este valor agregado en la mochila de uso escolar, pues estas tienen el tamaño promedio, por lo cual se venden de cualquier dimensión haciendo que no todas sean aptas para llevar lo suficiente al momento de requerirlo.

Dicho lo anterior se logra detectar el problema en los colegios, y se pregunta ¿Qué tan necesario es una mochila con tamaño ajustable? Para ello se crea mochilas modificables de tamaño con diseño exclusivo.

En conclusión se evidencia que el producto a realizar es llamativo visualmente, y que la idea podría ser aceptada de forma positiva ya que esta es novedosa y frente al mercado hasta ahora no se ha realizado.

## **PREGUNTA PROBLEMA**

¿Qué tan necesario es una mochila con tamaño ajustable?

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Como empresa se evidencia por experiencia propia, la necesidad de portar una mochila de uso diario pequeña pero la misma no tiene un tamaño adecuado para que esta sea apta de almacenar lo suficiente al momento de usarla, por lo cual se decide realizar un ajuste de tamaño para que el cliente pueda tener mayor aprovechamiento del espacio, por lo tanto, puede portar una maleta pequeña, pero al momento de requerir mayor capacidad esta la pueda ajustar a un mayor tamaño. Por medio de investigación y búsqueda se encuentra una empresa que se enfoca en la mochila con un concepto viajero, haciendo que la misma sea apta para lo que requiere un cliente con espíritu aventurero “Wanderlust, un nuevo concepto de mochila urbana desarrolla un producto a partir de un nuevo concepto arraigado en las generaciones venideras, el concepto wanderlust expresa ese sentimiento de viajar, explorar y conocer mundo. Partiendo de esto se ha escogido el producto que satisface dicho espíritu, la mochila, y se ha desarrollado desde cero, atendiendo a las demandas de los usuarios, a la ergonomía, y a la resistencia en cuanto a materiales y forma hasta que se ha conseguido un prototipo que cumple las demandas propuestas tanto en concepto como en usabilidad” (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2013)

## **JUSTIFICACIÓN**

Se visualiza un gran uso de mochilas pequeñas, pero no tienen el espacio suficiente para guardar todos los implementos que se requieren llevar a diario, por tal motivo se ven obligados a llevar algunos elementos en sus manos o en una bolsa adicional, lo cual dificulta las actividades diarias. Para ello se crea una mochila que su tamaño a simple vista sea pequeño y de alguna manera se ajuste proporcionando mayor espacio al cliente (niñas de 12-17 años en la etapa de colegio), adicionalmente tendrán diseño exclusivo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Crear mochilas modificables de tamaño con diseño exclusivo.

### **Objetivos Específicos**

- Recopilar información en base a las necesidades del cliente (niñas de 12-17 años en la etapa de colegio).
- Identificar con exactitud el tipo de cliente al que se quiere llegar.
- Definir los materiales apropiados para la elaboración del producto.

## MARCO DE REFERENCIA

### Antecedentes

En el momento hay algunos productos en el mercado relacionados con el producto que se expone en este documento, por lo mismo se evidencia de forma fotográfica que hay bastantes productos que de varias maneras modifican su tamaño. A continuación, se nombrarán cada uno de los productos asociados ya mencionados anteriormente con su respectiva evidencia:

- Mochila De Piel Unisex Color Camell Ó Negra Expandible



Imagen 1. (Mochila De Piel Unisex Color Camell Ó Negra Expandible, 2019)



- Mochila Transportadora De Mascotas Expandible



Imagen 2. (Mochila Transportadora De Mascotas Expandible, 2019)

- Maleta Mp Acuario Expandible Jumbo Nylon Color Negro



Imagen 3. (Maleta Mp Acuario Expandible Jumbo Nylon Color Negro, 2019)

- Pennybag



Imagen 5. (Mochila superior rodillo personalizado. Mochila de lona de algodón azul claro. Bolso del ordenador portátil de 15", 2019)

- Etsy



Imagen 6. (Etsy, 2019)

- Atelier de L'armée



Imagen 7. - (Atelier de L'armée, n.d)

- Wigwag



Imagen 8. - (Bolso de lona para mujer en piel, mochila de lona, bandolera convertible, 2019)

- H&M Plecak



Imagen 9. (H&M, 2019)

## MARCO TEÓRICO

En el momento de realizar una investigación a fondo sobre posibles proyectos de investigación que se encuentren actualmente establecidos o en curso, se llega a un solo proyecto con un concepto similar el cual lleva por nombre “Wanderlust, un nuevo concepto de mochila urbana desarrolla un producto a partir de un nuevo concepto arraigado en las generaciones venideras, el concepto wanderlust expresa ese sentimiento de viajar, explorar y conocer mundo. Partiendo de esto se ha escogido el producto que satisface dicho espíritu, la mochila, y se ha desarrollado desde cero, atendiendo a las demandas de los usuarios, a la ergonomía, y a la

resistencia en cuanto a materiales y forma hasta que se ha conseguido un prototipo que cumple las demandas propuestas tanto en concepto como en usabilidad” (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2013), a partir de esto se decide realizar dos encuestas, una para determinar qué tipo de producto consume el cliente propuesto, a raíz de la misma nos planteamos que el producto llama la atención por su diseño basado en animales, aunque el cliente propone adicional más temáticas como deportes o animales fantásticos como el unicornio, la preferencia en el color está inclinado a tonalidades claras, la segunda encuesta se realiza para conocer una posición socio económica y psicológica del cliente, por lo cual se realizan preguntas claves para determinar gustos y hobbies para finalmente llegar a la conclusión de que la psicología del cliente es definida como VSCO Girls, una personalidad que define a las niñas que están interesadas en salvar a los animales, por lo tanto no hacen uso de materiales desechables como pitillos/popotes de plástico, prefieren cagar consigo siempre un popote de acero inoxidable, al igual que en su outfit no puede faltar una mochila de la marca fjallraven Kanken “Es la mezcla perfecta entre un bolso y una mochila, por eso es el modelo preferido por las chicas” (mundo equipaje, 2020) y una cantimplora Hydro Flask que es en acero inoxidable y portan diariamente, este tipo de chicas se caracterizan por tener cuartos de estilo kiut y les llama la atención los colores de tonos claros.

