UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto Integrador previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Procesos y Diseño de modas

Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible

Autora: Rodríguez Almeida, Tania Carolina

Tutora: Dis. Paredes Morales, María Cristina

Ambato - Ecuador

Septiembre, 2018

CERTIFICADO DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto Integrador sobre el tema:

“Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible.” la alumna Rodríguez Almeida Tania Carolina egresada de la Carrera de Diseño de Modas de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, septiembre del 2018

EL TUTOR

Dis. Paredes Morales, María Cristina
C.C.:1804067039

AUTORÍA DE TRABAJO

Los créditos emitidos en el Proyecto Integrador
"Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible." como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, septiembre del 2018

LA AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto Integrador o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto Integrador, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, septiembre del 2018

LA AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros de Tribunal Examinador aprueban el proyecto integrador, sobre el tema

"Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible." de Rodríguez Almeida Tania Carolina, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, septiembre del 2018

Para constancia firma:

_____

Nombres y Apellidos
PRESIDENTE
C.C.:

_____ _____

NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.:

NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.:

DEDICATORIA

Este proyecto quero dedicar a Dios, por haberme permitido llegar a este punto de mi vida donde he podido cumplir con mis metas y haberme llenado de fortaleza.

A mi esposo Joffre por ser el pilar fundamental a todo lo que soy, quien me motivo a culminar mi carrera de la misma manera como lo hizo ya una vez.

A mis hijos que siempre fueron el apoyo incondicional e inspiración para no rendirme y perseverar con mis sueños, este esfuerzo también es suyo.

A mis padres que siempre me alentaron y confiaron en mí.

A mis amigos; dentro y fuera de la Universidad que siempre me han apoyado con sus consejos y un gran apoyo emocional mientras realizaba esta tesis.

Rodríguez Almeida Tania Carolina

AGRADECIMIENTO

Este proyecto quiero primero, agradecer a Dios por permitirme salir adelante, y poder cumplir con mi meta, a pesar de los obstáculos que se han presentado en el transcurso de mi vida universitaria, a mi esposo Joffre, quien siempre me acompaño y ha estado ahí apoyándome para cumplir mis sueños. A mis hijos, Ari quien fue parte fundamental apoyándome siempre para que no me rinda, por haberme dado las fuerzas; a Miki quien con su alegría me ha impulsado para que yo sea su ejemplo; a Juanito, mi niño pequeño que siempre me entendió los días de ausencia. A mis padres, pero en especial a mi madre, nunca dejaron de alentarme y darme confianza en que lo iba a lograr; y no podía olvidar a mi tía Conchita, que, aunque a la distancia siempre me da las fuerza y la confianza para alcanzar con mis metas. A mis compañeros que se volvieron mis amigos y parte de mi familia, que siempre estuvieron apoyándome. Y finalmente quiero agradecer a los maestros y docentes, pero en especial a mi tutora María Cristina Paredes y Tania Escobar que se volvieron parte fundamental para el desarrollo de esta tesis, ya que siempre estuvieron predispuestos ayudarme en los inconvenientes presentados. Con todos y cada uno estaré eternamente agradecida y los llevare siempre en mi corazón.

Rodríguez Almeida Tania Carolina

ÍNDICE GENERAL

PORTADA ..... **i**

CERTIFICADO DEL TUTOR ..... **ii**

AUTORÍA DE TRABAJO ..... **iii**

DERECHOS DE AUTOR ..... **iv**

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**

DEDICATORIA ..... **vi**

AGRADECIMIENTO ..... **vii**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **xiii**

ABSTRACT ..... **xiv**

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES **1**

1.1. Nombre del proyecto 1

1.2. Antecedentes (Estado de arte) 1

1.3. Justificación 2

1.4. 1.4 ObjetivosYHYR 3

1.4.1. Objetivo general 3

1.4.2. Objetivos específicos 4

CAPÍTULO II

2 MARCO REFERENCIAL **5**

2.1. Marco Conceptual 5

2.1.1. Sostenibilidad 5

2.1.1.1. Antecedentes de la moda sostenible 6

2.1.1.2. Consumo de la moda 7

2.1.1.3. Ciclo de vida de un producto 8

2.1.1.4. Enfoques de sostenibilidad en el negocio de la moda 9
2.1.1.5. Cadena de suministros 13
2.1.2. Remanentes 16
2.2. Marcas referentes y/o aspiraciones 22
2.2.1. Ecoalf 23
2.2.2. Ecoology 23
2.2.3. Skuibo 24
2.2.4. Funky Fish 25
2.2.5 MTS 26
2.2.6. Visionario. 26

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO 28
3.1. Análisis externo 28
3.1.1. Análisis PEST 29
3.1.2. Tendencias de consumo 37
3.1.3. Segmentación del mercado potencial 40
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia 42
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial. 42
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) 44
3.2. Análisis interno 46
Fortalezas 46
Debilidades 46
Oportunidades 47
Amenazas 47
3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles 47

3.2.2. Análisis Cadena de valor 48

CAPÍTULO IV

4 MARCO METODOLÓGICO 51

4.1. Estudio de público objetivo 51

4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista 51

4.2. Técnicas de estudio 55

4.2.1. Cualitativas 55

4.2.2. Cuantitativas 55

4.3. Elaboración e interpretación de los datos 55

CAPÍTULO V

5 TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION 66

2.1. Cronograma de producción 66

2.2. Control de calidad 67

2.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto. 69

2.4. Requerimientos de mano de obra. 70

2.5. Seguridad industrial y medio ambiente 71

2.5.2. Uso de Equipo de Protección Personal 72

2.5.3. Señalización de Seguridad 73

CAPÍTULO VI

6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA 74

6.1 Identidad del producto 74

6.1.1. Colores 75

6.2. Descripción del producto o servicio 90

6.2.1. Necesidad del Mercado 90

6.2.2. Estrategias del desarrollo del producto 91
6.2.3. Canal de distribución:..... 91
6.2.4. Concepto de marca 92
6.2.5. Estrategias de marca 92
6.2.6. Relación..... 92
6.2.7. Valor agregado 93
6.2.8. Brain storming..... 93
6.3. Perfil del cliente. 94
6.3.1. Consumidor contemporáneo 94
6.3.2. Moodboard del perfil del cliente 95
6.3.4. Materiales e insumos. 95
6.3.5. Sketch o bocetos..... 96
6.3.6. Gama de color 97
6.3.7. Siluetas/ Formas 102
6.3.8. Descripción de etiquetas, marquillas, empaque 102
6.3.9. SKETCHER 104
6.3.10. Estudio de comunicación 107
6.3.11. Desarrollo de la propuesta (Prototipos)..... 108
6.4. Fichas técnicas..... 110
6.4.1. Ficha de diseño plano 111
6.4.2. Ficha de bordado, estampado o proceso de lavado 115
6.4.3. Ficha de patronaje. 123
6.4.4. Ficha de despiece y graduación. 139
6.4.5. Ficha de marcada. 143
6.4.6. Ficha de ruta operacional. 147
6.4.7. Ficha de Costos 149

6.5. Photobook 153
6.6. Costos de producción 154
6.6.1. Costos fijos 154
6.6.2. Costos variables 157
6.6.3. Costo total 159
6.6.4. Utilidad 160

CAPÍTULO VII

7 CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES 162
7.1.Conclusiones 162
7.2.Recomendaciones 163

BIBLIOGRAFÍA 164
ANEXOS 169

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto titulado **“Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible.”** se encuentra direccionado al diseño y producción de artículos complementarios: gorros, bolsos, pantuflas, entre otros, la finalidad del proyecto es innovar a partir de los residuos textiles, generando diseños exclusivos y de calidad, de tal manera que satisfagan las necesidades del consumidor y afiancen la identidad de la marca dentro del concepto sustentable de la moda.

Aprovechando los recursos que esta empresa genera, como los remanentes y desperdicios, se quiere dar otra visión de emprendimiento creando así una nueva línea de accesorios femeninos, para las prendas de dormir, dándole al producto un valor agregado para de esta manera ser más competitivos en el mercado y a la vez siendo respetuosos con el medio ambiente.

Este proyecto integrador, pretende no solo generar más utilidad para la empresa, sino también conseguir fidelizar la confianza con los clientes con conciencia de conservación ambiental, como lo establece el Plan Nacional del Buen Vivir.

PALABRAS CLAVE: DISEÑO DE ACCESORIOS, REMANENTES, SOSTENIBILIDAD.

ABSTRACT

The present project entitled "Optimization of textile remnants to boost sustainable fashion is directed to the design and production of complementary articles for sleeping wear such as hats, handbags, slippers, among others, the purpose of The present project is to innovate from the textile residues, generating exclusive and quality designs, in such a way as to satisfy the needs of the consumer and strengthen the brand identity within the sustainable concept of fashion.

Taking advantage of the resources that this company generates, such as remnants and waste, we want to give another vision of entrepreneurship creating a new line of women's accessories for sleeping wear, giving the product added value to be more competitive in this way.

The market and at the same time being respectful with the environment. This integrative project aims not only to generate more utility for the company, but also to build trust with our clients with environmental conservation awareness, as established in the National Plan for Good Living.

KEYWORDS: DESIGN OF ACCESSORIES, REMNANTS, SUSTAINABILITY.

INTRODUCCIÓN

El incesante avance de la moda obliga a que la industria textil desarrolle alternativas que garanticen al consumidor productos de calidad con parámetros de respeto a sus procesos productivos. El proyecto denominado “Optimización de los remanentes textiles para impulsar la moda sostenible”, se convierte en una alternativa factible como apoyo dentro de la eco moda puesto que en la actualidad este campo no ha sido profundamente explorado dentro del mercado industrial por lo cual se plantea como una opción para disminuir el consumo desenfrenado de moda y el aumento de la contaminación medioambiental y la explotación laboral Las expectativas del consumidor aumentan por lo que las empresas aceleran su producción para posicionarse en el mercado. Este impacto ha generado una concientización en muchos productores gestando alternativas más respetuosas con el entorno.

Las características de la sostenibilidad vinculada al sistema de la moda, constituye una herramienta de transformación de conciencia, la cual permite apreciar al diseño no únicamente como un producto con parámetros estéticos, sino como un medio de expresión de las exigencias sociales y de respeto al medio ambiente, donde el productor y el consumidor son piezas importantes para que den valor verdadero a una propuesta de diseño basados en la responsabilidad social y con miras al desarrollo empresarial. El presente proyecto integrador investigó sistemas de producción de moda lenta como el ciclo cerrado de vida útil de una prenda y la regla de las 3R: reducir, reciclar y reutilizar, con la finalidad de emplearlo en la construcción de productos con un concepto de sostenibilidad.

Además, hace un recorrido de la problemática a nivel macro, meso y micro y cómo en la actualidad la moda ha tenido un fuerte impacto tanto en el consumidor como en el desgaste de los recursos, a través de la optimización de los remanentes que se generan en los procesos de producción de las empresas se amplía a una visión que permite nuevas formas de pensar de hacer las cosas y comercializarlas.

En el siguiente proyecto integrador, hablaremos del propósito que persigue la actual investigación y su factibilidad en la industria de la moda, también el marco referencial que abarca temas relacionados a las dos variables alrededor de la optimización de los remanentes y la moda sostenible. Se analizará el mercado donde será factible a la introducción de un nuevo producto, estrategias del marketing y tendencias. Y finalmente, se muestra el proceso del desarrollo de la propuesta de diseño, partiendo de un análisis de los materiales a utilizar para llegar a la materialización de idea de diseño enfocadas al bienestar social y medio ambiental.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto

Optimización de los remanentes textiles, para impulsar la moda sostenible

1.2. Antecedentes (Estado de arte)

El sector de la moda ha marcado un dinamismo de manera complementaria con la evolutiva percepción del consumidor. Esto genera el desarrollo de una conciencia ecológica que garantice el respeto al medio ambiente, por tal motivo son numerosas las iniciativas y programas que se han manejado a nivel mundial sobre la denominada moda sostenible, según el reporte anual del MIPRO (2012).

Los países que dieron inicio a la denominada tendencia "Ecofashion", son Alemania, Japón, Estados Unidos y Reino Unido, los mismos que decidieron desarrollar novedosas alternativas al reciclar los retazos de las prendas de vestir y transformarlas en nuevas prendas. Además, se han creado iniciativas como: Upcycling, el foro de Moda Ética Latinoamericana, el Filtrada International, este último como un sello de certificación de comercio justo (Follos, 2014).

En las grandes capitales de la moda, también se han establecido diferentes estrategias que han afianzado la identidad de reconocidas marcas mediante el desarrollo de nuevas líneas dentro de sus productos. Tal es el caso de Evrnu, Fabscrap, Etology, Wereable Collections, Zero Waste Daiel, Ecotec, Trm Tab. Son marcas que comparten un mismo propósito de innovar la moda a partir residuos textiles. Esto muestra, que el aprovechamiento de los recursos materiales dentro de una empresa es una práctica factible dentro del manejo responsable de los remanentes generados. (Slow Fashion Next, 2017).

A nivel local, en la provincia de Tungurahua, ubicada dentro de las de mayor competitividad en cuanto al Clúster Textil y Confecciones se refiere, según datos de

Pro Ecuador (2012), existen alrededor de 397 talleres dedicados a la actividad textil, los cuales se encuentran localizados principalmente en ciudades como Ambato, Mocha, Pelileo, y Quero. No obstante, son escasas las empresas que han implementado en sus actividades, a la innovación de producto a partir de desperdicios y remanentes textiles. Es por ello por lo que surge la idea de realizar un producto innovador, para ayudar a reducir el impacto ambiental que genera varias empresas a través de la optimización de remantes, impulsando la creación de productos que un mayor valor agregado en cuanto a sus intangibles.

1.3. Justificación

La sostenibilidad en la utilización de remanentes se ha convertido hoy en día en un aspecto importante para el estudio del área de diseño de modas. Se debe indicar que la transformación de todo el sistema, que hasta la actualidad aún se maneja (capitalismo y consumismo), ha conllevado al uso de grandes cantidades de recursos que tienen su origen en la naturaleza, lo cual ha deteriorado su estructura en gran escala.

La importancia de este proyecto pretende reutilizar los desperdicios para transformar los materiales en nuevos productos, ayudar a reducir el flujo de residuos de la industria de la moda que resulten muy prometedoras, pero la nueva idea de diseño puede ir más allá y desarrollar maneras completamente nuevas de concebir el proceso de elaboración de los productos.

El mundo ha sufrido una transformación gracias al acelerado proceso evolutivo a nivel social, político, tecnológico y medio ambiental, dando lugar a nuevas corrientes de pensamiento, para dar respuesta a problemáticas que afectan directamente a toda la sociedad.

Esto justifica el nacimiento de la denominada “moda sostenible”, que tiene sus bases en la necesidad y obligación. La primera, porque el hombre tiene la necesidad de vestirse, es por esto por lo que la industria debe ofertar prendas que respondan a los principios y valores de un mercado conformado por personas afectadas por todo el sistema consumista y capitalista. Por otro lado, es una obligación, ya que todos los seres humanos tienen la responsabilidad con el planeta y las generaciones futuras.

Según (Hiper Tintorero, 2016) “Tomando en cuenta que los remanentes son los desperdicios generados por una línea de producción estos pueden ser reutilizados, o convertirse en un material principal para la elaboración de otro producto de similares características. De esta manera se estaría reduciendo, no solo el consumo descontrolado de dicho material, sino que, también obteniendo una solución a la problemática, preservando el medio en que se desarrollan es decir que los remanentes son los sobrantes generados en el eslabón de diseño, trazo y corte”.

Estas estrategias recuerdan que la verdadera promesa de cambio está en la función del diseñador que reside en la habilidad y creatividad con relación a la sostenibilidad, entrando a nuevas ideas de pensamiento y respeto ambiental. Además, como política de gobierno se prioriza impulsar el cambio de la matriz productiva enfocando sus esfuerzos en la diversificación, innovación y respeto. Es así que en el actual Plan de Desarrollo Nacional ´Toda una vida´ (2017) se menciona.

> “La Constitución de Montecristi de 2008 es el fundamento de la sociedad que queremos alcanzar. Una sociedad orientada hacia un nuevo régimen de desarrollo que sea inclusivo, equitativo y solidario. Un nuevo modelo que permita el desarrollo sostenible del país a largo plazo, en una relación armónica entre el ser humano y la naturaleza (…). Queremos avanzar hacia una economía social y solidaria, ecologista, basada en el conocimiento y el talento humano, para salir de la extravagancia, lograr pleno empleo, alcanzar mayor productividad, y democratizar los medios de producción y la riqueza”.

1.4.1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Proponer alternativas de productos de moda mediante la optimización de los remanentes textiles.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar las características de los remanentes textiles mediante la autopsia de los textiles.
- Determinar los gustos y preferencias del nicho de mercado al cual se orienta los productos de moda.
- Desarrollar propuestas de diseños a través de la utilización de los remanentes textiles

CAPÍTULO II

2 MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Conceptual

El término marco conceptual se utiliza básicamente en el ámbito de la investigación con carácter científico. Por marco conceptual se entiende la representación general de toda la información que se maneja en el proceso de investigación, por lo cual ara el presente proyecto integrador se abordaran los temas que se encuentren entorno a los remanentes textiles y moda sostenibles respectivamente.

Remantes textiles: hace referencia a los retazos de tela que se obtienen al momento de generar una producción, específicamente en el área de corte. Son el resultado, cuando el metraje del rollo de la base textil no abarca la totalidad de la curva de corte o las unidades a producir.

Moda sostenible: se enfoca en la ecología y el desarrollo de nuevos productos a través de la optimización de prendas usadas e innovación de las mismas. En las bases del modelo de negocio de la moda sostenible figuran como criterios fundamentales la conservación de los recursos naturales, el bajo impacto ecológico de los materiales empleados - que deben ser susceptibles de unirse posteriormente a la cadena de reciclaje.

2.1.1. Sostenibilidad

El mundo ha sufrido una transformación gracias al acelerado proceso evolutivo a nivel social, político, tecnológico y medio ambiental, dando lugar a nuevas corrientes de pensamiento, para dar respuesta a problemáticas que afectan directamente a toda la sociedad. Tal es el caso de la contaminación ambiental, debido a la existencia de recursos limitados hace que se masifique el rendimiento de los mismos.

Esto justifica el nacimiento de la denominada “moda sostenible”, que tiene sus bases en la necesidad y obligación. La primera, porque el hombre tiene la

necesidad de vestirse, es por esto por lo que la industria debe ofertar productos que respondan a los principios y valores de un mercado conformado por personas afectadas por todo el sistema consumista y capitalista. Por otro lado, es una obligación, ya que todos los seres humanos tienen la responsabilidad con el planeta y las generaciones futuras.

Estos dos abordajes, provoca que se busquen medios, estrategias, para asegurar el menor impacto ecológico. A pesar de este antecedente, el término "moda sostenible" aún sigue siendo desconocido por la mayoría de los ciudadanos, sobre todo en países en vía de desarrollo. En un contexto en el que la concienciación crece, así como el consumidor proactivo e informado, empresas cuya actividad es ofrecer moda de calidad y sostenible. De esta forma, el estudio del comportamiento de compra de moda sostenible se articula indispensable para poder realizar una estrategia con coherencia y que permita anticipar y así satisfacer las nuevas necesidades de los clientes ocasionado menos impacto al medio ambiente e innovando productos por medios de la optimización de remantes en nuevas líneas a través de accesorios o prendas.

2.1.1.1. Antecedentes de la moda sostenible

La sostenibilidad se ha convertido en una categoría esencial para el estudio de la sociología de moda en el siglo XXI. Hasta hace poco en el sector de la moda, el diseño y la calidad iban de la mano, es más la ropa de diseño era inaccesible para una gran masa de consumidores potenciales, Sin embargo, marcas como Zara, Mango (ambas españolas), la Sueca H&M y la Norteamérica Gap entre otras han conseguido cambiar las reglas del juego, al introducir con éxito el sistema de la moda rápida.

Este sistema se basa en la rapidez, y consiste en surtir y resurtir a los clientes con las diferentes prendas de vestir que marcan la moda, y al mismo tiempo, han conseguido desarrollar una nueva modalidad de vestir, que une de un lado la dimensión moda, con los procesos de producción acelerados dando como resultados

bajos costos hasta el punto de considerar a este tipo de vestimenta como desechable (Cline, 2014). La moda rápida tiene una cara oculta que muchos no quieren ver, pues deja una huella de contaminación a cada paso del ciclo de vida de las prendas de vestir generando riesgos sociales, ocupacionales y sobre el medio ambiente (Slater, 2000; Allwood et al. 2006; Gwilt and Rissanen 2011; Fletcher, 2008, Black 2008).

Zuluaga (2015), manifiesta, en pleno siglo XXI se ha generado una transformación en los lenguajes del diseño, sobre todo en la industria de la moda. Esto hace que aparezca la innovación con un enfoque sostenible, bajo dos aspectos fundamentales. El primero, el origen de materiales textiles con características particulares de funcionalidad (textiles inteligentes) amigables con el medio ambiente que permiten que las prendas duren más tiempo, que el consumidor satisfaga sus necesidades con una nueva visión de moda sostenible , y el segundo enfoque, que nace como respuesta a la necesidad de afrontar las consecuencias que ha producido los sistemas productivos del negocio de la moda que no obedecen a una responsabilidad de confección prudente, ética, social ni medioambiental, que ha generado explotación laboral y contaminación, poniendo en riesgo las condiciones de trabajo y ambientales.

2.1.1.2. Consumo de la moda

La moda es considerada como un fenómeno social, producida por diversos factores: culturales, económicos, sociales, semióticos, etc. Se define como “una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente” (Lipovetsky 1990). En una sociedad materialista, donde el consumismo ha tomado prioridad en la mayoría de las personas, hace que la moda en todos los sectores cambie de forma acelerada, impulsando al consumidor a ser atrapado. Lo que ha creado la moda rápida como práctica empresarial de las marcas internacionales y las grandes cadenas de distribución, que han logrado llamar la atención de los clientes con la actualización de los diseños de indumentaria, los cuales se dan en todo el mundo y van de la mano con los precios bajos.

Según Gwilt, A. (2016) el consumo de la moda es responsabilidad del cliente ya que de él depende su mantenimiento y cuidado de la prenda. Sin embargo, la mayor parte de los impactos medioambientales se dan durante el uso de las prendas debido a las procesos de lavados que están generan lo que conlleva al consumo de energía, agua y detergentes químicos, a esto se le suma los inapropiados procesos de manufacturas ocasionadas por las empresas de moda y la pronta inutilización de las prendas al ser desechas para la adquisición de nuevas, por eso es importante que los diseñadores sepan reutilizar las prendas en desuso para generar nuevas propuestas.

2.1.1.3. Ciclo de vida de un producto

Según Anderson y Zeitham (1984) el ciclo de vida de un producto está compuesto por diferentes etapas que comprenden: introducción, crecimiento, madurez y declinación. A continuación, se describe cada una de ellas.

a) **Etapa 1. Introducción o desarrollo de mercado:**

Esta etapa representa la primera entrada de un producto nuevo al mercado, antes de que exista una necesidad probada o que la existencia de la demanda por el producto haya sido completamente probada en todos los sentidos. Las ventas son bajas y avanzan lentamente.

b) **Etapa 2. Crecimiento o crecimiento de mercado:**

La demanda por el producto comienza a presentar una marcada aceleración en el crecimiento y el mercado se expande rápidamente. Esta etapa suele llamarse también como la etapa de despegue

c) **Etapa 3. Madurez o mercado maduro:**

El nivel de la demanda cae y crece constantemente, en su mayoría esto ocurre por los intentos de mantener a flote al producto. En esta etapa es donde se aplica la mayor cantidad de estrategias para mantener con vida al producto.

d) Etapa 4. Declinación o mercado declinado:

El producto comienza a perder atractivo para los clientes y las ventas caen a pasos agigantados.

Desde la perspectiva de Gwilst, A. (2016) quien menciona que el ciclo de vida de una prenda termina cuando sale de la tienda. Además, manifiesta que el profesional de diseño preocuparse por las fases de uso y desecho de estas por lo que se puede cuestionar el concepto y el ritmo de la moda tomando como ejemplo le reciclaje de las prendas para la creación de nuevas como: una chaqueta se puede convertir en una camisa así disminuye el desecho de las prendas, siendo de esta manera reutilizadas nuevamente.

Este tipo de estrategias permiten que el ciclo de vida sea más amplio y a la vez que los recursos empleados en el desarrollo del mismo, sea en un gran porcentaje optimizados, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

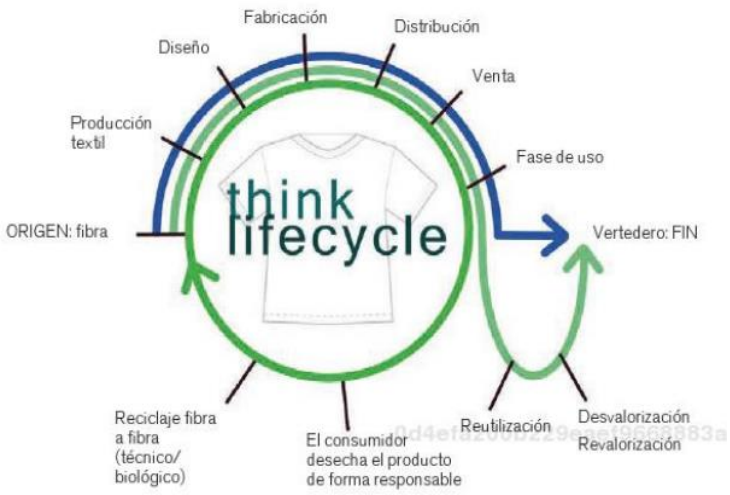


Gráfico 1: Ciclo de vida sostenible

Fuente: Gwilst,A. (2016).

2.1.1.4. Enfoques de sostenibilidad en el negocio de la moda

Cada vez existe un mayor número de empresas que apuestan por la sostenibilidad en el negocio de la moda por ser considerado un motor de innovación y crecimiento económico, puesto que los desperdicios que generan las grandes empresas de moda no solo ha aumentado el índice de contaminación ambiental sino una devaluación de la materia prima, con la optimización de los remanentes no solo crece una nueva visión dentro del negocio de la moda, permite crear nuevas oportunidades de trabajo para que estos nuevos productos sean producidos de una manera responsable. Este enfoque implica un cambio muy importante en cuanto a la sostenibilidad, principalmente ecológica que marca un énfasis al contexto económico y social.

a) Moda Lenta

La moda lenta se considera como una combinación de rápidos cambios imaginativos para los diseñadores y expresión simbólica con los materiales resistentes, una confección de calidad y los productos que resulten atractivos a largo plazo. Es decir que responde a las necesidades psicológicas de formar una identidad, comunicarnos con los demás y ser creativos a través de la ropa al igual que cubre las necesidades materiales (Fletcher, 2012, pág. 12).

La moda lenta, representa el contraste a la moda rápida, determinando un nuevo modelo, movimiento y filosofía en la forma de producir. El fast fashion ha marcado una estandarización en la forma de vestir, bajo normas dictadas por las tendencias que son efímeras. La moda lenta deja de lado todo este fetichismo, y se enfoca en una vestimenta más individual y diferente. Es una moda atemporal, donde los productos indumentarios poseen una vida más larga. Asimismo, la macro tendencia social representa a una moda no tradicional, donde se ve un ritmo de vida más humano, más natural, todo lo contrario, a lo que los negocios han construido. (Zuluaga, 2015, pág. 25).

Tabla 1

Diferencias entre moda rápido y lenta

MODA RAPIDA	***MODA LENTA***
Producción en masa	Promueve la diversidad
Globalización	Global y local
Énfasis en la imagen y lo nuevo	Énfasis en el sentido de uno mismo
Productos nuevos, novedad constante	Valor de hacer y mantener un objeto o prenda
Dependencia de consumidores hacia creadores. Relación unilateral	Consecuencia de los impactos que provoca la moda
Sin consecuencia de los impactos	Precio verdadero que incluye el costo ecológico y social
Costos basados en mano de obra y materiales	Pequeña y media escala
Gran escala	Confianza mutua entre creadores de moda y consumidores

Fuente: Amergual (2008).

b) Moda ecológica

Lo ecológico describe la relación que se establece entre los seres vivos y su entorno. Este fundamento ha adoptado la moda bajo las figuras de eco-moda o moda ecológica. Los productos resultantes de este modelo se caracterizan porque son manufacturados a partir de materias primas como lino, algodón o fibras vegetales, es decir, de textiles de origen natural. Además, las prendas deben ser

tratados con productos naturales y proceso que involucre el respeto al medio ambiente y los derechos humanos. (Castro, 2012, pág. 26).

Reducir, reutilizar, y reciclar (3R) es otra acción de la moda ecológica que consiste en utilizar los desperdicios o sobrantes de textiles para la elaboración de nuevos productos que llegaron al final de su vida útil para lo que fueron programados. Sin embargo, la gran preocupación para rescatar lo perdido, hace que a las 3R se añada otras más, teniendo 10R que hace referencia a: reordenar, reformular, reducir, reutilizar, re fabricar, reciclar, revalorizar, rediseñar, recompensar y renovar (Livia, 2007, pág. 63).

A continuación, se hace una breve descripción de cada una.

- **Reordenar. -** Tanto productores como, distribuidores y consumidores son responsables de los daños causados, es decir el que contamina, paga. Por lo que es necesario introducir los costos medioambientales en los costos de producción.
- **Reformular. -** Pensar en nuevos productos que permitan la reciclabilidad y biodegradabilidad.
- **Reducir. -** Disminuir el consumo de materias primas y energía, recurriendo a fuentes renovables y minimizando los residuos durante el ciclo de vida del producto.
- **Reutilizar. -** Productos, envases, embalajes y maquinarias que se ocupan dentro del sistema productivo.
- **Re fabricar. -** Buscar procesos, sistemas de menor impacto.
- **Reciclar. -** Depende principalmente de tres factores: el valor del material como residuo, el costo del proceso del reciclaje y la aplicabilidad de la materia prima empleada.
- **Revalorizar. -** Evaluar los procesos, productos y residuos como estrategias de mejora**.**

- **Rediseñar. -** Bajo la premisa de que es "mejor prevenir que curar", se debe rediseñar productos, procesos y equipos con la imitación de los ecosistemas para que el producto sea el eslabón siguiente de la cadena.
- **Recompensar. -** Dar incentivos que valoren la innovación sostenible
- **Renovar**. - Aplicar nuevos modelos que no reflejen la mentalidad lineal.

c) Moda Ética

La moda ética obedece a valores sociales muy exigentes que involucra a cada ser humano en un contexto global. Barranco (2013) "Moda Ética indica que se usa para definir a la ropa que se ha confeccionado de manera sostenible, es decir, respetando los derechos sociales de los trabajadores que la han elaborado, de manera respetuosa con el medio ambiente, y económicamente justa" (pág. 1).

Es por esto por lo que los principios que rigen a este nuevo pensamiento del diseño de indumentaria se relacionan con:

- Comercio justo
- Uso de material orgánico
- Reciclado de materiales
- Proceso ecológico de manipulación de recursos
- Calidad de vida para las comunidades de artesanos
- Desarrollo sustentable y sostenible.

2.1.1.5. Cadena de suministros

Para Twist, A (2016) la cadena de suministros de divide en 5 fases: diseño, fabricación de muestras, selección, manufactura y distribución.

Cada fase del proceso consta de una serie de actividades que van desde la búsqueda y selección de materiales y procesos en el diseño de los diferentes modelos de colección hasta la distribución de las prendas desde la fábrica hasta los comercios o clientes.

Tabla 2

Diferencias entre moda rápido y lenta

Etapa	Descripción
Selección	Elaboración de la colección Cambio en la gama de muestras Presentación de la gama de muestras a los clientes
Diseño	Desarrollo del concepto Investigación de mercado y tendencias Diseño de colección Búsqueda y selección de tejidos y procesos textiles
Confección de muestras	Patronaje y modelado Creación de una gama de muestras Cambios sobre la gama de muestras Estimación de costes
Fabricación	Las prendas seleccionadas se fabrica ya sea ahí o en otro país
Distribución	Las prendas se envían a las tiendas La información de ventas se registra y se envía al diseñador

Fuente: Amergual (2008).

2.1.1.5. Estrategias de la moda sostenible.

Las estrategias que se han desarrollo para impulsar la moda sostenible se han dado en diferentes direcciones con el propósito de obtener mejoras en las condiciones medioambientales apoyado en el diseño verde o ecológico, el diseño

social, ético. A continuación, se nombran algunas de las estrategias establecidas en forma general y otras que nacen a partir del diseño (Gwist, A 2016):

a) General

1. Minimizar el consumo de los recursos
2. Elegir procesos y recursos de bajo impacto
3. Mejorar las técnicas de producción
4. Mejorar los sistemas de distribución
5. Reducir el impacto creado durante el uso
6. Mejorar la duración de la vida de la prenda
7. Mejorar el uso de los sistemas del fin de vida de la prenda

b) Diseño

1. **Diseño:** Diseño con empatía, diseño para el bienestar con materiales y procesos de bajo impacto como lo son los monos materiales.
2. **Producción:** Diseño sin residuos que son duraderos, con un uso eficiente de materiales y recursos, para producción ética y comercio justo.
3. **Distribución:** Diseño para su necesidad, minimizando el transporte, además la reducción y la reutilización del embalaje generara menos desperdicios y trabajar con las comunidades locales crea más oportunidades de trabajo.
4. **Uso:** Crear un diseño multifuncional, modular con cuidados de bajo impacto
5. **Fin de vida:** Reutilizar las prendas que ya han tenido un ciclo con un diseño de manufactura y procesos amigables para el medio ambiente por medio de un círculo cerrado donde las mismas empresas disminuya el consumo de materia prima a través de la innovación y la revalorización de las prendas.

2.1.2. Remanentes

Los remanentes son los desperdicios generados por una línea de producción para ser reutilizados, o sea material principal para la elaboración de otro producto de similares características, de esta manera se estaría reduciendo, no solo el consumo descontrolado de dicho material, sino que, también obteniendo una solución a la problemática, preservando el medio en que se desarrollan es decir que los remanentes son los sobrantes generados en el eslabón de diseño, trazo y corte. (Hiper Tintorero, 2016).

En esta etapa se realizan un sin número de actividades productivas, dentro de las cuales se dimensiona y se da forma específica a las piezas de la tela. En ella se incluyen:

- **Tendido. -** En esta operación, la tela es organizado sobre la mesa de corte siguiendo las indicaciones de la cantidad de productos a desarrollarse.
- **Trazo o marcación de la tela**. - Esto se lo hace en forma manual y digital, donde se determina la longitud de la tela según la marcación de los patrones.
- **Corte. -** Se procede a cortar las piezas de conforman las prendas, siguiendo las líneas guías de las marcadas.

