



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Escuela de Diseño  
Facultad de Arquitectura, Diseño y  
Estudios Urbanos  
Pontificia Universidad Católica de Chile

# FRAGMENTO

Alumna: Josefina de la Paz Martínez Collarte  
Profesora guía: Gabriela Farias  
Julio, 2017  
Santiago, Chile.

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





PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

Escuela de Diseño  
Facultad de Arquitectura, Diseño y  
Estudios Urbanos  
Pontificia Universidad Católica de Chile

# FRAGMENTO

Alumna: Josefina de la Paz Martínez Collarte  
Profesora guía: Gabriela Farias  
Julio, 2017  
Santiago, Chile.

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



## Agradecimientos

Gracias a todos quienes participaron y aportaron a este proyecto de alguna forma.  
A mi profesora guía por motivarme a seguir trabajando.  
A mi familia y amigos por su paciencia y apoyo durante todo el proceso.



# ÍNDICE

7	INTRODUCCIÓN
9	MARCO TEÓRICO
10	La importancia del vestir
12	La industria textil
14	Velocidad de la moda
17	Sociedad de consumo
18	Residuos en Chile
20	Moda lenta
22	Sustentabilidad en la moda
23	Estrategia de Diseño
24	El textil y el impacto de su ciclo de vida
27	Generación y gestión de residuos
28	Reutilización de Desechos
31	OPORTUNIDAD
32	Nuevo ciclo de vida
35	Formulación del proyecto
37	Contexto y usuario
38	antecedentes y referentes
41	DESARROLLO DEL PROYECTO
42	Recuperación de residuos textiles
44	Prototipado de moldes y prendas
46	Decisiones de diseño
49	COLECCIÓN
50	Bocetos
52	Método de confección
54	Producción fotográfica
71	IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA
72	Canvas
76	Estrategia y posicionamiento
78	Costos y fijación de precios
87	IMPACTO DEL PROYECTO
88	Bibliografía





## **Introducción**

### Motivación personal

Desde que era una niña, me ha llamado la atención el área textil. El diseño de vestuario y el diseño de superficies textiles han marcado gran parte de mi vida y de mi carrera; incursionando en ambos dentro y fuera de la universidad el área textil se ha convertido en el rubro al que me gustaría dedicar mi trabajo, es por esto que es son también el foco de mi proyecto.



## MARCO TEÓRICO

# La importancia del vestir

## Concepto de moda

El Diccionario de la RAE define a la moda (del fr. mode) como “uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos”

La moda refleja el gusto de una época, los valores y las opiniones dominantes. Es decir, es el reflejo y la expresión estética de una sociedad. Por lo tanto, permite identificar cómo la gente piensa en ese momento. En cada época, la moda es impuesta no sólo por personalidades como pueden ser los artistas, los políticos, etc., sino que también, se crea a partir de los valores y actitudes sociales imperantes en ese momento. Esto es así porque la moda es un comunicador de identidad (Bur, 2013)

Para este proyecto se hablará de la moda, como los productos de la industria textil que tienen como finalidad vestir a las personas a lo largo de la historia.

Desde el punto de vista sociológico, Piñuel Raigada (1992) expresa que la no aceptación de las innovaciones que propone la moda es considerada una señal de marginación, mientras que la participación en las mismas se premia con el reconocimiento social. Este autor considera que el desencadenante esencial de la creación y desarrollo de las modas es determinado por signos de poder como, por ejemplo, la distinción social.

Continuando con el enfoque sociológico, podemos señalar que la moda es un acto de comunicación. Constituye una forma de comunicación no verbal, por la que las personas expresan su identidad y pertenencia a la sociedad. (Bur, 2013)

## Vestimenta y moda como medio de expresión

Los expertos afirman que la moda provee a las personas de status y les otorga seguridad al favorecer la adaptación. En este sentido, la moda permite satisfacer estas dos necesidades humanas.

Es por esto que el uso de la indumentaria como medio de expresión ha sido estudiado desde diferentes puntos de vista con el fin de descifrar los patrones de conducta que muevan a los consumidores a ser parte una moda. Y como unos pocos consumidores motivan a otros más a seguir la tendencia.

*«La ropa es inevitable. Es nada menos que el mobiliario de la mente hecho visible»  
(Laver)*



## La industria textil

### Rol de la industria de la moda en el problema medioambiental

La industria textil y de la moda es una de las mayores del mundo, esta emplea una sexta parte de la población mundial y después de la agricultura, es el sector que utiliza más cantidad de agua que ningún otro, es responsable también de emitir agentes químicos tóxicos, contaminar el ambiente, y emplear mano de obra infantil (Brown, 2010)”

Dentro de la industria textil, la moda es una de las más contaminantes debido a su gran tamaño y velocidad de producción.

Para comenzar a entender el impacto que tiene la industria textil y la producción de una prenda es que se hace un barrido por el ciclo de vida de una prenda, desde la extracción de los materiales hasta su posterior eliminación.

#### Ciclo de vida

La expresión “ciclo de vida” se refiere al recorrido de un producto desde la obtención de la fibra en bruto hasta su eliminación. (Gwilt, 2017)



Esquema (elaboración propia)

## Extracción y producción de materia prima

### Extracción y elaboración de la fibra textil:

Recolección o elaboración de la fibra textil, dependiendo del origen de la fibra el material será extraído de la naturaleza o procesado por el hombre.

### Hilatura:

Proceso en que se toma la fibra textil, ya sea natural o procesada y se crea un filamento alargado, flexible y fino llamado hilo. Este proceso se lleva a cabo mediante el estiramiento y la torsión de la fibra ya sea por un proceso mecánico o manual.

### Tejido:

el hilo es tejido y transformado en una superficie textil. Dependiendo del tipo de fibra el filamento puede ser tejido de dos maneras, plano o de punto, cada uno construido con el fin de mantener las propiedades del hilo.

## Diseño y Manufactura

### Diseño:

Se define el diseño de la prenda, seleccionan los tejidos, materiales y la técnica a utilizar.

### Teñido:

Proceso químico por el cual se le añade color a la superficie textil, ya sea mediante colorantes naturales o artificiales.

**Estampado:** aplicación de pigmentos en la superficie tejida con el fin de motivos o diseños en la superficie textil. Puede ser aplicado de manera mecánica o industrial.

\*Estos proceso está acompañado de tratamientos previos y posteriores con el fin de fijar el color.

### Corte:

se extiende la tela, estirada en capa una sobre otra y se marcan las formas del molde dependiendo de del enfoque usado para el patronaje de las prendas para posteriormente cortar las piezas.

### Confección:

Se arman las prendas, uniendo las distintas piezas mediante un proceso manual o mecánico. Se utilizan diversas máquinas dependiendo del tipo de superficie textil elegida. Este proceso incluye las terminaciones y acabados de las prendas.

## Distribución y logística

### Embalaje y distribución:

Las prendas construidas se revisan, se planchan, etiquetan son embaladas en cajas, bolsas o colgadores para ser distribuidas desde las fábricas a los distintos puntos de venta

### Venta:

las prendas son expuestas en los distintos puntos de venta con el fin de ser adquiridas por los consumidores.

## Uso

### Uso:

la prenda es comprada por el usuario, utilizando la prenda lo cual conlleva procesos como el lavado, secado y planchado lo que va causando paulatinamente el desgaste de la prenda.

## Fin de la vida

### Desuso:

la prenda es desechada por parte del usuario, por diversas razones. Esto define el fin de la vida útil de la prenda y su posterior paradero (desechada a la basura, reutilizada o reciclada).

## Velocidad de la moda

Actualmente la industria de la moda se rige por el Fast fashion o moda rápida, el cual es un fenómeno de consumo basado en la estrategia de producir y vender prendas a alta velocidad, creando prendas nuevas todo el año, con una producción de ciclos cada vez más cortos el cual prioriza la cantidad de venta a costa de la calidad de la producción.

Este es un sistema que no se sostiene dado que utiliza los recursos naturales sin conciencia, consume grandes cantidades de agua, gastando los recursos a tal velocidad que no le permite al ambiente regenerarlos, generando una mayor cantidad de prendas para liberar al mercado y liberando al planeta abundantes desechos de las mismas.