Por lo anterior se realiza una investigación de marcas en el mercado que reúnen algunas características las cuales coinciden con el cliente ya seleccionado y establecidas por medio de las dos encuestas anteriormente realizadas, estas son:

### **1. Kiut**

Perteneciente al grupo Carvajal este nació en 1904 en la ciudad de Cali, Cuentan con seis unidades de negocios en los 11 países en que opera. Comenzó en la industria editorial con marcas comerciales reconocidas como Norma, Kiut, Jean Book, Reprograf, Mepal, Wau,

Cañatek, Pamolsa, Convermex, Graphicup, entre otros”. (*Carvajal conmemora 115 años de historia empresarial*, 2019)

## **2. Michael Kors**

Michael Kors es un diseñador de accesorios de lujo y prêt-à-porter reconocido en todo el mundo y galardonado con varios premios. Su firma homónima, establecida en 1981, produce actualmente una amplia gama de productos a través de sus líneas Michael Kors Collection, Michael Kors y Michael Kors Mens. Entre estos productos se incluyen accesorios, calzado, relojes, joyas, una completa línea de fragancias y colecciones de ropa prêt-à-porter para hombre y mujer. Las tiendas de Michael Kors se gestionan de forma directa o a través de socios autorizados. (*Michael Kors*, 2020)

## **3. Tommy Hilfiger**

Abrió una pequeña cadena de tiendas de ropa en 1969 cuando estaba en la secundaria. Con tan sólo 150 dólares y unos cuantos jeans, el modisto empezó su local en el que vendía ropa pensada para músicos, además de otros artículos como velas o inciensos, ítems típicos de aquellos tiempos donde predominaba el movimiento hippie, en 1985 que Hilfiger lanzó su marca de moda con su nombre y rápidamente se expandió para incluir ropa de mujer, Hilfiger Denim, ropa de niños, accesorios, fragancias y hogar, entre otras categorías. (*Tommy Hilfiger*, 2015)

## **4. Pepe Jeans**

Nació en Portobello Market en 1973, comenzaron el proyecto de vender pantalones tejanos en las paradas de moda inglesas. Se hicieron famosos entre la sociedad londinense y, en poco tiempo, se conocían por toda Europa. En 1989 en España nació Pepe Jeans. El país se convirtió

en el centro de gestión del nuevo grupo, y desde entonces, diseñan piezas únicas. (*Pepe Jeans*, 2020)

## **5. Kipling**

Fundado en 1987 en un pequeño lugar de Amberes. Vincent Haverbeke, Xavier Kegels y Paul Van de Velde fueron los creadores de esta nueva línea y entrar al mundo de la moda, decidieron que las mujeres necesitaban bolsas de alta calidad que a su vez fueran chic, femeninas y fashion. Crearon una línea de bolsas casuales y coloridas, de precio accesible y funcionales; bolsas con mucha actitud y diversión. (*KIPLING*, 2020)

## **6. Tous**

El origen de la familia Tous se remonta a 1920 cuando Salvador Tous Blavi y su esposa Teresa Ponsa Mas abren un pequeño taller de reparación de relojes que, poco a poco, se acerca al mundo de la joyería. En 1965 el hijo del fundador, Salvador Tous se casa con Rosa Oriol, formando la unión de dos talentos que con experiencia y creatividad crean un nuevo lenguaje en joyería. En la década de los 80, se ha pasado de diseñar sólo joyas para mujer a contar con una amplia gama de complementos: bolsos, relojes, perfumes, gafas, textil, marroquinería, una colección masculina y hasta una línea especial para el hogar, y todo protagonizado por su icono: el oso". (*Tous: historia de una firma*, 2008)

## **7. Desigual**

La empresa fue fundada en 1984 por el diseñador suizo Thomas Meyer. Su ambición era crear algo diferente que reflejara la individualidad y la singularidad de cada persona, y hacerlo de manera que sus prendas fueran asequibles. Desde entonces, la compañía ha seguido

creciendo, expandiéndose por Europa inicialmente y abriendo tiendas en los EE. UU., Asia y Medio Oriente desde 2011. (Perkins, 2020)

## **8. Guess**

La tienda Guess fue fundada en la ciudad de Los Ángeles por los hermanos Marciano en el año 1990. Originalmente comenzaron con la comercialización de Tejanos en 1981, en Boolmingdales. Posteriormente esta casa de moda fue creciendo hasta abarcar todo lo que tuviera que ver con la moda, desde calzado, pasando a ropa y llegando incluso a la joyería, bolsos y accesorios de todo tipo”. (Óptica Óptima, 2018)