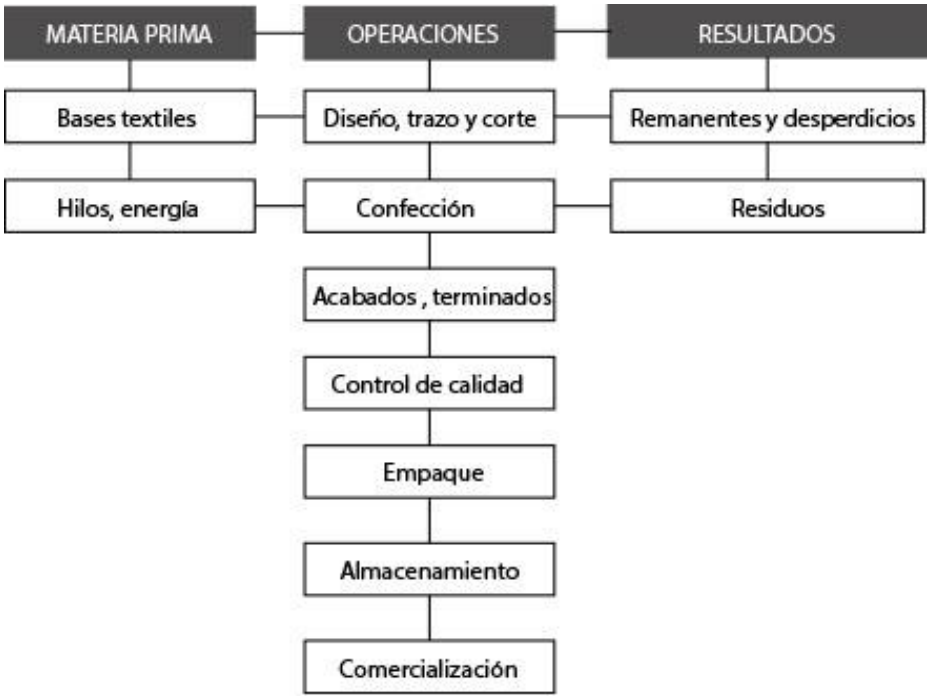


Gráfico N° 2. Proceso de confección de

En este sentido, los remanentes podrán ser reutilizados dentro de otra producción ayudando a disminuir el impacto ambiental que provocan las diferentes empresas de confección, y al mismo tiempo tener beneficios económicos al incluir una nueva línea de productos. Al analizar el esquema sistemático de la elaboración de un pijama, se identifica que los procesos de diseño, trazo, corte y en la confección, dan origen a remanentes, desperdicios y residuos, por lo cual es importante diferenciar a que se refiere cada uno.

Tabla N 3.

Diferencia entre remanente, desperdicio y residuos

REMANENTE	DESPERDICIO	RESIDUO
El remanente es algo que sobra. Puede asociarse este concepto a la idea de excedente.	Los desperdicios son superficies pequeñas del material textil, que se generan entre los espacios de patrón a	Es el material que una vez que haya cumplido su función para realizar una determinada operación es considerado

	patrón de la marcada.	como basura o desechos que el hombre produce.

Elaborado por: Rodríguez, C. (2017)

2.1.2.1. Producción de prendas

La autora Gwist, A. (2016), los métodos para la elaboración pueden variar dependiendo del tamaño de la empresa, pero sin importar el diseñador, marca o productos los procesos de confección ya poseen un proceso predeterminado en su producción que van desde el patronaje y modelado hasta la construcción de las prendas, aunque sus procesos han causado gran impacto ambiental se lograra buscar alternativas que sean amigables con el planeta iniciando desde:

Patronaje y modelado: Desde la creación del patrón se busca oportunidades para utilizarlos materiales y recursos con sensatez y eficiencia, para ello se debe analizar los tipos de residuos que generan las empresas durante el proceso de confección y el ciclo de la vida de la prenda para que desde su punto de inicio que es el patronaje se busque alternativas en su creación y se tome decisiones oportunas. Además, que por medio del patronaje se puede crear una prenda multifuncional permitiendo al cliente crear varios estilos y que pueda usas en diferentes ocasiones gracias versatilidad del diseño lo que conlleva a la disminución en el consumo de prendas.

Construcción de las prendas: La fabricación implica una serie de técnicas y procesos, para lo cual es importante analizar métodos que sean amigables con el medio ambiente. Si se utiliza materiales de calidad y procesos adecuados la vida de la prenda se larga a un mayor tiempo de uso. Por otro lado, la aplicación de ropa hecha a medida permite al usuario adaptar, modificar o arreglar una prenda personalizada. Otra técnica es la fabricación digital en la creación de prototipos rápidos que abren nuevas oportunidades en el desarrollo de la creatividad del diseñador como lo es la impresión tridimensional que no genera residuos

2.1.2.2. Impactos de la industria textil.

Debido al desarrollo de la industria a los procesos de producción y al cortante cambio en las tendencias de moda, el medio ambiente ha sido afectado de forma indirecta u directamente por varias industrias, trayendo como consecuencia los siguientes resultados (Salcedo, E. 2014):

a) **Química:** Es el responsable del 20% de la contaminación de las aguas, el uso desmedido de los procesos químicos en titulación de prendas, procesos de extracción y cultivo de materia prima, procesos de lavandería han elevado el índice de deterioro del medio acuático como lo son los ríos y mares
b) **Agua:** Las prendas que contienen fibras de algodón son las que conlleva a un mayor uso de agua lo que afecta en la probabilidad de escasez de agua en futuros años
c) **Gases de efecto invernadero:** La industria textil es responsable del 10% en la emisión CO2, no solo en el proceso de producción, el transporte, el uso y mantenimiento de las prendas es un factor importante en la huella ecológica del sistema de la moda.
d) **Residuos sólidos:** Esto supone el 5% de contaminación ambiental debido a las prendas que se encuentran en desuso y las cuales con desechadas por el usuario causada por el cambiante proceso de la moda lo que lleva a la adquisición de nuevos productos
e) **Recursos tierra y energía:** El 58% de las fibras textiles son producidas en el mundo derivado del petróleo lo que requiere el uso intensivo de las tierras y disminuye el uso que se daba para los cultivos de alimentos.

2.1.2.3. Materias Primas.

El comportamiento ambiental y social de los diferentes tipos de materias primas depende de cada tipo de material de como surgen y los procesos que siguen hasta convertirse en fibras textiles entre las cuales se encuentran (Salcedo, E. 2014):

a) **Fibras naturales. -** Son aquellas extraídas de una amplia gama de animales y plantas
b) **Fibras sintéticas. -** Son obtenidas de los diferentes derivados del petróleo, son enteramente químicas sus principales componentes son el poliéster y el nailon.
c) **Fibras artificiales. -** Son químicamente transformadas de las fibras naturales como lo son la celulosa extraída de los árboles

Dentro de la producción de las fibras naturales, las principales en cuanto a producción mundial son las fibras sintéticas con un 59%, les siguen las fibras naturales con un 35% y las fibras artificiales con un 6%. Siento el poliéster, algodón y la viscosa las que imperan cada uno de los grupos respectivamente. Por lo tanto, es importante abordar las características de cada una de estas, ya que son las de mayor demanda para el desarrollo de las prendas.

a) Poliéster. - Esta elaborada de productos químicos procedentes del petróleo, su materia prima es el crudo la misma fuente de la gasolina, el impacto que este genera es debido a sus recursos no renovables, el uso de químicos y energía y que esta fibra no se descompone con la naturaleza.
b) Algodón. - Es una fibra natural, pero está siendo sustituida por sustancias sintéticas esto se debe a que muchos campesinos tienen la necesidad de cultivar alimentos en lugar de fibras, el impacto que esta tiene es por el uso de agroquímicos y agua, problemas de trabajo infantil, explotación, desigualdad y pobreza
c) Viscosa. - Se genera a través de la extracción de la celulosa que se encuentra en la madera de los arboles esta se trata químicamente hasta convertirse en una masa fluida**,** el impacto que esta genera es la posible deforestación por la tala de árboles para la obtención de este componente, además, de requerir grandes cantidades de agua y es un proceso intensivo en energía.

Fibras de menor impacto

Debido al deterioro del ecosistema y a la eminente necesidad del diseñador en el consumo de materias primas se ha optado por la utilización de fibras textiles alternativas para reducir el impacto social y medioambiental de los productos a los que se dedica la industria de la moda a estas fibras de las conoce como "sostenibles" entre las cuales están:

Tabla 4:

Fibras de menor impacto

FIBRAS DE MENOR IMPACTO					
FIBRAS NATURALES			**FIBRAS ARTIFICIALES**	**FIBRAS SINTETICAS**	
ECOLOGICAS	RECICLADAS	OTRAS		RECICLADAS	BIOPOLIMEROS
Algodón ecológico Algodón BCI Algodón in África Algodón de comercio justo Lana ecológica	Algodón reciclado Lana reciclada	Lino Cáñamo Ortiga Yute	Tenzel Lenzilng modal	Poliéster reciclado Nailon reciclado	Sorona Ingeo Risan Castion Greenfill

Fuente: (Salcedo, E. 2014)

2.1.2.4. Nuevos modelos de negocio.

Según Salcedo, E. (2014) los modelos de negocio dentro de la industria de la moda pueden ser clasificado en los siguientes:

a) **Eco moda. -** Eco moda o moda ecológica son aquellas prendas de vestir producidas por métodos que son menos perjudiciales para el medio ambiente a través de procesos orgánicos, biológicos o ecológicos por medios naturales o productos botánicos.
b) **Moda ética. -** Tiene en cuenta al medio ambiente, así como el aspecto social se enfoca en procesos amigables con el ecosistema y mejorar la calidad de vida de los trabajadores dejando de lado la explotación o desigualdad que se les puede dar.
c) **Slow fashion. -** La moda lenta se encarga de generar prendas basados en la calidad y el tiempo que se toma para la elaboración del producto

manteniendo una relación entre el diseñador, sus prendas y el consumidor al cual está dirigido el producto.

d) **Moda sostenible. -** Son aquellas iniciativas que permite que la industria de la moda subsista en el tiempo garantizando la igualdad y justicia social, son nuevas prácticas sociales y medioambientales, incluida una reducción de producción y consumo.

Gráfico 3: Sistema de moda

Fuente: Fuente: (Salcedo, E. 2014).

2.2. Marcas referentes y/o aspiraciones

Dentro de la industria de la moda se ha generado un amplio grupo de marcas y profesionales que han implementado dentro de su filosofía de diseño, el enfoque sostenible. Algunos llevan años reivindicando nuevos caminos, otros se han incorporado hace poco, pero su impacto ha sido significante. La forma en que lo están haciendo es reduciendo el consumo de agua en la producción y acabado de sus prendas, utilizando materiales reciclados de otras prendas o incluso de otros materiales, por citar algunos ejemplos.

No solo muchas empresas han apostado por la moda sostenible sino marcas de gran renombre que utilizan en sus productos materiales reciclados con los cuales es posible combatir desafíos ambientales y sociales, ayudando a reducir la contaminación, innovando productos, creando nuevas líneas y abriendo nuevas plazas de trabajo entre las marcas que han desarrollado productos en base a la reutilización de materiales. A continuación, se presenta unas marcas referentes.

2.2.1. Ecoalf

Es una marca española, dentro del ámbito de moda sostenible, cuyo objetivo es crear la primera generación de productos de moda fabricados con materiales reciclados con el mismo diseño y calidad que los mejores no reciclados y, por tanto, demostrar que no hace falta seguir utilizando recursos naturales de una forma indiscriminada entre los residuos que utilizan para la creación de nuevas prendas podemos encontrar: botellas de plástico, redes de pesca, neumáticos usados, posos de café molido, los convierten en fibras para aplicarlas en diversos tejidos.(Ecoalf.com-página web)

Gráfico 4. Productos ecoalf
Fuente: Ecoalf.com, 2018

2.2.2. Ecoology

Trabaja con tejidos naturales, ecológicos y reciclados y ponen mucho énfasis en los diseños, los patrones y los acabados. Prendas bien hechas, en series limitadas con diseños genuinos que perduraran en el armario.

Utilizando este tipo de tejidos aportan su granito de arena al I+D de nuevos tejidos cada vez más respetuosos con el planeta. Todo gran camino se empieza por un pequeño paso. La moda eco también puede ser femenina, sexy y trendy. (Eva García, ecología)

Gráfico 5. Diseño remanente
Fuente: (Brasil, 2013) Ecoology.

2.2.3. Skuibo

Es una marca nueva, que nace en 2014, con el objetivo de implantar una marca que satisficiese las inquietudes por la reutilización de objetos ya antiguos para su uso único, utilizando y explotando las características físicas y formales del material, dando lugar a objetos de formas orgánicas y minimalistas.

Todas las creaciones están hechas a mano en su taller de Bilbao. Esto, unido a las diferentes líneas y dibujos de las cámaras de neumático que se reutiliza, hacen que no existan dos iguales, haciendo cada una única e irrepetible, combinando funcionalidad y originalidad.

El camino ha llevado a formar parte del movimiento slow fashion que promueven vías alternativas a la producción masiva y a garantizar un modo de trabajo ético y ecológico. Respeto y exaltación de las características formales del material, para la creación de objetos con forma orgánica. (Skuibo 2104)

Gráfico 6. Rediseños de Skuibo
Fuente: (Salcedo E. , 2014) Skuibo

2.2.4. Funky Fish

Esta marca que se encuentra en casi 25 países ofreciendo a sus clientes diferentes accesorios de moda para diversos tipos de perfiles llegando así a mujeres jóvenes y adolescentes entre los 12 y 24 años, con conceptos diferentes y precios acorde al target al cual la empresa se está enfocando. Es por ello que esta marca sirve como referencia para el proyecto por la diversificación que tienen sus productos y que de esta manera ha podido alcanzar altos estándares de venta. (Funkyfish, 2017)

Gráfico 7. Reutilización de Remanentes

Fuente: (Funkyfish, 2017)

2.2.5 MTS

Detrás de MTS están Rosa Bernier y Mónica Melero fundadoras de *Moves To Slow fashion*. Dos personas que después de pasar muchos años trabajando en grandes empresas del sector se negaron a aceptar que la moda estaba reñida con el compromiso social y ético, con la sostenibilidad del medio ambiente y con las producciones en serie. Creen que la moda es mucho más que eso. Les apasiona la moda y esta pasión le lleva a querer compartir y demostrar que hay otras opciones más allá de los estándares del *fast fashion*; la moda no sólo puede ser FAST como se han hecho creer, sino que existen otras maneras de producir y de vestir sin que ello conlleve tener que renunciar al estilo.

Sin duda que los métodos y técnicas a emplear para la reutilización y mantener activo la preservación el medio ambiento con el estilo adecuado y dentro de la vanguardia de la moda, mientras que la industria del diseño textil ha ido alcanzando durante los últimos años, presentando ofertas para cada vez más segmentos. (MTS LifeStyle, 2016)

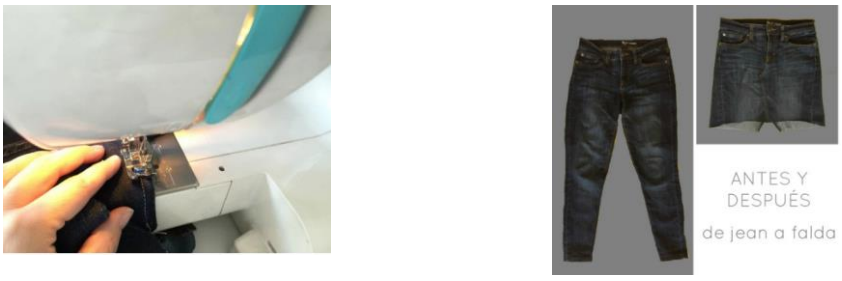


Gráfico 8. Diseño de reutilización y remanentes
Fuente: (MTS LifeStyle, 2016)

2.2.6. Visionario.

Kate Fletcher, Gestionar la sostenibilidad en la moda: diseñar para cambiar (2012)

"Es profesora adjunta de Moda Sostenible en el London College of Fashion y directora de la consultoría de diseño de moda sostenible Slow Fashion. Su

trabajo en el mundo de la empresa, la educación, la política y la investigación lleva quince años en la vanguardia de la práctica y la investigación sobre sostenibilidad en moda. Fletcher asesora y participa en iniciativas sobre moda y sostenibilidad en el mundo entero. Es autora de Sustentable Fashion and Textiles: Design Journeys”

Gráfico 9. Diseño de reutilización
Fuente: (Kate Fletcher, 2012)

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

a) Variables Demográficas:

El grupo objetivo al cual se encuentra dirigido el presente proyecto es a mujeres de 20-25 años.

b) Variable Socio Económicas:

Mujeres, estudiantes, madres de familia, que se encuentran económicamente activas, puesto a que será posible la adquisición del producto.

c) Variables Psicográficas:

Son mujeres seguras de sí mismas, auto suficientes y activas, que ven en la moda un estilo de vida y una diferenciación personal del resto de la sociedad atrapar su atención solo depende del producto se introduzca al mercado y que este no solo cuente con un gusto, sino que vea en él un valor agregado, es por ellos que a través de su vestimenta, van explorando cambios, respeto, preocupación por el medio ambiente, tienen una personalidad única y segura se halla en permanente evolución, maneja un estilo contemporáneo**.**

d) Variables Conductuales:

Este tipo de consumidor posee una lealtad media por la marca debido a la introduccion de marcas extrajeras que ofertan productos similiares a menor costo pero con la innovacion de un nuevo prototipo a la linea de la empresa se busca atraer fuertemente la atencion del cliente y asi darle un valor agregado a la marca.

e) Variables Geográficas:

Continente Sud América, país Ecuador, provincia Tungurahua, ciudad Ambato.

3.1.1. Análisis PEST

Que es un análisis PEST y porque es importante sobre todo para una empresa.

El análisis PEST constituye una herramienta que permite medir el impacto de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos para tener una precepción del macro entornó.

3.1.1.1. Entorno político

Plan Nacional de Desarrollo: Toda una vida

El Plan Nacional del Buen Vivir planificado por la Revolución Ciudadana, sirvió para dar un vuelco a los ejercicios de planificación previos, limitados a un reporte periódico de instrumentos de planificación institucional sin mayor visión estratégica nacional. Con el Plan de 2007, se recuperó el rol del Estado para que responda a los intereses colectivos y comunes de toda la población, no de ciertos grupos económicos que corporativamente imponían sus agendas particulares en la institucionalidad pública.

El tercer Plan Nacional 2013-2017, tuvo como lema "todo el mundo mejor". Fue un Plan para la consolidación de capacidades en la población. Sirvió para reducir brechas sociales y territoriales, consolidar el Estado democrático, potenciar el talento humano a través de procesos integrales de educación, y para generar capacidades productivas a través de grandes inversiones en diversas áreas de la infraestructura y los sectores estratégicos para el desarrollo.

Por último y actualmente vigente se tiene el Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, que se proyecta hacia el año 2021 con un Ecuador donde todos tengan vivienda digna, especialmente los más pobres, donde los niños y las niñas no sufran de desnutrición, y los jóvenes puedan acceder a la educación superior, donde no exista violencia contra las mujeres, y se garanticen los derechos de la naturaleza. Un país productivo en que todos tengamos empleo digno, y el desarrollo rural sea una prioridad. Un Ecuador basado en la transparencia, la participación, la honestidad y la solidaridad, con un Estado plurinacional e intercultural que reconozca las diversas identidades que habitamos en el territorio nacional, un

Estado cercano a la ciudadanía, y en el que se fortalezca una política exterior soberana y de paz.

3.1.1.2. Entorno económico

El sector textil y de confección es una de las áreas más importantes del país. Su actividad genera puestos de trabajo, eleva la producción nacional al igual que el dinamismo de la actividad económica. Este sector también ha tenido importantes cambios en la economía en los últimos años, lo que ha incidido en sus niveles de producción, participación en la economía y comercio exterior. Siendo una actividad tan destacada a continuación se presenta un zoom del sector.

Participación y crecimiento de la economía

Las cuentas nacionales que fueron elaboradas por el Banco Central del Ecuador han determinado que desde el proceso de hilos, hilados, tejidos y confección hasta las prendas de vestir han tenido un crecimiento promedio anual superior al 1%, para el 2009 con 12,5% y en el 2012 se dio un decrecimiento más elevado del -10,3% al ser un sector que ha tenido una importante incidencia por el comercio junto la evolución del consumo en la economía se ha visto afectado.

PIB del sector Textil y Confección (Variación)

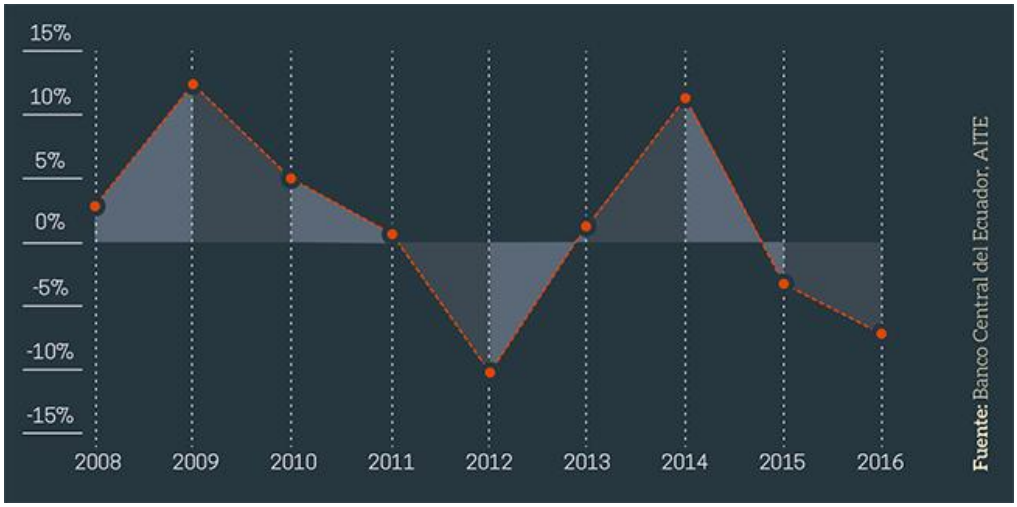


Gráfico 10. PBI sector textil y confección
Fuente: Revista Ekos 2017

Estas variaciones tuvieron su incidencia en el nivel de participación del sector. De manera general esta industria presenta una tendencia decreciente en su participación frente al PIB y al PIB manufacturero. Como este sector ha crecido en el periodo analizado, estos resultados se dan principalmente debido a un mayor peso de otras industrias que llevaron a que la economía haya crecido a tasas más elevadas.

Participación del PIB Textil y Confección en el PIB total y en el PIB manufacturero

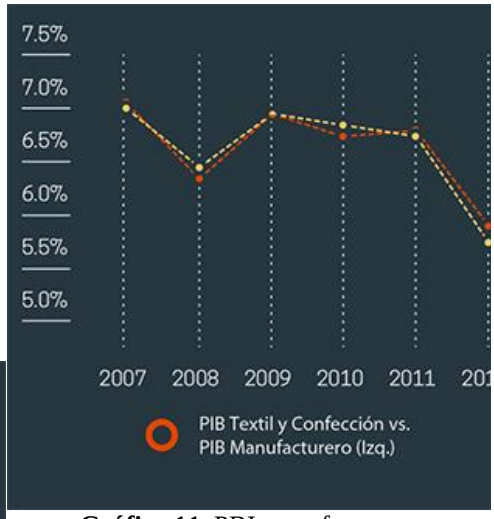
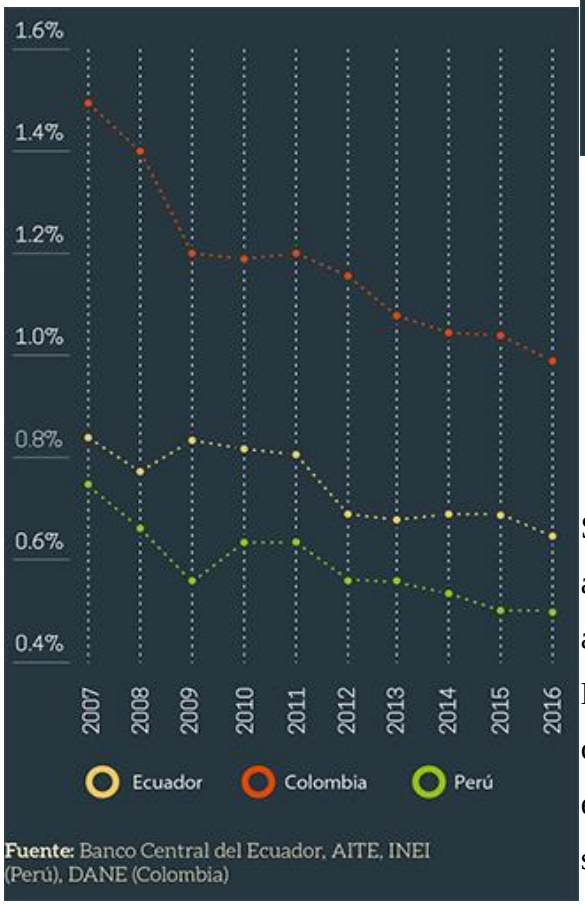


Gráfico 11. PBI manufacturero
Fuente: Revista Ekos 2017



Participación en el PIB del sector Textil y Confección

Si se realiza una comparación frente a nuestros vecinos se destacan algunas características importantes. En primer lugar, tanto en Colombia como en Ecuador y Perú la tendencia en la participación del sector es similar, de tal manera que su peso en

el PIB es decreciente. La mayor reducción se da en Colombia, que es país con el mayor peso en este rubro, con una participación estimada de 1% en 2016. Perú tiene un peso de 0,5% y Ecuador 0,65%

Gráfico 12. PBI sector textil y confección
Fuente: Revista Ekos 20017

Producción manufacturera. 2017

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en su función de proveedor oficial de estadísticas económicas para Ecuador, pone a disposición de la ciudadanía los resultados del Índice de Producción de la Industria Manufacturera (IPI-M) de febrero del 2017.

El Índice de Producción de la Industria Manufacturera responde a una canasta investigativa, un directorio de informantes, una estructura de ponderaciones y la metodología de cálculo actualizados; los mismos que se presentan de acuerdo a la Clasificación Nacional Central de Productos CPC versión 2.0, que tiene su respaldo y sustento técnico en las recomendaciones de las Naciones Unidas, permitiendo clasificar los productos y asignar un código único e independiente a cada uno de ellos.

3.1.1.3. Entorno social/ cultural

El perfil de consumidor ecuatoriano se da por la tendencia del consumo, donde los protagonistas son grupos de personas que determinan las características de todo el sistema productivo. El tradicional consumismo se caracteriza por el exceso, es decir, tomar mucho más de lo que el planeta puede dar debido a que los recursos son limitados se explota de sobremanera los mismos afectando así al medio ambiente, lo que viene dado por la cultura del capitalismo y mercantil. La presión que ejerce este sistema a la sociedad hacia la búsqueda de sobresalir y el encajar por medio de las posesiones. La casa, el carro y el guardarropa, el uso de celulares y tecnología se hacen cada vez más visibles (Speth, 2008).

Esta realidad se ha convertido en algo insostenible, trayendo grandes consecuencias al mundo. Al palpar los problemas generados, ha hecho que surgen otros fundamentos, y ahora se habla del consumo sostenible para encontrar soluciones con el objetivo de dar un equilibrio social, ambiental y económico por medio de una conducta más responsable por parte de empresas, administraciones, agentes investigadores y consumidores.

Con el nuevo enfoque de una moda sostenible se crea nuevos productos con la optimización de remanentes los cuales dirigen su atención al consumidor responsable y contemporáneo puesto que en él se puede introducir nuevos productos adaptándolos a sus gustos y preferencias, con el amplio conocimiento de su estilo de vida para que tenga un impacto en el mercado lo que se desea producir.

Sin embargo, en el Ecuador el comportamiento de compra es evidente ya que las influencias que rigen por tendencias de moda, por marcas, por clases sociales o pertenencia a grupos ha marcado ha marcado un perfil contemporáneo en el consumidor ecuatoriano de adaptabilidad a los cambios y evoluciones de la moda, el producto más consumido es la prenda jean, ya que forma parte del guardarropa diario del vestuario tanto femenino como masculino y es una prenda la cual se la puede llevar de manera formal o casual.

3.1.1.4. Entorno tecnológico.

Cuando se plantea la contribución de la tecno ciencia a la Sostenibilidad, la primera consideración que es preciso hacer es cuestionar cualquier expectativa de encontrar soluciones puramente tecnológicas a los problemas a los que se enfrenta hoy la humanidad. Pero, del mismo modo, hay que cuestionar los movimientos anti-ciencia que descargan sobre la tecno ciencia la responsabilidad absoluta de la situación actual de deterioro creciente. Muchos de los peligros que se suelen asociar al “desarrollo científico y tecnológico” han puesto en el centro del debate la cuestión de la “sociedad del riesgo”, según la cual, como consecuencia de dichos desarrollos tecno científicos actuales, crece cada día la posibilidad de que se

produzcan daños que afecten a una buena parte de la humanidad y que nos enfrentan a decisiones cada vez más arriesgadas (López Cerezo y Luján, 2000).

Por esta razón el avance tecnológico no solo ayuda a mejorar en el desarrollo sostenible sino es uno de los promotores en el deterioro del ecosistema debido a progresos y cambios lo que le permite al hombre controlar tanto la protección como la destrucción del medio ambiente, es por ello que gracias a normas y leyes establecidas dentro de la industria de la moda para regir las medidas tecno científicas que aporten al desarrollo sostenible dando prioridad a los recursos mediante:

- Fuentes de energías sostenibles eólica, fotovoltaica, mini-hidráulica, mareas… sin olvidar que la energía más limpia es la que no se utiliza) y generación distribuida o descentralizada, que evite la dependencia tecnológica que conlleva la construcción de las grandes plantas
- Gestión sostenible del agua y demás recursos básicos.
- Prevención y reducción de la contaminación ambiental, así como tratamiento adecuado de los residuos que haya resultado imposible evitar, para minimizar su impacto
- Reducción del riesgo y empleo de materiales “limpios” y renovables en los procesos industriales, utilización de técnicas basadas en los principios de la Química Sostenible
- Dentro de la industria de la moda la optimización de remantes en la creación de nuevos productos disminuye la acumulación de desperdicios y permite a las empresas sacar un mejor provecho de la materia prima

3.1.1.5. Entorno ambiental

Rubio, V. (s/f) indica que la industria al estar dentro de un mercado global ha tenido que adaptarse de forma constante al cambio de la demanda de los consumidores, los avances tecnológicos y de las legislaciones. Sin embargo, el medio ambiente ha sido el último en considerarse. Además, indica que las

percepciones empresariales en torno al medio ambiente se observan desde distintas perspectivas: Oportunidad de Negocio, Indiferencia y Elemento Integrado en la Gestión (pág. 3).

Según el (el ministerio de recursos y asuntos sociales dentro del entorno ambiental en lo que respecta a las industrias manufactureras de confección y textil se menciona:

- Tener en cuenta el medio ambiente durante el aprovisionamiento, mediante la elección de Implantar controles de calidad en el proceso de materiales, productos y suministradores con producción de materiales textiles para evitar la certificación ambiental. desperdicio de materias primas.
- Comprar los tintes en las cantidades necesarias
- Reutilizar los sobrantes de corte o las piezas cados de homologación no superan los controles de calidad en materiales usados y de menor calidad.
- Implantar sistemas mecánicos de dosificación maquinaria que se incorpore al proceso. para el mezclado de materias.
- Estudiar los métodos de envasado y embalaje de los productos para evitar envoltorios excesivos
- Solicitar a los proveedores que disminuyan el embalaje para transporte.
- Cumplir los requisitos de almacenamiento de cada material,
- Esta medida optimiza la producción y producción eleva al máximo su calidad y evita riesgos de contaminación en una mínima generación de residuos.

3.1.1.6. Entorno legal

Ley ambiental, laboral del Ecuador

La Ley de Gestión Ambiental constituye el cuerpo legal específico más importante atinente a la protección ambiental en el país. Esta ley está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y establece las directrices de política ambiental, así como

determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo.

La promulgación de la Ley de Gestión Ambiental en el año de 1999, confirmó que el Ministerio del Ambiente, creado en el año de 1996, es la autoridad nacional ambiental y estableció un Marco general para el desarrollo y aprobación de la normativa ambiental, dentro de los principios de desarrollo sustentable, establecidos en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y ratificados en la Constitución Política de la República.

Dispone que el Ministerio del Ambiente, por su parte, debe coordinar con los organismos competentes sistemas de control para la verificación del cumplimiento de las normas de calidad ambiental referentes al aire, agua, suelo, ruido, desechos y agentes contaminantes. Por otro lado, se establece que las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, deben previamente a su ejecución ser calificados, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental.

Por otra parte, el ministerio de trabajo determina:

1. Participar por intermedio de la Jefatura del Departamento de Seguridad e Higiene del Trabajo como miembro nato en el Comité Interinstitucional.
2. Recolectar datos a nivel nacional respecto a composición y número de la población laboral, horarios de trabajo y número de accidentes y enfermedades profesionales, sus causas y consecuencias.
3. Mantener relaciones con Organismos Internacionales y con los otros países en materias de prevención de riesgos del trabajo y mejoramiento de las condiciones del medio ambiente laboral.
4. Impulsar, realizar y participar en estudios e investigaciones sobre la prevención de riesgos y mejoramiento del medio ambiente laboral; y, de manera especial en el diagnóstico de enfermedades profesionales en nuestro medio.

5. Promover, realizar o contribuir a la formación y perfeccionamiento de especialistas en seguridad industrial (Ingenieros de Seguridad) e Higiene Industrial (Medicina e Higiene del Trabajo).

6. Informar e instruir a las empresas y trabajadores sobre métodos y sistemas a adoptar para evitar siniestros y daños profesionales.

7. Vigilar el cumplimiento de las normas legales vigentes, relativas a Seguridad y Salud de los Trabajadores.

8. Ordenar la suspensión o paralización de los trabajos, actividades u operaciones que impliquen riesgos para los trabajadores.

9. Determinar las responsabilidades que se deriven del incumplimiento de las obligaciones impuestas en este Reglamento, imponiendo las sanciones que correspondan a las personas naturales o jurídicas que por acción u omisión infrinjan sus disposiciones, comunicando periódicamente al Comité Interinstitucional los datos relativos a tales sanciones.

10. Analizar y aprobar en su caso los Reglamentos Internos de Seguridad e Higiene de las empresas e informar de los mismos al Comité Interinstitucional.

11. Sugerir las normas de seguridad e higiene del trabajo que deben de aplicarse en empresas a instalarse en el futuro.

3.1.2. Tendencias de consumo

La moda a través de tiempo ha sido catalogada como un sistema banal, sin ningún beneficio social. “La deslocalización de muchas unidades de producción y de salarios más bajos, la moda puede ser relativamente equitativa en su distribución de beneficios como es la distribución del ingreso hacia sectores de la fase productiva)” (Marina (2016). El sistema de la moda ha tomado otra dirección, y se ha convertido en el precursor no solo de la contaminación ambiental y a explotación laboral, puesto que las empresas mientras más produzcan más ingresos tendrán y más posibilidades de posicionarse en el mercado.

Debido a este problema muchas marcas se han enfocado en elaborar sus productos bajo valores éticos, ecológicos, sin contaminantes, tratando de ser un apoyo en la disminución del impacto ambiental para dejar atrás el elevado consumo

de prendas. Si bien es cierto, todo parece indicar que el mundo desea volcarse al origen de las cosas, incorporando la noción de producción artesanal como uno de los valores que rigen las marcas, las cuales deben contar la historia que hay detrás de cada producto que se oferta en el mercado.

Las tendencias de consumo se dan como forma de expresar y manifestar los deseos individuales, las convenciones y la liberación del individuo, sin impedimentos para su satisfacción lo que genera un consumo acelerado dentro del mundo de la moda.