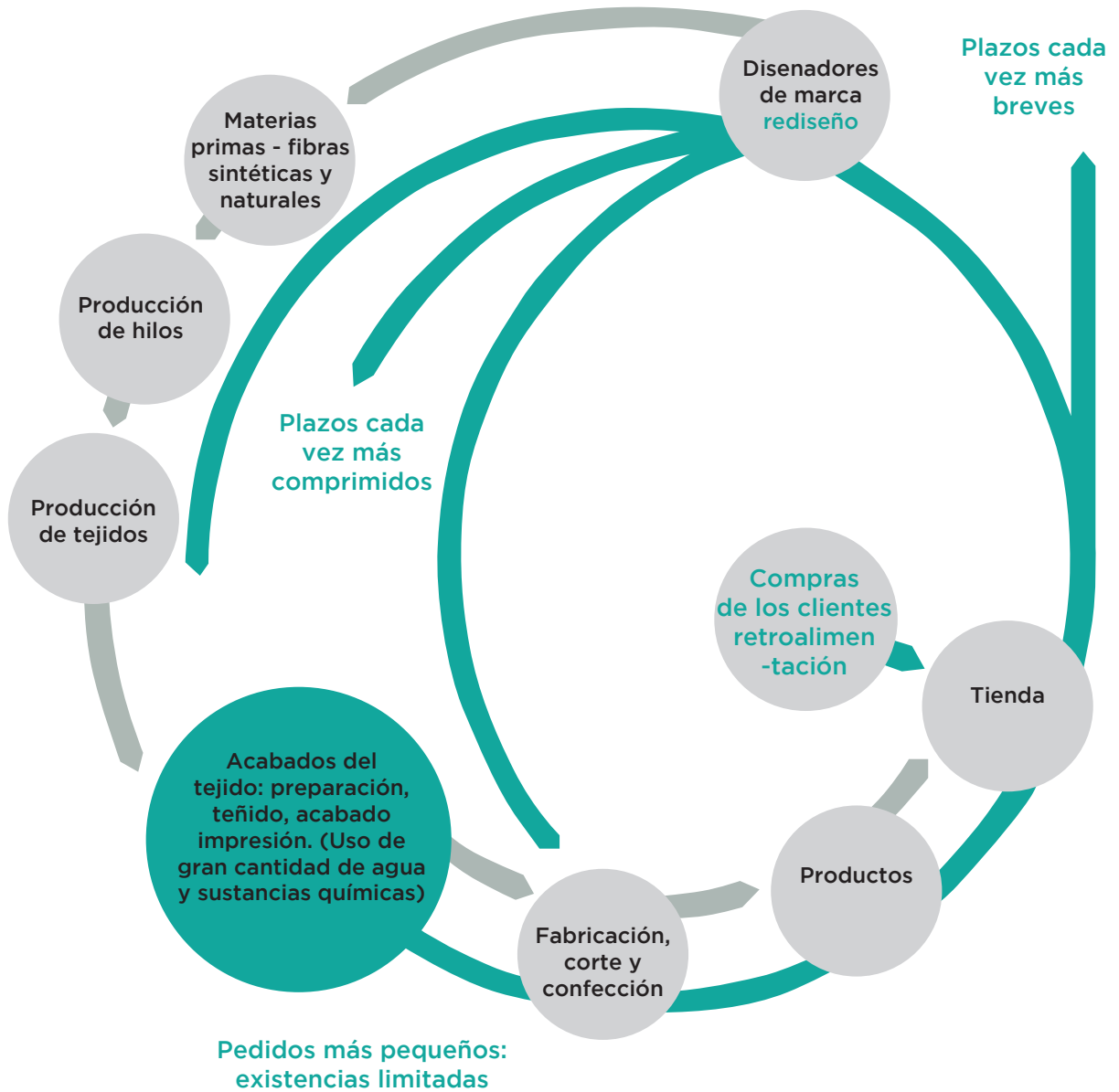
Esto ha generado un aumento en la tendencia de compra de las personas, debido a la amplia variedad de oferta y a la rapidez con que estas cambian y se renuevan, creando en las personas una falsa sensación de escasez incitando a las comprar mucha ropa, desechando la que ya tienen.

Esto se ve potenciado por la cultura de masas, y los consumidores que la conforman que indirectamente o sin quererlo son responsables de la permanencia de este sistema, ya que no le preocupa lo que ocurre en el proceso productivo, simplemente quiere tenerlo todo y de manera inmediata y en lo posible a bajo precio. De esta forma obligando al sistema a acelerar sus procesos de producción y bajar los costos con tal de satisfacerlos - sin importar las consecuencias que tendrán estas demandas en las decisiones de quienes producen lo que se consume.

Algunas de las consecuencias de este estilo de vida son el impacto ambiental y social. En el impacto ambiental se puede ver la contaminación del ambiente, las aguas y grandes cantidades de desechos que se generan a una velocidad mucho mayor que la capacidad del ambiente de degradarlos así como también están las malas condiciones de trabajo y remuneración de quienes confeccionan las prendas - que suelen ser del tercer mundo -

Conocidos como fabricación «justo a tiempo», los nuevos sistemas tecnológicos enlazan todas las partes de la cadena de suministro para reducir el tiempo de producción de una prenda. Zara, una de las principales marcas de moda rápida, puede lanzar una línea de ropa en un plazo de entre 7 y 30 días, y reponer las prendas más vendidas en las tiendas en solo 5 días. Estos procesos son posibles gracias a la presión a los proveedores para que entreguen sus productos en plazos cada vez más apretados. Inevitablemente, esto se traduce en prácticas medioambientales irresponsables y en el recorte de los costes laborales (detox) .





Ciclo de vida de la moda rápida, según Greenpeace (Deatox)

***En la actualidad, impera la moda rápida, la obsolescencia planificada, la ignorancia y los desechos. Durante el año pasado, los habitantes de Reino Unido tiraron a la basura más de dos millones de toneladas de ropa de moda rápida que sólo usaron una media de 6 veces.  
(Geoffrey B. Small, 2010)***

***El tradicional primavera/verano otoño invierno de las semanas internacionales de la moda son sólo para mostrar. Zara, el gigante de la moda rápida español rompió el molde, al introducir mini estaciones cada semana. 50 a 100 nuevas micro-estaciones al año es la nueva normalidad. (Truecostmovie.com )***

***Un ejemplo de la velocidad de la industria de la moda actualmente es la multinacional Zara que fabrica 850 millones de prendas al año.***

## Sociedad de consumo

### Escenario del textil en Chile

“El mercado de ropa en Chile está en expansión, por lo que los volúmenes crecientes se explican por eso”, señala el analista de investigación de Euromonitor International, Fernando Cruz. Agrega que la baja ostensible de los precios, la gran cantidad de productos chinos y el aumento en el ingreso promedio han impulsado al alza la adquisición de este tipo de productos. Según la Cámara de Industriales del Cuero, Calzado y Afines, cada chileno compra entre cinco y seis pares de zapato al año, por lo que el resto de las 27 prendas sería vestuario”.

(Diario El Mercurio, Economía y Negocios. 2013).

Alrededor del 70 % del total de las ventas de textil en Chile provienen de las importaciones, esto se debe a lo débil de la nuestra industria textil, bajo desarrollo tecnológico y poca apertura a acuerdos internacionales.

Chile: Consumo en ropa y calzado per cápita  
Año 2012



Año 2008



## Residuos en Chile

### Generación de residuos a nivel nacional

Como se mencionaba anteriormente el ritmo de vida basado en la cantidad y no en la calidad de los productos predominante en Chile genera como consecuencia una gran cantidad de residuos.

La información sobre residuos en Chile es limitada sin embargo existen algunas cifras que demuestran los efectos que causa la actual sociedad de consumo en el país.

“Chile tiene una de las tasas más altas en material de desechos y una de las más bajas en reciclaje (T13)”

Chile aún está muy lejos de los estándares internacionales en materia de reciclaje de residuos. Algunos países cumplen con el 20 o %30 de reciclaje de sus residuos, en cambio Chile alcanza sólo el %6 de estos.

Según “Levantamiento, Análisis, Generación y Publicación de Información Nacional Sobre Residuos Sólidos de Chile” hizo una estimación para el año 2009 En Chile se generan cada año **16,9 millones de toneladas de residuos**, de los cuales 6,5 millones de toneladas son residuos municipales y 10,4 millones de toneladas son residuos industriales.

Del total de los residuos, %60 van a rellenos sanitarios y el %40 a vertederos y basurales. **Respecto a su tipología**, el %48 de los residuos emitidos corresponden a materia orgánica, %11 plásticos, %11 metales, %10 productos del papel, %7 vidrios y **%3 a telas**. A estos datos, se puede agregar que cada persona genera 384 kg al año y que de la suma de los residuos nacionales, sólo un %10 se recicla.

Para enfrentar la complejidad de este problema, el año 2005 el Consejo Directivo de la Comisión Nacional del Medio Ambiente, aprobó la Política de Gestión Integral de Residuos Sólidos, la cual tiene como objetivo minimizar el riesgo para la salud de la población y el medio ambiente de una manera integral, abarcando todas las etapas de un producto, desde que es elaborado hasta su eliminación. Este modelo, utilizado en gran parte de los países desarrollados, ha probado su efectividad en el tiempo.

Como dice Pablo Badeneir: La mayor cantidad de los residuos que generamos en nuestros hogares son depositados en sitios de disposición final como rellenos sanitarios y vertederos, cifra que alcanza a los 6,7 millones de toneladas al año. Lamentablemente, éste es un problema que la mayoría de los ciudadanos no visualizamos, sino hasta el momento en que afecta directamente nuestra calidad de vida, como por ejemplo, cuando por diversos motivos se interrumpe el retiro de los residuos de los hogares



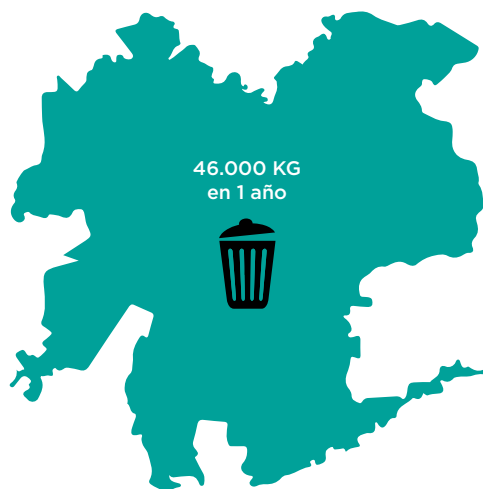
### Residuos en Chile y el mundo

Con respecto a los residuos textiles en el mundo:

- 1) En USA se alcanzaron 11,9 millones de toneladas de residuos textiles, representando el 4,7 del peso total de residuos sólidos urbanos
- 2) La industria del reciclaje en Estados Unidos recicla anualmente sobre 3,8 mil millones libras de residuos textiles post-consumo (PCTW). Esto representa aproximadamente el %15 de toda la PCTW, dejando el %85 en los botaderos”.
- 3) En el Reino Unido, entre el 4 y el %5 de la corriente de residuos sólidos urbanos se compone de ropa / textiles. (tesis, textil en construcción)
- 4) Solo en el Reino Unido se desechan cada año 100.000 millones de toneladas de ropa. El %50 de esa cantidad va a parar a los vertederos.” (refashioned)

### Residuos textiles en Chile

- 1) Cada año Chile produce más de 1 millón de toneladas de desecho textil (GoodRags)
- 2) En stgo, en una año se generan 46.000 kg de desechos textiles, **85 % potencialmente reciclable**



## Moda lenta

Como industria, nos hemos quedado rezagados respecto al resto de la comunidad artística y del diseño, donde un número importante de arquitectos, diseñadores de interiores y compañías de cosméticos y perfumes basan sus prácticas empresariales en el diseño ético.