## **9. Moschino**

La firma Moschino nació a comienzos de la década de los ochenta con la intención, según Franco Moschino, diseñador y creador de la firma, de crear “trajes económicos, útiles y prácticos. Franco fallece en Italia dejando huérfana la casa de moda. Actualmente la marca sigue en activo, centrada, sobre todo, en el ámbito de alta costura, aunque carente del fuelle y el genio de antaño. (*MOSCHINO, FASHION BY RØ*, 2018)

## **ARTÍCULO DE REFLEXIÓN**

A partir de investigación realizada por medio de diferentes medios, se evidencia que la idea de mochila modificable se considera como algo novedoso y hasta ahora no realizado en el mercado pues en el mismo se encuentra que la ampliación la aplican en la línea de maletas de viaje, pues consideran que este tipo de personas requieren de más espacio, pero al realizar encuestas al cliente propuesto se puede notar que este también requiere de más espacio en otro escenario en su vida cotidiana, en este caso el colegio, se toma como cliente a las niñas de 12-17 años, las cuales se encuentran en los cursos de 6 a 11 de



bachillerato, en este periodo de tiempo la carga que se ve en el colegio aplicada a las estudiantes es aún mayor porque implica que deban llevar más materiales como libros, cartulinas, elementos de arte, etc. Esto provoca que las mochilas convencionales se vean en muchas ocasiones limitadas de espacio, por lo tanto, el producto ofrecería el espacio extra que el cliente requiere en ocasiones así brinda mayor comodidad y evita que el mismo deba llevar objetos en la mano que suelen ser incómodos de portar. Se logra entender que el tipo de cliente al que se llega tiene un aspecto psicológico marcado, pues son niñas que actualmente tienen influencia por lo que se conoce como redes sociales, por lo cual se definen como niñas VSCO Girls, esto ayuda a entender aspectos frente al producto, como que tipo de colores a emplear puesto que a este tipo de niñas les gusta los colores de tonalidades claras y que tengan diseños novedosos, son niñas que les interesa el medio ambiente y el cuidado animal, en este caso el diseño exclusivo que se brinda es una temática de animales, como resultado lleva al siguiente paso de investigación, en efecto consta de ver en el mercado que tipo de empresas se dedican a utilizar este tipo de colores y diseños que encajen con el tipo de cliente, en las que se encuentren algunas que se ajustan a lo buscado, entre ellas se ubica: Kiut, Michael Kors, Tommy Hilfiger, Pepe Jeans, Kipling, Tous, Desigual, Guess Y Moschino, todas empresas que brindan un diseño que se ajusta con el cliente, se concluye que la idea de producto es novedosa y permite satisfacer al nicho de mercado elegido.

## **CONCLUSIONES**

Con la investigación realizada se encuentra que las necesidades presentadas en el cliente se relacionan con la poca capacidad que posee una mochila en diferentes escenarios de uso, en este caso el colegio. Pues por medio de la realización de una encuesta se logra conocer que en la actualidad los colegios solicitan gran cantidad de materiales a estudiantes, haciendo que las mochilas actualmente promocionadas en el mercado no reúnan el espacio que requiere el cliente.

Por el tipo de mochila se destina que esta sea solo para niñas entre los 12-17 años, con una psicología definida como VSCO Girls, una personalidad que define a las niñas que están interesadas en salvar a los animales, por lo tanto no hacen uso de materiales desechables como pitillos/popotes de plástico, prefieren cagar consigo siempre un popote de acero inoxidable, al igual que en su outfit no puede faltar una mochila de la marca fjallraven Kanken “Es la mezcla perfecta entre un bolso y una mochila, por eso es el modelo preferido por las chicas” (mundo equipaje, 2020) y una cantimplora Hydro Flask que es en acero inoxidable y portan diariamente, este tipo de chicas se caracterizan por tener cuartos de estilo tierno y les llama la atención los colores de tonos claros.

Finalmente al tener conocimiento de toda esta información se realiza la definición de materiales, los cuales serán cuerina y acetato, pues son los de mayor ajuste frente a las características que presenta el cliente antes mencionado, aportando la novedad que se desea al producto ofrecido, con diseños exclusivos de animales y seres fantásticos.

Dicho lo anterior, el supuesto de realizar mochilas modificables de tamaño con diseño exclusivo para niñas de 12-17 años en la etapa de colegio es una forma de generar una mejor portabilidad de los implementos necesarios que el cliente requiera, sin necesidad de llevar una mochila voluminosa o de un tamaño grande puesto que al ser ajustable hace que su tamaño inicial sea de una mochila pequeña.

Para culminar se evidencia que el producto a realizar es llamativo visualmente, y que la idea podría ser aceptada de forma positiva ya que esta es novedosa y frente al mercado hasta ahora no se ha realizado, lo cual nos hace ver que no hay existencia de competencia fuerte en este campo, el producto puede marcar una innovación útil para el cliente en específico.

## CONCEPTO ASOCIADO AL TEMA DE INVESTIGACIÓN

**Mochila:** “Bolsa de lona o de otro material resistente que, provista de correas para ser cargada a la espalda.” (Real Academia Española, 2014)



Imagen 10. (*Mochila de estilo preppy con bordado de corona, para adolescentes, niñas, mochilas, femenina, 2019, Púrpura, Talla: Amazon.com.mx: Ropa, Zapatos y Accesorios, 2019*)

**Maletas:** “Especie de caja provista de un asa que sirve, sobre todo en los viajes, para transportar ropas y otros objetos” (Real Academia Española, 2014)



Imagen 11. (*Set De 3 Maletas Con Diseño en Mercado Libre, s. f.*)

**Morrales:** “Saco que usan los cazadores, soldados y viandantes, colgado por lo común a la espalda, para echar la caza, llevar provisiones o transportar alguna ropa” (*Real Academia Española*, 2014)



Imagen 12. (*Mochilas Wayuu / Artesanías Auténticas Colombianas* , s. f.)