Mike Featherstone plantea que la cultura del consumo de origina debido al desarrollo personal, un sentimiento de comunidad fue incluidos en forma de productos y servicios. El modo de vida de las clases postmodernas depende del círculo social al que pertenece ya sea una clase sociedad rica, caracterizada por la presencia de numerosas fuentes de satisfacción al mismo tiempo, buscan identidad, mejorar sus estilos de vida estar al último grito de la moda simplemente cubrir su desnudez. El consumo en la postmodernidad se propone como una vía para la expresión personal, donde cada individuo proclama a los otros su "identidad" personal y social en "estilos de vida".

Para Gilles Lipovetsky (1990) la sociedad de consumo se caracteriza por abundancia de artículos y servicios, culto a los objetos, elevación del nivel de vida, moral hedonista, generalización del proceso de la moda, como lógica de las apariencias y la renovación acelerada. Como por medio de un consumo frívolo hemos alterado las normas y comportamientos tradicionales, y ha generado la pasión por lo Nuevo. La moda conduce a desinhibirnos creando nuestros propios estilos, marcas, estatus, conforme a lo que se desea expresar o demostrara a través de la vestimenta. El ideal es que los problemas de otros y de la sociedad como un todo en sus diversos aspectos no pongan límites a la realización de los intereses particulares.

Identidad

Asumir una identidad determinada exige aceptar además la aprobación y la desaprobación de los otros en un juego especular que nunca termina. Esta

evaluación depende del sentido común dominante en la sociedad que define los valores orientadores de las relaciones sociales, como también las instituciones destinadas a producir el ordenamiento social. La aceptación de la sociedad proviene del reconocimiento de los otros como significativos en principio por imposición y después por significación lo que genera en la sociedad n cambio en comportamientos, ideologías y costumbres de consumo.

Estilos de vida

Los estilos de vida tienen un enfoque psicológico, social y de mercadotecnia. Desde el punto de vista de la mercadotecnia, este concepto se enfoca a los patrones de comportamiento del consumidor a través de los factores de decisión ya sea por creencia, interés o modo de vida de las personas, estos factores se reflejan en aspectos demográficos, sociológicos sobre todo pictográfico, entre los que se encuentran las actitudes.

El sistema relacionado por el comportamiento de compra se establece en tres puntos:

- Los consumidores orientados por principios quienes compran tomando en cuenta como debe ser el mundo. Los consumidores por estatus, ellos basan sus compras en opiniones y actitudes de otras personas
- Los consumidores por acción quienes toman riesgos muchas de sus compras se basan en nivel de ingreso, salud, educación y autoconfianza.

Moda

Según dice Frank (1990) la moda sitúa al individuo tanto en el tiempo como en el espacio, además de ser un soporte de uso universal. De esta manera se concibe que la forma natural del ser humano sea vestida, independientemente del tipo que sea. De este modo, queda demostrada la importancia de la ropa como icono de la moda,

con otras palabras, moda es lo que se lleva por parte de un grupo socialmente aceptado por la mayoría de la sociedad y que es capaz de influir en ella

Otro como John Galiano, antes de definir nada, asemeja a la moda con libertad, Coco Channel dice que todo lo que está de moda pasa de moda. Como conclusión de estas definiciones se pueden extraer los siguientes aspectos:

1. Un proceso que está en continuo movimiento.

2. En el que cualquier suceso, bien sea de mayor o menor índole, que afecte de alguna manera a la sociedad llevará consigo cambios.

3. Es un ámbito adecuado para la creatividad.

4. Tiene repercusiones económicas.

5. Tiene una dimensión ética por tratarse de un fenómeno humano.

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Según datos del censo de vivienda y población realizado en el 2010, establece que la población de mujeres que se encuentran económicamente activas a las cuales podemos dirigir los productos puesto que ellas cuentan con la solvencia económica para adquirirlo es de 2,242.756 mujeres así:

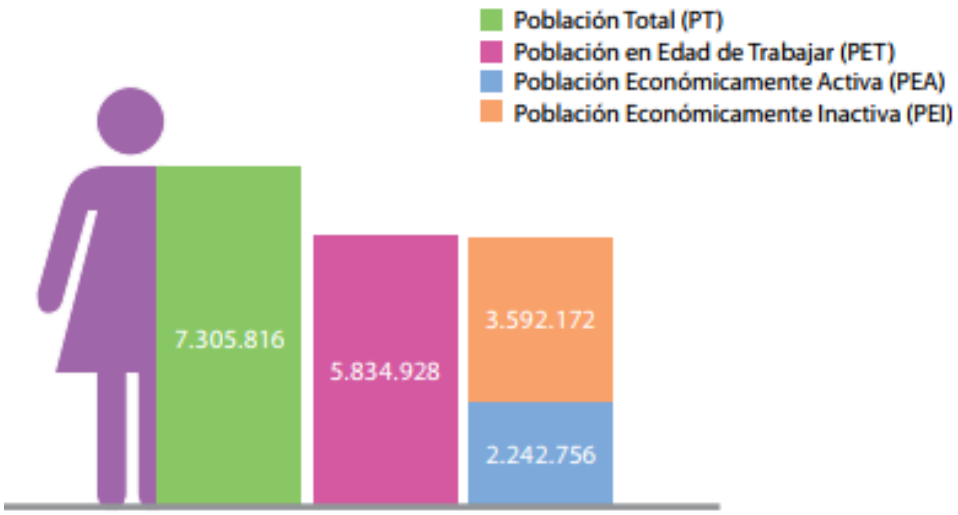
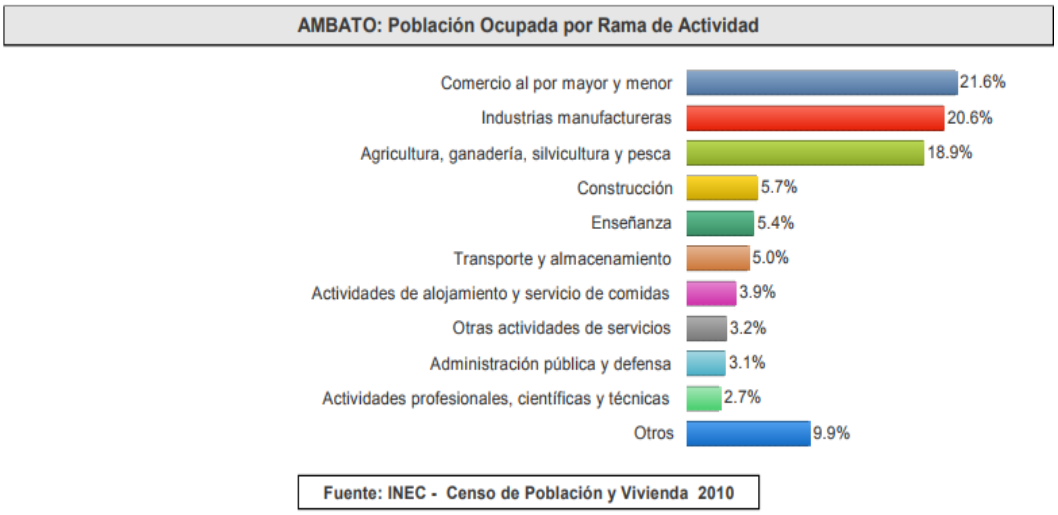


Gráfico N°13. Población económicamente activa
Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010.
.



En la cuidad de Ambato podemos observar que el 21,6% de la población se dedica a la rama del comercio al por mayor y menor por lo que es más factible la introducción de nuevos productos, en este sector se maneja una amplia producción de diferentes líneas de ropa entre ellas la línea Sleepwear dedicada a la confección y elaboración de prendas de dormir salidas de cama donde la empresa Támesis con una trayectoria de 14 años en esta rama a puesto un gran interés en la explotación de recursos al igual que los laborales y como esto no solo ha afectado al medio ambiente sino las condiciones de trabajo, con esta nueva alternativa de moda sostenible que esta implementado en la empresa para la creación de nuevos productos mediante la aplicación de remanentes dirigidas a las mujeres de 20-25 años el 65.4 % pertenece a la población femenina y el mercado objetivo, además con esta alternativa se pretende disminuir la contaminación ambiental, mejorar las condiciones de trabajo y generar una concientización en el consumidor acerca de la adquisición de productos nacionales y que sean amigables con el ambiente, una oportunidad de introducir nuevos productos al mercado con estándares de calidad y valor agregado.

Gráfico N°14. Población económicamente activa

Gráfico N°15. Población económicamente activa
Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010.

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia

A nivel local, en la provincia de Tungurahua, ubicada dentro de las de mayor competitividad en cuanto al Clúster Textil y Confecciones se refiere, según datos de Pro Ecuador (2012), existen alrededor de 397 talleres dedicados a la actividad textil, los cuales se encuentran localizados principalmente en ciudades como Ambato, Mocha, Pelileo, y Quero. No obstante, son escasas las empresas que han implementado en sus actividades, a la innovación de producto a partir de desperdicios y remanentes textiles. Cabe destacar que la elaboración de textiles y

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres ****	Analfabetismo	Edad promedio
Ambato	159.830	65,3%	170.026	65,4%	329.856	116.466	116.349	89.317	327,4	7,0%	30
Baños	10.034	4,1%	9.984	3,8%	20.018	8.180	8.112	5.691	322,6	3,7%	31
Cevallos	4.028	1,6%	4.135	1,6%	8.163	2.967	2.966	2.267	346,7	4,2%	32
Mocha	3.356	1,4%	3.421	1,3%	6.777	2.771	2.771	1.991	329,3	6,2%	33
Patate	6.720	2,7%	6.777	2,6%	13.497	5.252	5.248	3.654	379,3	9,1%	30
Quero	9.489	3,9%	9.716	3,7%	19.205	7.598	7.597	5.332	370,6	9,9%	30
San Pedro de Pelileo	27.327	11,2%	29.246	11,3%	56.573	19.949	19.939	14.904	345,2	8,7%	30
Santiago de Pillaro	18.091	7,4%	20.266	7,8%	38.357	16.799	16.795	10.985	315,8	11,2%	31
Tisaleo	5.908	2,4%	6.229	2,4%	12.137	4.442	4.440	3.293	321,3	7,3%	31
Total	**244.783**	**100%**	**259.800**	**100%**	**504.583**	**184.424**	**184.215**	**137.434**			

tejidos en el Ecuador y en la provincia Tungurahua es una de las actividades artesanales más antiguas, ya que su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, debido a que servía para denotar la situación social económica entre sus habitantes.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.

THE ANDES FASHION es una marca que nace en noviembre del año 2011, está inspirada en el trabajo realizado por una empresa en Miami, USA, donde se fabricaban bolsos hechos de telas típicas locales y el proceso de elaboración es realizado por costureras de distintas comunidades en la región andina del Ecuador.

Grafico 16: The Andes fashion
Fuente: Slowmotiv.com, 2018

'Armarium', una tienda online que ofrece ropa de segunda mano y pequeñas marcas de fabricación artesanal. Ella piensa que también se debe apostar por las prendas de fabricación artesanal, como medida para ayudar al mercado. En cuanto a romper esquemas sobre la ropa de segunda mano, ella y su socio, Charvel Chedraui comparten idea "darle la vuelta a la ropa" y ganar dinero en el proceso

Gráfico 17: Armariun
Fuente: Expreso.ec

YANNI TRIBAL SHOES es una marca que nació en el 2017, está inspirada en la creación de calzado por medio de remanentes textiles obtenidos de las industrias de jean y tejidos artesanales que convierten en sus productos no solo originales y llamativos, además de usar otros materiales como cueros loma etc. son amigables con el ambiente.

Gráfico 18: Yanni tribal shoes
Fuente: Facebook, 2018

Los consumidores ecuatorianos si han adquirido productos a base de remanentes entre ellas estas las marcas mencionadas anteriormente que han tenido una gran acogida en el mercado debido a la innovación de sus propuestas y lo atractivo de sus productos dirigidos a la moda sostenible.

Entre los productos más vendidos dentro de la vestimenta son los que comprenden la moda casual ya que sus prendas son versátiles y adaptables para diferentes ocasiones de uso, pero dentro de ellas la más destacada es el jean que forma parte del guardarropa diario tanto femenino como masculino

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

Para el desarrollo del presente proyecto se emplea las estrategias del océano azul, la cual enseña a diferenciar entre las estrategias del océano azul y la estrategia del océano rojo. La estrategia del océano rojo son todos los proyectos y empresas ya existentes en el mercado, aquellas que ya poseen su posicionamiento. La estrategia del océano azul enseña todo lo opuesto, es decir busca crear nuevos proyectos de mercados en áreas que no están explotadas en la actualidad, por medio de esta estrategia generan crecimiento rentable y sostenible en el futuro. (Chan Kim, 2005)

La estrategia del océano azul comparadas con la estrategia del océano rojo.

Tabla 5

Diferencias entre el océano azul y rojo

ESTRATEGIA OCEANO ROJO	ESTRATEGIA OCEANO AZUL
Competir en el espacio existentes del mercado	Crear un espacio sin competencias en el mercado
Vencer a la competencia	Hacer que la competencia pierda toda importancia
Explotar la demanda existente en el mercado	Crear y capturar nueva demanda
Elegir entre valor o coste	Conseguir valor y coste
Alinear la actividad de la empresa a diferencia o reducción de costes	Alinear la actividad de la empresa a diferenciación y reducción de costes

Este análisis del océano rojo y azul permite determinar la posible competencia cuáles son sus estrategias de marketing como se encuentran posicionados en el mercado el valor de venta al público y como por medio del océano azul podemos no solo mejorar el producto que introduciremos al mercado, sino crear nuevas alternativas de producción, generando una trasformación del sistema de moda, reduciendo la producción masiva de prendas e impulsando el respeto por el medio ambiente.

Dentro de la provincia de Tungurahua el sector industrial ha tenido un gran avance en los que respecta a la industria de la moda y el calzado los productos de confección que se desarrollan en la provincia y de mayor masificación han sido la industria del calzado y del jean así como las pequeñas empresas que se dedican a la elaboración de las diferentes líneas de la moda pero hasta el día de hoy tanto las empresas como marcas conocidas están enfocadas a la producción continua y cambios constantes en sus productos para que puedan competir en el mercado de la moda, debido a esto las empresas no han explotado el mercado de la moda sostenible por medio de remanentes en la elaboración de nuevos producción ya que no solo optimizaran su materia prima sino crearan productos con una nueva visión que llame la atención del consumidor y sean amigables con el medio ambiente.

Tabla 6
Matriz "Eliminar- incrementar- reducir- crear".

Eliminar	Aumentar
¿Qué factores se deben eliminar que la	**¿Qué factores se deben intensificar más allá**

industria a ya dado por hecho?	del estándar de la industria?
La moda rápida La explotación laboral	Productos con valor agregado Productos basados en una moda sostenible
Reducir **¿Qué factores se deben de reducir por debajo del estándar de la industria?**	**Crear** **¿Qué factores se deben crear que la industria nunca a ya ofrecido?**
Los desperdicios producidos por las empresas La contaminación ambiental	Productos amigables con el ambiente Reutilizar materia en productos innovadores Diseños versátiles Conciencia en el consumidor

3.2. Análisis interno

Fortalezas

- Aprovechamiento de los remanentes de materia prima de las empresas de la provincia de Tungurahua.
- Factibilidad para la implementación del diseño de accesorios femeninos.
- Generación de moda sostenible a través de la utilización de remanentes en el desarrollo de accesorios.
- Ofertar un producto de calidad con innovación en sus prendas y concientización sobre el impacto ambiental.

Debilidades

- Las empresas de la provincia de Tungurahua generan remanentes de materia prima en un 15% de su producción mensual aproximadamente
- El personal para promocionar las ventas de los productos fabricados por la empresa Támesis es limitado.

- Escasa mano de obra calificada para la elaboración de los accesorios para ropa de dormir.
- La empresa no cuenta con un valor agregado en sus productos ofertados, por lo que el producto no es competitivo en el mercado, el consumidor no prestará atención a su compra.

Oportunidades

- Incorporarse un valor agregado a la prenda de dormir para que esta tenga acogida y mayor impacto en el mercado.
- Generar concientización en las empresas de ropa acerca de los desperdicios que provocan e innovar prendas con la utilización de remanentes que de ellas se podrá obtener.
- Proyección de las ventas por medio del aprovechamiento de los remanentes de materia prima de la empresa Támesis.
- Crecimiento de la macro tendencia hacia la sustentabilidad y el crecimiento de un consumidor socialmente responsable.
- Crear un producto con mayor sostenibilidad y generar una nueva visión en el mercado.

Amenazas

- Inestabilidad política y económica de Ecuador.
- Ingreso de nuevos competidores en el mercado de ropa para dormir.
- Desinterés del consumidor por adquirir el producto nacional.
- Competencia agresiva de precios en el mercado.
- Posicionamiento de marcas extranjeras.

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles

En un contexto altamente competitivo, las alianzas estratégicas han tomado un protagonismo significante para que las empresas puedan llevar a cabo sus objetivos. Según García-Canal, E. (2004) “Las alianzas estratégicas son acuerdos entre dos o más empresas independientes para la coordinación de parte de sus actividades”

La estructura de una empresa es multidisciplinaria, requiere de varios perfiles profesionales para que pueda funcionar. Es por esto que para la idea planteada es necesario contar con una amplia gama de personas para poder cubrir cada una de sus necesidades.

Proveedores

Para la elaboración de las prendas, la empresa cuenta con proveedores de alto nivel a nivel nacional e internacional, como; Pat Primo, Protelas, Indutexma, entre otros, aptos para el abastecimiento de materia prima ya que cuenta con diseños actuales, buena calidad en sus textiles, y precios asequibles, lo cual ayuda a desarrollar un producto de buena calidad, para la elaboración de pijamas por la empresa Támesis de la cual se utiliza los remanentes o residuos para la creación de nuevos productos.

Profesionales:

- **Diseñador gráfico**, para la creación de diseños que comuniquen mensajes e ideas que sean atrayentes para los potenciales clientes.
- **Estampador**, que se encargue del proceso de estampe en cada pieza.
- **Maquiladoras,** para el proceso de confección de los accesorios para optimizar los tiempos de entrega de los pedidos.
- **Asesores de ventas**, quien ofertara el producto a las empresas clientes de Támesis.

3.2.2. Análisis Cadena de valor

La cadena de valor permite identificar y analizar actividades con una importancia estratégica a la hora de obtener alguna "ventaja competitiva".

Dependiendo del criterio que utilicemos a la hora de desagregar y analizar dichas actividades, se podrá obtener distintos tipos de “cadenas de valor” para una misma empresa. Cada uno de estos tipos. Se trata de una herramienta de gestión que permite visualizar el desarrollo de las actividades de una empresa. El proceso se inicia con la materia prima y llega hasta la distribución del producto final. Con ella, se puede optimizar todo el proceso productivo, aumentando el margen de la empresa, gracias a la reducción de costes y la eficiencia en la utilización de inputs.

3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo

Para Michael, P. (2002) la investigación y el desarrollo es un enfoque que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento. Ejemplos concretos de enfoque pueden ser: una categoría especial de potenciales compradores- un área geográfica específica; un segmento particular de la línea de productos.

La actividad de investigación se realizará por medio de encuestas que estarán dirigidas las madres económicamente activas entre los 25 años de las cuales obtendremos la información que avale el tema de estudio por medio de preguntas claras y concisas referentes la optimización de remanentes en la elaboración de nuevos productos dentro del desarrollo sostenible.

3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

Para (Michael Porter 2002) este punto es uno de los más relevantes dentro de la producción pues es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes. Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios, por ejemplo: - acceso privilegiado a las materias primas para que los productos puedan contar con la calidad que el consumidor busca y que se pueda ajustar no solo a sus necesidades sino además, a su estabilidad económica donde también la tecnología le otorga un papel de primer nivel en el

desarrollo empresarial, con especial referencia a las tecnologías de la comunicación, que se pueden aplicar con excelentes resultados a cualquier rubro de negocio y que constituyen un valioso aporte a la estrategia competitiva

Para la realización del proyecto es necesario contar con el abastecimiento de materia prima por parte de las empresas de moda que durante sus procesos de producción generan remanentes textiles que han causado un fuerte impacto ambiental, por lo cual con la innovación de productos que se enfocan en la moda sostenible ayudan a disminuir el deterioro ambiental y optimiza la materia prima empresas como Támesis aprovechan este recurso de remantes para la elaboración de complementos es sus prendas de dormir que obtendrán de sus curvas de corte.

3.2.2.3. Eslabón de producción

Según (Michael Porter 2002) las actividades de producción hacen referencia a las estrategias competitivas que se dan a través de las materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado- un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo- ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes. Es importante destacar que la diferenciación en el proceso de producción garantizara la óptima aceptación por parte del consumidor, puesto que el mercado de la moda es uno de los más competitivos no solo por la diferenciación de los productos entre las distintas empresas, sino que la adquisición de los mismo no solo depende de los costos con los que se ofertan, sino que desde el proceso de producción se plante estrategias que están basadas en calidad, confort e innovación.

El sistema de producción utilizado para el desarrollo de la propuesta planteado en el proyecto parte desde la obtención de materia prima en el cual se encuentra las bases textiles, hilo y energía, después continua con los procesos operacionales en dentro del cual parte desde el diseño de las prendas, el trazo o patronaje para la realización del tendido y su próximo corte, a continuación se realiza la confección de las prendas, los acabados se realiza el óptimo control de calidad el empaque de los productos su almacenamiento y posible comercialización, y al final de los procesos de producción se obtiene los remanentes que por medio de otros procesos se y el mismo sistema utilizado se llagara a la obtención de nuevos productos.

3.2.2.4. Eslabón de comercialización

Es la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o compradores de tu producto/servicio, así, por ejemplo, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que, al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos.

Este análisis permite a un negocio, diseñar estrategias destinadas a captar un mayor número de clientes u obtener una mayor fidelidad o lealtad de éstos. Los productos serán comercializados gracias a la intervención del transporte o agentes de ventas los cuales se encargarán de hacer llegar a los proveedores las nuevas propuestas en boutiques, locales o ferias.

CAPÍTULO IV

4 MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

Este apartado se refiere a las características y necesidades de los usuarios que serán beneficiados con los productos, es un instrumento que proporciona la obtención de datos e información que son analizadas mediante procesos estadísticos para obtener resultados favorables o negativos con respecto a la propuesta dentro de los usuarios que para este proyecto son mujeres de 20-25 años, con un nivel económico medio

4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PROCESOS Y DISEÑO DE MODAS

- **OBJETIVO:** Diseño accesorios para ropa de dormir aplicando los remanentes generados por la empresa Támesis

1. **¿**Le interesaría adquirir accesorios con materiales reciclables**?**

Si ☐

No ☐

2. ¿Qué tan importante considera usted un accesorio, como complemento de su vestimenta?

No es importante ☐

Es medianamente importante ☐

Es importante ☐

Es muy importante ☐

3. ¿Qué tipo de accesorios utiliza para la ropa casual, y cual le gustaría adquirir?

Antifaz ☐

Bolsos ☐

Pantuflas ☐

Gorras ☐

Toallas sanitarias ☐

Colets ☐

Otros ☐

¿Qué detalles le gustaría que tenga un accesorio?

Estampados ☐

Bordados ☐

Apliques ☐

Otros ☐

4. ¿Cómo define usted su estilo?

Hippie Chic ☐

Urbano ☐

Vintage ☐

Romántico ☐

5. ¿Con qué frecuencia usted suele comprar accesorios?

Mensual ☐

Trimestral ☐

Semestral ☐

Anual ☐

6. ¿En qué elemento se fijaría usted al momento de adquirir un accesorio?

Marca ☐

☐

Diseño

Calidad ☐

Precio ☐

Otros ☐

7. ¿Qué lugares suele visitar, para adquirir un accesorio?

Almacenes ☐

Internet ☐

Distribuidores ☐

Catálogos ☐

Otros ☐

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio con materiales reciclables?

Menos de $5 ☐

Entre $5 y $7 ☐

Más de $10 ☐

Selección de la muestra

Es importante el muestreo porque a través de este es posible la selección de una muestra lo primero que hay que definir es la unidad de análisis (personas, organizaciones, periódicos, situaciones, eventos). El sobre qué o quiénes se van a recolectar datos depende del planteamiento del problema a investigar y de los alcances del estudio. Estas acciones nos llevaran al siguiente paso, que consiste en delimitar una población a la cual se dirigirá nuestro tema de investigación por el planteamiento de encuetas que ayudaran a determinar valores estadísticos.

En las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis.

Tienen muchas ventajas, quizá la principal sea que puede medirse el tamaño del error en las predicciones. Se dice entonces que el principal objetivo en el diseño de una muestra probabilística es reducir al mínimo este error, al que se le llama error

estándar.

Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transaccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o surveys, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población.

Para la obtención de la muestra se aplica la fórmula tomada de: Herrera, L.; Medina, A.; Naranjo, G. (2014), descrita a continuación:

$$n = \frac{PQ * N}{(N-1)\left(\frac{E^2}{K^2}\right) + PQ}$$

n= muestra

PQ= constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia (0.25)

N= población económica activa (2242.756)

E= Error de muestreo (0.05%)

K= Coeficiente de error (2)

$$n = \frac{0.25 * 2242.756}{(2242.756-1)\left(\frac{0.05^2}{2^2}\right) + 0.25}$$

$$n = \frac{560{,}689}{(2241.756)\left(\frac{0.0025}{4}\right) + 0.25}$$

$$n = \frac{560{,}689}{(2241.756)(0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{560{,}689}{1{,}4010977 + 0.25}$$

$$n = \frac{560{,}689}{1{,}6510975}$$

n = 339,59

n= 340 muestras se deben aplicar al mercado potencial.

4.2. Técnicas de estudio

4.2.1. Cualitativas

El objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven (Taylor y Bogdan, 1984). Las características básicas de los estudios cualitativos se pueden resumir en que son investigaciones centradas en los sujetos, que adoptan la perspectiva. El proceso de indagación es inductivo y el investigador interactúa con los participantes y con los datos, busca respuestas a preguntas que se centran en la experiencia social, cómo se crea y cómo da significado a la vida humana.

4.2.2. Cuantitativas

Para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés (sobre el cual se recolectarán datos, y que tienen que definirse o delimitarse de antemano con precisión), este deberá ser representativo de la población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra logren generalizarse o extrapolarse a la población, esto será posible gracias a la realización de encuestas dirigidas a un grupo específico para la obtención de datos que ayudaran en el análisis estadístico avalando nuestro tema de estudio y el interés de la población en el mismo.

4.3. Elaboración e interpretación de los datos

Pregunta N° 1. ¿Le interesaría adquirir accesorios con materiales reciclables?

Tabla N° 7. accesorios con materiales reciclables.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	207	61%
No	133	39%
Total	340	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

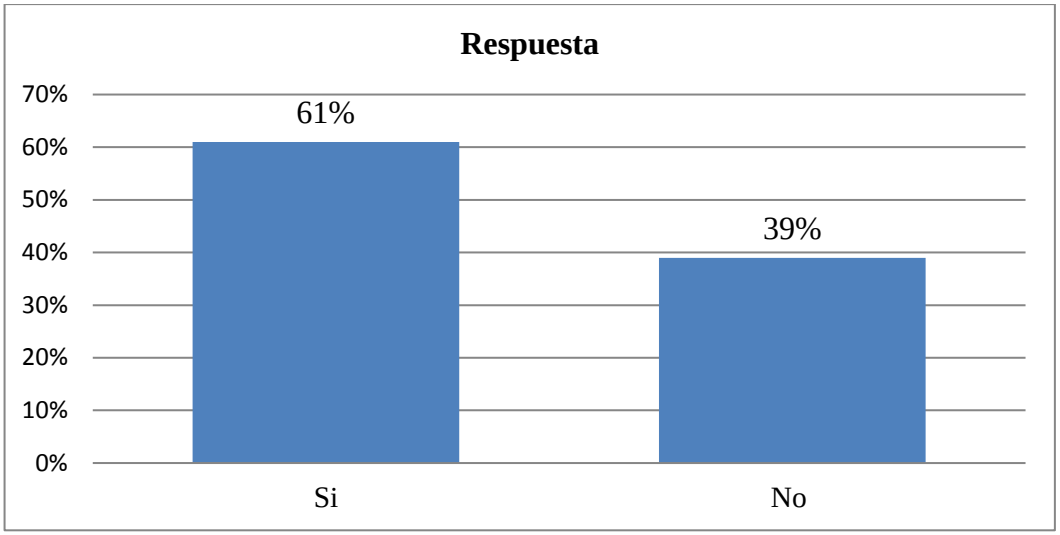


Gráfico N°19. Accesorios con materiales reciclados.

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

Del total de 340 personas encuestadas equivalentes al 100%, 240 personas pertenecientes al 61% manifestaron que, si tiene un interés en la adquisición de accesorios hechos a base de materiales reciclados, mientras el 39% considera que no tiene ningún interés en adquirir productos de este tipo, esto permite que sea posible la introducción de nuevos productos al mercado, basados en una moda sostenible.

Pregunta N°2: ¿Qué tan importante considera usted un accesorio, como complemento de su vestimenta?

Tabla N° 8. Medida de importancia de los accesorios de moda.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
No es importante	47	14%
En mediana importancia	180	53%

Es importante	75	22%
Es muy importante	37	11%
Total	340	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

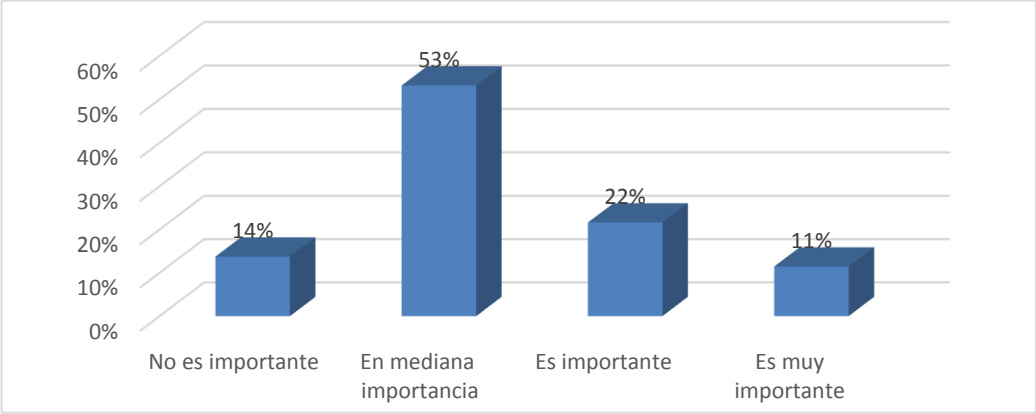


Gráfico N°20. Medida de importancia de los accesorios de moda.

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

Del 100% equivalente al total de las personas encuestadas, 180 personas correspondientes a un 53% indicaron que la importancia de un accesorio de moda en su vestimenta es medianamente importante 75 personas, es decir, un 22% admitió que la importancia de un accesorio de moda para su estilo es importante, 47 personas, un 14% manifestaron que no es importante en absoluto un accesorio de moda para su estilo y por último 37 personas, un 11% indicaron que un accesorio de moda tienen vital importancia es su manera de vestir, esto puede limitar que el consumidor adquiera el producto, por lo que se debe implementar un valor agregado y llamativo para atrapar la atención del cliente.

Pregunta N°3: ¿Qué tipo de accesorios considera Ud. atractivo elaborado a base de remantes y cual le gustaría adquirir?

Tabla N° 9. Accesorios a base de remanentes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Antifaz	10	3%
Bolsos	119	35%
Pantuflas	192	56%
Gorras	10	3%
Toallas sanitarias	0	0%
Colets	3	1%
Otros	6	2%
Total	340	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

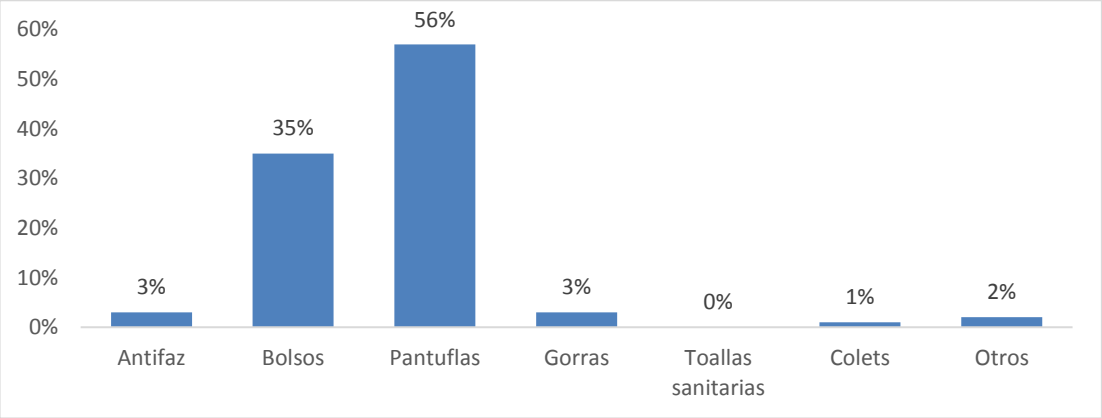


Gráfico N°21. Accesorios.

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

En referencia a los accesorios elaborados a base de remanentes, del total de personas encuestadas, un 57% equivalente a 192 personas manifestaron que les gustaría adquirir pantuflas, un 35% correspondiente a 119 personas indicaron que les gustaría adquirir bolsos, mientras que un 3%, es decir, 10 personas dijeron que les gustaría adquirir un antifaz, gorras, El 1% que corresponde a 3 personas expresaron que les gustaría adquirir colets y por último un 2%, es decir, 6 personas indicaron que les gustaría adquirir otros accesorios, la mayor inclinación del consumidor es hacia las pantuflas por su comodidad y uso frecuente en el hogar.

Pregunta N°4: ¿Qué detalles le gustaría que tenga un accesorio hecho con remanentes?

Tabla N° 10. Qué detalles le gustaría que tenga un accesorio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Estampado	174	51%
Bordado	136	40%
Apliques	27	8%
Otros	3	1%
Total	340	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

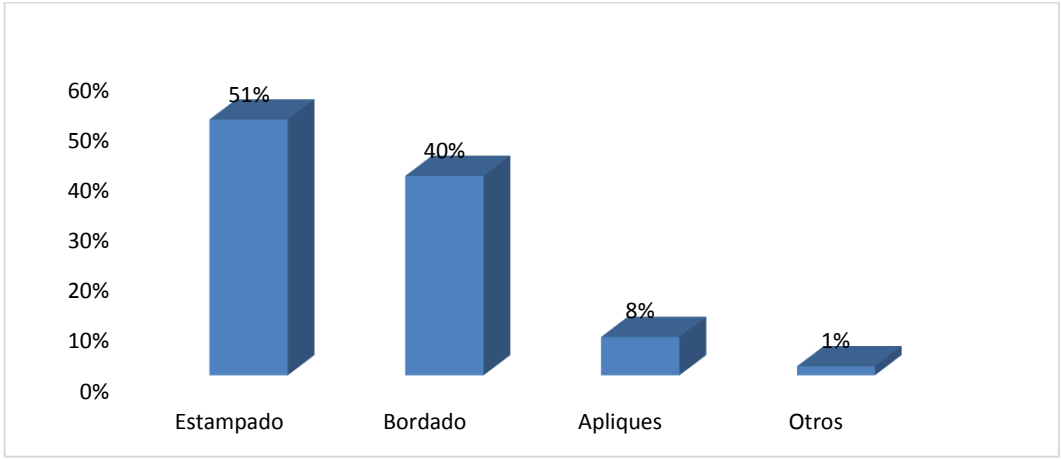


Gráfico N°22. Detalles de los accesorios

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

Correspondiente a los detalles de los accesorios, del total de personas encuestadas, un 51% equivalente a 174 personas indicaron su gusto por los estampados, un 40% correspondiente a 136 personas optaron por lo bordados, mientras que un 8%, es decir, 27 personas eligieron los apliques y por último un 1%, es decir, 3 personas escogería otro tipo de aplicación de detalles para los accesorios para la ropa de dormir, la estampación en prendas no solo hace un producto atractivo, sino la versatilidad que se le puede dar al diseño.