La industria se satisface a sí misma, cada año con una serie de acontecimientos de enorme glamour y alfombras rojas que manejan grandes cantidades de dinero y que nos permiten como comunidad, lavarnos las manos ante la sociedad y ante la sostenibilidad de nuestro planeta. (Brown, 2010)

Por esta razón la industria de la moda es una de las más criticadas, cuestionando no solo su proceso de producción sino también sus motivaciones y la poca importancia que los efectos que estas tienen en el planeta, en los trabajadores y en los consumidores.

A raíz de esta tendencia de moda y sus efectos en el planeta surge un cambio en la industria textil, en que los productores y los consumidores comienzan a tomar conciencia de los efectos ambientales y sociales; y que busca dar un paso adelante para generar un cambio.

Es ahí donde surgen diversos conceptos, entre ellos el de Slow fashion o moda lenta, el cual se inspira en el slow food, movimiento que relaciona el placer de la comida con la conciencia y la naturaleza responsable de su producción.

Para este proyecto consideramos el Slow fashion como “un enfoque en el que diseñadores, distribuidores y consumidores son más conscientes del impacto de los productos de vestir sobre las personas y los ecosistemas. A diferencia de otros enfoques en este el consumidor y sus hábitos aparecerán como parte importante de la cadena. Y en contra de lo que pueda pensarse, la moda lenta no es un concepto basa en el tiempo, sino en la calidad, que evidentemente tiene relación con el tiempo dedicado al producto.

La mayor conciencia de todas las partes interesadas, una velocidad más lenta y el énfasis en la calidad dan lugar a relaciones diferentes entre el diseñador y el productor, el fabricante y las prendas de vestir, la ropa y el consumidor. (Salcedo, 2014) “

En el mundo de la moda se ha ido produciendo una revolución silenciosa a partir de los gritos en contra de los talleres donde se esclaviza a los empleados y de las condiciones de trabajo inhumanas de la década de 1990. (Brown, 2010)

### MENTALIDAD RÁPIDA

Producción en masa

Globalización

Imagen

Productos nuevos

Dependencia

Sin conciencia de los impactos

Coste basado en mano de obra y materiales

Gran escala

### MENTALIDAD LENTA

Diversidad

Global - local

Sentido de un mismo

Hacer y mantener

Confianza mutua

Conciencia de los impactos

Precio verdadero que incluye el coste ecológico social

Pequeña y mediana escala

Fletcher y Grose, 2012

# Who made my clothes?

## ¿Quién hizo mi ropa?

Campaña mundial de slow fashion que tiene como objetivo trazar un camino hacia una moda más responsable, solidaria, ecológica, sostenible.

Su principal objetivo es dar a conocer el impacto de la moda en todas sus etapas y hacer participe al consumidor en el proceso

Fashion Revolution Day

## Sustentabilidad en la Moda

“La sostenibilidad es la conservación de la vida a través del equilibrio ecológico: humano, animal, vegetal y planetario. Un sistema que se sostiene que no extraer más del medio ambiente de lo que luego devuelve; no agota los recursos, sino que se sostiene por sí mismo. Un estanque o un bosque es un sistema sostenible porque no necesita nada para sobrevivir que no pueda reproducir o reemplazar.

### Por tanto, ¿qué es el diseño sostenible?

En el mundo de la moda, significa crear y producir de manera no contaminante a través de procesos de manufactura y sin agotar los recursos no renovables, tanto los planetarios como los humanos. El diseño sostenible se refiere a la moda que se puede integrar de nuevo en el medio ambiente cuando ha alcanzado el fin de su vida. Muy pocos productos y mucho menos las prendas de vestir, cumplen con el concepto de sostenibilidad en su totalidad.” (Brown, 2010)

***El crecimiento sistemático de las marcas multinacionales, el movimiento antiglobalización, la expansión del sida, el aumento de la desigualdad entre ricos y pobres, y el mayor conocimiento y comunicación de las violaciones de los derechos humanos, del mayor calentamiento global, de las emisiones de dióxidos de carbono y el derretimiento de las capas de hielo polar explican porque muchas personas sienten la necesidad de dar un paso adelante, tanto en su vida como su trabajo.  
(Brown, 2010)***



## Estrategia de diseño

La ética y el valor van ligados directamente con el diseño y en especial con el diseño industrial, el desarrollo de objetos debe conservar la integridad física y moral de las personas, por lo que el poder de decisión que tenemos como creadores e innovadores no debe atentar contra la sociedad.

Actualmente en la sociedad en que vivimos, el consumismo se da en forma desorbitada por lo que tenemos la libertad de elegir los objetos solo porque son de nuestro agrado, pero el diseñador tiene la responsabilidad de generar objetos útiles, creando un gran compromiso para el bienestar social y físico del ser humano, ahora y en un futuro inmediato. (Mendiola, Zarza Delgado, Serrano y Barquín, 2017 )

**Como Diseñadores tenemos la oportunidad y la responsabilidad de innovar, generar un cambio usando nuestros diseños para guiar a los consumidores**

“Si los diseñadores no entienden cuáles son las estrategias de diseño para la sostenibilidad, cómo aplicarlas y cuáles son las posibilidades que estas ofrecen, es poco probable que alteren su proceso de diseño. El diseñador tiene que ver la estrategia de la sostenibilidad como una oportunidad de innovación.” (Alison Gwilt, 2011)

## El textil y el Impacto de su ciclo de vida

Como se mencionó anteriormente la producción de textiles conlleva una serie de procesos complejos que varían según el tipo de fibra, y tejido a desarrollar. Así como también afecta su método de producción y la complejidad del producto final.

Con el fin de crear diseños más sostenibles, diseñadores alrededor del mundo han comenzado a analizar el ciclo de vida de sus productos con el fin de buscar opciones dentro de los procesos que les permitan crear productos menos nocivos para el medio ambiente y la sociedad.

Es por esto que la siguiente investigación se basa en el impacto que algunas etapas del ciclo de vida tienen en el ecosistema y pueden ser modificadas de manera de buscar una alternativa menos nociva, sin embargo se abarcaran sólo las etapas con mayor impacto en el desarrollo del proyecto, estas son:

- Extracción y producción de materias primas
- Teñido y/o estampado
- corte y confección

### Retos para la industria textil

Salcedo en su libro Moda ética para un futuro sostenible propone 6 retos que la industria de la moda debería proponerse con el fin de ser más sostenibles y dar solución a los principales impactos de ésta.

- RETO 1:  
USO Y TRATAMIENTO DEL AGUA
- RETO 2:  
CONSUMO DE ENERGÍA Y EMISIONES
- RETO 3:  
USO DE QUÍMICOS Y VEREDOS TÓXICOS
- RETO 4:  
GENERACIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- RETO 5:  
CONDICIONES LABORALES DIGNAS
- RETO 6:  
NUEVO MODELOS DE NEGOCIOS

## Extracción y producción de materias primas

La materia prima es el elemento base en la construcción de una fibra textil, el cual mediante procesos químicos y físicos es transformado en un filamento y posteriormente en un tejido.

Filamento o cuerpo en forma de hilo de origen natural, artificial o sintético, apto para ser hilado y tejido, que generalmente presenta gran finura y buena flexibilidad.(wikipedia)

La materia prima de una fibra puede provenir de una fuente natural o manufacturada por el hombre, su origen determinará su impacto y sus posibilidades de uso.

Las  **fibras naturales**  son fibras extraídas de una amplia gama de plantas, animales y minerales. Las principales son el algodón, la lana y la seda. Mientras que las manufacturadas pueden ser de dos tipos:

Las  **fibras sintéticas** , fibras que se obtienen a partir de diversos productos derivados del petróleo. Son enteramente químicas, tanto la síntesis de la materia prima como la fabricación de la hebra o filamento son producto del ser humano. Las principales son el poliéster y el nailon.

Las  **fibras artificiales** : para producir fibras artificiales se transforman químicamente materiales naturales como la celulosa extraída de los árboles. Las principales son la viscosa y el modal.

### Impacto medioambiental

Según la campaña detox, la industria textil una de las más contaminante después de la agricultura, debido al uso de sustancias químicas peligrosas en la producción de prendas de vestir para grandes cadenas del sector textil. Detox busca exponer los vínculos entre numerosas industrias textiles que utilizan sustancias químicas tóxicas y la contaminación del agua.

Otras fuentes como Salcedo afirman que el uso intensivo de productos químicos en los procesos de extracción y cultivo de las materias primas y en los procesos de producción tiene un gran impacto en el medio ambiente, especialmente en el entorno acuático (ríos y mares).

Impacto en fibras de origen natural:

Uso excesivo de agua

Uso excesivo de fertilizantes y pesticidas tóxicos en cultivos

Degradación de la tierra, contaminación, daño a la biodiversidad por el uso excesivo de químicos.

Problemas de salud para los cosechadores, explotación infantil, desigualdad, etc.

Fibras de origen artificial

Emisiones contaminantes al agua y al aire en producción de fibras.

Uso excesivo de energía y recursos no renovables

Gasto de recursos naturales no renovables

## Teñido y estampado

El teñido y el estampado son los procesos por el cual se les añade color a las fibras o superficies textiles. Dependiendo de la técnica a utilizar el color puede ser añadido antes o después del tejido.

El color es uno de los factores más importantes en la creación de una prenda de vestir ya que es la manera más rápida y segura de atraer al consumidor.

Para esta etapa se utilizan diversos elementos ya sean naturales o químicos para quitarle o añadirle color a las superficies textiles así como también para darle acabados especiales o fijar el color.

El principal impacto de esta etapa es la liberación de agentes químicos al agua y al aire usados que son contaminantes y también dañinos para los trabajadores, este cambia dependiendo el tipo de fibra, colorante, productos auxiliares, técnica de aplicación usada, etc. Siendo los colorantes artificiales obtenidos a partir de recursos no renovables como el combustible fósil.