**Modificable:** “Que se puede o es posible modificar, innovar, rectificar, reformar, alterar, enmendar, variar, mudar, transformar una cosa en algunas propiedades.”  
(Definiciona, 2019)



Imagen 13. (*registro-sistema-archivos.jpeg (300×300)*, s. f.)

**Diseño Exclusivo:** “Se usa para referirse a toda aquella cosa que sea innovadora, de calidad y exclusivo.” (2019, Reverso Diccionario)



Imagen 14. (*registro-sistema-archivos.jpeg (300×300)*, s. f.)

## **NORMAS LEGALES**

En este ítem se evidencia que existe en la actualidad un código de etiquetado para productos de marroquinería, según calzado y marroquinería actualizado 2013 el etiquetado debe reunir unas condiciones las cuales son número de registro, país de origen, información sobre los materiales. (Que, Se, Producido, Partir, & Fecha, 2013)

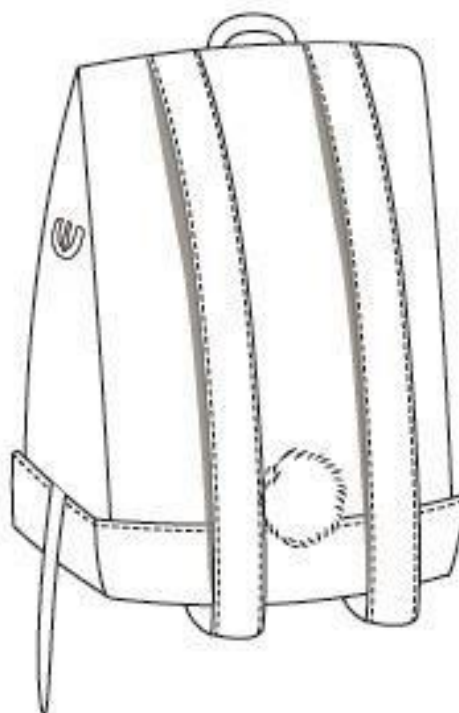
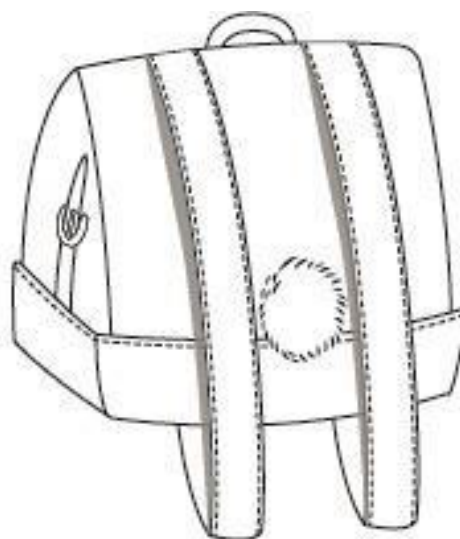
## MARCO DE METODOLÓGICO

El proyecto empieza por que como estudiantes no tenemos el suficiente espacio, para guardar los materiales o implementos que se llevan diariamente, se llega a todo esto por medio del diario de campo en el cual se realiza investigación la cual consta de la visita a una empresa que realiza mochilas, en esta visita se pudo observar distintos sistemas de cierre como cremalleras o broches de presión y también los diferentes tamaños de las mismas, varias entrevistas a posibles clientes realizando preguntas claves como qué tipo de mochila preferían portar, que tamaño era de su preferencia, si les era relevante el diseño de esta, estas sirvieron para definir qué tan amplia es la necesidad que se encuentra en los mismos y por ultimo visitas a puntos de ventas en los cuales se logra conocer los patrones de ventas, es decir, que tipo de mochilas compran más los usuarios. Al realizar una investigación en sitios web se encuentra un único proyecto con cierta similitud a lo que se desea realizar, este lleva por nombre “Wanderlust, un nuevo concepto de mochila urbana”, también se hayan varios ejemplos en páginas oficiales de marcas que producen mochilas con un concepto de expansión en su tamaño, por lo cual se realizará mochilas modificables con diseño exclusivo para niñas de 11-17 años en la etapa de colegio), adicionalmente tendrán diseño exclusivo.