Pregunta N°5: ¿Cómo define usted su estilo?

Tabla N° 11. Estilos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hippie chic	173	51%
Urbano	150	44%
Vintage	10	3%
Romántico	7	2%
Total	393	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

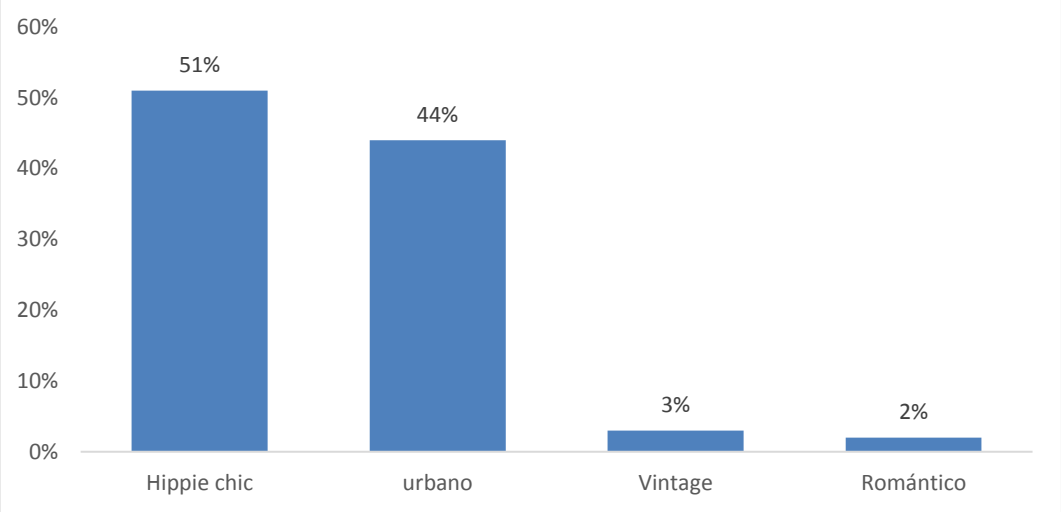


Gráfico N°23. Estilos

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

Del total de personas encuestadas, un 51% equivalente a 173 personas define su estilo como Hippie chic, un 44% correspondiente a 150 personas define su estilo en urbano, mientras que un 3%, es decir, 10 persona define su estilo como vintage y por último un 2%, es decir, 7 personas definen su estilo como romántico, el mayor porcentaje de encuestados pertenece al estilo hippie chic un estilo sobrio y moderno con apego en la preocupación del medio ambiente, es lo que enfatizamos en el proyecto.

Pregunta N°6: ¿Con qué frecuencia usted suele comprar accesorios?

Tabla N° 12. Frecuencia de Compra de accesorios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	20	6%
Trimestral	160	47%
Semestral	156	46%
Anual	4	1%
Total	340	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

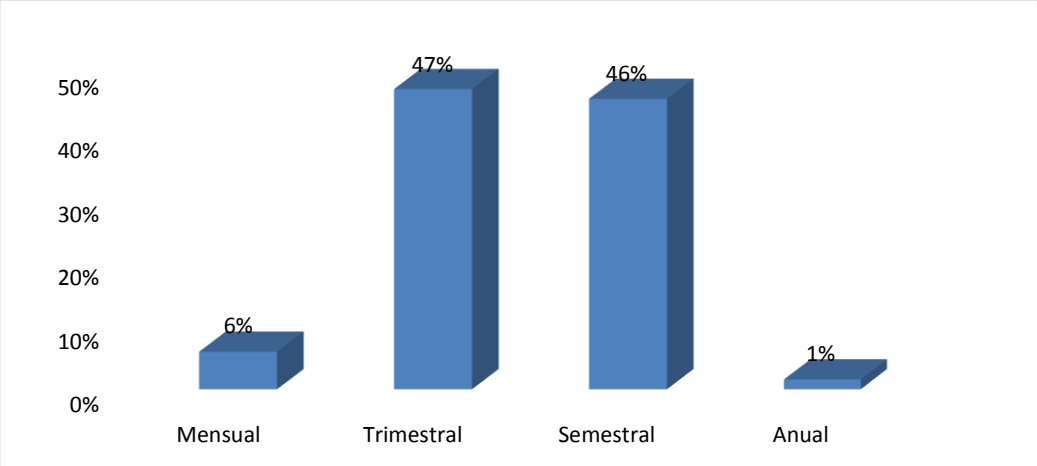


Gráfico N°24. Frecuencia de Compra de accesorios.

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

Del número total de personas encuestadas, un 47% equivalente a 160 personas indicaron que adquieren accesorios trimestralmente, un 46% correspondiente a 156 personas que compran accesorios cada semestre, mientras que un 6% que son 20 personas dijeron que compran accesorios cada mes y por último un 1%, es decir, 4 personas expresaron que compran accesorios anualmente, se observa que la mayor parte de encuestados compran accesorios tres meses ya que en este tiempo se desgasta o se genera un gusto por algo nuevo

Pregunta N°7: ¿En qué elemento se fijaría usted al momento de adquirir un accesorio?

Tabla N° 13. Cualidades de los accesorios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Marca	61	18%
Diseño	27	8 %
Calidad	109	32%
Precio	143	42%
Otros	0	0%
Total	340	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

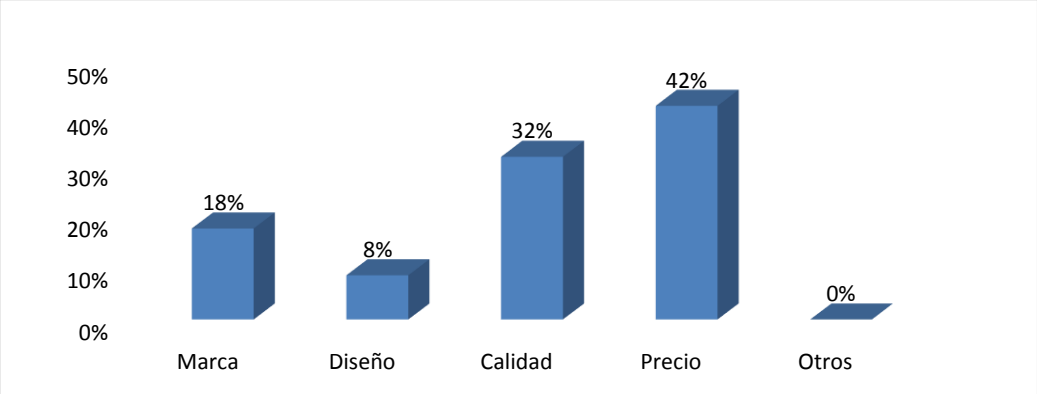


Gráfico N°25. Cualidades de los accesorios.

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

En referencia a las cualidades de los accesorios del total de personas encuestadas, un 42% equivalente a 143 personas indicaron que se fijarían en el precio para comprar un producto, un 32% correspondiente a 109 personas manifestaron que se fijarían en la calidad, mientras que un 18%, es decir, 61 personas expresaron que se fijarían en la marca y por último un 8%, es decir, 27 personas se fijarían en el diseño, el costo de una prenda influye en la compra de la misma ya que el consumidor busca algo económico, acorde sus posibilidades.

Pregunta N°8: ¿Qué lugares suele visitar, para adquirir un accesorio?

Tabla N° 14. Lugares para adquirir accesorios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Almacenes	133	39%
Internet	65	19%
Distribuidores	108	32%
Catálogos	34	10%
Otros	0	0%
Total	340	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

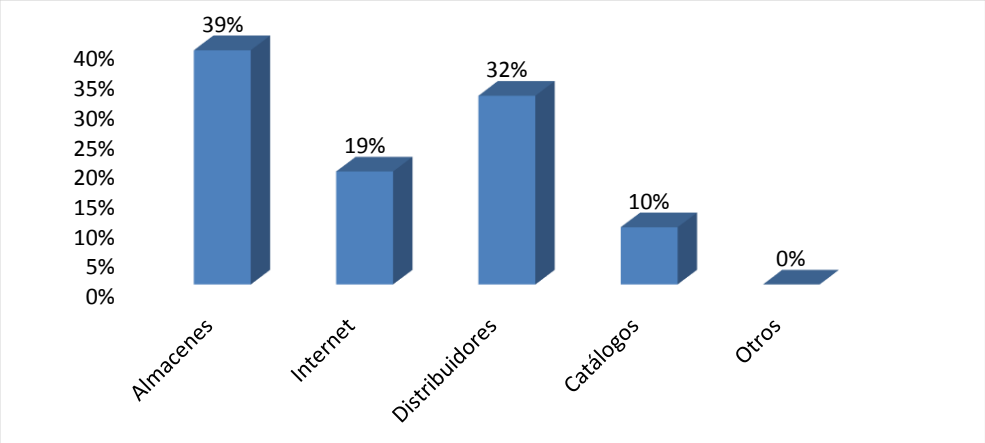


Gráfico N°26. Lugares para adquirir accesorios

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

Del número total de personas encuestadas, un 39% equivalente a 133 personas indicaron que compran sus accesorios en almacenes, un 32% correspondiente a 108 personas manifestaron que compran sus accesorios directo al distribuidor, mientras que un 19%, es decir, 65 personas dijeron que compran sus accesorios por internet y por último un 10%, es decir, 34 personas expresaron que compran sus accesorios por medio de catálogos, la compra en almacenes no solo permite al consumidor visualizar de una mejor manera el producto, sino que tenga un contacto directo garantizando su adquisición.

Pregunta N°9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio con materiales reciclables?

Tabla N° 15. Intervalo de valores en dólares

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de $5,00	142	42%
Entre $5 y $7	150	44%
Más de $10,00	48	14%
Total	340	100%

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

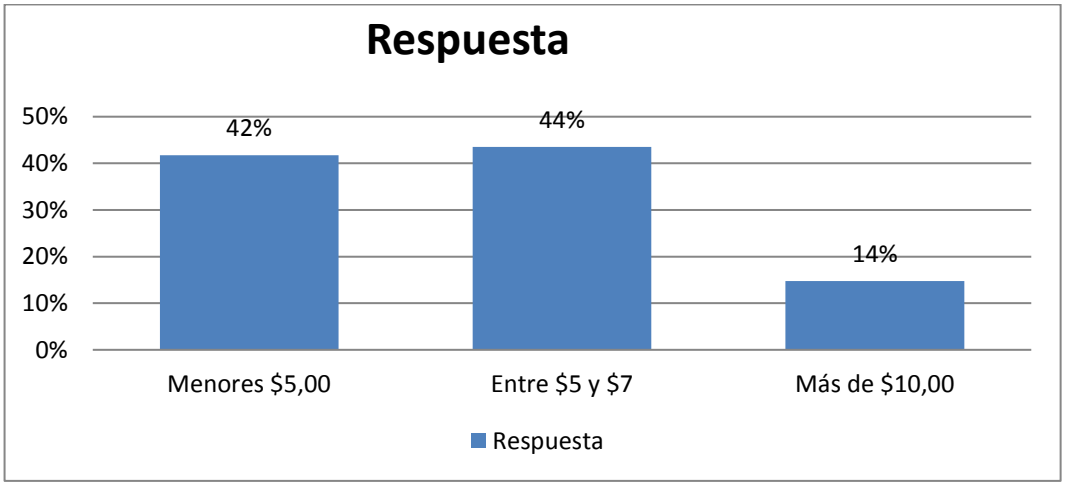


Gráfico N°27. Intervalo de valores en dólares

Elaborado por: (Rodríguez Carolina, 2017)

Análisis e Interpretación:

Del número total de personas encuestadas, un 42% equivalente a 142 personas indicaron que gastarían menos de 5 dólares de un accesorio con materiales reciclados, un 44% correspondiente a 150 personas manifestaron que gastarían entre 5 y 7 dólares en un accesorio a base de materiales reciclados, mientras que el 14%, es decir, 48 personas expresaron que gastarían más de 10 dólares de un accesorio elaborado con materiales reciclados, para el consumidor un accesorio de materiales reciclados debe estar en un intervalo de 5-7 dólares, lo que hace más accesible su compra, enfocándose en una población de nivel económico medio.

CAPÍTULO V

5 TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION

2.1. Cronograma de producción

La planificación de la producción es importante dentro del desarrollo del proyecto que a través de un cronograma se crea tiempos y fechas que permiten el cumplimiento de cada uno de los puntos especificados dentro del mismo para que de esta manera el proceso del proyecto sea es la óptimo.

Tabla 16.- *Cronograma de producción.*

Actividades	2018	**marzo**	**Abril**	**Mayo**	**Junio**	**Julio**	**Agosto**	**Septiembre**	**Octubre**
Elección del tema		**X**							
Investigación y fundamentos		X							
Modelos de referencias o marcas		X							
Análisis de información			X	**X**					
Segmentación del mercado				**X**					
Descripción del perfil				**X**					
Desarrollo de encuestas				**X**					
Extracción de datos				**X**					
Trabajo de campo				**X**					
Correcciones					**X**				
Concepto de la colección					**X**				
Descripción del producto					**X**				
Desarrollo de la marca					**X**				
Estudio de comunicación					**X**				
Bocetos					**X**				

Diseño						**X**	**X**		
Patronaje							**X**		
Prototipos								**X**	
Adquisición de materia prima.									
Desarrollo de muestras para clientes.								**X**	
Presentación de muestras a las clientes							**X**		
Planificación de pedidos							**X**		
Análisis de proveedores							**X**		
Desarrollo de producto.								**X**	
creación de empacado y etiquetas								**X**	
Canales de distribución								**X**	
Entrega de pedidos.								**X**	

Elaborado por: (Rodríguez 2018)

2.2. Control de calidad

Para Prieto, M. (2014) en el control del producto, también existen diferencias entre la industria de la confección y otros sectores industriales parte desde el proceso de confección en el cual se puede observar desde el momento del corte si existe falla de tela para que pueda ser remplazada por otra pieza.

Para el presente proyecto el control de calidad se lo realizara durante todo el proceso de desarrollo del producto, para lo cual se ha desarrollado un diagrama operacional genera donde se indica específicamente la actividad mencionada.

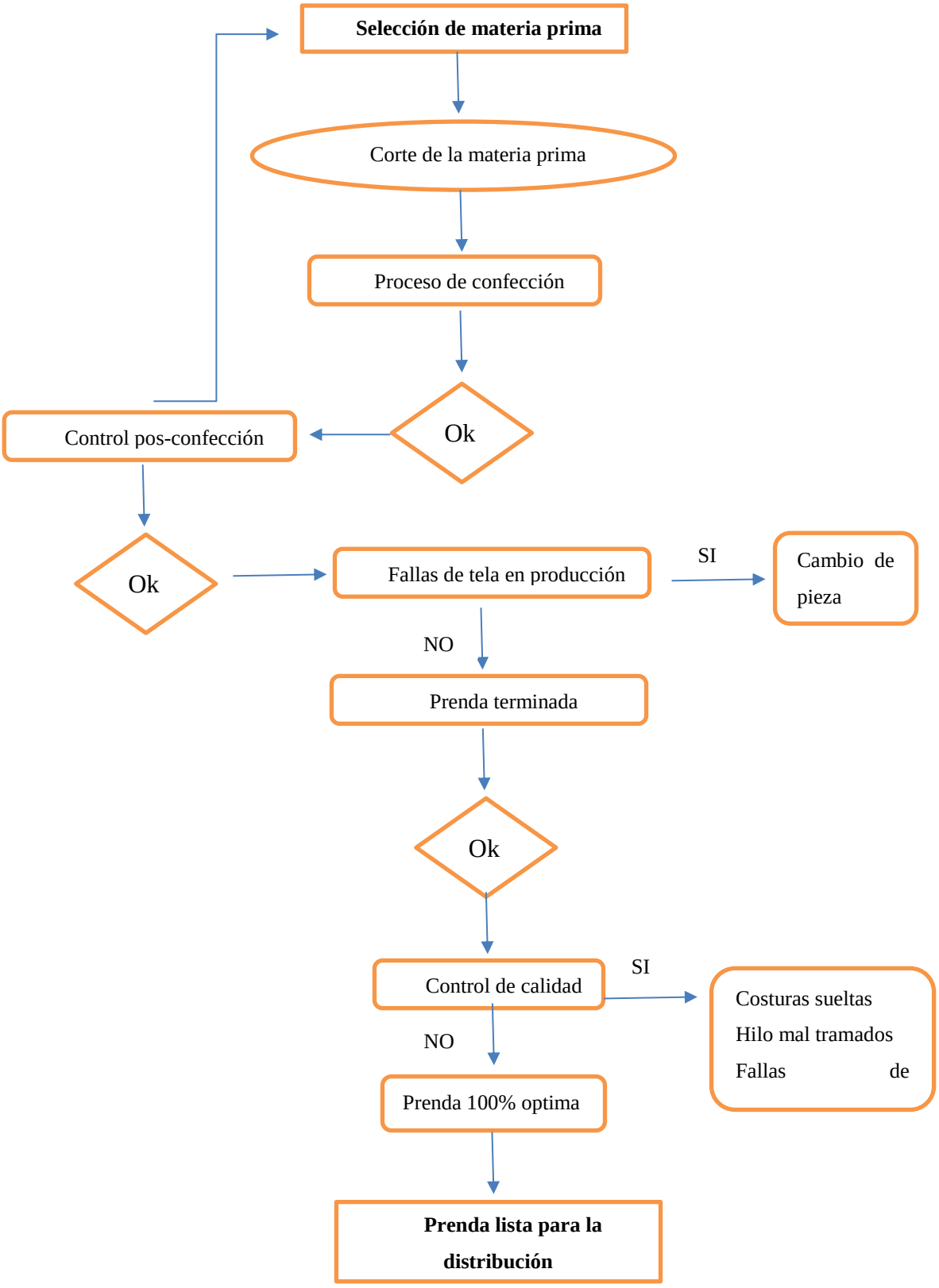


Gráfico 28.- Diagrama de flujo control de calidad

Elaborado por. - (Rodríguez 2018)

2.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto.

Es importante la adecuada distribución de cada una de las áreas con las que contará la empresa esto garantizar un óptimo desarrollo tanto del personal que intervendrá en las diferentes áreas, así como llevar a cabo un mejor proceso en la elaboración del producto final, cada área debe contar con el espacio necesario para la movilización tanto del personal como la materia prima y la infraestructura adecuada para la ubicación de ubicación de maquinaria, bodega para materia prima, bodega para materiales e insumos, oficinas etc.

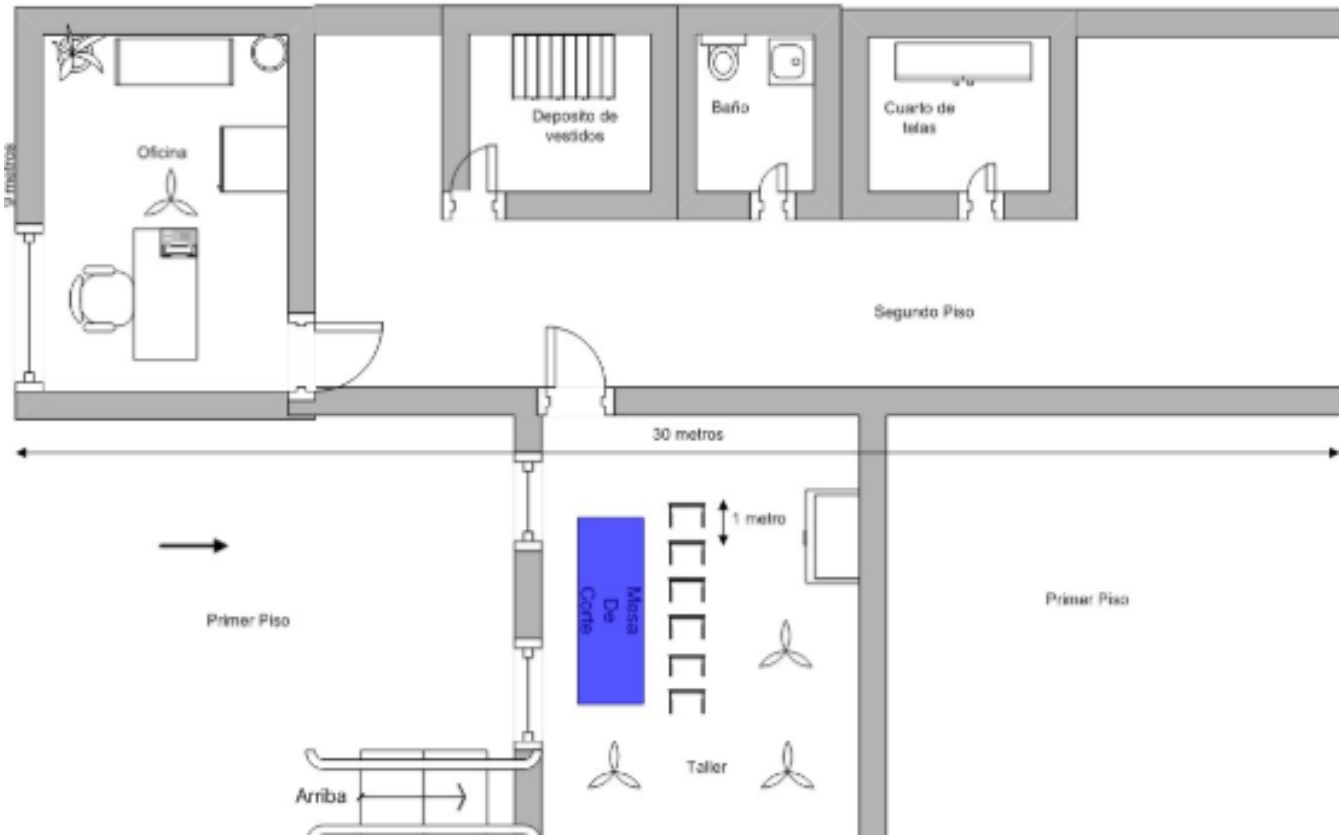


Gráfico 29.- Layout de una empresa de confección

Elaborado por. – Támesis confecciones

Cada uno de los equipos, así como la maquinaria garantiza un mejor acabado en el producto final, que cumpla con los parámetros de calidad que los tiempos de producción sean más rápidos, así se podrá cumplir con las fechas de envió.

TABLA 17.- Equipos de administración

Nombre	Cantidad
Plotter	1
Computadoras de diseño	1
Computadora contabilidad	1
Computadora secretaria	1
Impresora	2
Escritorios	3
Líneas telefónicas	1

Elaborado por: (Rodríguez 2018)

TABLA 18.- Equipos de producción

Nombre	Cantidad
Mesa de corte	1
Cortadora	1
Overlock	4
Recta	9
Recubridora	3
Elasticadora	2

Elaborado por: (Rodríguez 2018)

2.4. Requerimientos de mano de obra.

El proyecto al vincularse con la industria manufacturera, la cual se caracteriza por hacer uso en un gran porcentaje de mano de obra, es importante definir al recurso humano con el cual cuenta el trabajo en desarrollo. Se debe recalcar que este recurso interviene de forma directa e indirecta, siendo el primero el que se involucra en áreas de la producción del producto, y el segundo se encarga de la administración de la empresa.

Tabla 19.- *Mano de Obra Directa*

Cargo	Cantidad	Actividad
Diseñador	1	Patronaje, armado de muestras
Contadora	1	Contabilidad de la empresa
Secretaria	1	Administración de las empresa y personal
Cortador	1	Corte del tendido o patrones
Costureras	10	Confección de las prendas
Terminado	5	Pulido y acabados de las prendas

Elaborado por: Rodríguez, C. (2018)

Tabla 20.- *Mano de Obra Indirecta*

Cargo	Cantidad	Actividad
Proveedores	12	Adquieren nuestro producto final
Vendedores	2	Se encargan de vender y promocionar el producto
Distribuidores	2	Transportan el producto

Elaborado por: Rodríguez, C. (2018)

2.5. Seguridad industrial y medio ambiente

Según García, R. (2009) desde el análisis previo de que la actividad productiva es de por sí peligroso, puesto que todo riesgo puede que afecte a la seguridad y la salud del trabajador, por lo que se toma precauciones a través de normas dentro del entorno laboral y la incidencia de la actividad empresarial sobre el medio ambiente. La gran mayoría de estas situaciones en las que la seguridad y salud laboral se ven seriamente amenazadas particularmente por el área de trabajo y los procesos que se

realizan al momento de la elaboración de un producto, por ello existen ordenamientos de la seguridad y de la salud en el trabajo y el medio ambiente de acuerdo con las normativas y ordenanzas dictadas por él estado. Sobran razones, entonces, para que las normas en materia de prevención de riesgos laborales vengan a ocuparse también de dicho ámbito.

Como punto de partida del presente análisis, hay que poner de manifiesto la existencia de mutuas interferencias entre el medio ambiente externo, en la denominación tradicional, y el medio ambiente laboral o interno.

Primeramente, la superposición entre los riesgos laborales y los riesgos ambientales es perceptible en aquellos casos en los que la amenaza que eventualmente pueda afectar con la seguridad y salud de los trabajadores no encuentre su origen en el proceso productivo desarrollado en la empresa, sino que sea, por el contrario, resultado de cualquier otra circunstancia ajena a las obligaciones que en relación con el entorno deban sujetarse a cada una de las normas para garantizar la seguridad tanto del trabajador como de la empresa. Se está haciendo referencia a la existencia de ciertos fenómenos naturales de tipo hidrológico, meteorológico, geofísico o biológico que, pese a originarse en el exterior del centro de trabajo, se revelan en el interior de la empresa que afectan en los procesos productivos dando como consecuencia perdida monetaria, al igual que las normas para asegurar la protección del trabajador existen leyes que protegen la seguridad ambiental dentro de las cueles se determinan agentes que deterioran el medio ambiente los productos químicos que se deben utilizar y los procesos que se deben cumplir dentro de las empresas.

2.5.2. Uso de Equipo de Protección Personal

Para que la seguridad del personal se mantenga se controla de manera muy estricta el uso adecuado del Equipo de Seguridad Personal dentro de las zonas que así lo requieran. El Equipo de Protección Personal (EPP) cumple con normas internacionales o con la norma INEN equivalentes a esas. Es obligatorio que el personal use durante las horas de trabajo los implementos de protección personal.

2.5.3. Señalización de Seguridad

La señalización de seguridad se establecerá con el propósito de indicar la existencia de riesgos y medidas a adoptar ante los mismos, y determinar el emplazamiento de dispositivos y equipos de seguridad y demás medios de protección.

Tabla 21.- Normas y señaléticas

Señalización	Nombre	Función
	PELIGRO EN GENERAL	Se debe colocar en los lugares donde existe peligro por cualquier actividad,
	RIESGO ELECTRICO	Se debe colocar en los sitios por donde pasen fuentes de alta tensión y riesgo de electrificación
	MATERIAS CORROSIVAS	Se coloca esta señalización donde existan materiales corrosivos como ácidos en la bodega de productos químicos.
	PROTECCIÓN OBLIGATORIA DE LA VISTA	Se debe colocar en el área de compostaje en el uso de la picadora y la bodega de agroquímicos
	PROTECCIÓN OBLIGATORIA DE OIDOS	Se debe colocar en las áreas que se generan ruido como en la picadora de la compostura.
	PROHIBIDO FUMAR	Se colocará en lugares donde exista un alto nivel de inflamabilidad, en bodegas, lugares de almacenamiento de combustibles y sitios cerrados.
	SOLO PERSONAL AUTORIZADO	Se colocará en lugares donde está prohibida la entrada a personas particulares
	EXTINTOR	Se coloca en lugar donde existe riesgo de incendios
	SALIDA DE EMERGENCIA	Se coloca en salidas estratégicos en caso de incendios o derrumbes y que no tengas obstaculización de paso

Elaborado por: (Rodríguez 2018)

CAPÍTULO VI

6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 Identidad del producto

Gráfico N°30. Identidad del producto
Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2017)

Diseño Corporativo para Támesis, fábrica textil dedicada a la confección de prendas de descanso, salidas de baño y accesorios. Támesis mediante sus productos quiere transmitir descanso y suavidad en cada uno de sus diseños. La marca representa la trayectoria de la empresa y el posicionamiento que actualmente tiene en el mercado, intentando ser versátil y perseverante por su composición y variedad en la elaboración. El slogan "Solo Sueña", invita, a tomar un descanso, despejar totalmente la mente y solo dejarse envolver dentro de tus sueños.

El logotipo con el que se representa tanto a la marca como la empresa está definido por una nube, la cual connota suavidad, su tipografía se basa en trazos particulares y en especial muy redondeados. Además de las prendas de dormir a las cuales se dedica la empresa también la marca estará presente con accesorios para ropa de dormir considerado como un valor agregado que respalde el trabajo responsable y diseño ético con el medio ambiente, gracias a que en su elaboración se permitirá la utilización de remantes o desperdicios que la misma empresa produce.

6.1.1. Colores

Gráfico N°31. Colores del diseño
Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2017)

6.1.1.1. Misión

Támesis es una empresa con trayectoria en el mercado de ropa para dormir, contribuyendo al desarrollo sostenible, ético y responsable del medio ambiente, por medio de la reutilización de remanentes asignándoles un nuevo uso.

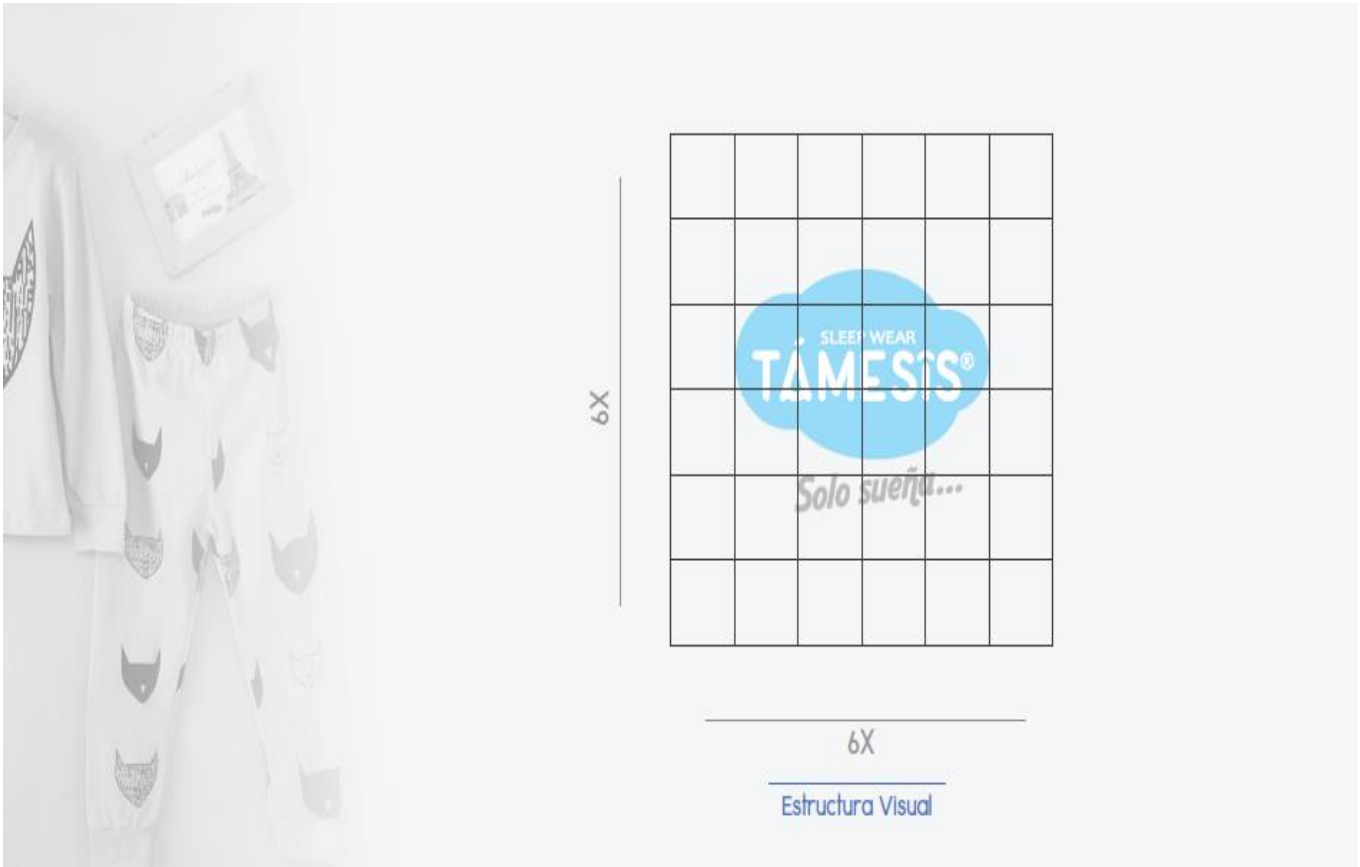
6.1.1.2.Visión

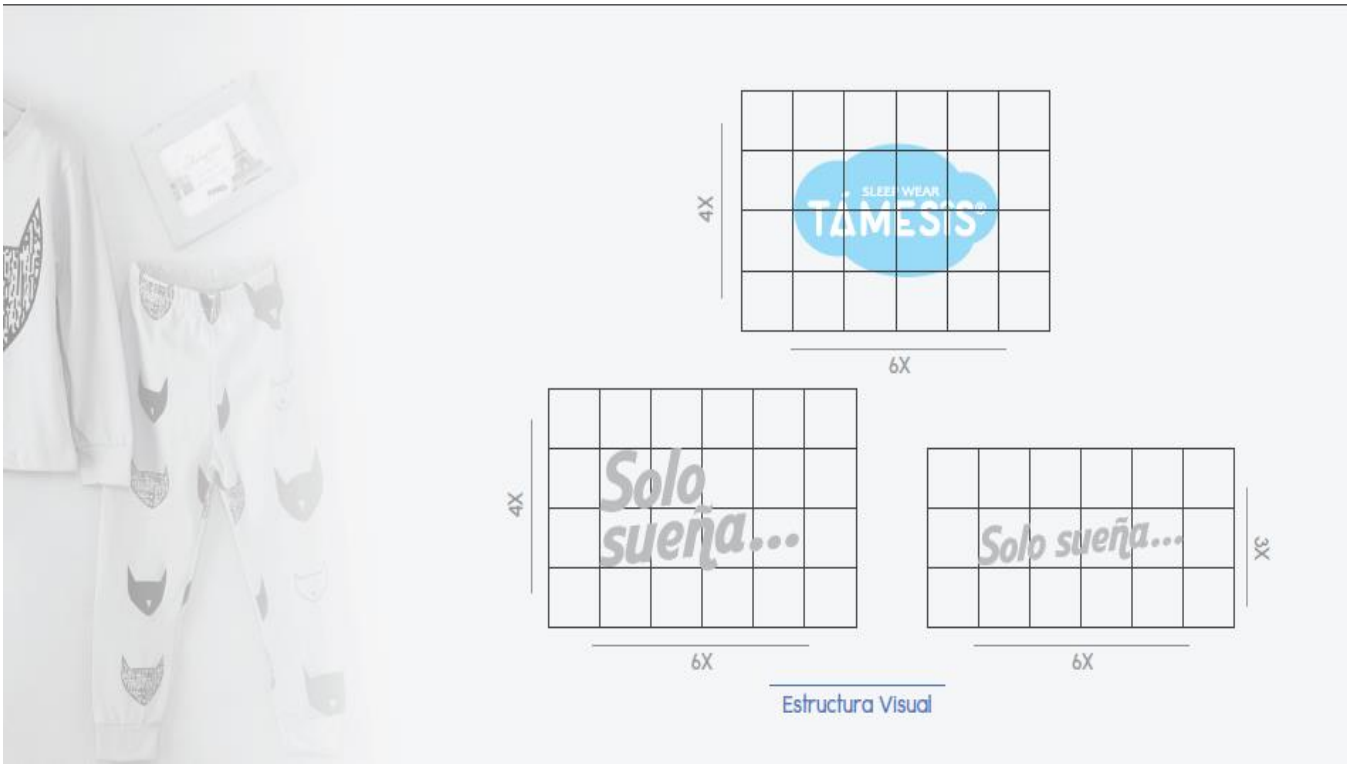
Támesis desea ser un referente líder en el mercado de moda para dormir a nivel nacional a través de sus estrategias para elaborar nuevos productos por medio de la utilización de remanentes y calidad de materiales e insumos enfocados hacia un mercado responsable, anticipando sus necesidades, y generando rentabilidad sostenible.