## Corte y confección

El corte y la confección son los pasos a seguir luego de haber definido el diseño de la prenda y seleccionar la superficie textil a usar. Para ello se define la metodología de trabajo, ya sea patronaje o trabajo directamente sobre el maniquí. Para la creación del patronaje se realizan las piezas que conforman la prenda en papel para ser marcadas en la tela.

El proceso de corte consiste en tender varias capas de tela (si es más de un producto) sobre el cual se tiene del molde para copiar su forma y cortar las piezas, las cuales son unidas en el proceso de confección mediante costuras. Dentro de la confección seriada se requiere de maquinaria especializada de manera de hacer más eficiente el proceso.

### Impacto medioambiental

En el proceso de patronaje tradicional el principal impacto es la gran pérdida de material dado que los moldes deben extenderse en la tela siguiendo siempre el hilo de esta, resultando en una gran porcentaje de tela desperdiciados conocidos como desechos de corte.

\*Son estos desechos los que conforman la base del proyecto, al ser transformados en materia prima para la creación de nuevas prendas.

Otros de los impactos importantes de esta etapa son las condiciones de trabajos de quienes confeccionan las prendas en las fábricas.

## Generación y gestión de residuos

Como se mencionaba anteriormente la generación y gestión de residuos durante el proceso de creación de una prenda es uno de los impactos más importantes de la industria textil, especialmente en el proceso de patronaje de las prendas, en donde el proceso tradicional de corte tiene una pérdida aproximada del 25 % de la superficie textil la cual suele ir directamente a los vertederos, así como también las prendas desechadas post-consumo que debido a la alta rotación de ropa ofrecida en el mercado son desechadas antes de tiempo limitando su vida útil.

Por lo cual se genera una gran cantidad de residuo sólido en forma de retazos textil que puede volver a ser usado como materia prima.

### POSIBLES ALTERNATIVAS

- Minimizar los residuos en las operaciones, cadena de suministro y fin de vida de los productos textiles.
- Desarrollar un uso eficaz de los residuos textiles, promoviendo una segunda vida para los materiales.
- Alargar la vida útil de los productos y generar una economía circular en la que los residuos se conviertan en materias primas.



Corte de tela en fábrica Moma

## Reutilización de desechos

“En los últimos tiempos no obstante, han aparecido numerosos diseñadores que trabajan con materiales menos convencionales (ropa de mesa, sacos de harina, terliz de colchones y tiendas militares) que convierten en colecciones individuales de alta moda y accesorios.

La naturaleza de los materiales y los procesos implicados hacen que cada pieza sea única, concebida individualmente y confeccionada a partir de cero, con diferentes telas y configuraciones en cada caso, En un mundo de moda rápida, de prendas de usar y tirar, el diseño reciclado es la expansión última de la moda lenta o slow fashion”

“El campo del reciclaje, la reutilización y el rediseño es una fuente especialmente viva y rica de creación innovadora que cuenta con numerosos diseñadores que trabajan con telas, prendas y objetos reciclados. De ese modo, se recuperan residuos y se da nueva vida a ciertos materiales usados” (Refashioned)

## Propuestas de reciclaje

**Segunda mano (second hand):** prendas que, como dice el propio término, no son nuevas. Vestir ropa de segunda mano permite reducir los residuos textiles en el planeta, poder adquirir ropa de manera gratuita o a un bajo coste y, por qué no, vestir de una manera única y distinta. Cuando la ropa de segunda mano es bastante antigua se le llama vintage.

**Upcycling:** técnica de reciclaje que aporta más valor al producto resultante. Muchos diseñadores de moda transforman prendas que la gente desecha en diseños mucho mejores.

**Downcycling:** técnica de reciclaje que lleva implícita una pérdida de valor en el producto resultante. Un buen ejemplo es el papel reciclado, ya que a través del proceso de reciclado se llevan a cabo prácticas no muy sostenibles y, además, el producto resultante nunca tiene la calidad del original.

**Re-fashioning:** técnica a través de la cual el consumidor de una prenda de ropa o de un complemento intenta darle una nueva vida aplicando pequeños cambios en ella. A diferencia del upcycling es un proceso más sencillo.

**Reciclado de fibras:** proceso en el cuál se desarma un tejido para obtener la fibra que lo compone, esta fibra es tejida nuevamente para formar una nueva superficie.







## OPORTUNIDAD

Este proyecto surge a partir de la problemática de la pérdida de material textil en el proceso de corte y confección de una prenda, en un momento en que el diseño consciente y sustentable es una prioridad el diseño de indumentaria no se queda atrás. Siendo una de las industrias más grande y más contaminante del mundo, los consumidores están tomando consciencia de las repercusiones que implica para el mundo y las personas.

## **Nuevo ciclo de vida**

Con el fin de alargar la vida de estos residuos este proyecto propone un nuevo ciclo de vida y desvía los residuos de producción transformándolos en materia prima.

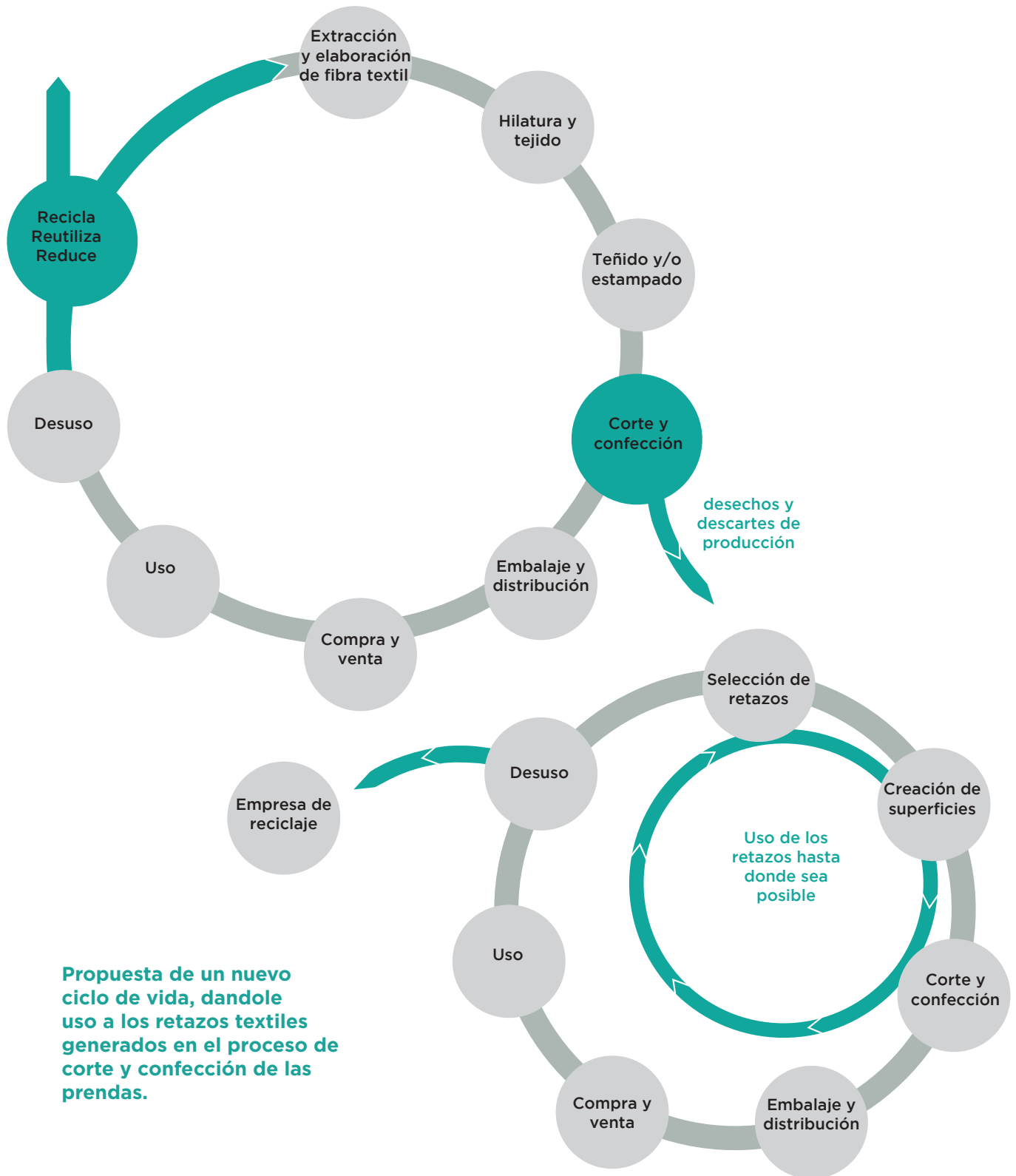
El reciclaje de residuos en una conducta existente en algunos sectores sin embargo no cotidiana, y puede ser aprovechada no solo para ayudar a descontaminar de desechos sino para ir creando conciencia entre los consumidores sobre los beneficios que las practicas sostenibles pueden tener si cuantan con la participacion suficiente.

Para comenzar a hacer una cambio en el problema de los desechos, lo primero es cambiar la percepción de los consumidores para que sean realmente conscientes de la situacion.

Si bien este proyecto aporta a la disminución de residuos desechados en el medio ambiente, es un proyecto de reciclaje y reutilización por lo que no ataca al problema desde la raiz, simplemente alarga la vida de estos materiales y evita que acaben en vertederos. Aún así es una herramienta con el cual se puede educar al consumidor y masificar la sostenibilidad.

Como se menciona al inicio del informe basta que algunos consumidores comiencen a seguir una moda para que el resto a su alrededor siga la corriente.

De esta forma se puede contribuir a disminuir la tendencia del fast fashion a traves de la implementación de practicas más sostenibles como la moda lenta y la moda ética.



Propuesta de un nuevo ciclo de vida, dándole uso a los retazos textiles generados en el proceso de corte y confección de las prendas.

Esquema (elaboración propia)



## Formulación del proyecto

### QUÉ

Colección de indumentaria de autor que nace a través de la unión de retazos textiles recuperados de la industria de la moda, para la construcción de una serie limitada de prendas de vestir.