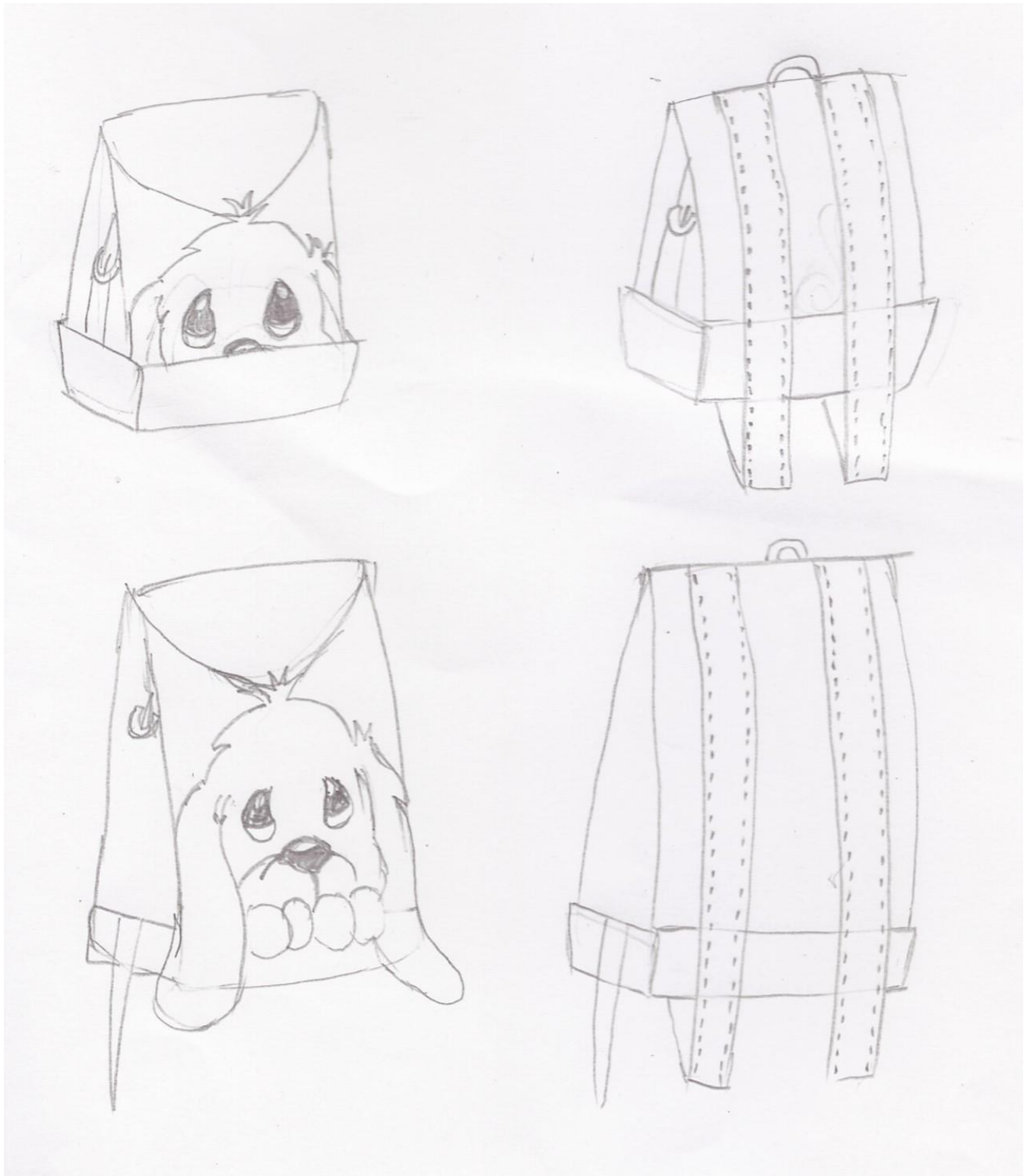
## PRODUCTO

Se hicieron diferentes bocetos para futuras realizaciones de producto, para tener una idea clara de lo que se quiere hacer como proyecto