SLEEP WEAR
TÁMESIS®
Imagotipo

SLEEP WEAR
TÁMESIS®
Solo sueña...
Identificador

Slogan
Solo sueña...


6X
SLEEP WEAR
TÄMESIS®
Solo sueña...
6X
Estructura Visual



Estructura Visual

Clasificación de la marca

Identificador en positivo
Identificador en negativo
SLEEP WEAR
TÁMESIS®
Solo sueña...
SLEEP WEAR
TÁMESIS®
Solo sueña...
Utilización sobre blanco y negro

Identificador en tono de grises para manejo de aplicaciones simples
SLEEP WEAR
TÁMESIS®
Solo sueña...
SLEEP WEAR
TÁMESIS®
Solo sueña...
Utilización Identificador
para fondos de color no compatible

SLEEP WEAR
TÁMESÎS®
Solo sueña...
SLEEP WEAR
TÁMESÎS®
MEN
Solo sueña...
SLEEP WEAR
TÁMESÎS®
WOMEN
Solo sueña...
SLEEP WEAR
TÁMESÎS®
KIDS
Solo sueña...
Utilización Identificador
para serigrafía

PRODUCTO
SOSTENIBLE
REMANENTE:
Reutilización de tela
jersey estampada
RESIDUO
Tela polar aplicada
en la planta
SLEEP WEAR
TÁMESÎS®
accesorios
Solo sueña...
REVERSO ETIQUETA
SLEEP WEAR
TÁMESÎS®
Solo sueña...
SLEEP WEAR
TÁMESÎS®
Solo sueña...
Utilización fondos con textura

a b c d e f g h i j k m n o
p q r s t u v w x y z

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Now

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

a b c d e f g h i j k m n o
p q r s t u v w x y z

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

Coco Gothic

Tipografía secundaria o complementaria, se utilizará para la elaboración de piezas gráficas (Diseño), composiciones tipográficas, etc.

Tipografía

Papelería Básica

Papelería Básica

TÁMESIS
Solo sueña...
AMBATO
confecciones_tamesis@hotmail.com
03 2847461 / 2841048
Benjamin Carrión 54 y Av. Rodrigo Vela
Sobre 24,3 x 11,5cm

Etiqueta 4x11cm

Marquilla para estampe

Etiquetas 4x3

SLEEP WEAR
TÁMESIS®
MEN
Solo sueña...
SLEEP WEAR
TÁMESIS®
WOMEN
Solo sueña...
SLEEP WEAR
TÁMESIS®
KIDS
Solo sueña...

SLEEP WEAR
TÁMESIS®
Solo sueña...
P
65%POLIESTER

6.2. Descripción del producto o servicio

En el presente proyecto presenta el desarrollo de accesorios elaborados con materiales resultantes del proceso de corte de las empresas de confección, con el propósito de optimizar el material textil bajo el concepto de la sostenibilidad dentro de la industria de la moda, vinculado a sus tres pilares fundamentales que son: económico, ambiental y social.

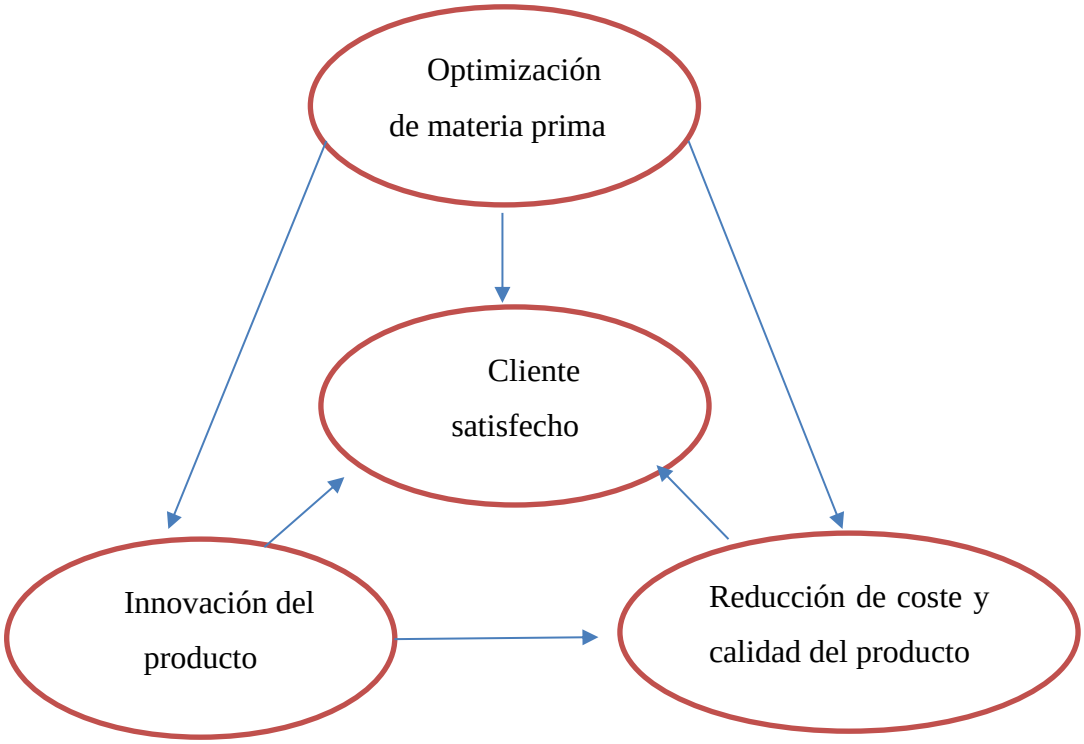


Gráfico 32.- Triangulo de producto o servicio

Elaborado por. – (Rodríguez 2018)

6.2.1. Necesidad del Mercado

En el estudio de la necesidad, la ausencia o presencia representa hasta cierto punto el éxito o el fracaso del proyecto o la propuesta planteada, la necesidad de vestir crea en la población un interés por buscar productos novedosos que no solo cumplan con sus expectativas, además que pueda estar a su alcance.

En la actualidad varias personas se han enfocado en disminuir la contaminación ambiental y transformar el sistema de la moda ética, trabajando con remantes y elementos creando nuevos e innovadores productos.

La necesidad de la empresa de generar nuevos productos se debe a los remantes que se obtiene dentro del proceso de producción durante el corte esto no solo genera un alto índice de contaminación sino las pérdidas de la empresa por los desperdicios que se obtiene, con el desarrollo de una moda sostenible a través de la optimización de remanentes el producto tendrá nuevas oportunidades en el mercado ayuda a disminuir la contaminación que genera las empresas de moda se aprovecha al 100% la materia prima y se crea nuevos productos con estrategias de sostenibilidad.

De la obtención de remanentes se puede elaborar diferentes tipos de productos, pero los accesorios ocupan un papel importante dentro del mercado y la cadena comercial de la moda ya que son accesibles económicamente a todo tipo de consumidor y permite una mayor variedad en diseño y modelos para cubrir los gustos y necesidades del consumidor

6.2.2. Estrategias del desarrollo del producto

Si bien la intención de la marca es introducir productos basados en la elaboración con remanentes, su enfoque también es la innovación por medio de accesorios y la originalidad en lo que se refiere a sus diseños, el mismo que busca impactar a sus clientes con este nuevo producto, sin perder la particularidad que la marca proyecta. Se realizará diferentes tipos de accesorios que tendrán un valor agregado, además de crear conciencia acerca de la elevada contaminación ambiental por parte de la empresa, y así llegar a un consumidor responsable.

6.2.3. Canal de distribución:

Los canales de distribución en que el proyecto se enfoca son los siguientes:

- Canal largo: fabricante, mayorista, minorista y consumidores. Como empresa fabricante se planea seguir en la distribución al por mayor y menor

entre los clientes ya consolidados, así como a los consumidores directos la propuesta del nuevo producto.

- Canales tradicionales: realizar el pedido de venta por medio telefónico.
- Canales electrónicos: Combinar una nueva estrategia de venta y distribución en donde se implementen las plataformas digitales para la comercialización del producto.

6.2.4. Concepto de marca

Los accesorios, toma como inspiración a la naturaleza, en donde las flores y mariposas toman su protagonismo y mantienen el feminismo de la mujer en su esplendor. Por medio del uso de formas orgánicas se quiere transmitir la diversión, la individualidad y libertad a través de accesorios que sean utilizados para el momento de descanso. El concepto primordial se basa en la utilización de remanentes textiles, de los cuales se realizan las propuestas a ofertar.

6.2.5. Estrategias de marca

La marca se basa en los parámetros de sostenibilidad. Para lo cual el proyecto establece estrategias para generar una política empresarial bajo los factores económicos, sociales y ambientales para crear armonía con el entorno, por lo que cada unidad operativa de la marca Támesis, debe integrar a la ética y valores enfocados en la gente, planeta y comunidad. La estrategia está representada de tal forma que el eje principal es la ética y el respeto como las raíces de soporte, pensado en la gente y la comunidad.

6.2.6. Relación

Moda lenta, por medio de las 3R, la utilización de remanentes que produce la empresa Támesis, potenciar el valor ético hacia le medio ambiente, crear un comercio justo.

- Innovación. – diseños juveniles con detalles estéticos, por medio de estampados, bordados y apliques
- Calidad. - En producto contará con materia prima óptima para su confección con excelentes acabados.

6.2.7. Valor agregado

El proyecto en general se constituye por los productos que son elaborados con remanentes y desperdicios, los cuales son un complemento dentro de los procesos de producción de la empresa Támesis, entonces estos accesorios pretenden tener diseños exclusivos como valor agregado a los pijamas creadas por la empresa.

6.2.8. Brain storming

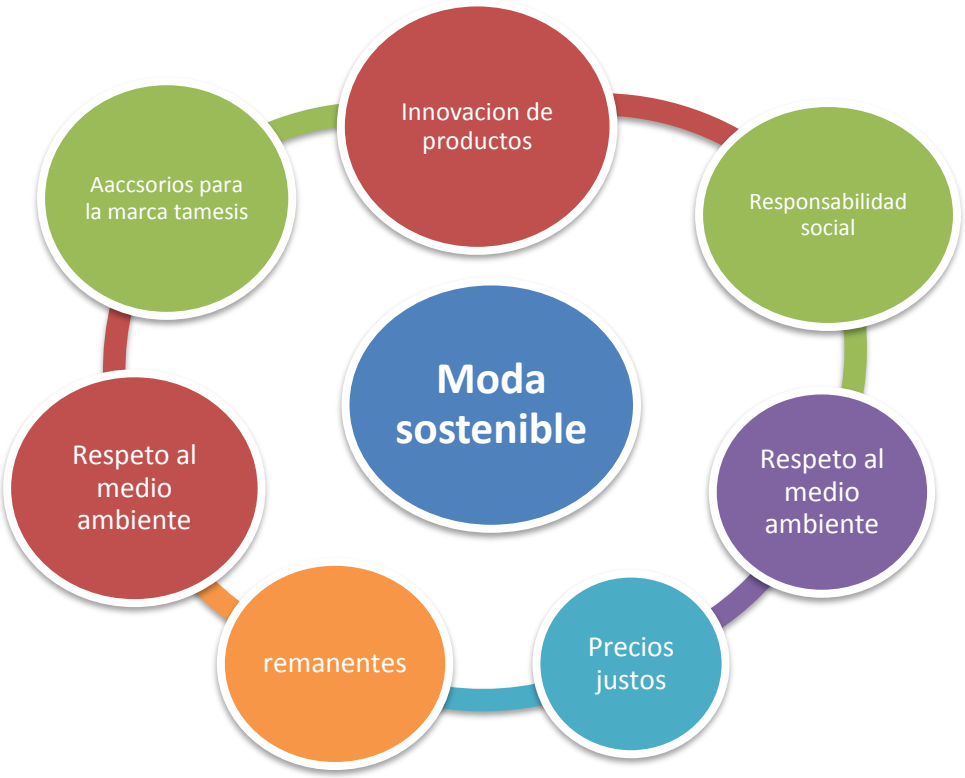


Gráfico 33.- Lluvia de ideas producto

Elaborado por. – (Rodríguez 2018)

6.3. Perfil del cliente.

6.3.1. Consumidor contemporáneo

Surge de los cambios sociales, monetarios y científicos de los últimos tiempos, su comportamiento se enfoca en un perfil original y autentico en donde sus preferencias son dirigidas a sus propios criterios, deseos y estilo. Poseen un desarrollo personal no se dejan influenciar por terceros están abiertos a los contantes cambios y evolución que presente el planeta.

Se adapta a los cambios y con facilidad adopta fácilmente nuevas alternativas para estar en constante evolución. Busca crear su propio estilo así también este perfil da mucha importancia al bienestar y la salud, y está preocupado por el bienestar del medio ambiente. Como conceptos representativos tiene: el confort, comodidad, armonía e independencia. El perfil contemporáneo para su vestuario está atento y se interesa en las propuestas de moda, toma partes de ella para mantener una imagen actual.

Gráfico N°34: Perfil contemporáneo
Fuente: *Restrepo, B. (2014).*

Adopta fácilmente nuevas alternativas para estar en constante evolución, con una aptitud autónoma e independiente, que le facilita ser dinámico, intenso; está lleno de múltiples actividades profesionales y sociales. Por todo esto, el proyecto se enfoca a la generación de conciencia en los consumidores para den valor a los productos desarrollados bajo estándares sostenibles, es decir, se pretende generar la nueva ola de consumidores. (INEXMODA, 2012)

Gráfico N°35: Perfil contemporáneo
Fuente: *Restrepo, B. (2014).*

6.3.2. Moodboard del perfil del cliente

Gráfico N°36: Perfil contemporáneo
Elaborado por: Rodríguez 2018

6.3.4. Materiales e insumos.

Para la elaboración de los accesorios se utilizará los remanentes de las telas, con las cuales son fabricadas las prendas de las empresas textiles de la provincia que nos servirá para darle el uso apropiado sacando productos innovadores los cuales permitirán ampliar el posicionamiento de la marca en el mercado.

El presente proyecto seleccionará materiales con texturas suaves al tacto, además de clasificar colores y estampados. Los materiales que usarse son los residuos y remanentes de los cortes programados de la colección actual, los materiales extras serán adquiridos en las casas comerciales al por mayor para reducir costos de producción.

Los insumos por usarse en los accesorios son los mismos que serán usados en la línea de sleepwear, los de mayor prioridad son los accesorios para las pantuflas que serán adquiridas en las casas comerciales al por mayor, el tono de los hilos será empleado de acuerdo a los textiles empleados

6.3.5. Sketch o bocetos

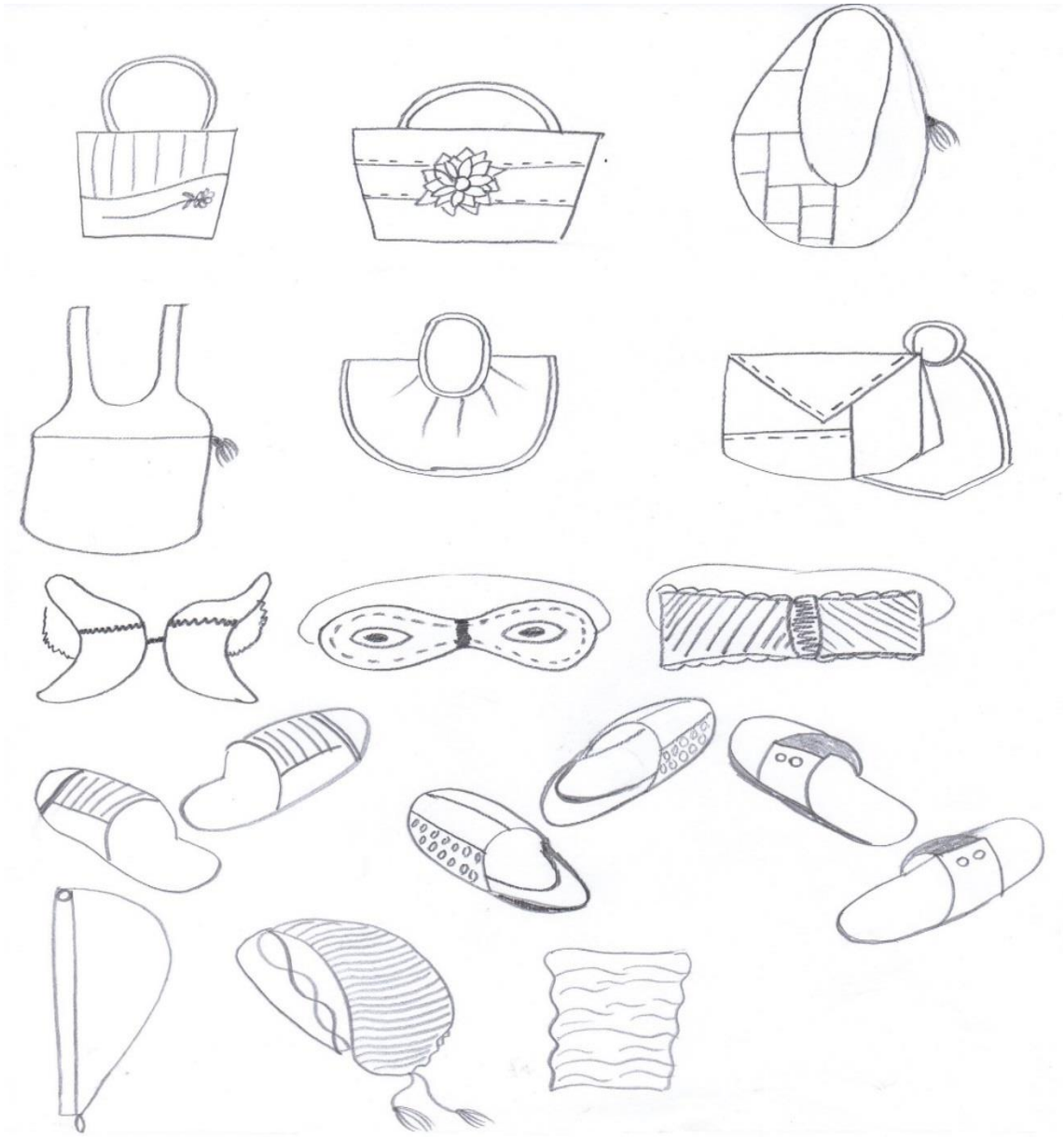


Gráfico N°37: Bocetos
Elaborado por: Rodríguez 2018

Tabla N°22.- Materiales e insumos

TEXTILES		
Textil	**Característica**	**Composición**
Nombre genérico: Tela de punto jersey y de algodón. **Nombre comercial:** Jersey 30/10.	. Elástico . Se adapta bien al cuerpo . Buena caída . Resistente	50% algodón y 50% poliéster
Nombre genérico: Tela toalla **Nombre comercial:** Toalla cocoa	. Plana . Absorbente . Durabilidad	100% Algodón
Nombre genérico: Polar **Nombre comercial:** Polar baby martillada	Tela liviana, no encoge ni estira, resistente al moho, polillas y abrasión. Lavable, no la afecta la luz solar ni el clima.	100% Poliéster
Remanentes y Desperdicios	cortes pequeños	Varios textiles
INSUMOS		
Hilos	**Característica**	**Composición**
Hilo pinto	Buena calidad	Algodón
Planta	Resistente	Caucho
Tricot	Suave	100% poliéster

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2017)

6.3.6. Gama de color

La obtención para la gama de colores será tonos propios con los que la empresa maneja en su línea para las producciones, siendo su mayor porcentaje colores básicos de acuerdo con la temporada.

La gama de colores para el presente proyecto dependerá del colorido que está programado para la producción de pijamería, salida de baño, salidas de cama, entre otras producciones programadas, gustos y preferencias del consumidor.

GAMA DE COLOR
REF: 001

Azul marino

Fucsia

Menta

Palo de rosa

Mora

GAMA DE COLOR
REF: 002

Rosa intenso

Blanco

Dorado

GAMA DE COLOR
REF: 003

Mora

Blanco

Turqueza

Naranja

GAMA DE COLOR
REF: 004

Azul marino

Blanco

Rosa intenso

Verde

FICHA TÉCNICA RESIDUO COLORES

PRODUCTO	Desperdicio
REFERENCIA DEL CONJUNTO	003
REFERENCIA DE PRODUCTO	GD003

REF: 001

Azul marino 75C-66M-32Y-74K

Fuxsia 16C-96M-17Y-0K

Menta 52C-0M-32Y-0K

Palo de rosa 9C-23M-20Y-1K

Mora 69C-100M-7Y-0K

REF: 002

Rosa intenso 4C-75M-24Y-0K

Blanco 0C-0M-0Y-0K

Dorado 10C-40M-70Y-0K

REF: 003

Mora 69C-100M-7Y-0K

Blanco 0C-0M-0Y-0K

Turqueza 59C-0M-29Y-0K

Naranja 0C-63M-80Y-0K

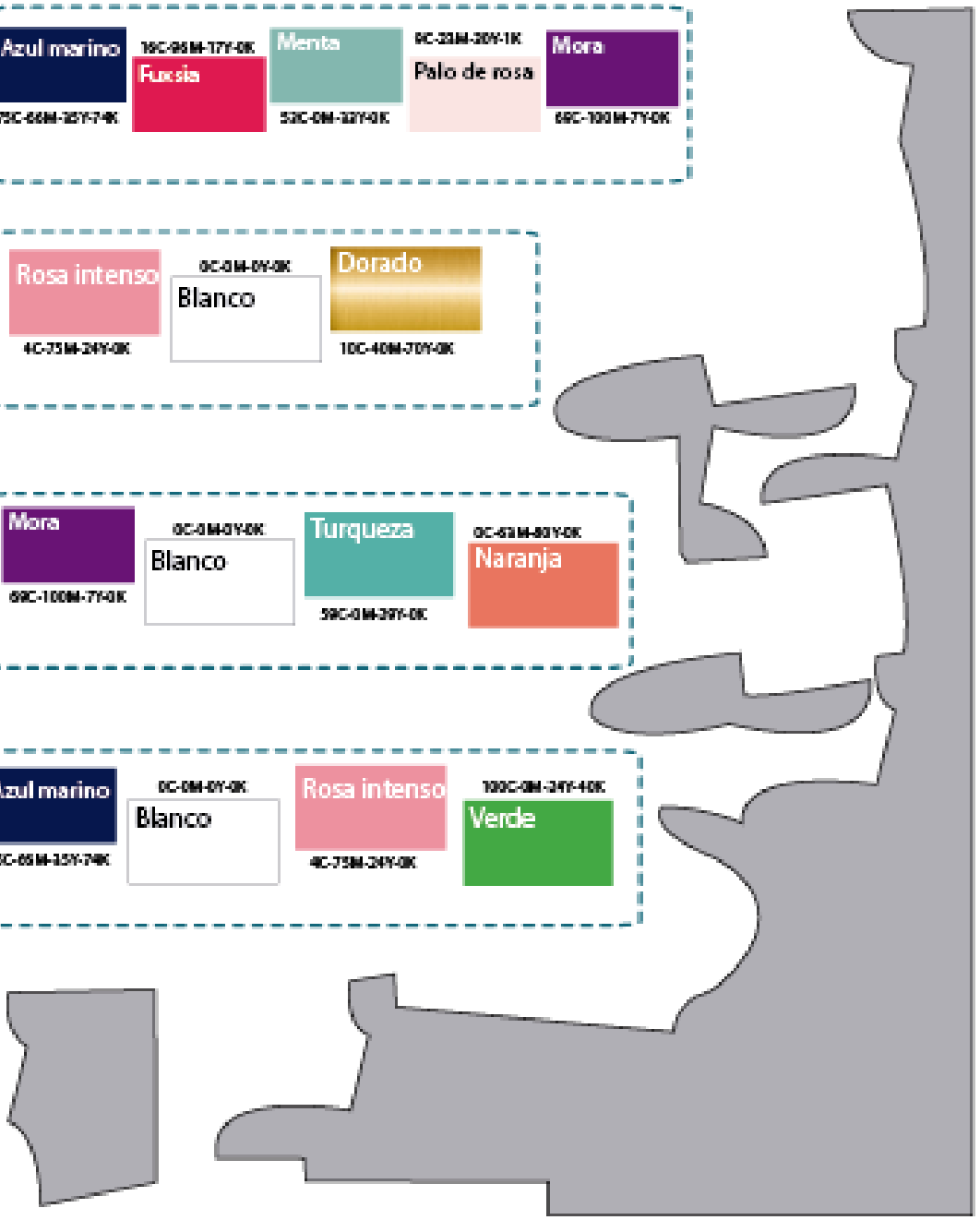
REF: 004

Azul marino 75C-66M-32Y-74K

Blanco 0C-0M-0Y-0K

Rosa intenso 4C-75M-24Y-0K

Verde 100C-0M-24Y-40K



Diseñadora: Carolina Rodríguez

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA RESIDUO TEXTILES

PRODUCTO	Desperdicio
REFERENCIA DEL CONJUNTO	003
REFERENCIA DE PRODUCTO	GD003

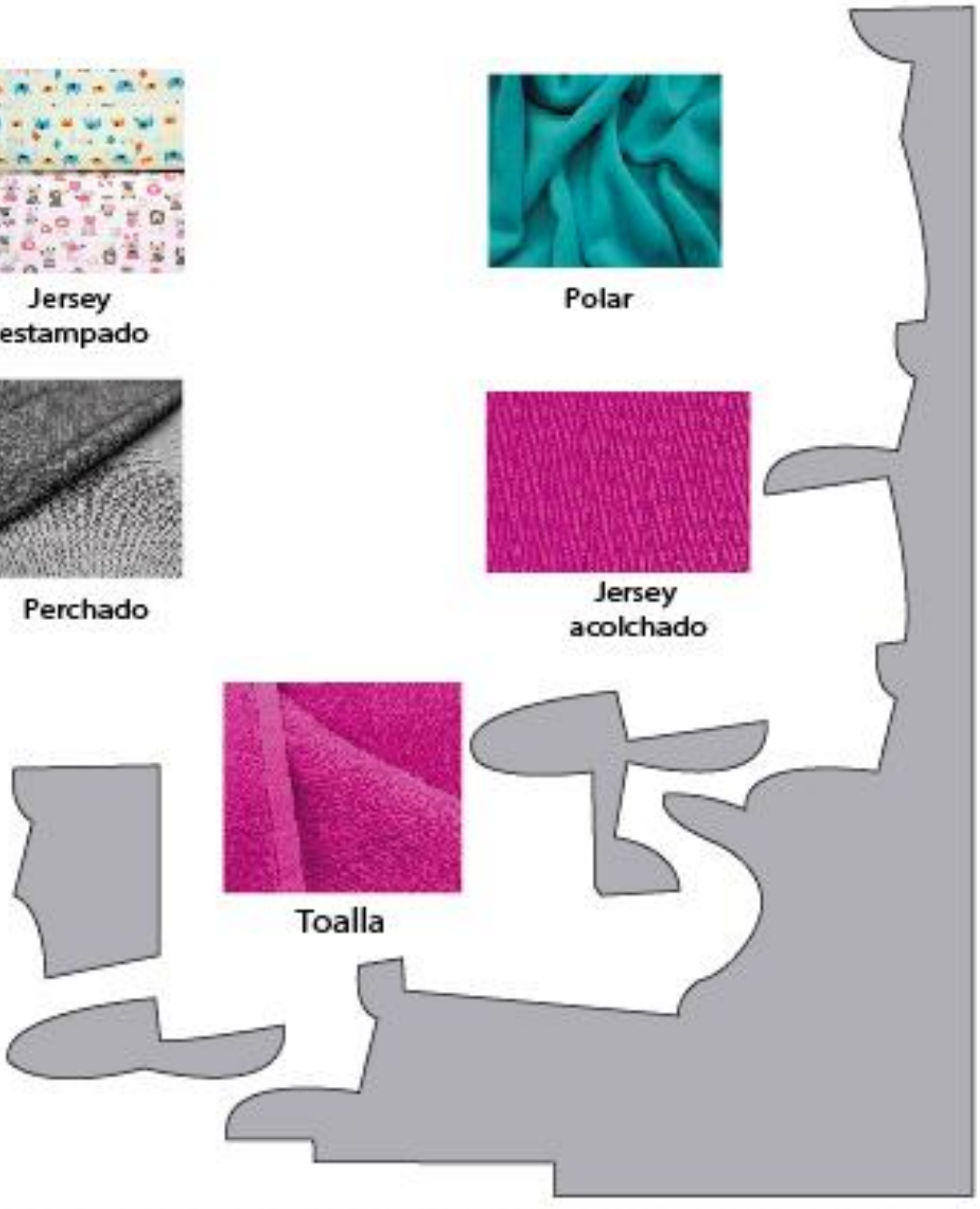
Jersey estampado

Polar

Perchado

Jersey acolchado

Toalla



NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

6.3.7. Siluetas/ Formas

En el presente proyecto no es necesario mencionar las siluetas de los accesorios, por la razón que son accesorios que complementan la línea sleepwear, cabe mencionar que las siluetas de esta línea "prendas de dormir" tienen siluetas rectangulares por ser estas prendas de confort para que el usuario tenga la holgura necesaria para un descanso y movimiento confortable. Las formas para utilizar en el presente proyecto serán orgánicas y rectas, orgánicas por la inspiración floral y recta por usar material reciclado como es el caso de remanentes, sobrantes y desperdicios de los cortes programados.

6.3.8. Descripción de etiquetas, marquillas, empaque

Todo producto es importante y necesario que lleve su identidad o marca, el propósito que se tiene es que el cliente pueda identificar de una manera rápida y concreta la marca y el producto.

Etiqueta de cartón. - Las etiquetas de cartón de los productos se las realizará en cartón prensado de 3mm, de 4 x8cm con acabados UV, técnicas de repujados y troquelados, con un tamaño adecuado para la buena estética del producto, esta misma deberá tener información como logo y eslogan de la marca, email o link de una red social "Facebook", norma INEN 1875, código de barras que especifique referencia, color y talla.

Marquilla. – Será realizada en material satín con un color y fondo blanco de tamaño 3 x5 centímetros, señalando que es un accesorio hecho con los desperdicios de textil sobrante y que está prohibida su venta, siendo éste un producto de obsequio para impulsar la marca.

Empaque. - El empaque de los accesorios y las prendas en una caja de cartón color blanca que resalta la marca para que pueda ser vista por el cliente, de un tamaño 35cm de ancho, 15cm de alto, 25cm de profundidad.

Gráfico N°38. Estudio de comunicación
Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2017)

6.3.9. SKETCHER

SKETCHER

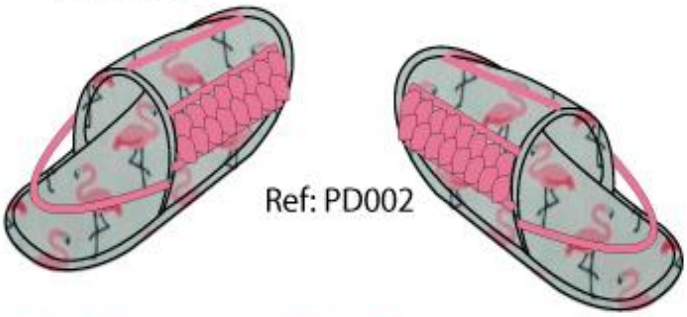
PROPUESTA Nº 002

COLECCIÓN TIMELEzZz

VISTA DELANTERA

VISTA POSTERIOR

Ref: BD002



Ref: PD002

Ref: AD002

SLEEP WEAR TÁMESIS accesorios

Solo sueña...