\* prendas únicas en cuanto a superficie textil, no en moldaje.

\* Serie limitada, producción corta 50 prendas por modelo.

### POR QUÉ

Existe un nicho de mercado poco explotado que busca vestirse de una más consciente a la ofrecida en el mercado existente. La industria de la moda produce una gran cantidad de material de descarte en el proceso de corte que se pierde y que puede ser recuperado a través del uso de estos retazos como materia prima generar nuevas prendas.

\*se reducen los pasos de producción de materia prima, tejido e hilatura.

### PARA QUÉ

Crear ropa de diseño de autor que aprovecha material que es considerado basura en la industria de la moda, extendiendo su ciclo de vida y potenciando su uso en el mundo de la indumentaria.

### OBJETIVO GENERAL

Diseño de prendas de uso diario, en una colección de autor- limitada - que incorpora el uso de residuos textiles como materia prima, con el fin de aportar a la descontaminación de residuos creando prendas más sustentables.

### OBJ. ESPECÍFICOS

1. Incorporación de materiales reciclados en el proceso de producción de la indumentaria.
2. Crear superficies textiles con riqueza visual, aplicables al vestuario.
3. Contribuir a la oferta de ropa sostenible existente en Chile.
4. Diseñar una metodología de trabajo de manera de optimizar el uso de los retazos.



*«En cuanto a las nuevas tendencias del sector en Chile, existe un incipiente consumidor de lujo más selectivo que consume menos pero con mayor calidad, con gran conocimiento sobre las tendencias globales y un cuidado hacia el medio ambiente, sobre todo por el acceso a internet e intercambio cultural.»  
american retail*

## **Contexto y usuario**

Frangmento es una colección enfocada en usuarias con un interés en la moda y el mundo de la sostenibilidad.

Las que a través de pequeñas acciones buscan ser partícipes de un cambio.

Estas usuarias están insertas en el mundo de la globalización, informadas y concientes sobre lo que las rodea.

El usuario ideal de este proyecto está compuesto por mujeres independientes, con un nivel de poder adquisitivo medio-alto que se interesa por las propuestas innovadoras y las ofertas que destacan y se diferencian de aquellas existentes en el mercado. Es por esto que suelen buscar mercados independientes que les ofrezcan nuevos diseños.

1. Trabaja de forma independiente o en rubros más informales en los que no hay un código de vestimenta impuesto por lo que tiene la posibilidad de vestirse como desee.

2. Prefiere comprar poco y gasta un poco más si eso le garantiza la adquisición de un producto único, por lo que prefiere comprar en marcas de corta producción por sobre el retail.

3. Utiliza el vestuario como forma de expresión de identidad.

4. Está informada acerca de lo que sucede en el marco del diseño nacional.

## Antecedentes

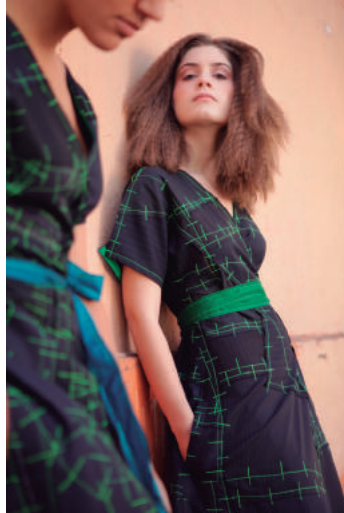


### 12ña

[www.12 -na.com/es](http://www.12-na.com/es)

Plataforma creativa que tiene el reciclaje textil como eje central. Trabajan el tema desde distintos formatos, audiovisual, talleres, venta de ropa, etc.

Las prendas tienen un carácter lúdico, las confeccionan por medio de la deconstrucción de prendas vintage y restos textiles industriales.



### Telas del futuro Juana Díaz

[juanadiaz.cl](http://juanadiaz.cl)

Superficie textil desarrollada por la diseñadora Juana Diaz confeccionada manualmente con desechos textiles de la industria local.

Las prendas están confeccionadas con materiales nobles y el foco son las costuras de unión de los retazos que contrastan con la superficie textil.



### Viuda de elvis

[viudadelvis.cl](http://viudadelvis.cl)

Marca de upcycling de la diseñadora Carola Maturana quien rescata materiales textiles en desuso y los transforma, reutiliza y combina para crear nuevas prendas.

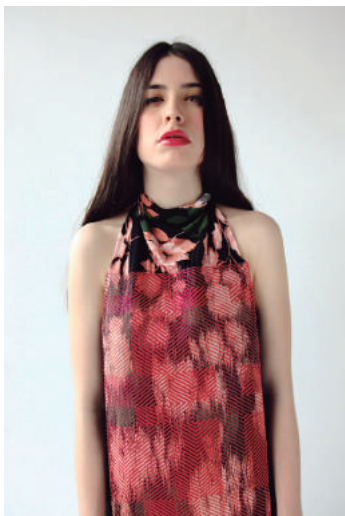
Diseños están inspirados en la moda de los años 60, 50 y 80.

Se eligieron estos proyectos de antecedentes, ya que todos usan desechos o ropa en desuso para la creación de sus prendas; a pesar de usar técnicas similares cada proyecto tienen su esencia particular y se distingue de los demás por algún rasgo específico.

Debido a su carácter experimental todas producen prendas únicas



## Referente



Hana Mitsui

[hana-mitsui.tumblr.com/](https://hana-mitsui.tumblr.com/)

Proyecto textil que busca revalorizar desechos textiles, transformandolos con el uso del telar.

Superficies textiles construidas a partir de filamentos de tela tejidos con hilo.



Híbrida

[designhibrida.wordpress.com](https://designhibrida.wordpress.com)

Marca de joyería textil contemporánea de sarrollada por Angélica D. y Eduardo S. A través del reciclaje de residuos textiles, buscan crear accesorios autóctonos, que rescaten el trabajo manual y adquirieran una carga simbólica perdurable en el tiempo



Kintsugi

Es una técnica de origen japonés para arreglar fracturas de la cerámica con barniz de resina espolvoreado o mezclado con polvo de oro, plata o platino.

Forma parte de una filosofía que plantea que las roturas forman parte de la historia de un objeto y no deben ocultarse.

Hana e Híbrida también son antecedentes en cuanto a la revalorización de desechos textiles, sin embargo aquí se tratan con otras técnicas como lo son el tejido. Y se buscan otros objetivos como lo es el otorgarle una cara simbólica a los accesorios.

El arte del Kintsugi es un referente que se destaca por el valor que le da a estas cicatrices, concepto que se puede extrapolar a otras disciplinas.



## DESARROLLO DEL PROYECTO

## Recuperación de residuos textiles

### Donaciones / obtención de material

Se realizó una campaña de recolección por correo electrónico y también a través de difusión boca a boca. Consiguiendo principalmente donaciones de conocidos, diseñadores de autor y tiendas de ropa con fabricación nacional.

### MOMA

Principal donante de residuos

Marca de ropa de producción y venta nacional, surge hace 11 años con la inquietud de desarrollar y entregar al mercado nuevas propuestas de estilos.

La marca cuenta con dos tiendas y tres colecciones permanentes, las cuales van renovando sus prendas constantemente. Tienen una producción corta que varía de acuerdo a la prenda ( 20 a 100 cortes por prenda).

Trabajan en su mayoría con tejido de punto y producen todas sus telas y prendas en la ciudad de Santiago.

Mediante alianzas estratégicas donan sus residuos de producción a diversos emprendimientos con el fin de evitar que estos vayan directo al vertedero

Contacto: Estefanía G.

Al tener una producción seriada vienen varios retazos de corte de la misma medida lo que beneficia la construcción de superficies textiles.

### Cierva diseño

Marca de ropa que vende en el colectivo Yegua ubicado en el barrio Italia, de diseño de prendas únicas o de corta producción.

### Yagana Indumentaria

Marca de ropa de producción corta, parte del colectivo Hoguera Local, ubicada en la calle Mojitas que centra su producción en prendas de lycras y otras telas elásticas.

### Ficus elástica

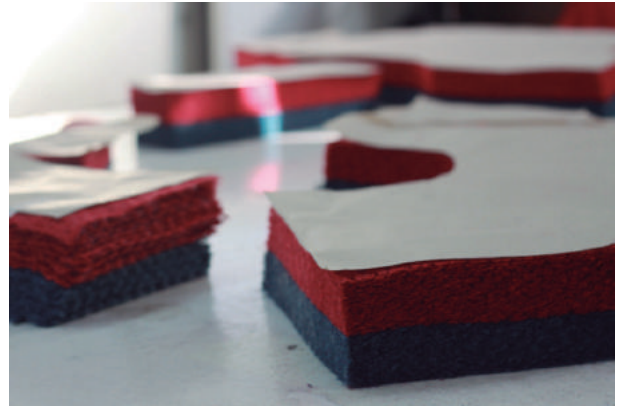
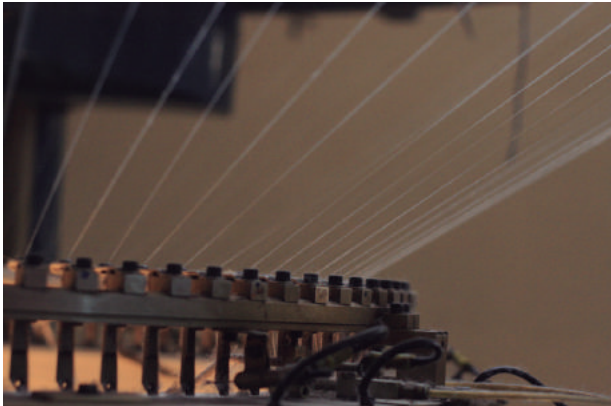
Emprendimiento on-line que vende en Santiago de Chile, que se dedica a la reventa e intervención de prendas de segunda mano.

### Otras donaciones

Donaciones de conocidos, las cuales consistieron en prendas en desuso, pero en buen estado, y restos de telas no usados.