Se amplía desdoblando y soltando la correa hacia abajo

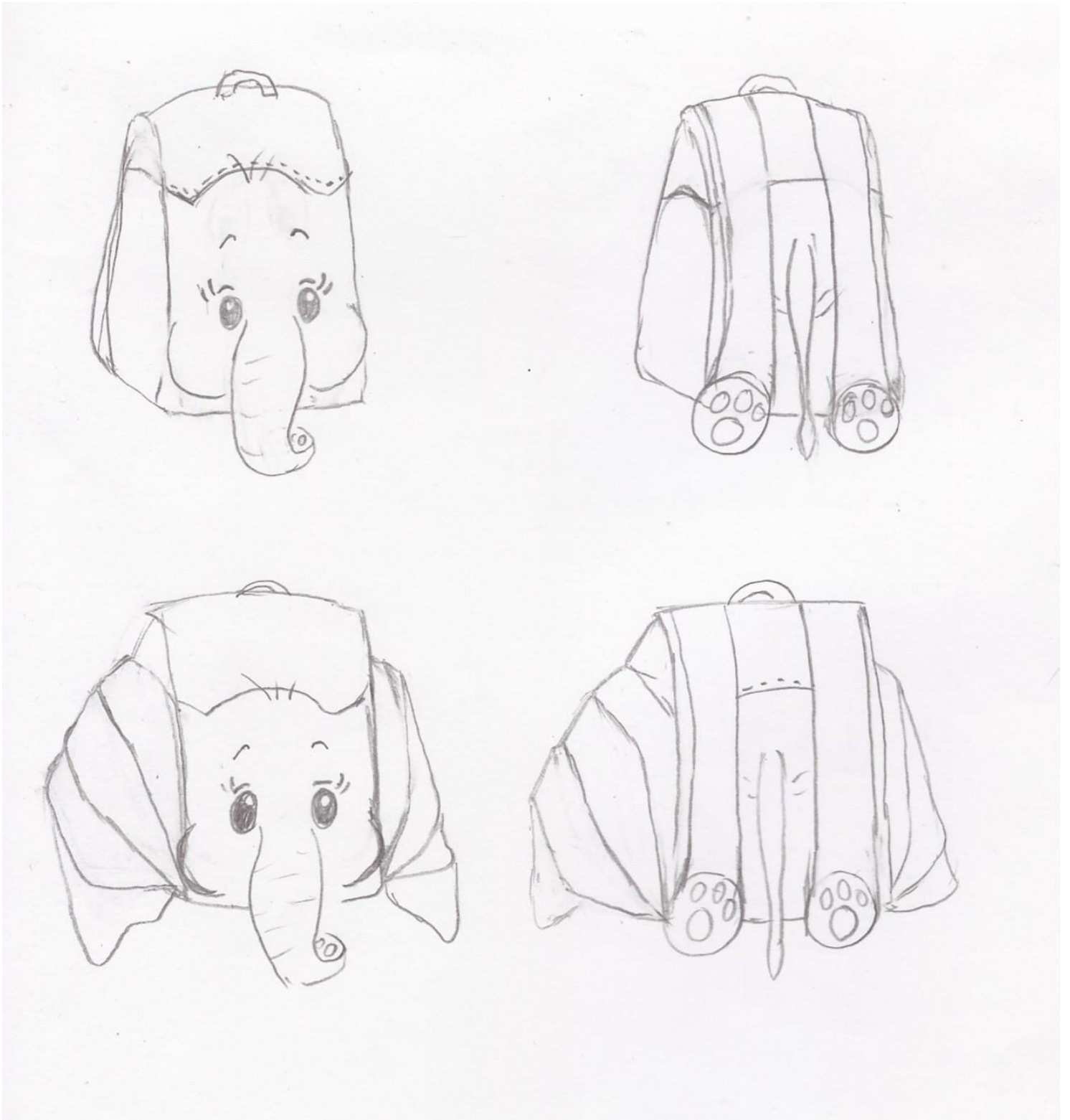


Se amplía desdoblando y soltando la correa hacia abajo

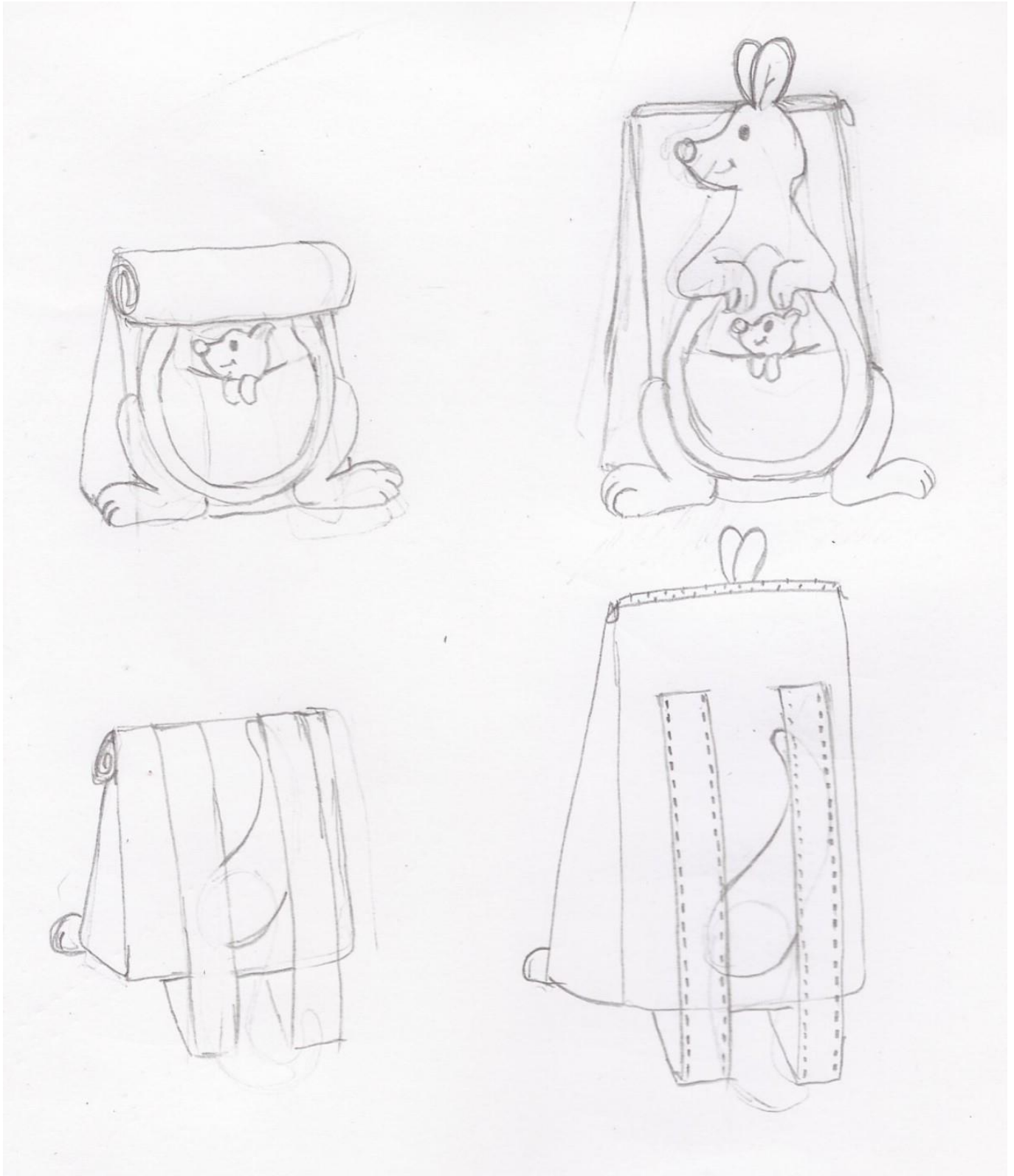




Se amplía hacia los lados, desdoblando



Se amplía desenrollando hacia arriba



Se amplía desenrollando hacia arriba



Se amplía desdoblando y soltando la correa hacia abajo



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Atelier de L´armee. (n.d.). *Paquete de vuelo Falun - Negro | Atelier de l´Armée*.