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

SKETCHER

PROPUESTA Nº 003

COLECCIÓN TIMELEzZz

VISTA DELANTERA

VISTA POSTERIOR

Ref: BD003

Ref: PD003

Ref: GD003

SLEEP WEAR TÁMESIS accesorios

Solo sueña...

rechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: CAROLINA RODRÍGUEZ

SKETCHER

PROPUESTA Nº 004

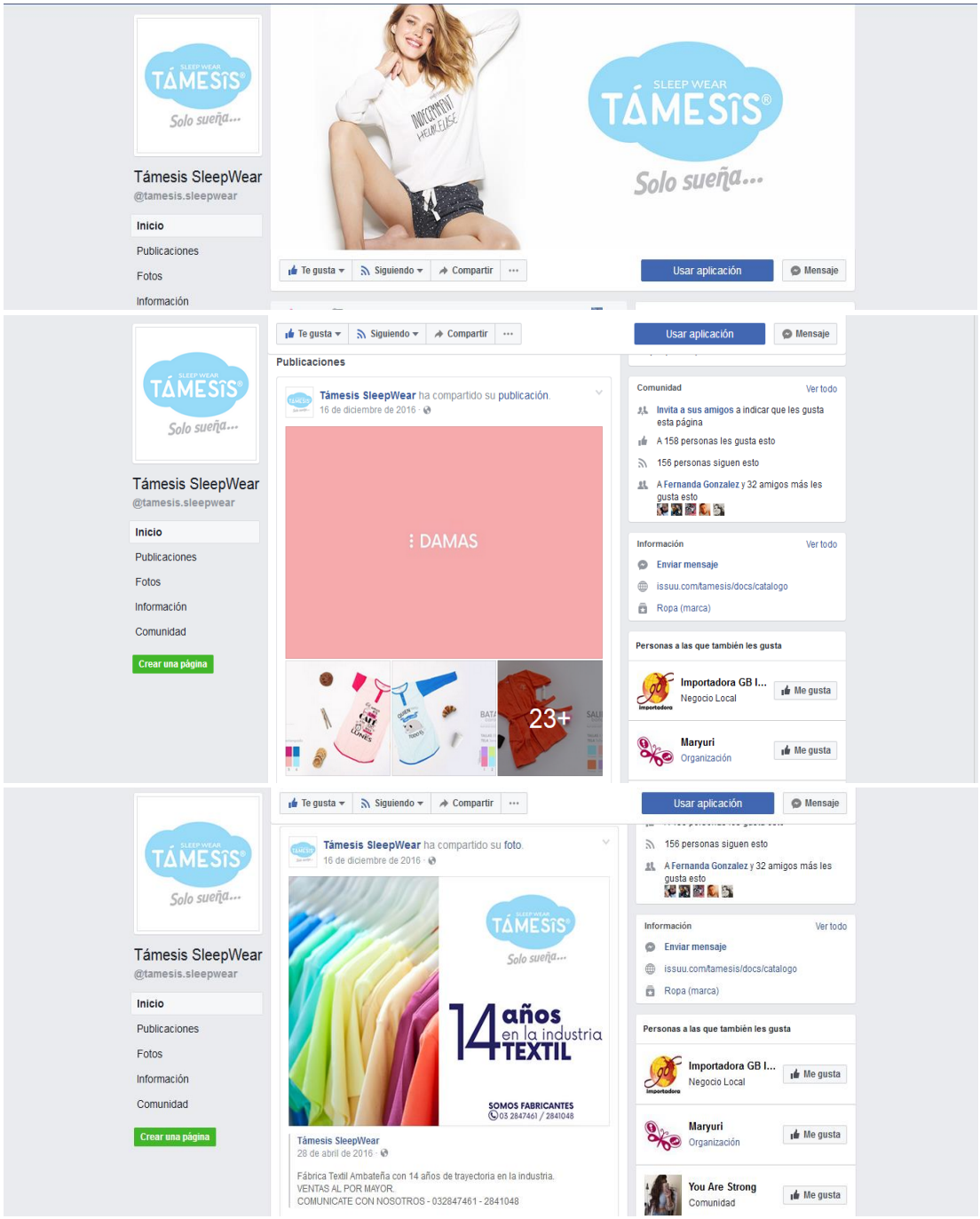
COLECCIÓN TIMELEzZz

VISTA DELANTERA

VISTA POSTERIOR

6.3.10. Estudio de comunicación

TAMESIS, tendrá una comunicación directa con el cliente desde la pág.



https://www.facebook.com/tamesis.sleepwear/?ref=br_rs

Gráfico N°39. Estudio de comunicación
Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2017)

6.3.11. Desarrollo de la propuesta (Prototipos)

Propuesta N° 001

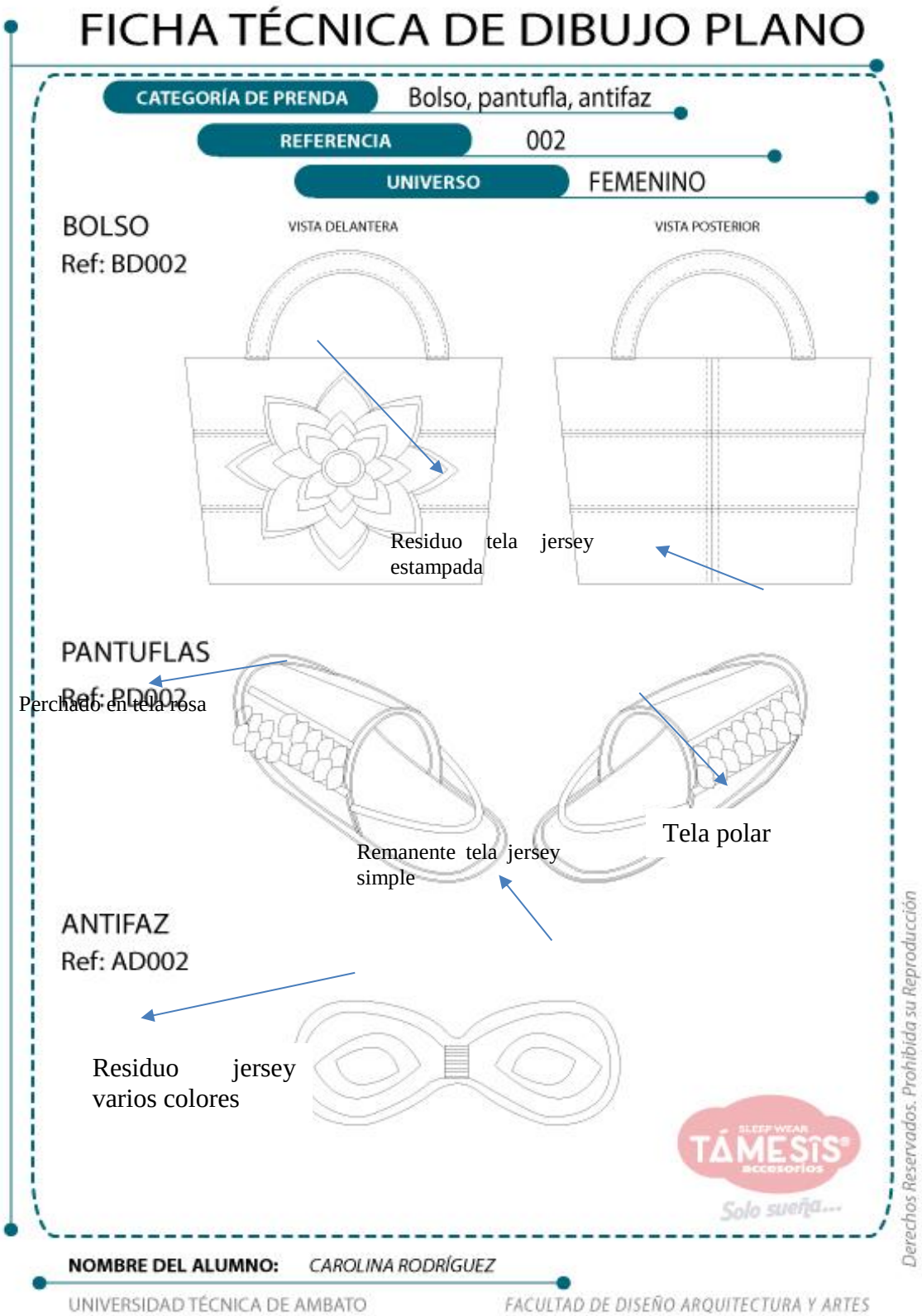
Propuesta N° 002

Propuesta N° 003

Propuesta N° 004

6.4. Fichas técnicas

6.4.1. Ficha de diseño plano



FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, gorro

REFERENCIA 003

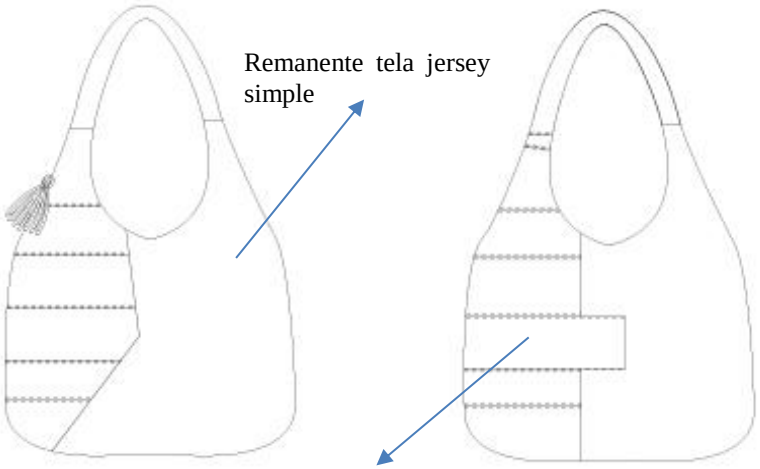
UNIVERSO FEMENINO

BOLSO

Ref: BD003

VISTA DELANTERA

VISTA POSTERIOR



PANTUFLAS

Ref: PD003

GORRO DE BAÑO

Ref: GD003

TÁMESIS accesorios

Solo sueña...

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, antifaz

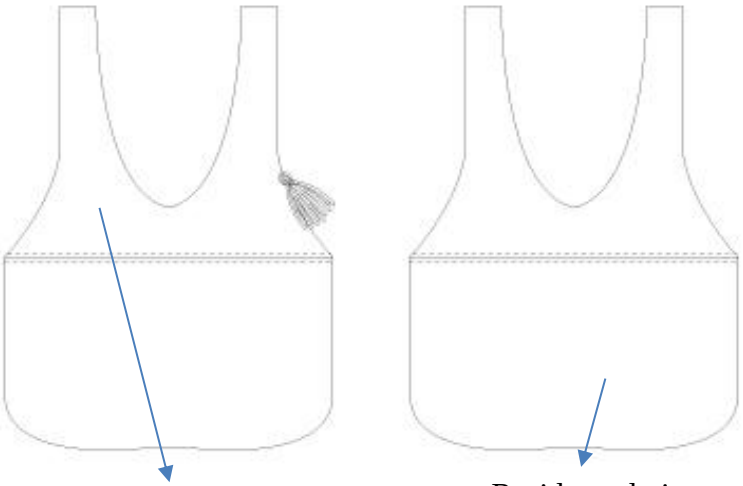
REFERENCIA 004

UNIVERSO FEMENINO

BOLSO
Ref: BD004

VISTA DELANTERA

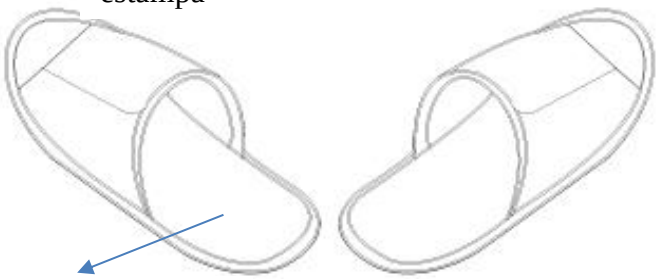
VISTA POSTERIOR



Residuo tela jersey estampa

Residuo tela jersey simple

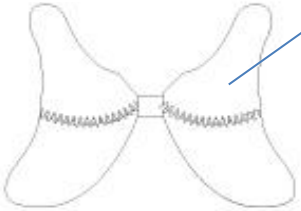
PANTUFLAS
Ref: PD004



ANTIFAZ
Ref: AD004

Remanente tela polar

Residuo tela jersey estampa



Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, gorro

REFERENCIA 001

UNIVERSO FEMENINO

BOLSO

Ref: BD001

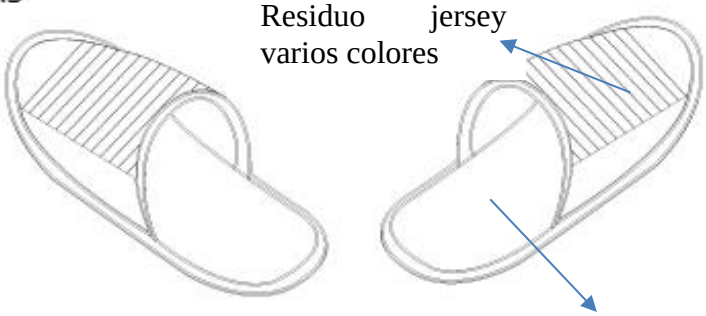
VISTA DELANTERA

VISTA POSTERIOR

PANTUFLAS

Ref: PD001

Residuo jersey varios colores

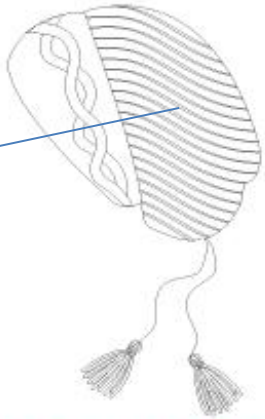


Tela polar

GORRO

Ref: GD001

Residuo jersey varios colores



Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

6.4.2. Ficha de bordado, estampado o proceso de lavado

FICHA DE SUSTENTACIÓN

SLEEP WEAR TÁMESIS accesorios
Solo sueña...

NOMBRE DE LA COLECCIÓN	TimelezZz
FECHA DE SUSTENTACIÓN	2017
NOMBRE DEL ALUMNO	CAROLINA RODRIGUEZ
SEMESTRE ACADEMICO	OCTUBRE 2016-MARZO 2017
DOCUMENTO DE IDENTIDAD	1710005545
CELULAR	0984248707
CORREO ELECTRONICO	carito_ro78@hotmail.com

REF: 004

Remanente tela polar

Ref: BD004

Residuo tela jersey estampada

Ref: PD004

Ref: AD004

Masculino ( )	Femenino (✱)	Infantil ( )	Junior ( )
Línea casual ( )	Línea deportiva ( )	Línea de playa ( )	
Línea jean ( )	Línea Kaki ( )	Línea de trabajo ( )	
Línea Formal ( )	Línea de Accesorios (✱)		

ASESOR DE PORTAFOLIO: MG. AYLÉN MEDINA

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA DE SUSTENTACIÓN

SLEEP WEAR
TÁMESIS®
accesorios
Solo sueña...

NOMBRE DE LA COLECCIÓN	TimelezZz
FECHA DE SUSTENTACIÓN	2017
NOMBRE DEL ALUMNO	CAROLINA RODRIGUEZ
SEMESTRE ACADEMICO	OCTUBRE 2016-MARZO 2017
DOCUMENTO DE IDENTIDAD	1710005545
CELULAR	0984248707
CORREO ELECTRONICO	carito_ro78@hotmail.com

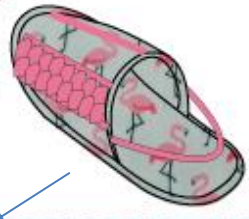
REF: 002

Ref: BD002

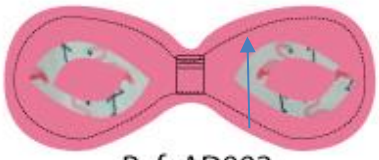
Remanente tela jersey simple

Residuo tela jersey estampada

Ref: PD002



Perchado



Ref: AD002

Masculino ( )	Femenino (✱)	Infantil ( )	Junior ( )
Línea casual ( )	Línea deportiva ( )	Línea de playa ( )	
Línea jean ( )	Línea Kaki ( )	Línea de trabajo ( )	
Línea Formal ( )	Línea de Accesorios (✱)		

ASESOR DE PORTAFOLIO MG. AYLÉN MEDINA

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA DE SUSTENTACIÓN

SLEEP WEAR TÁMESIS® accesorios

Solo sueña...

NOMBRE DE LA COLECCIÓN	TimelezZz
FECHA DE SUSTENTACIÓN	2017
NOMBRE DEL ALUMNO	CAROLINA RODRIGUEZ
SEMESTRE ACADEMICO	OCTUBRE 2016-MARZO 2017
DOCUMENTO DE IDENTIDAD	1710005545
CELULAR	0984248707
CORREO ELECTRONICO	carito_ro78@hotmail.com

REF: 003

Remanente tela jersey simple

Remanente tela jersey estampada

Tela polar

Ref: BD003

Ref: PD003

Residuo tela tolla

Ref: GD003

Masculino ( )	Femenino (*)	Infantil ( )	Junior ( )
Línea casual ( )	Línea deportiva ( )	Línea de playa ( )	
Línea jean ( )	Línea Kaki ( )	Línea de trabajo ( )	
Línea Formal ( )	Línea de Accesorios (*)		

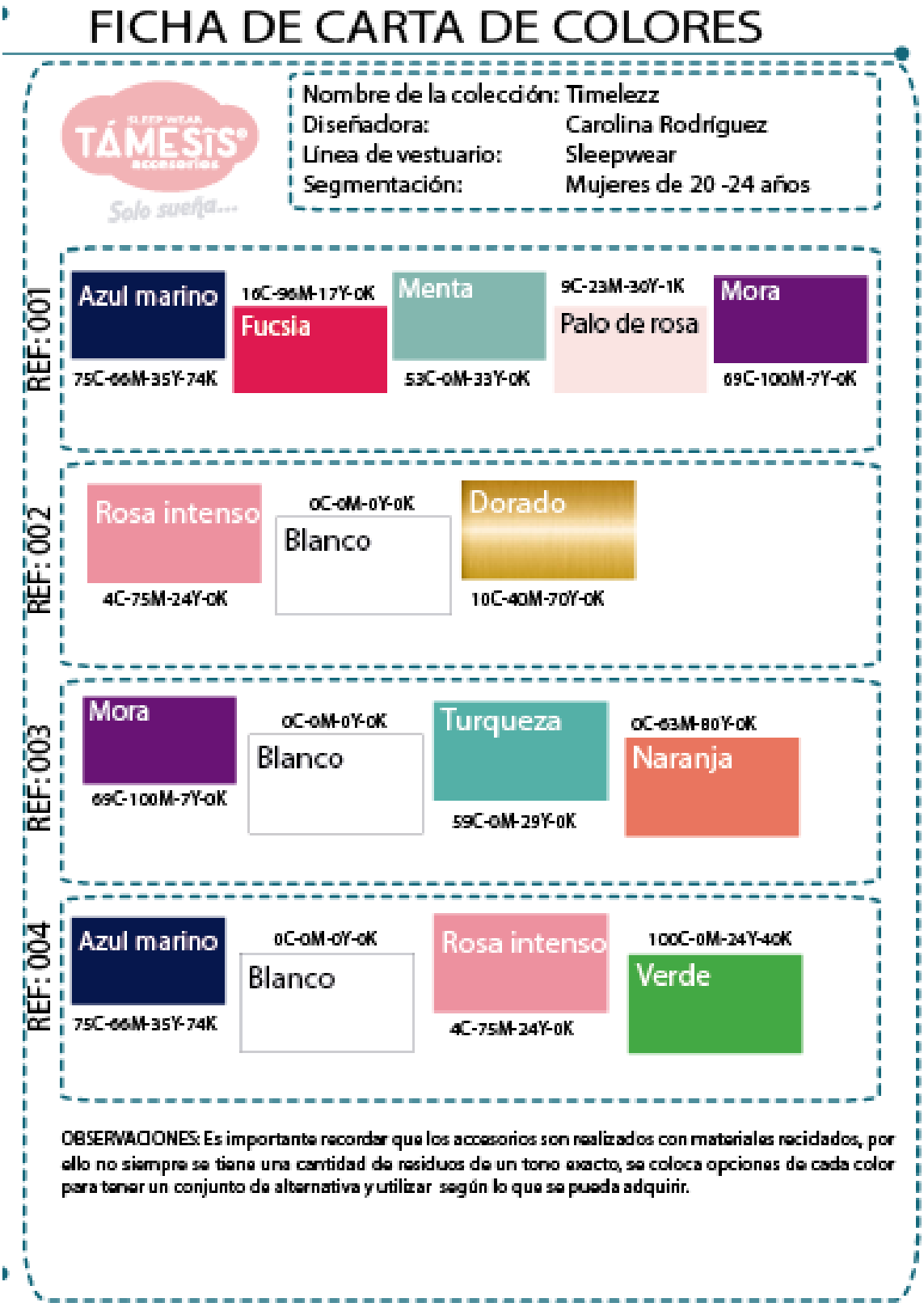
ASESOR DE PORTAFOLIO MG. AYLÉN MEDINA

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA DE CARTA DE COLORES



OBSERVACIONES: Es importante recordar que los accesorios son realizados con materiales reciclados, por ello no siempre se tiene una cantidad de residuos de un tono exacto, se coloca opciones de cada color para tener un conjunto de alternativa y utilizar según lo que se pueda adquirir.

FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS

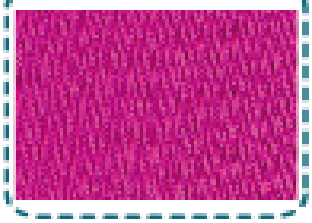
CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, gorro

REFERENCIA 001

TEXTIL

MUESTRA

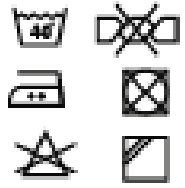
REMANENTE



NOMBRE Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

TEXTIL: JERSEY
ANCHO: 1.80m
PROVEEDOR: JERSEY S.A.
COSTO POR METRO: 3.00$

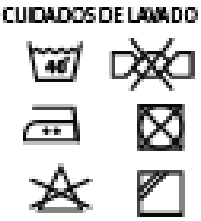
CUIDADOS DE LAVADO



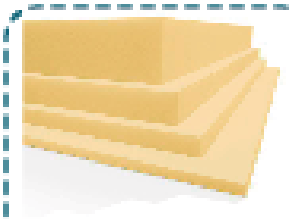
RESIDUO

TEXTIL: POLAR
ANCHO: 1.80m
PROVEEDOR: PORTOFINO
COSTO POR METRO: 6.00$

CUIDADOS DE LAVADO



INSUMOS



Nombre: Esponja
Proveedor: Salazar
Precio: 1.50$ Plancha

Nombre: Plantilla
Proveedor: Salazar
Precio: 3.00$ plancha

Nombre: Velcro
Proveedor: Salazar
Precio: 0.50$ metro

Nombre: Botón 16L
Proveedor: Comercial América
Precio: 0.04 $ c/u

Nombre: Etiqueta de lavado
Proveedor: Etiquetex S.A.
Precio: 0.015 $ c/u

Nombre: Llavero argolla
Proveedor: Salazar
Precio: 0.05 $ c/u

Nombre: Hilo
Proveedor: A&A
Precio: 2.50 $ c/u

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, antifaz

REFERENCIA 002

TÁMESIS Solo sumja...

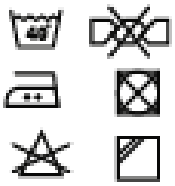
TEXTIL

MUESTRA	NOMBRE Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

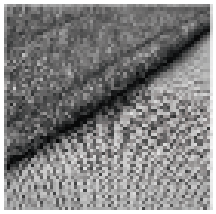
REMANENTE

TEXTIL: JERSEY
ANCHO: 1.80m
PROVEEDOR: JERSEY S.A.
COSTO POR METRO: 3.00$

CUIDADOS DE LAVADO

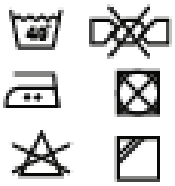


RESIDUO

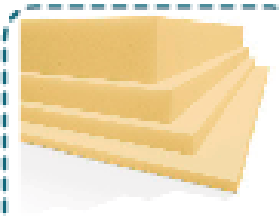


TEXTIL: PERCHADO
ANCHO: 1.80m
PROVEEDOR: PAT PRIMO
COSTO POR METRO: 4.50$

CUIDADOS DE LAVADO

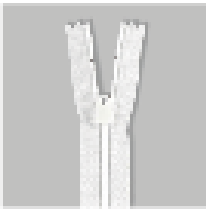


INSUMOS



Nombre: Esponja
Proveedor: Salazar
Precio: 1.50$ Plancha

Nombre: Plantilla
Proveedor: Salazar
Precio: 3.00$ plancha



Nombre: Cierre 6L
Proveedor: Ela cierres
Precio: 0.48$ c/u

Nombre: Elástico 8mm
Proveedor: Nilotex
Precio: 0.08 $ metro

Nombre: Etiqueta de lavado
Proveedor: Etiquetex S.A.
Precio: 0.015 $ c/u

Nombre: Fusionable
Proveedor: C.Vizu
Precio: 1.25 $ metro

Nombre: Hilo
Proveedor: A&A
Precio: 2.50 $ c/u

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE TEXTILES E INSUMOS

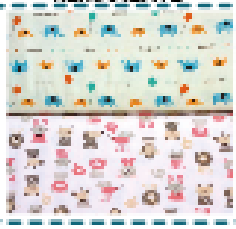
CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, gorro

REFERENCIA 003

TEXTIL

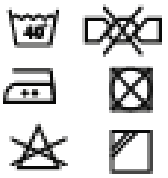
MUESTRA	NOMBRE Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

REMANENTE

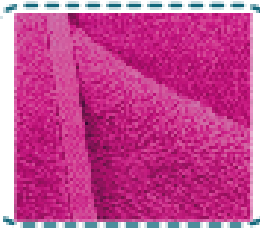


TEXTIL: JERSEY
ANCHO: 1.80m
PROVEEDOR: JERSEY S.A.
COSTO POR METRO: 3.00$

CUIDADOS DE LAVADO

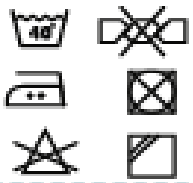


RESIDUO



TEXTIL: TOALLA
ANCHO: 1.80m
PROVEEDOR: PORTOFINO
COSTO POR METRO: 6.80$

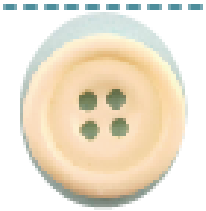
CUIDADOS DE LAVADO



INSUMOS

Nombre: Esponja
Proveedor: Salazar
Precio: 1.50$ Plancha

Nombre: Plantilla
Proveedor: Salazar
Precio: 3.00$ plancha



Nombre: Botón 24L
Proveedor: Comercial América
Precio: 0.05$ c/u

Nombre: Elástico 8mm
Proveedor: Nilotex
Precio: 0.08 $ metro

Nombre: Etiqueta de lavado
Proveedor: Etiquetex S.A.
Precio: 0.015 $ c/u

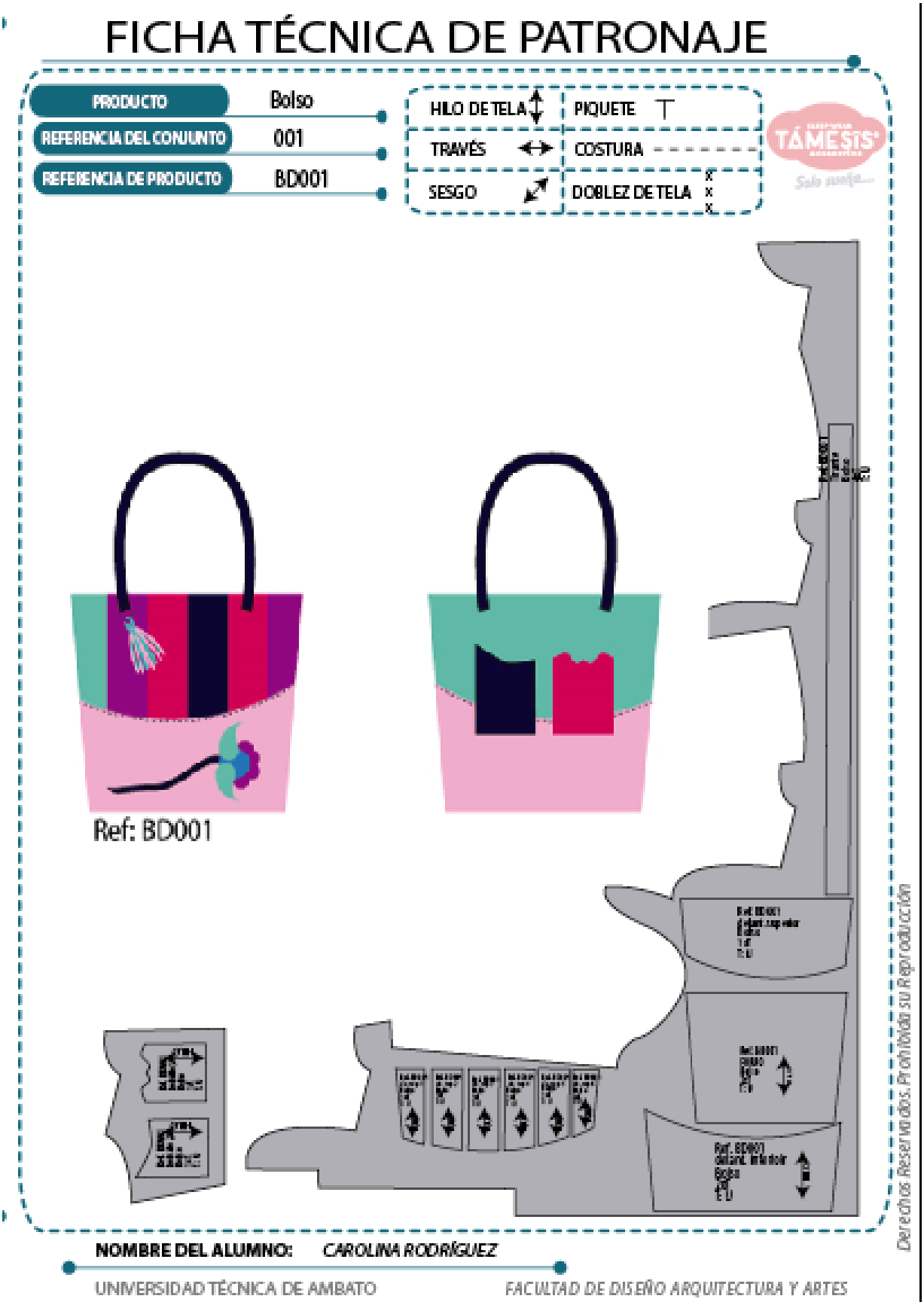
Nombre: Hilo
Proveedor: ABA
Precio: 2.50 $ c/u

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

6.4.3. Ficha de patronaje.

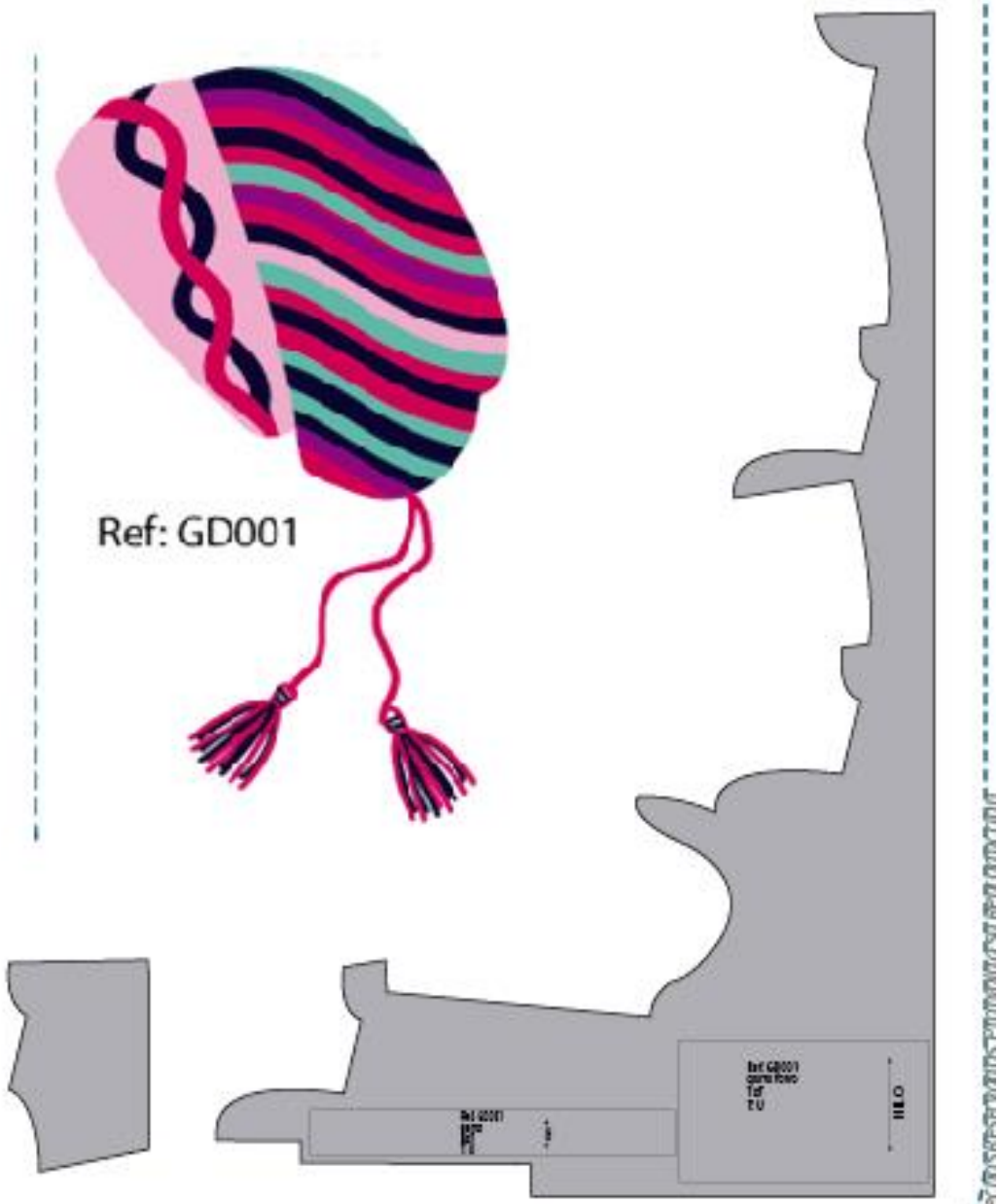


FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Gorro
REFERENCIA DEL CONJUNTO	001
REFERENCIA DE PRODUCTO	G001

HILO DE TELA	PIQUETE
TRAVÉS	COSTURA
SESGO	DOBLEZ DE TELA

Ref: GD001



NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Pnatufla
REFERENCIA DEL CONJUNTO	001
REFERENCIA DE PRODUCTO	P001

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	⊤
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - - -
SESGO	↗	DOBLEZ DE TELA	x x x

TÁMESIS

Ref: PD001

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

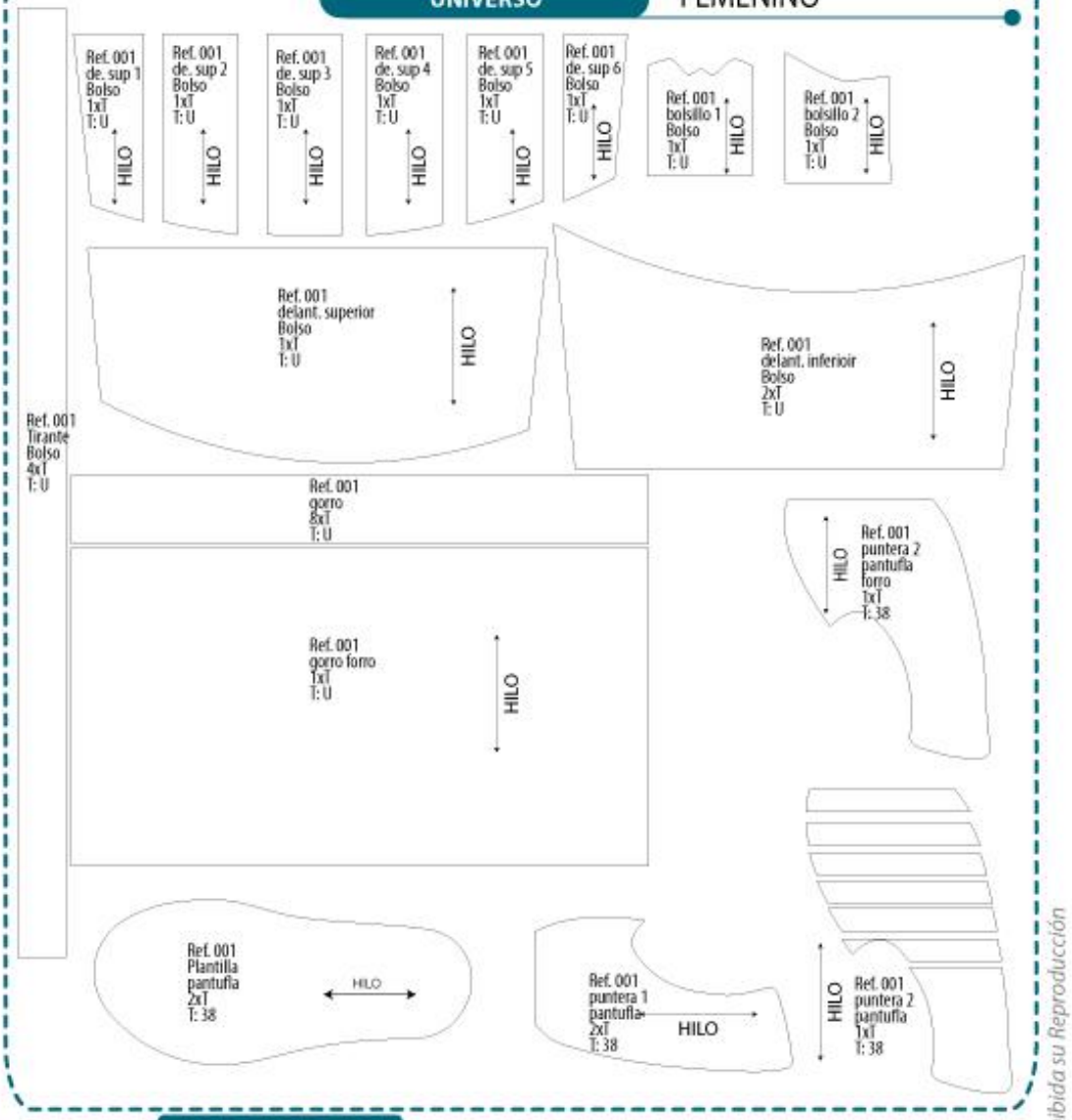
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, gorro