Tienda Moma, sucursal Patronato, registro personal



Fabrica Moma, fotos obtenidas en la web

## Prototipado de moldes y prendas

Los moldes y bocetos de las prendas sufrieron diversas modificaciones a lo largo del proceso, a medida que las superficies textiles comenzaban a tomar forma algunas prendas fueron modificadas y otras descartadas.

En primera instancia las piezas iban a ser construidas directamente sobre el maniquí pero el proceso fue descartado debido a la complejidad y la necesidad de crear las prendas de forma más eficiente con un sistema que permita replicar el proceso.

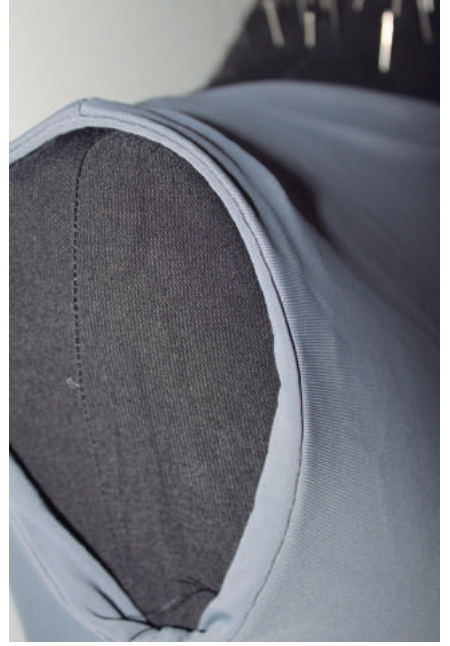
Como primer paso para la construcción de la colección se procedió a crear los patrones de algunas de las prendas dibujadas mediante la modificación de patrones ya existentes. En base a la corrección de los primeros patrones, se hicieron modificaciones en los bocetos y se tomaron las primeras decisiones base de la colección (mencionadas anteriormente)

El paso siguiente consistió en buscar una tabla de talla adecuada para crear los nuevos moldes.

Los moldes definitivos están contruidos según la tabla de tallas del libro «El lenguaje de los patrones de moda» de Gloria Gómez Correa. Luego de comparar varias tablas de talles y moldes se decidió usar este libro ya que la tabla tiene las medidas adecuadas para adaptarse a la fisonomía de las mujeres Chilenas.

Ya que la mayoría de los retazos consisten en telas de punto se decidió hacer dos prototipos de prendas en telas elásticas con el proposito de familiarizarse con las máquinas de coser y su comportamiento con telas elasticadas. Protitpos que fueron probarlas con personas y maniqués de distintas tallas para ver su comportamiento sobre el cuerpo.





## Decisiones de diseño

Con el objetivo de mantener la coherencia y crear una colección más sostenible, se desarrollaron ciertos puntos clave que los diseños deben mantener. Estos surgieron del testeo de los moldes y se consideraron una base para la creación de la colección.

### 1. Residuos mínimos en el corte y la confección

Todas las piezas están formadas a base de figuras geométricas, tienen corte solo en la zona del cuello, sisa y algunos ajustes en el largo del talle para ajustar a la cintura.

### 2. Accesorios y adornos de bajo impacto

Las prendas no incorporan adornos o accesorios a menos de que sean necesarios para el ajuste de la prenda. Ya que estos elementos dificultan el reciclaje de la prenda al fin de su ciclo de vida. (cierres/ broches/ botones, etc)

### 3. Prendas «atemporales»

Los diseños funcionan en todas las temporadas del año ya que los tipos de tela de los retazos cambian según las colecciones desarrolladas por quienes las donan. Recibiendo telas más gruesas y abrigadas en temporada otoño/ invierno y telas más suaves y ligeras en verano/ primavera.

### 4. Materiales locales

Los retazos se obtienen a partir de alianza con emprendimientos o fábricas locales con el fin de disminuir en lo posible la huella de carbono.

### 5. Trabajar de manera local

A medida que el proyecto avance, generar alianzas de trabajo con talleres locales.

### 6. Paleta de colores

Se escogió una paleta colores neutros (blanco / negro / gris / azul marino / rojo) para la colección, con el objetivo de crear prendas de uso diario, que se puedan combinar con elementos fuera de la colección.

Además una paleta neutra permite destacar los detalles de las prendas, como lo son las uniones de los retazos y los cambios de color.

### 7. Cambios de tela / color

Todos los cambios de materialidad / color / cara de la tela, están delimitados por las líneas de construcción de los patrones y sus fracciones, por lo que los cambios están en puntos específicos. Hombro, contorno cuello, media sisa, pecho, cintura, cadera, media pierna, rodilla, canilla.

### 8. Costuras.

El color de las costuras de las prendas están determinadas por el retazo de más oscuro de la superficie. Así como las terminaciones están determinadas por el tipo de tela a utilizarse.

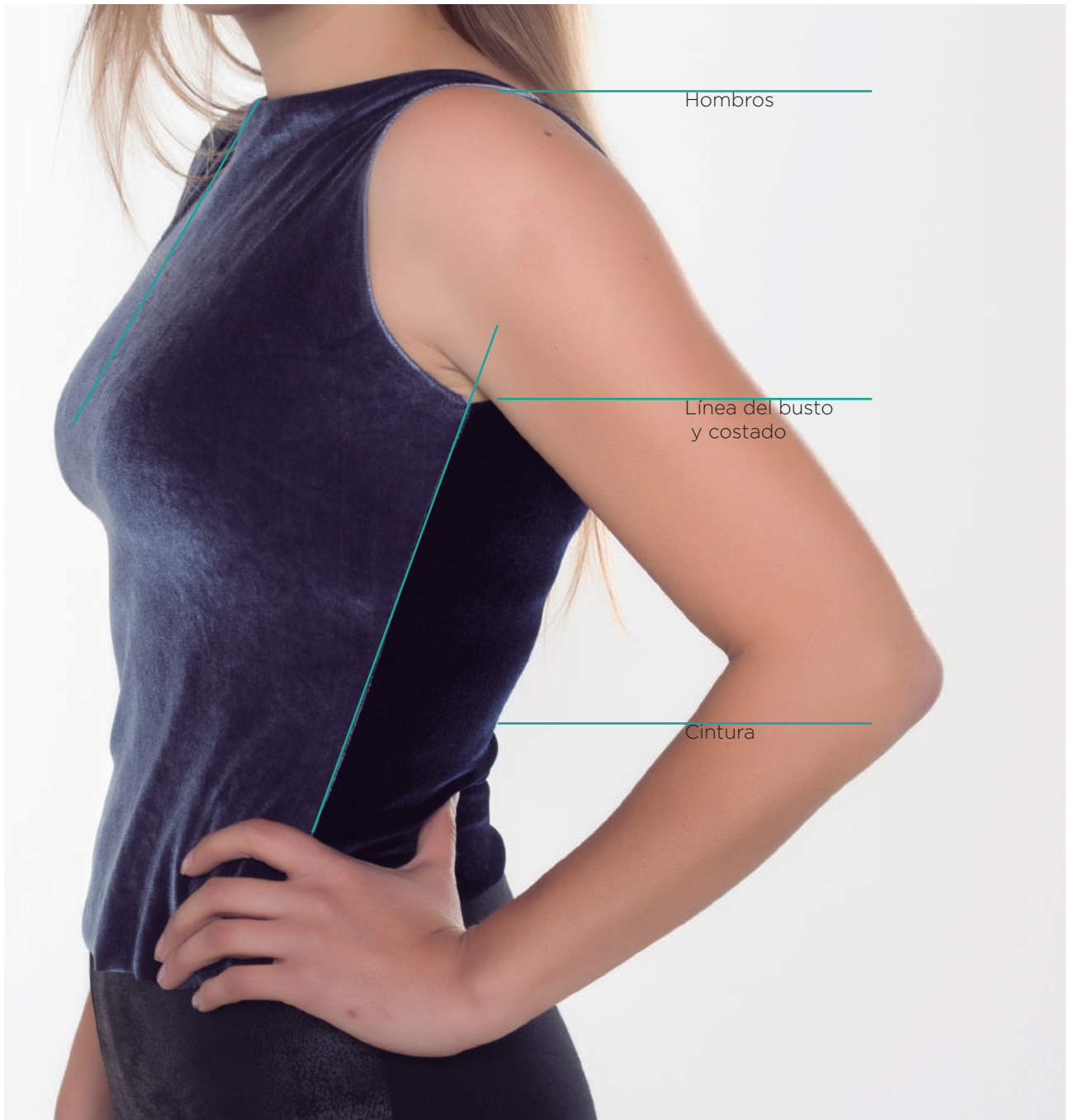
### 9. Terminaciones

- Cuellos y sisas son terminados con dobladillo hacia el interior, pudiendo o no llevar terminación con overlock.

- Telas de punto que no se desilachan: no hay costura de, se hace un corte limpio.

- Telas de punto que se desilachan: terminación con máquina overlock, o dobladillo. Si el corte está en 45 % la terminación se reemplaza por una costura zig zag al borde de la prenda.