Retrieved from <https://atelierdelarmee.com/Flight-Pack-Falun-Black>

*Bolso de lona para mujer en piel, mochila de lona, bandolera convertible*. (2019).

Retrieved from

[https://www.artfire.com/ext/shop/product\\_view/WigWag/12292242/canvas\\_leather\\_womens\\_bag\\_canvas\\_backpack\\_convertible\\_messenger\\_bag/handmade/bags\\_and\\_purses/messenger\\_case/other](https://www.artfire.com/ext/shop/product_view/WigWag/12292242/canvas_leather_womens_bag_canvas_backpack_convertible_messenger_bag/handmade/bags_and_purses/messenger_case/other)

Definiciona. (2019). Significado y definición de modificable, etimología de modificable.

Retrieved May 30, 2019, from <https://definiciona.com/modificable/>

Etsy. (2019). *Etsy*. Retrieved from [https://www.etsy.com/es/listing/573881088/envio-gratuito-encerado-lona-marron?ref=shop\\_home\\_feat\\_1&frs=1](https://www.etsy.com/es/listing/573881088/envio-gratuito-encerado-lona-marron?ref=shop_home_feat_1&frs=1)

H&M. (2019). *Plecak*. Retrieved from [https://www2.hm.com/pl\\_pl/productpage.0361829001.html](https://www2.hm.com/pl_pl/productpage.0361829001.html)

Maleta Mp Acuario Expandible Jumbo Nylon Color Negro. (2019). *maleta-mp-acuario-expandible-jumbo-nylon-color-negro-D\_NQ\_NP\_631340-MLM29830350209\_042019-O*. Retrieved from [https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-674394373-maleta-mp-acuario-expandible-jumbo-nylon-color-negro-\\_JM?quantity=1&variation=34873858692](https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-674394373-maleta-mp-acuario-expandible-jumbo-nylon-color-negro-_JM?quantity=1&variation=34873858692)

Mochila De Piel Unisex Color Camell Ó Negra Expandible. (2019). *mochila-de-piel-unisex-color-camell-o-negra-expandible-D\_NQ\_NP\_717528-*

MLM30729883794\_052019-F. Retrieved from

[https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-673241240-mochila-de-piel-unisex-color-camell-o-negra-expandible-\\_JM?quantity=1&variation=37584748537](https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-673241240-mochila-de-piel-unisex-color-camell-o-negra-expandible-_JM?quantity=1&variation=37584748537)

*Mochila superior rodillo personalizado. Mochila de lona de algodón azul claro. Bolso del ordenador portátil de 15".* (2019). Retrieved from

<https://co.pinterest.com/pin/728246202223189248/?autologin=true>

Mochila Transportadora De Mascotas Expandible. (2019). *mochila-transportadora-de-*

*mascotas-expandible-D\_NQ\_NP\_631475-MLM29099113294\_012019-O.* Retrieved from

[https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-671611805-mochila-transportadora-de-mascotas-expandible-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-671611805-mochila-transportadora-de-mascotas-expandible-_JM)

Mochila de estilo preppy con bordado de corona, para adolescentes, niñas, mochilas, femenina, 2019, Púrpura, Talla: Amazon.com.mx: Ropa, Zapatos y Accesorios. (2019, septiembre 16). Estilo: estilo preppy, tipo de mochila: blanda, tipo de artículo: mochilas, tamaño: altura 38 cm x longitud 29 cm x ancho 10 cm. <https://www.amazon.com.mx/Known-Mochila-Adolescentes-Mochilas-Femenina/dp/B07XXRWL3S>

Mochilas Wayuu | Artesanías Auténticas Colombianas . (s. f.). Recuperado 24 de marzo de 2020, de

<https://www.autenticasartesanias.com/mochilaswayuu/>

Que, C., Se, N. O., Producido, H., Partir, M. A., & Fecha, D. E. E. S. A. (2013). *El Presente*

*Reglamento Técnico Fue Revisado En Abril De 2013 . El Lector Deberá. 2009(47).*

Real Academia Española. (2014). mochila | Definición de mochila - «Diccionario de la lengua

española» - Edición del Tricentenario. Retrieved May 30, 2019, from

<https://dle.rae.es/?id=PSStX6ei>

Reverso Diccionario. (2019). Definición de diseño exclusivo| Diccionario español definición | Reverso. Retrieved May 30, 2019, from <https://diccionario.reverso.net/espanol-definiciones/de+diseño+exclusivo>

*Real Academia Española*. (2014). Maleta I Definición de maleta - «Diccionario de la lengua española» <https://dle.rae.es/maleta>

Registro-sistema-archivos.jpeg (300×300). (s. f.). Recuperado 24 de marzo de 2020, de <https://norfipc.com/img/icon/registro-sistema-archivos.jpeg>

*Carvajal conmemora 115 años de historia empresarial*. (2019, octubre 28). <https://www.elpais.com.co/economia/carvajal-conmemora-115-anos-de-historia-empresarial.html>