REFERENCIA 001

UNIVERSO FEMENINO



CONVENCIONES

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	⊤
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - - - - - -
SESGO	⤢	DOBLEZ DE TELA	x x x

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Bolso
REFERENCIA DEL CONJUNTO	002
REFERENCIA DE PRODUCTO	BD002

HILO DE TELA	PIQUETE
TRAVÉS	COSTURA
SESGO	DOBLEZ DE TELA

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Bolso
REFERENCIA DEL CONJUNTO	002
REFERENCIA DE PRODUCTO	BD002

HILO DE TELA	PIQUETE
TRAVÉS	COSTURA
SESGO	DOBLEZ DE TELA

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

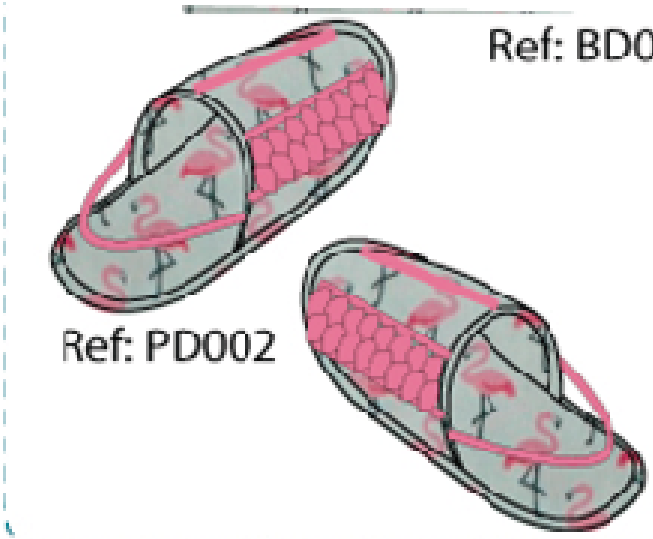
NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

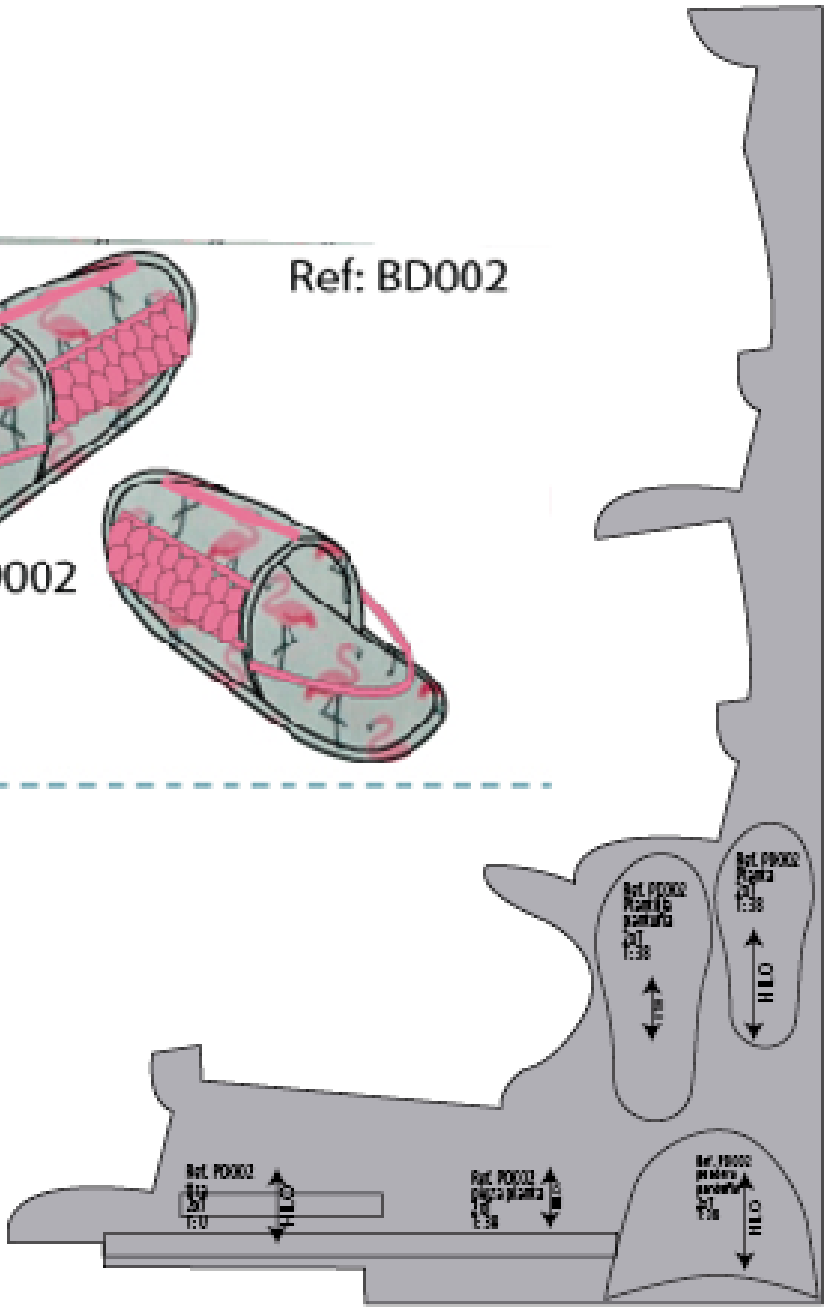
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Pantufla
REFERENCIA DEL CONJUNTO	002
REFERENCIA DE PRODUCTO	PD002

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	⊤
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - - - -
SESGO	↙↗	DOBLEZ DE TELA	x x x





NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

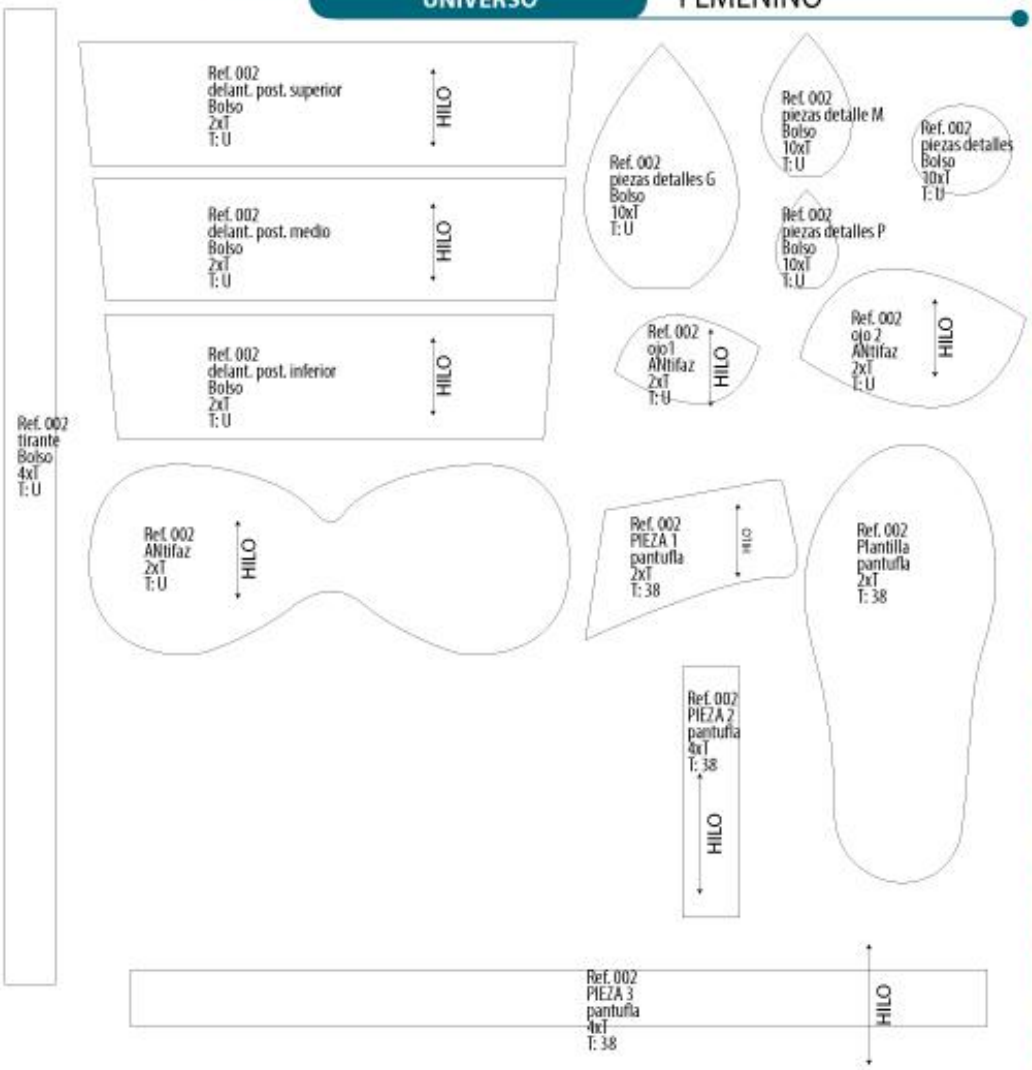
Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, antifaz

REFERENCIA 002

UNIVERSO FEMENINO



CONVENCIONES

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	⊤
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - - - - - -
SESGO	⤢	DOBLEZ DE TELA	X X X

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Bolso
REFERENCIA DEL CONJUNTO	003
REFERENCIA DE PRODUCTO	BD003

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	⊤
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - -
SESGO	↗↙	DOBLEZ DE TELA	x x x

TÁMESIS

Ref: BD003

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

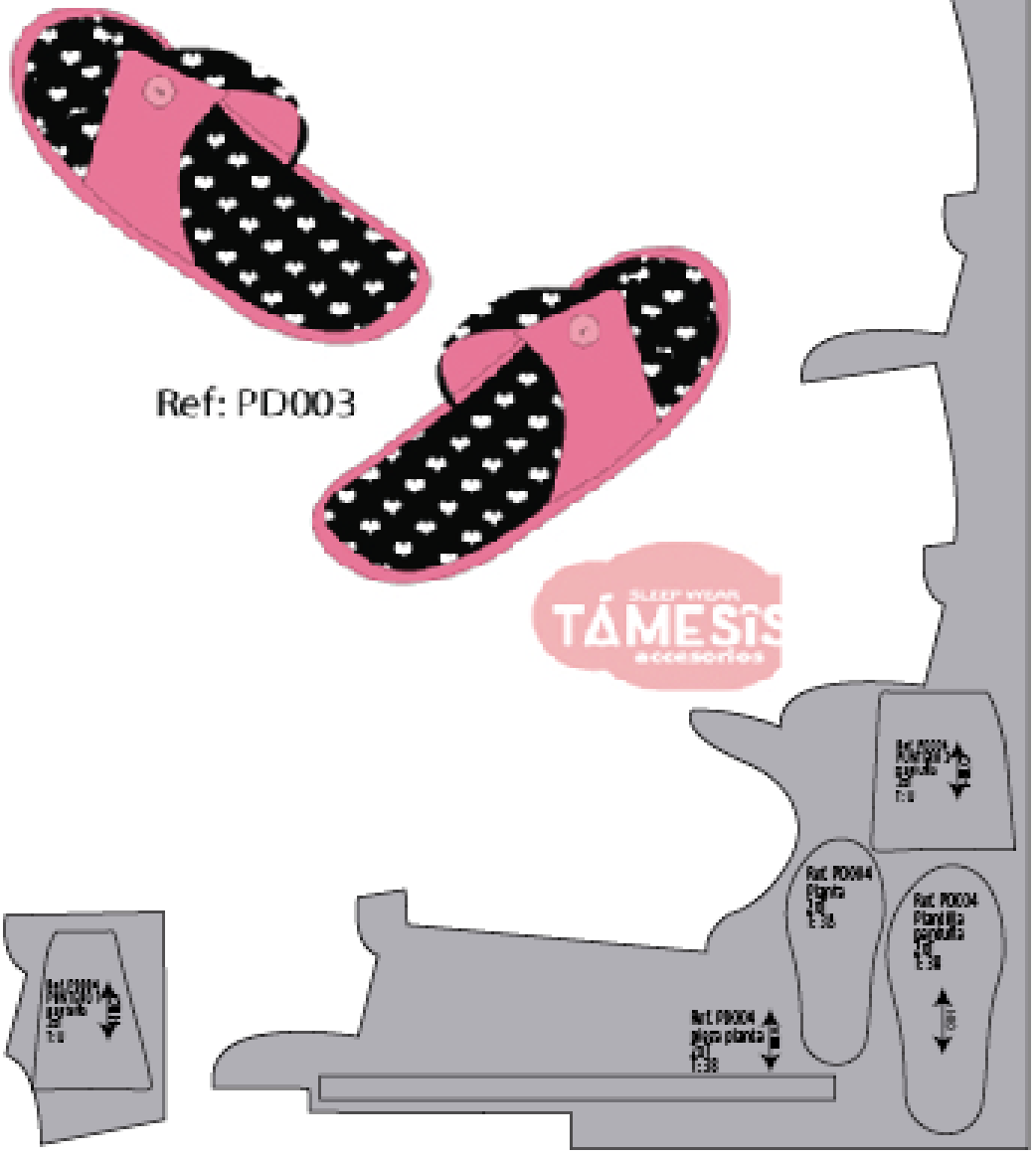
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Pantuflas
REFERENCIA DEL CONJUNTO	003
REFERENCIA DE PRODUCTO	PD003

HILO DE TELA	PIQUETE
TRAVÉS	COSTURA
SESGO	DOBLEZ DE TELA



Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

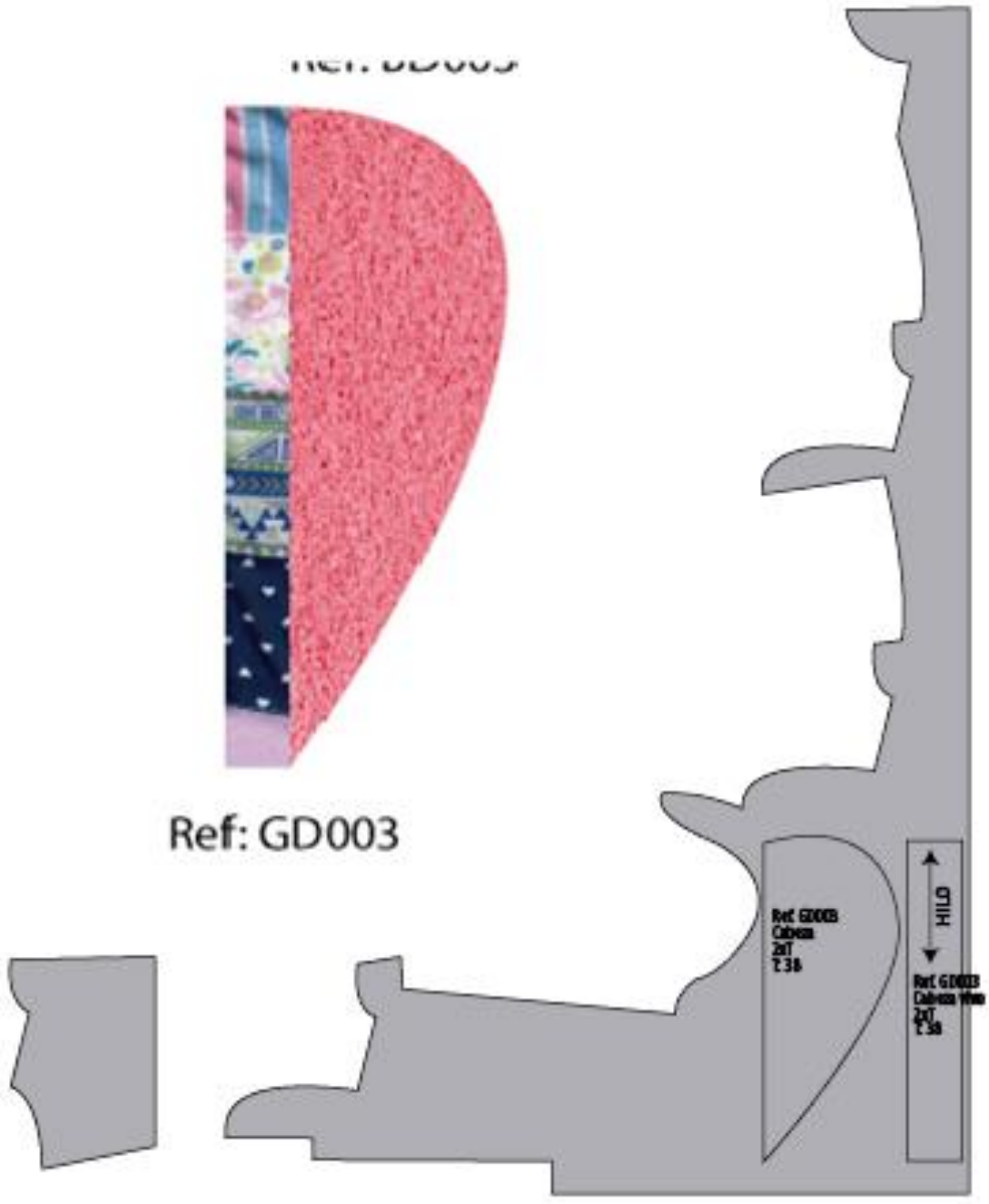
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Gorro
REFERENCIA DEL CONJUNTO	003
REFERENCIA DE PRODUCTO	G003

HILO DE TELA	PIQUETE
TRAVÉS	COSTURA
SESGO	DOBLEZ DE TELA

TAMESIS

Ref: GD003



NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

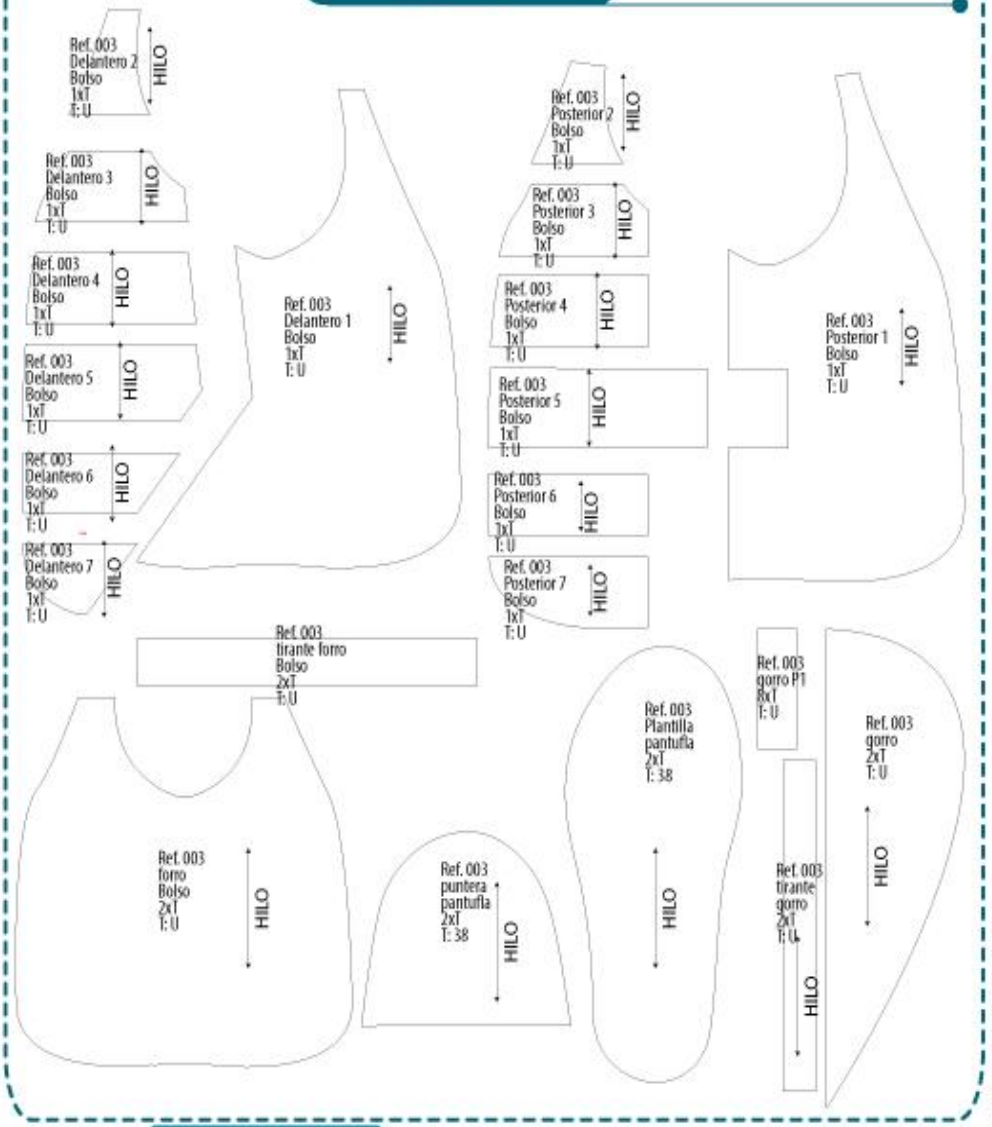
Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, gorro

REFERENCIA 003

UNIVERSO FEMENINO



CONVENCIONES

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	T
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - - - - - -
SESGO	⤢	DOBLEZ DE TELA	X X X

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

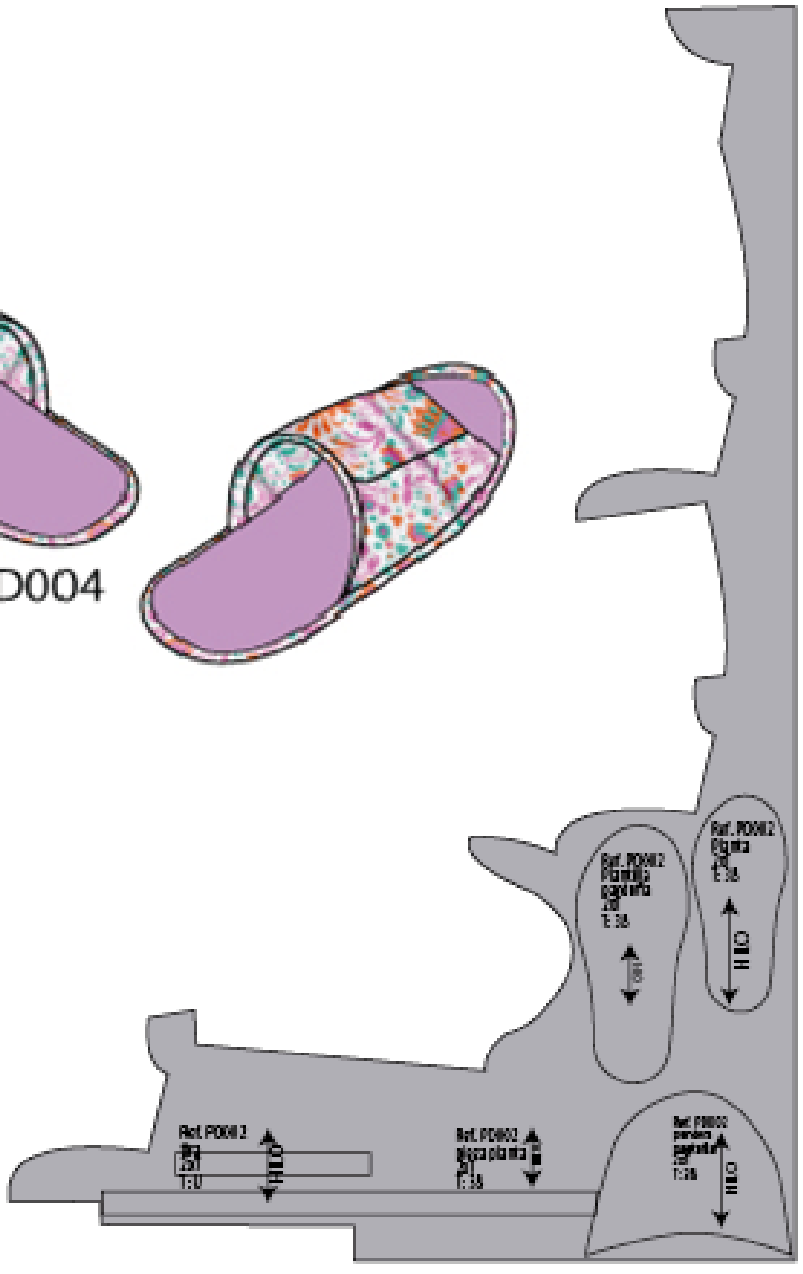
FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Pantufla
REFERENCIA DEL CONJUNTO	001
REFERENCIA DE PRODUCTO	PD001

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	⊤
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - -
SESGO	↙↗	DOBLEZ DE TELA	x x x

TÁMESIS

Ref: PD004



Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

PRODUCTO	Cintillo
REFERENCIA DEL CONJUNTO	003
REFERENCIA DE PRODUCTO	GD003

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	T
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - -
SESGO	↗↙	DOBLEZ DE TELA	x x x

TAMESIS

Ref: AD004

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

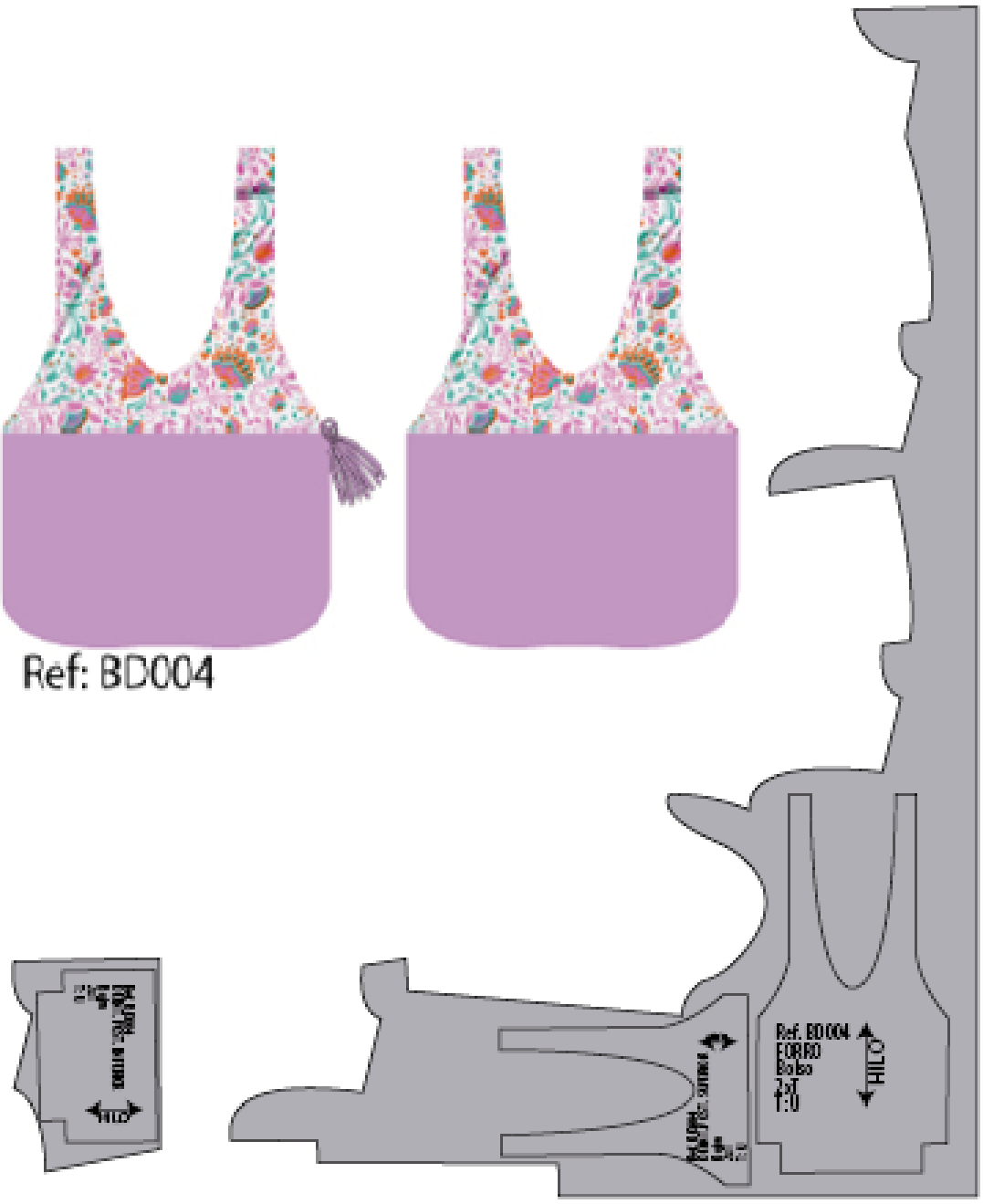
PRODUCTO	Bolso
REFERENCIA DEL CONJUNTO	004
REFERENCIA DE PRODUCTO	BD004

HILO DE TELA	↕	PIQUETE	⊤
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - -
SESGO	⤢	DOBLEZ DE TELA	x x x

TAMESIS

Solo cumple...