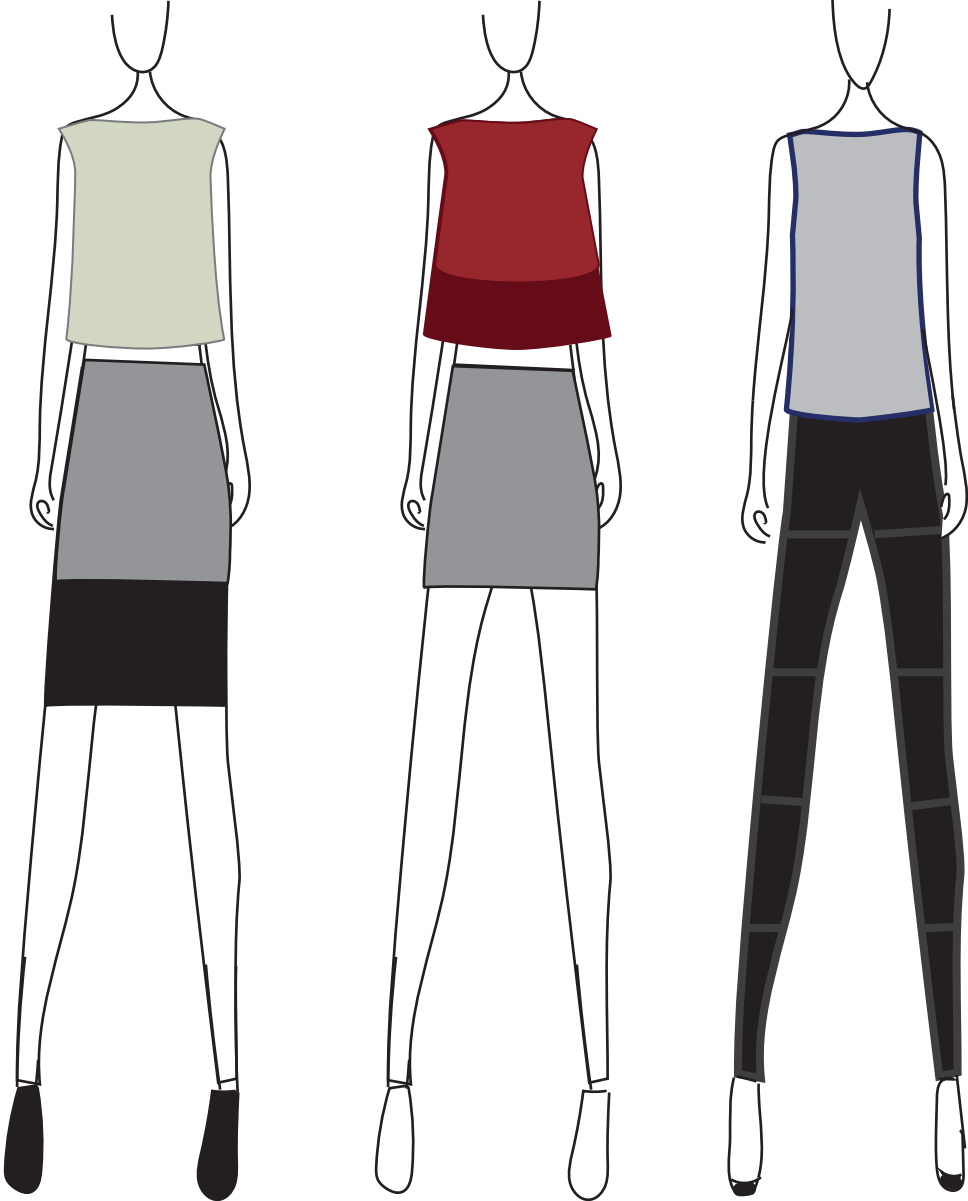


La tabla de las medidas no va sólo a determinar el talle de las prendas, sino que también va a determinar donde se hacen los cambios de superficie de esta manera el método de confección puede sistematizarse.



**COLECCIÓN**

**Bocetos**





# FRAGMENTO

El nombre de la colección, Fragmento, surge de la esencia de la superficie textil usadas en las prendas.

El Logotipo representativo de la colección es La palabra elegida, en tipografía Gotham Bold, con una ´ modificación en el espaciado de 25 puntos (tamaño 30)

Se elige la tipografía Gotham, dado que tiene una gran cantidad de variantes y es un reflejo de la simpleza de la colección.

## Metodología de confección

### Clasificación

Ha medida que se van recibiendo los retazos, estos son clasificados por tipo de tela y por color.

1. Tejido plano o de punto
2. Separación por color
3. Identificación de la tela

### Dirección del hilo

Se revisan los retazos ya clasificados con el fin de determinar algunas cualidades de los tejidos y así sacarles el mayor provecho.

1. Encontrar y marcar el hilo del tejido.
2. Marcar el derecho y revés de la tela y definir si puede ser usado por ambas caras.

### Tamaño

Los retazos son separados por tamaño dado que esto definirá si una pieza puede ser cortada directamente desde el retazo o si es necesaria la unión de estos para construir una superficie mayor.

### Elección de la prenda a construir

Elección del molde a construir. Todas las prendas están contruidas a base de una forma geométrica con los cortes de un molde básico (cuello / sisa / cintura)

### Costura de los retazos

Elección y posterior construcción de las superficies textiles, según las medidas de los patrones.

### Confección de la prenda







## Producción Fotográfica

### Equipo de Trabajo

Fotógrafo: Camilo Briones  
Maquillaje: Gabriela Lavín  
Modelo: Belen Cereceda

El principal requerimiento para la elección de modelo fue su edad. Que demostrara ser mayor de 25 años y también fuese un potencial usuario para el proyecto.

Para las fotografías del lookbook se hace uso del sinfín blanco con el fin de mantener el foco en las prendas y sus texturas.

### Estilismo

El maquillaje tiene como objetivo iluminar el look de manera natural, ya que la paleta cromática de las prendas en su mayoría colores oscuros. Se eligió una paleta de sombras doradas para iluminar los ojos de manera sutil y el resto de la piel lisa con el fin de mantener la naturalidad del aspecto.

El pelo fue acomodado de manera simple, en un tomate, en una cola baja y suelto a los costados.







































## IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

# Canvas

## Socios claves

### ¿Quiénes son nuestros socios claves?

Tiendas en las cuáles se vendan las prendas de la colección a concesión.

Diseñadores con los cuales se pueda trabajar en conjunto, compartir espacios o participar en eventos en conjunto con el fin de abaratar costos.

### ¿Quiénes son nuestros proveedores claves?

MOMA: Tienda de ropa de fabricación nacional. Es el principal proveedor de retazos gracias a su nivel de producción seriado.

Emprendimientos y diseñadores de autor: Cierva design, Yagana indumentaria y otros diseñadores nacionales que puedan aportar con retazos.

Plotter o imprenta: proveedor de material gráfico

### ¿Qué recursos claves vamos a adquirir de nuestros socios?

Puntos de venta y distribución de prendas.

### ¿Qué actividades clave realizan los socios?

Distribución de los productos.

Importador de materiales.

### ¿Quién es nuestra mano de obra?

Costureras/ros.

## Actividades claves

### ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

Recolección de retazos

Producción de la colección

Diseño, compra de otros insumos, armado de las superficies y confección

Fotografiado de la colección y distribución

Publicidad: dar a conocer la colección

Aportar a la descontaminación de residuos textiles

Crear conciencia sobre el impacto de la industria textil

### ¿Nuestros canales de distribución?

Distribuir prendas de ropa en tiendas de venta a concesión. Participación en ferias y puntos de venta de diseño de autor.

### ¿Nuestras relaciones con los clientes?

Cercanía. Se busca crear una relación de confianza con el cliente de manera de crear un lazo, que permita tener un intercambio de información efectiva y generar un impacto en el consumidor.

### ¿Nuestras fuentes de ingreso?

Para darle el primer impulso a la colección se postulara a diferentes fondos concursables con el fin de financiar la primera etapa del proyecto.

- Capital Semilla (CORFO)
- Capital Abeja (SERCOTEC)
- Capital semilla emprendimiento (SERCOTEC)
- Concursos de financiamiento tipo Jump
- entre otros.

En caso de no obtener un fondo, existe la posibilidad de solicitar un préstamo o crédito.

## Recursos claves

¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

Físicos

Insumos de confección: retazos, hilos.

Maquinaria: Máquina de coser recta y overlock, accesorios de las máquinas.

Espacio de trabajo: Taller.

Herramientas: Cámara de fotos, computador, impresora, internet, mesas de trabajo.

Humanos

Diseñadora, costureras, fotógrafo, maquilladora, modelo, distribuidor, vendedor.

Intelectual

Patente de marca, derechos de autor, datos de investigación de mercado, etc.

Financieros

Fondos concursables

Inversiones

## Propuesta de valor

¿Qué valor entregamos al cliente?

Carácter único de las prendas:

Las prendas de colección son confeccionadas a partir de retazos unidos mediante costuras para crear nuevas superficies, lo que permite crear prendas con variadas texturas y carácter elaborando piezas diferentes a las ofrecidas en el mercado.

Novedad, diseño de una línea de vestuario femenina sustentable.

Prendas versátiles:

Debido a la paleta de colores de los productos estos son muy versátiles que se pueden usar por separado o combinar siendo posibles usarlos en diversos contextos como el día a día o una salida nocturna.

Colección atemporal:

Al ser las prendas atemporales y estar definidas por los retazos (temporada) la colección se puede usar durante todo el año.

Carácter sustentable

Aportar a la descontaminación de residuos textiles y crear conciencia sobre el impacto de la industria textil

¿Cuál de los problemas que tienen nuestro cliente, le vamos ayudar a resolver?

La falta de oferta de productos más sustentables y consiente con el medio en un mercado lleno de prendas serializadas y con gran impacto.

¿Qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de clientes?

Una colección de prenda versátil que no está limitada por la paleta de color de las temporadas, que puede usarse en diversos contextos.

¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

La necesidad de vestir con prendas diferentes a las ofrecidas en el mercado que no están sumergidas en la tendencia del fast fashion.

## Relaciones con clientes

¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes, que establezcamos y mantengamos con ellos?

Se busca crear una relación cercana, de confianza con el cliente de manera de crear un lazo, que permita educar al consumidor y seguir creando de acuerdo a las necesidades e intereses de los clientes.

¿Cómo están integradas con el resto de nuestro modelo de negocio?

La información compartida con los consumidores al momento de la compra y la participación en espacios de venta y promoción.

¿Quién es nuestra mano de obra?

Costureras/ros.

## Canales

¿A través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de clientes?

A medida que se va dando a conocer el producto se van creando redes de información y una base de datos con potenciales clientes.

Los canales de conexión serían, mail, redes sociales y medios impresos, como canales masivos. Dato boca a boca y espacios de promoción, entre otros, como canales de contacto directo con el cliente.