*KIPLING*. (2020). <https://zonalibredeblice.com/historia-kipling-bolsas-disponible/>

*Michael Kors*. (2020). <https://www.michaelkors.es/info/quienes-somos/eus220125>

*Mochila de estilo preppy con bordado de corona, para adolescentes, niñas, mochilas, femenina, 2019, Púrpura, Talla: Amazon.com.mx: Ropa, Zapatos y Accesorios*. (2019, septiembre 16). Estilo: estilo preppy, tipo de mochila: blanda, tipo de artículo: mochilas, tamaño: altura 38 cm x longitud 29 cm x ancho 10 cm. <https://www.amazon.com.mx/Known-Mochila-Adolescentes-Mochilas-Femenina/dp/B07XXRWL3S>

*Mochilas Wayuu | Artesanías Auténticas Colombianas* . (s. f.). Recuperado 24 de marzo de 2020, de <https://www.autenticasartesanias.com/mochilaswayuu/>

*MOSCHINO, FASHION BY RØ*. (2018, noviembre). <http://rororoyouth.blogspot.com/2015/11/la-historia-de-moschino-una-marca-de.html>

mundo equipaje. (2020). *mochila Kanken (2020) - Mundo Equipaje*. <https://mundoequipaje.com/comprar-mochila-kanken/>

Óptica Óptima. (2018, octubre 18). *GUESS - Moda*. <https://optica-optima.com/blog/historia-la-marca-guess/>

*Pepe Jeans*. (2020). <https://enjoypepe.pepejeans.com/es#page-block-zf3qlck2cco>

Perkins, N. (2020, febrero). *Desigual - 2020*. <https://www.yourtripagent.com/7133-history-of-desigual-in-1-minute>

*Real Academia Española*. (2014). <https://dle.rae.es/maleta>

*registro-sistema-archivos.jpeg (300×300)*. (s. f.). Recuperado 24 de marzo de 2020, de <https://norfipc.com/img/icon/registro-sistema-archivos.jpeg>

*Set De 3 Maletas Con Diseño en Mercado Libre*. (s. f.). Recuperado 24 de marzo de 2020, de [https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-448169450-set-de-3-maletas-con-diseno\\_JM](https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-448169450-set-de-3-maletas-con-diseno_JM)

*Tommy Hilfiger*. (2015, enero 29). <https://www.infobae.com/2015/01/29/1623709-tommy-hilfiger-el-hombre-que-creo-un-imperio-150-dolares/>

*Tous: historia de una firma*. (2008, diciembre 1). <https://www.tendencias.com/marcas/tous-historia-de-una-firma>

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. (2013).



*Carvajal conmemora 115 años de historia empresarial.* (2019, octubre 28).

<https://www.elpais.com.co/economia/carvajal-conmemora-115-anos-de-historia-empresarial.html>

*KIPLING.* (2020). <https://zonalibredebellece.com/historia-kipling-bolsas-disponible/>

*Michael Kors.* (2020). <https://www.michaelkors.es/info/quienes-somos/eus220125>

*Mochila de estilo preppy con bordado de corona, para adolescentes, niñas, mochilas, femenina, 2019,*

*Púrpura, Talla: Amazon.com.mx: Ropa, Zapatos y Accesorios.* (2019, septiembre 16). Estilo: estilo preppy, tipo de mochila: blanda, tipo de artículo: mochilas, tamaño: altura 38 cm x longitud 29 cm x ancho 10 cm. <https://www.amazon.com.mx/Known-Mochila-Adolescentes-Mochilas-Femenina/dp/B07XXRWL3S>

*Mochilas Wayuu | Artesanías Auténticas Colombianas .* (s. f.). Recuperado 24 de marzo de 2020, de

<https://www.autenticasartesanias.com/mochilaswayuu/>

*MOSCHINO, FASHION BY RØ.* (2018, noviembre). <http://rororoyouth.blogspot.com/2015/11/la-historia-de-moschino-una-marca-de.html>

*mundo equipaje.* (2020). *mochila Kanken (2020) - Mundo Equipaje.* <https://mundoequipaje.com/comprar-mochila-kanken/>

*Óptica Óptima.* (2018, octubre 18). *GUESS - Moda.* <https://optica-optima.com/blog/historia-la-marca-guess/>

*Pepe Jeans.* (2020). <https://enjoypepe.pepejeans.com/es#page-block-zf3qlck2cco>

*Perkins, N.* (2020, febrero). *Desigual - 2020.* <https://www.yourtripagent.com/7133-history-of-desigual-in-1-minute>

*Real Academia Española.* (2014). <https://dle.rae.es/maleta>

*registro-sistema-archivos.jpeg (300×300).* (s. f.). Recuperado 24 de marzo de 2020, de  
<https://norfipc.com/img/icon/registro-sistema-archivos.jpeg>

*Set De 3 Maletas Con Diseño en Mercado Libre.* (s. f.). Recuperado 24 de marzo de 2020, de  
[https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-448169450-set-de-3-maletas-con-diseno-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-448169450-set-de-3-maletas-con-diseno-_JM)

*Tommy Hilfiger.* (2015, enero 29). <https://www.infobae.com/2015/01/29/1623709-tommy-hilfiger-el-hombre-que-creo-un-imperio-150-dolares/>

*Tous: historia de una firma.* (2008, diciembre 1). <https://www.trendencias.com/marcas/tous-historia-de-una-firma>