¿Cuáles son más eficientes en costos?

Los más eficientes en cuanto a costos, son las redes sociales y los medios on-line debido a su gran llegada y bajo costo.

El boca a boca también es un canal eficiente para darse a conocer en un círculo cercano.

## Segmentos de clientes

¿Para quién estamos creando valor?  
¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

Mujeres independientes, con poder adquisitivo que buscan la innovación y sustentabilidad en el vestir. Quieren propuestas diferentes a las ofrecidas en el mercado, creadas por marcas independientes que puedan priorizar la calidad ante la cantidad.

Están dispuestas a pagar un precio mayor a cambio de productos que cumplan con sus expectativas. Buscan prendas cómodas y versátiles.

Son concientes de los impactos de la industria textil y quieren aportar de algun manera al cambio, se preocupan por el aspecto estético y valoran el diseño nacional.

## Estructura de costos

¿Cuáles son los costos más importantes, relacionados a nuestro modelo de negocio?

La mano de obra y confección de la prendas

¿Qué recursos clave son los más caros?

Mantenimiento del espacio y las herramientas de trabajo.

¿Qué actividades clave son las más caras?

Fotografía de los productos.

Participacion en eventos de promocion (Showrooms, ferias, pop ups)

Patentes correspondientes.

Fuentes de ingreso

Tipo - venta de activo

Precio fijo

¿Para que valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?

Innovación, mayor sustentabilidad, calidad, exclusividad.

¿Cómo están pagando ahora?

Diversos medios, transferencia, débito, crédito o efectivo.

## Estrategia de posicionamiento

### PRIMER AÑO

Puntos de venta  
Showrooms  
Internet

Publicidad y comunicación  
Participar en ferias, eventos, etc.  
Producciones de moda  
Redes sociales

Producción  
A escala menor, o a pedido.

### SEGUNDO AÑO

Puntos de venta  
Ferias de diseño  
Ventas de taller  
Showrooms  
Internet

Publicidad y comunicación  
Participar en ferias, eventos, etc.  
Producciones de moda  
Redes sociales  
Página web  
Prensa

Producción  
En aumento: establecer alianzas  
de trabajo

Financiamiento  
Postular a un fondo o crédito.

### TERCER AÑO

Puntos de venta  
Ferias de diseño  
Ventas de taller / tienda  
Internet

Publicidad y comunicación  
Participar en ferias, eventos, etc.  
Producciones de moda  
Workshops  
Redes sociales  
Página web  
Prensa

Producción  
En aumento: establecer un  
equipo de trabajo y armar  
un taller con un grupo de  
costureras, potenciando el  
comercio justo. (manufactura,  
marketing)



## Costos y fijación de precios

### Metodología de costos

La metodología para la obtención de los precios consiste en establecer un precio base de acuerdo a los gastos y a la complejidad de producción de la superficie textil con la que se contruye la prenda, a la cuál se le van añadiendo los costos y la ganancia deseada.

Las prendas llevan un costo base asociado a los costos de transporte, insumos y maquinaria, etc. que se calcula de acuerdo [al tipo de prenda](#)

Nivel 1: \$ 2500

Tops cortos, pantalones cortos y mini faldas.

Nivel 2: \$ 3500

Faldas.

Nivel 3: \$ 5000

Túnicas, vestidos, pantalones largos, tapados y maxi faldas.

### Complejidad de la superficie

Nivel 1: \$ 2000

La pieza esta conformada solamente por los cortes dados por el patronaje. No hay unión de retazos, el corte se hizo directamente en un retazo grande.

Nivel 2: \$ 5000

Algunas piezas del patronaje están conformada por 2 o 3 retazos de tela. Aumenta la dificultad al hacer coincidir las costuras.

Nivel 3: \$ 6000

Algunas piezas del patronaje están conformada por 4 o 5 retazos de tela. Aumenta la dificultad al hacer coincidir las costuras.

Nivel 4: \$ 7000

Algunas piezas del patronaje estan conformadas por más de 5 retazos de tela. Se juntan más de 2 costuras, aumenta la dificultad.

Dado que los moldes se repiten, pero los diseños dependen de los retazos, un mismo modelo puede tener diferente costo según su dificultad de confección.

Esta diferencia se ajusta en el costo asociado a la manufactura.

La ganancia es de un 70 % del total del costo de producción.







Calza corta la cadera b1

Insumos	Cantidad	\$ unitario	\$ Total
Costo base	1	-	\$ 2500
Manufactura / complejidad	1	-	\$ 2000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1000
\$ Total			\$ 4.650
Ganancia			\$ 3.335
Precio neto			\$ 7.905
IVA			\$ 1.501
Precio total			\$ 9.406



Mini falda f01

Insumos	Cantidad	\$ unitario	\$ Total
Costo base	1	-	\$ 2500
Manufactura / complejidad	3	-	\$ 6000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1000
\$ Total			\$ 9.650
Ganancia			\$ 6.755
Precio neto			\$ 16.405
IVA			\$ 3.116
Precio total			\$ 19.521



Maxi falda f03

Insumos

Costo base	2	-	\$ 5.000
Manufactura / complejidad	3	-	\$ 6.000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1.000

\$ Total \$ 12.150

Ganancia \$ 8.505

Precio neto \$ 20.655

IVA \$ 3.924

Precio total \$ 24.579



Falda recta f02

Insumos

Cantidad \$ unitario \$ Total

Costo base	2	-	\$ 3.500
Manufactura / complejidad	2	-	\$ 5.000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1.000

\$ Total \$ 9.650

Ganancia \$ 6.755

Precio neto \$ 16.405

IVA \$ 3.116

Precio total \$ 19.521



Top cuadrado 01

Insumos	Cantidad	\$ unitario	\$ Total
Costo base	1	-	\$ 2500
Manufactura / complejidad	1	-	\$ 2000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1000
\$ Total			\$ 5.650
Ganancia			\$ 3.955
Precio neto			\$ 9.605
IVA			\$ 1.824
Precio total			\$ 11.429



Top cuadrado 02

Insumos	Cantidad	\$ unitario	\$ Total
Costo base	1	-	\$ 2.500
Manufactura / complejidad	3	-	\$ 6.000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1.000
\$ Total			\$ 9.650
Ganancia			\$ 6.755
Precio neto			\$ 16.405
IVA			\$ 3.166
Precio total			\$ 19.521



Top cuello bote 01

Insumos	Cantidad	\$ unitario	\$ Total
Costo base	1	-	\$ 2.500
Manufactura / complejidad	1	-	\$ 2.000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1.000

\$ Total \$ 5.650

Ganancia \$ 3.955

Precio neto \$ 9.605

IVA \$ 1.824

Precio total \$ 11.429



Top básico s/e 01

Insumos	Cantidad	\$ unitario	\$ Total
Costo base	1	-	\$ 2.500
Manufactura / complejidad	1	-	\$ 2.000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1.000

\$ Total \$ 5.650

Ganancia \$ 3.955

Precio neto \$ 9.605

IVA \$ 1.824

Precio total \$ 11.429



Túnica 01

Insumos	Cantidad	\$ unitario	\$ Total
Costo base	3	-	\$ 5.000
Manufactura / complejidad	1	-	\$ 2.000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1.000
\$ Total			\$ 8.150

Ganancia \$ 5.705

Precio neto \$ 13.855

IVA \$ 2.632

Precio total \$ 16.487



Mini vestido 01

Insumos	Cantidad	\$ unitario	\$ Total
Costo base	3	-	\$ 5.000
Manufactura / complejidad + cargo	4	-	\$ 7.000 \$ 3.000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1.000
\$ Total			\$ 16.150

Ganancia \$ 11.305

Precio neto \$ 27.455

IVA \$ 5.216

Precio total \$ 32.671



Tapado 01

Insumos

Cantidad \$ unitario \$ Total

Costo base	3	-	\$ 5000
Manufactura / complejidad	1	-	\$ 2.000
Etiquetas	2	50	\$ 50
Hang Tag	1	100	\$ 100
Packaging	1	1000	\$ 1.000

\$ Total \$ 8.150

Ganancia \$ 5.705

Precio neto \$ 13.855

IVA \$ 2.632

Precio total \$ 16.487





## Impacto del proyecto

Beneficios en cuanto a cantidad de material que se logra descontaminar del ambiente.

Al inicio del proyecto esta colección se propone como una serie limitada de prendas de producción de 50 cortes aproximadamente.

Para tener una aproximación de el material recuperado, se ha calculado el peso de las 13 prendas que conforman la colección para tener una cifra estimativa de la cantidad de kilos que se descontaminarian en un año.

13 prendas = peso aproximado de 2,1 kilos

En una año, con una producción de 50 prendas por molde se lograría una descontaminación de aproximadamente de 105 kilos de desechos textiles.

## Bibliografía

### LIBROS

Fletcher K., Grose L.(2012) Gestionar la sostenibilidad en la moda. Barcelona, España.

Brown S. (2010) Eco Fashion,

Brown S. (2013) Refashioned

### DOCUMENTOS DIGITALES

Greenpeace, Detox, Puntadas tóxicas.

Recuperado de <http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/contaminacion/detox.pdf>

Bur A, (2010) Moda, estilo y ciclo de vida de los productos de la industria textil

Caserés C, La tercera El declive de la industria textil.

Zarza Delgado, Serrano y Barquín, (2017) Diseño sustentable y responsabilidad social. Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V. Biblioteca digital Duoc UC

Gwilt, A. (2014) Moda sostenible una guía práctica. Editorial Gustavo Gili Biblioteca digital Duoc UC

Tapia, M<sup>ª</sup>Jose. (2013) Chilenos compran 27 prendas de ropa y zapatos en sólo 12 meses

Recuperado de <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=107320>

Educación ambiental para la gestión de residuos (2016) Ministerio del medio ambiente.

Recuperado de <http://educacion.mma.gob.cl/wp-content/uploads/09/2015/Cuadernillo-Educaci%C3%B3n-Ambiental-Residuos.pdf>