Ref: BD004



Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

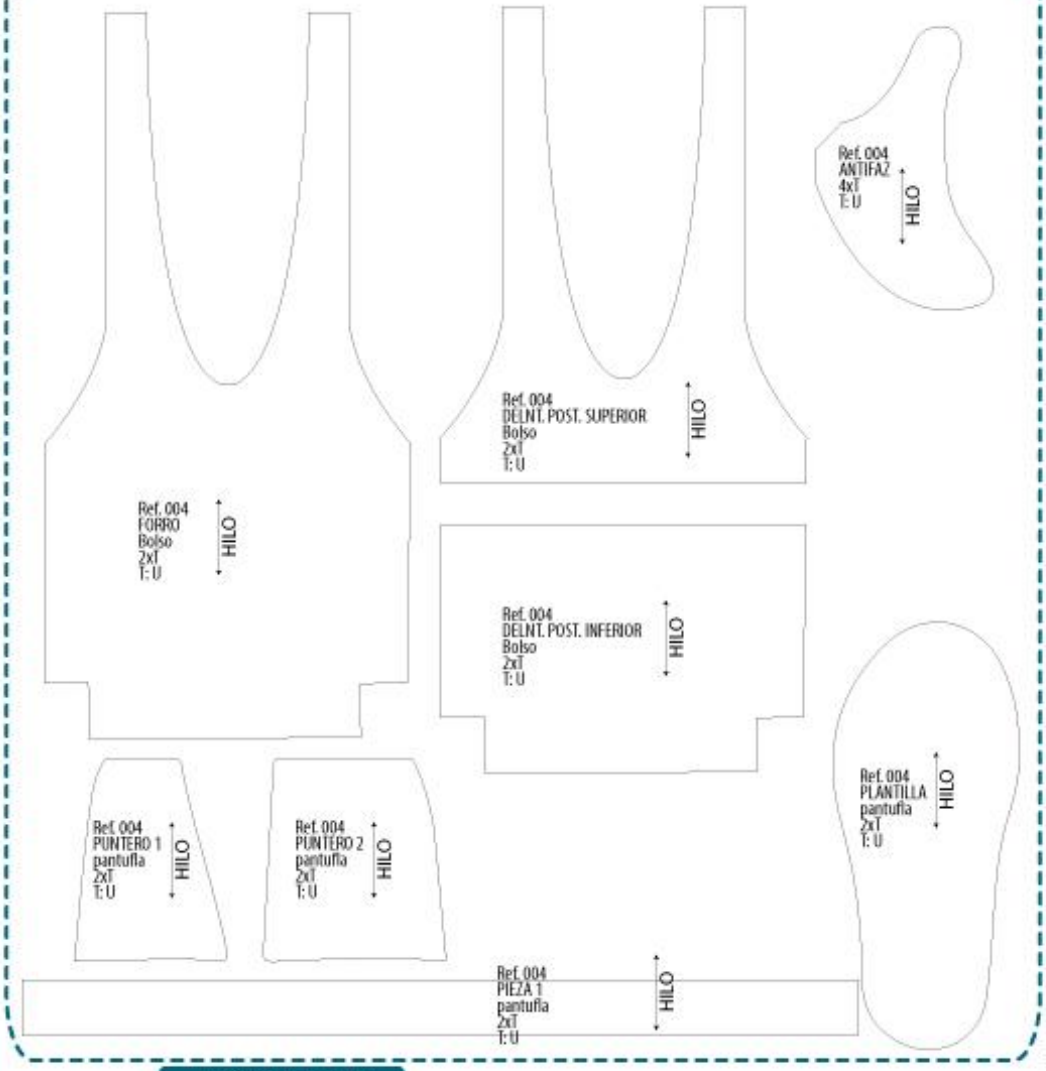
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, pantufla, antifaz

REFERENCIA 004

UNIVERSO FEMENINO



CONVENCIONES

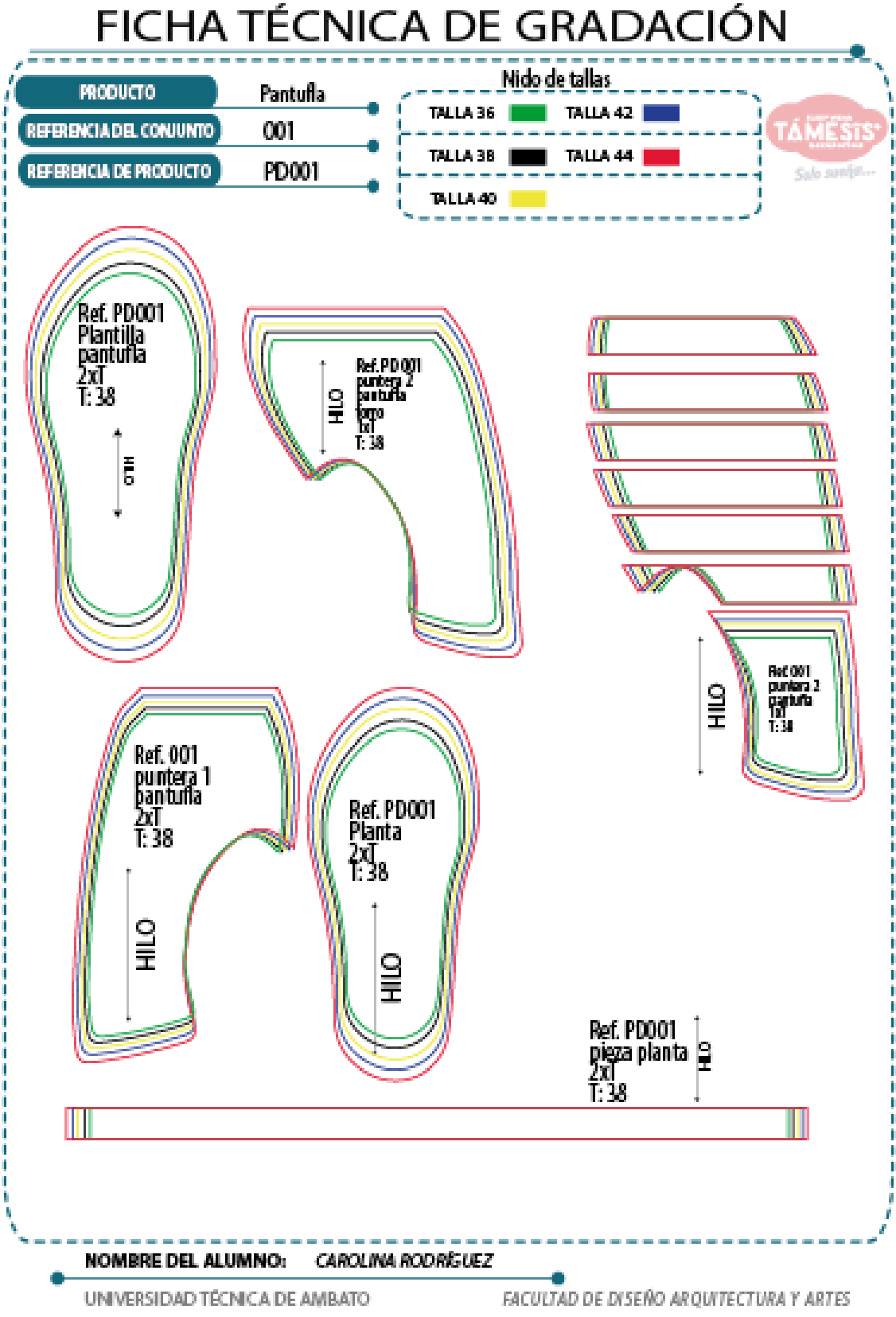
HILO DE TELA	↕	PIQUETE	⊤
TRAVÉS	↔	COSTURA	- - - - - - -
SESGO	⤢	DOBLEZ DE TELA	X X X

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

6.4.4. Ficha de despiece y graduación**.**



FICHA TECNICA DE GRADACION

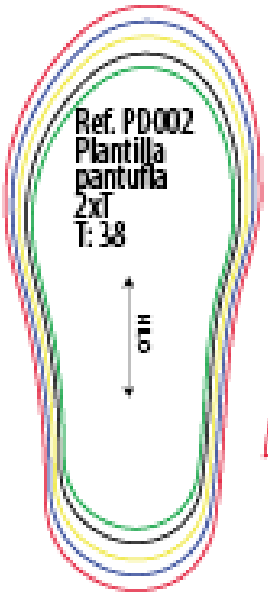
PRODUCTO	Pantufla
REFERENCIA DEL CONJUNTO	002
REFERENCIA DE PRODUCTO	PD002

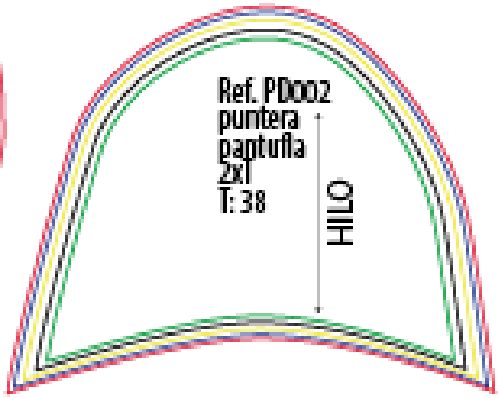
Nido de tallas

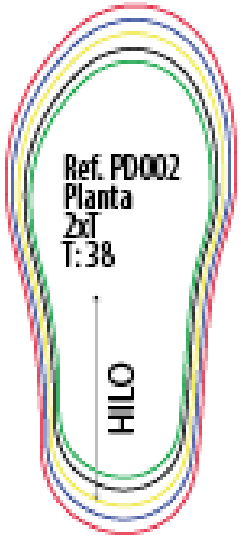
TALLA 36 TALLA 42

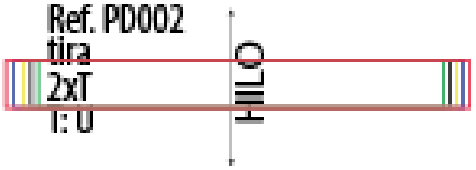
TALLA 38 TALLA 44

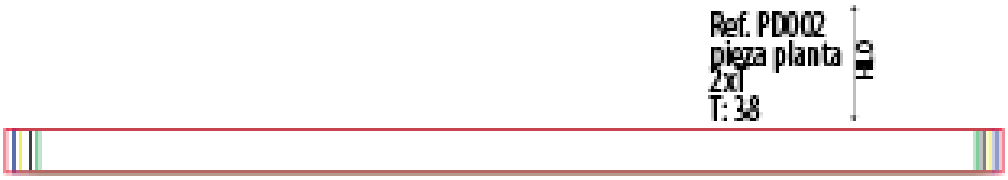
TALLA 40











Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE GRADACIÓN

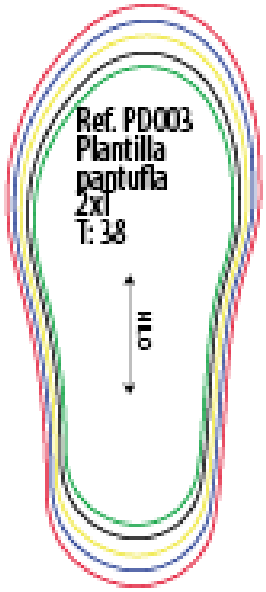
PRODUCTO	Pantufla
REFERENCIA DEL CONJUNTO	003
REFERENCIA DE PRODUCTO	PD003

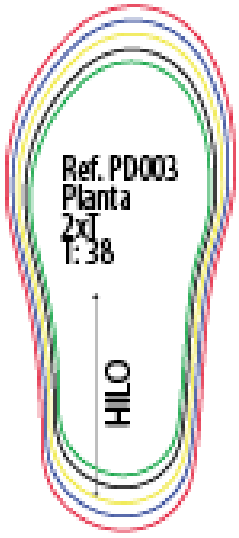
Nido de tallas

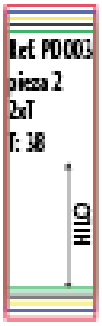
TALLA 36 TALLA 42

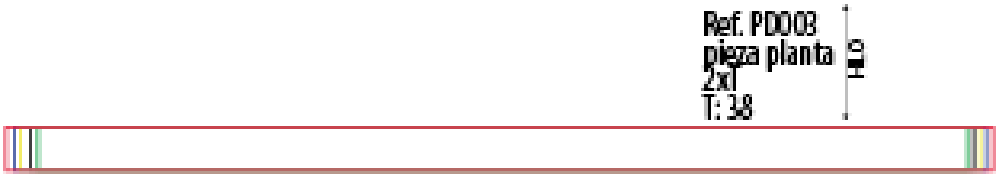
TALLA 38 TALLA 44

TALLA 40









Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: CAROLINA RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE GRADACIÓN

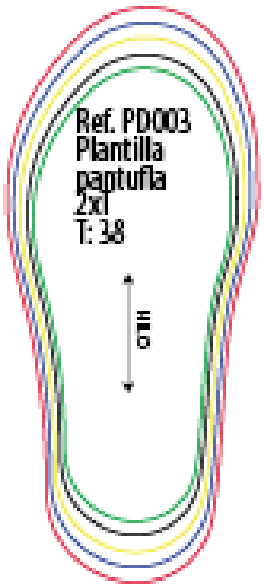
PRODUCTO	Pantufla
REFERENCIA DEL CONJUNTO	004
REFERENCIA DE PRODUCTO	PD004

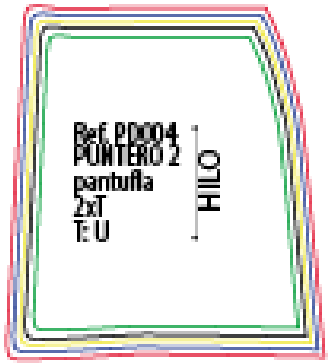
Nido de tallas

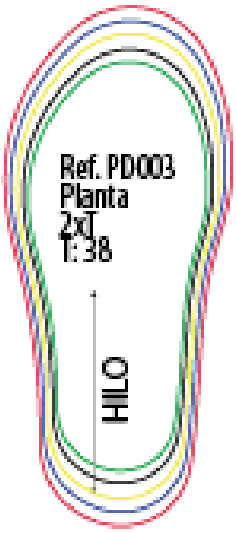
TALLA 36 TALLA 42

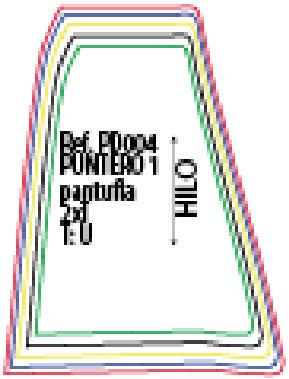
TALLA 38 TALLA 44

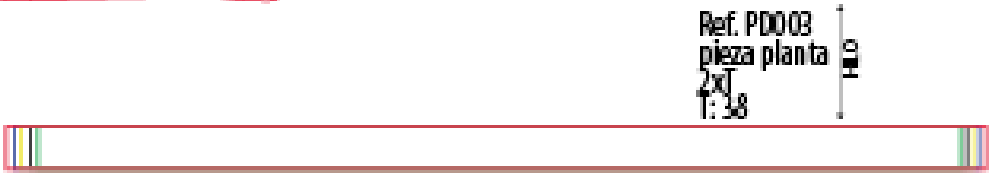
TALLA 40









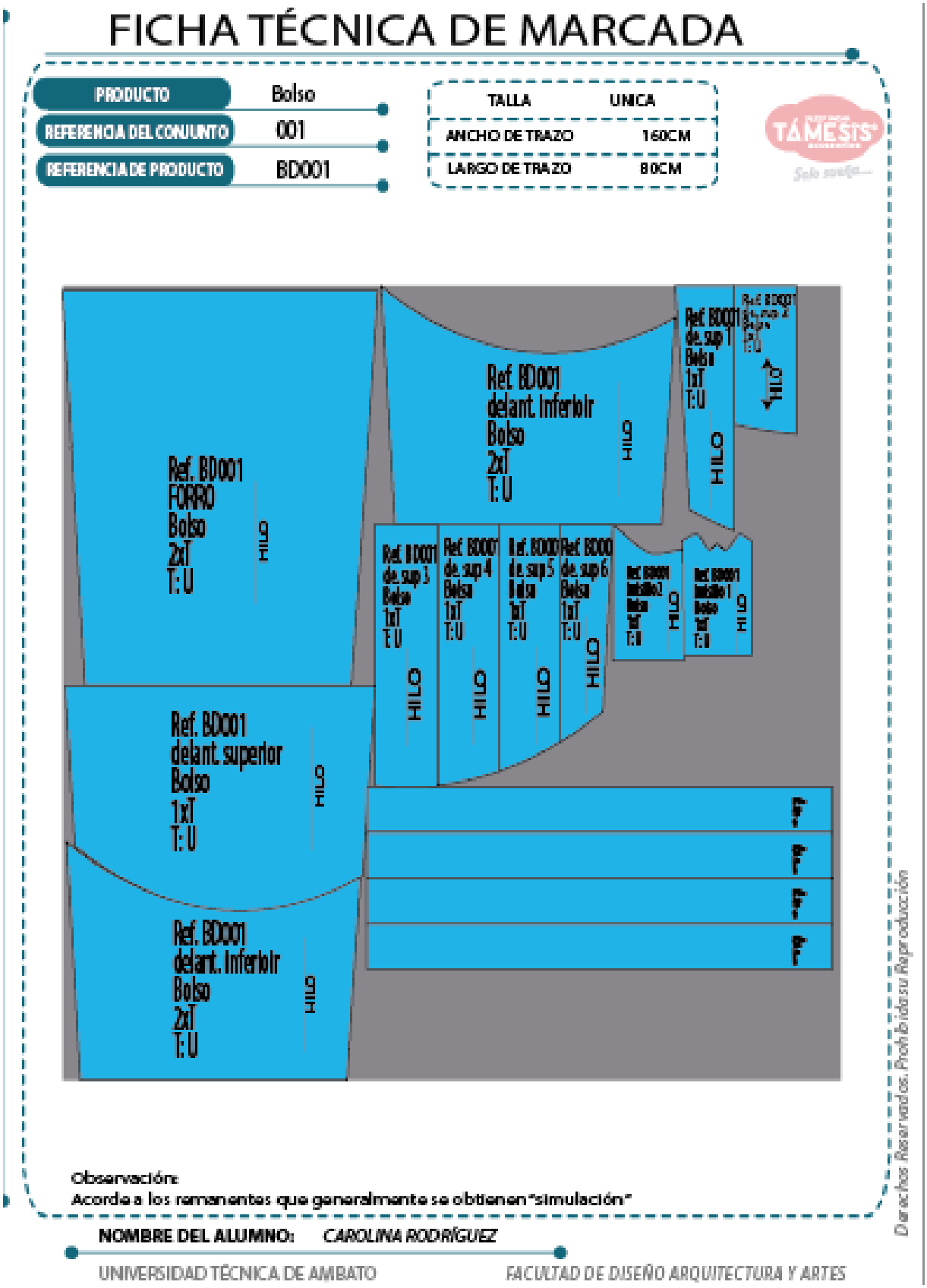


Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: CAROLINA RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

6.4.5. Ficha de marcada.



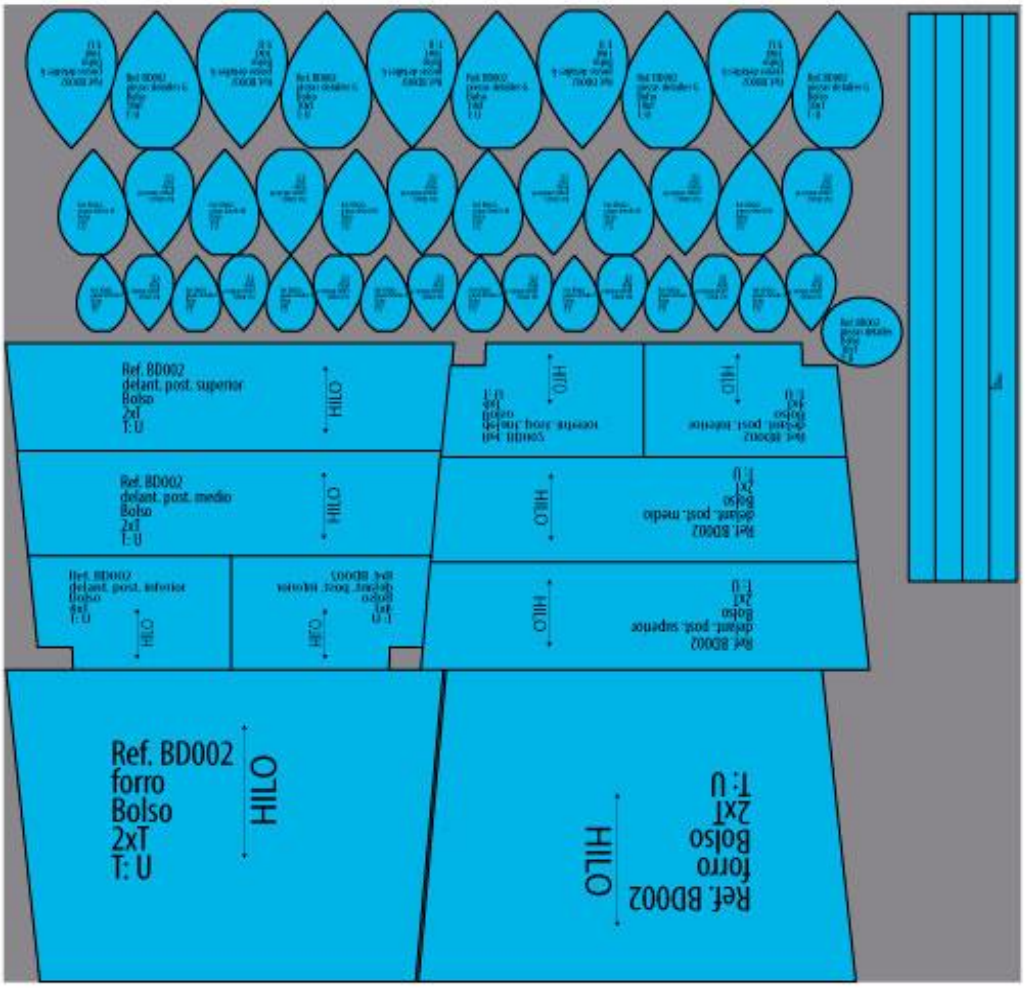
Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

PRODUCTO	Bolso
REFERENCIA DEL CONJUNTO	002
REFERENCIA DE PRODUCTO	BD002

TALLA	UNICA
ANCHO DE TRAZO	160CM
LARGO DE TRAZO	160CM

TAMESIS
Solo sueña...



Observación:
Acorde a los remanentes que generalmente se obtienen "simulación"

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

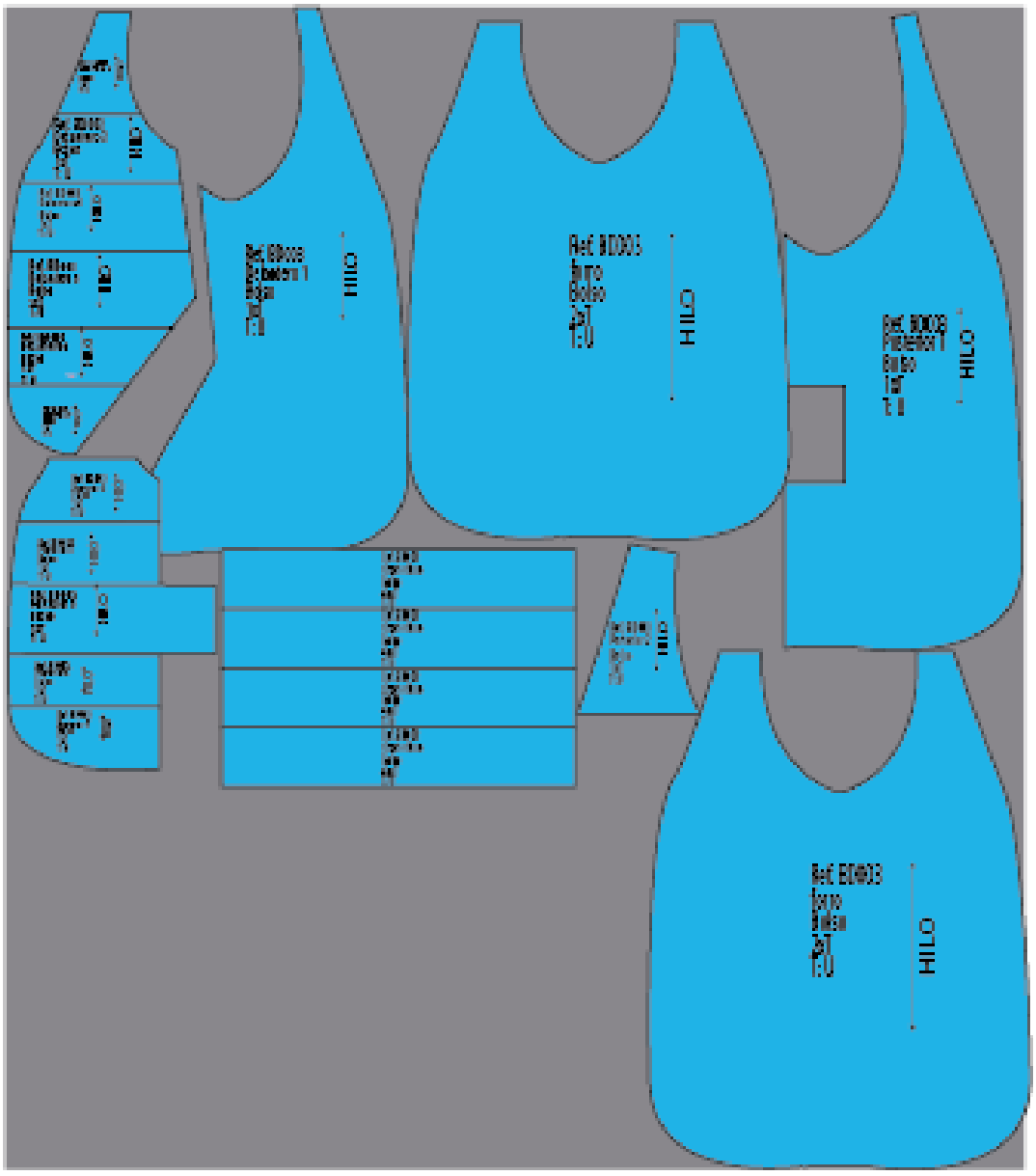
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

PRODUCTO	Bolso
REFERENCIA DEL CONJUNTO	003
REFERENCIA DE PRODUCTO	BD003

TALLA	UNICA
ANCHO DE TRAZO	160CM
LARGO DE TRAZO	105CM



Observación:
Acorde a los remanentes que generalmente se obtienen "simulación"

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

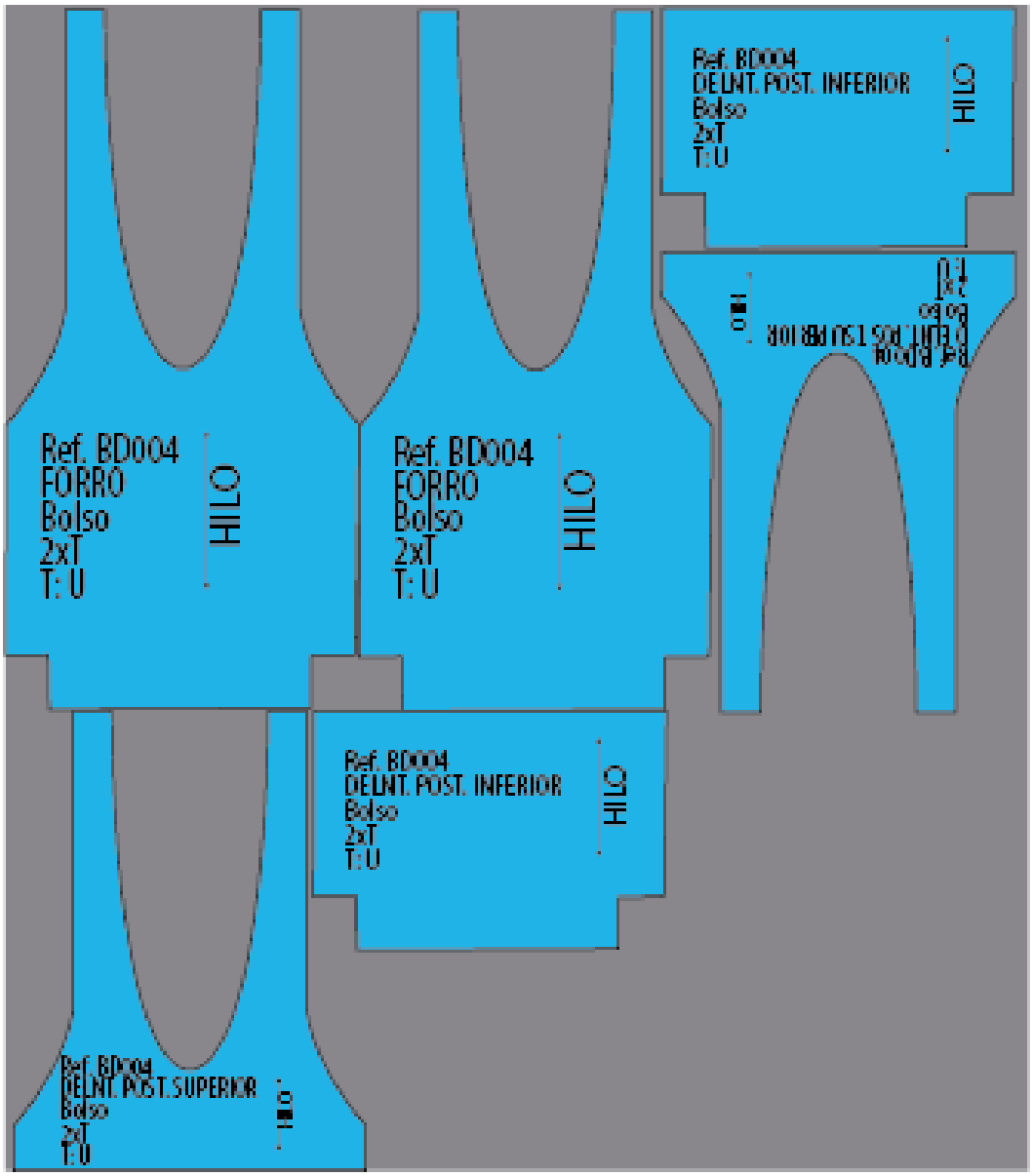
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

FICHA TÉCNICA DE MARCADA

PRODUCTO	Bolso
REFERENCIA DEL CONJUNTO	004
REFERENCIA DE PRODUCTO	BD004

TALLA	UNICA
ANCHO DE TRAZO	160CM
LARGO DE TRAZO	180CM



Observación:
Acorde a los remanentes que generalmente se obtienen "simulación"

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

6.4.6. Ficha de ruta operacional.

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

CATEGORÍA DE PRENDA Bolso, Antifaz, pantufla

REFERENCIA 002

TÁMESIS accesorios

Solo grafía....

BOLSO

N.-	PROCESO	MAQUINA	PPP	OBSEVACIONES
1.-	Colocar las piezas en los residuos de tela	Manual		
2.-	Cortar cada una de las piezas patronadas	Manual		
3.-	Hacer detalle de flor	Manual		
4.-	Hacer tira de amarre	Recta	11	
5.-	Hacer tira de colgar	Recta	11	
6.-	Unir piezas delanteras	Overlock	14	
7.-	Pespuntear	Recta	11	
8.-	Unir piezas posteriores	Overlok	14	
9.-	Pespuntear	Recta	11	
10.-	Unir delantero y posterior	Overlock	14	
11.-	Unir forro delantero y posterior	Overlock	14	
12.-	Colocar cierre	Recta	11	
13.-	Embolsar y colocar tiras de colgar	Recta	11	
14	Pespuntear para tira	Recta	11	
15	Pasar tita en bolso	Manual		
16	Pulir	Manual		

ANTIFAZ

N.-	PROCESO	MAQUINA	PPP	OBSEVACIONES
1.-	Colocar las piezas en la tela sobrante			
2.-	Cortar las piezas			
3.-	Hacer decorativo de ojos	Recubridora	12	
4.-	Cerrar tira y pasar elástico	Oberlock	14	Colocar tira de elástico
5.-	Cerrar delantero y posterior	Recubridora	14	
6.-	Pespuntear	Recta	11	

Pantufla

N.-	PROCESO			
1.-	Colocar piezas en residuos de tela	Manual		
2.-	Cortar plantilla y tricot	Manual		
3.-	Unir piezas superiores	Oberlock	14	
4.-	Pespuntear	Recta	11	
5.-	Unir planta y tira, colocando piezas superiores	Oberlock	14	
6.-	Colocar en la planta el tricot y pegar con cemento de contacto	Manual		
7.-	Pegar planta a plantilla	Manual		

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

Derechos Reservados. Prohibidas su Reproducción

FICHA DE RUTA OPERACIONAL

CATEGORÍA DE PRENDA Gorro, Cintillo, pantufla

REFERENCIA 003

TÁMESIS accesorios
Solo sueña...

GORRO

N.-	PROCESO	MAQUINA	PPP	OBSEVACIONES
1.-	Trazar piezas en los residuos de tela	Mano		
2.-	Cortar piezas	Mano		
3.-	Pespuntear	Recta	11	
4.-	Unir piezas	Overlock	14	
5.-	Pespuntear	Recta	11	
6.-	Unir laterales	Overlock	14	
7.-	Hacer dobléz	Overlock	14	
8.-	Embolsar, colocar etiqueta	Overlock	14	
9.-	Pespuntear	Recta	11	

CINTILLO

N.-	PROCESO	MAQUINA	PPP	OBSEVACIONES
1.-	Trazar las piezas en los residuos de tela	Manual		
2.-	Cortar las piezas trazadas	Manual		
3.-	Hacer punto decorativo en delantero	Recubridora	12	
4.-	Cerrar tira y pasar elástico	Overlock	14	
5.-	Cerrar delantero y posterior	Overlock	14	Colocar tira de elástico
6.-	Pespuntear	Recta	11	
7.-	Cerrar tira de medio	Overlock	14	
8.-	Colocar en centro	Recta	11	

Pantufla

N.-	PROCESO	MAQUINA	PPP	OBSEVACIONES
1.-	Cortar plantilla y tricot	Manual		
2.-	Unir piezas superiores	Overlock	14	
3.-	Pespuntear	Recta	11	
4.-	Unir planta y tira, colocando piezas superiores	Overlock	14	
5.-	Colocar en la planta el tricot y pegar con cemento de contacto	Manual		
6.-	Pegar planta a plantilla	Manual		
7.-	Pegar botón	Botonera		
8.-	Hacer ojales	Tracadora		

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — *FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES*

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

6.4.7. Ficha de Costos

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

REF: BOLSO			
UTILIZACION DE REMANENTE			
	VALOR	CANTIDAD	METROS
MATERIA PRIMA			
Metros	0.20		0.06
Precio	3.00		0
Desperdicio	0.00	0	0
Sub Total materia prima	0.60	0.00	0.00
T. MATERIA PRIMA		0.60	
PRODUCCÓN			
Hilos		0.07	
Marquilla Támesis		0.04	
Talla		0	
Etiueta de cartón		0.03	
Código de barra		0.02	
Plasti flecha		0.003	
Funda 10*16		0.025	
Cinta adeshiva		0.003	
Luz		0.05	
Teléfono		0.03	
Agua		0.01	
Corte y planchado		0.1	
Depreciación		0.03	
agujas		0.01	
Bordado/serigrafiado		0	
Sub Total producción	0.00	0.42	
T. PRODUCCION		0.42	
MANO DE OBRA			
Mano de obra		0.5	
P. Elaboradas		1	
T. MANO DE OBRA	0.50		

Materia prima	0.60
producción	0.42
Mano de obra	0.50
T. COSTO DE PRODUCCION	1.52
7% VEendedor y envio	0.11
SUB TOTAL	1.63
30% Utilidad	0.49
Total antes del IVA	2.12
IVA	0.25
PRECIO DE VENTA	2.37

Derechos Reservados. Prohibido su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

REF: PANTUFLAS

UTILIZACION DE DESPERDICIOS

	VALOR	CANTIDAD	METROS
MATERIA PRIMA			
Metros	3.60		
Precio	3.00		
Precio desperdico	0.014		
Uso total de desperdicio (N.telas)	3	0	0
Sub Total materia prima	0.042	0.00	0.00
TOTAL MATERIA PRIMA		0.042	
PRODUCCIÓN			
Hilos		0.05	
Marquilla Támesis		0.04	
Talla		0	
Etiqueta de cartón		0.04	
Código de barra		0	
Plati flecha		0.003	
Funda 10*16		0.025	
Cinta adeshiva		0.003	
Luz		0.05	
Teléfono		0.03	
Agua		0.01	
Corte y planchado		0.1	
Depreciación		0.03	
Agujas		0.01	
Bordado/serigrafiado		0	
Sub Total producción	0.00	0.39	
T. PRODUCCION		0.39	
MANO DE OBRA			
Mano de obra		0.6	
Piezas Elaboradas		1	
T. MANO DE OBRA	0.60		
Materia prima	0.04		
Producción	0.39		
Mano de obra	0.60		
T. COSTO DE PRODUCCION	1.03		
7% Vendedor y envio	0.07		
SUB TOTAL	1.11		
30% Utilidad	0.33		
Totaal antes del IVA	1.44		
IVA	0.17		
PRECIO DE VENTA	1.61		

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

REF: GORROS			
UTILIZACION DE DESPERDICIOS			
	VALOR	CANTIDAD	METROS
MATERIA PRIMA			
Metros	3.60		
Precio	3.00		
Precio desperdiciado	0.014		
Uso total de desperdicio (N.t	3	0	0
Sub total Materia prima	0.042	0.00	0.00
T. MATERIA PRIMA		0.042	
PRODUCCION			
Hilos		0.05	
Marquilla Támesis		0.04	
Talla		0	
Etiqueta de cartón		0.04	
Código de barra		0	
Plasti flecha		0.003	
Funda 10*16		0.025	
Cinta adeshiva		0.003	
Luz		0.05	
Télefono		0.03	
Agua		0.01	
Corte y planchado		0.1	
Depreciación		0.03	
Agujas		0.01	
Bordado/sergrafiado		0	
Sub. total Producción	0.00	0.39	
T. PRODUCCION		0.39	
MANO DE OBRA			
Mano de obra		0.5	
P. Elaboradas		1	
T. MANO DE OBRA	0.50		

Materia prima	0.04
Producción	0.39
Mano de obra	0.50
T. COSTO DE PRODUCCION	0.93
7% Vendedor y envio	0.07
SUB TOTAL	1.00
30% Utilidad	0.30
Total antes del IVA	1.30
IVA	0.16
PRECIO DE VENTA	1.45

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: CAROLINA RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

REF: ANTIFAZ

UTILIZACION DE DESPERDICIOS

	VALOR	CANTIDAD	METROS
MATERIA PRIMA			
Metros	3.60		
Precio	3.00		
Precio desperdico	0.014		
Uso total de desperdicio (N	3	0	0
Sub total M.P.	0.042	0.00	0.00
T. MATERIA PRIMA		**0.042**	
PRODUCCION			
Hilos		0.05	
Marquilla Támesis		0.04	
Talla		0	
Etiqueta de cartón		0.04	
Código de barra		0	
Plasti flecha		0.003	
Funda 10*16		0.025	
Cinta adeshiva		0.003	
Luz		0.05	
Télefono		0.03	
Agua		0.01	
Corte y planchado		0.1	
Depreciación		0.03	
Agujas		0.01	
Bordado/serigrafiado		0	
Sub. total producción	0.00	0.39	
T. PRODUCCION		**0.39**	
MANO DE OBRA			
Mano de obra		0.15	
P. Elaborados		1	
T. MANO DE OBRA	**0.15**		

Materia prima	0.04
Producción	0.39
Mano de obra	0.15
T. COSTO DE PRODUCCION	**0.58**
7% Vendedor y envío	0.04
SUB TOTAL	**0.62**
30% Utilidad	0.19
Total antes del IVA	0.81
IVA	0.10
PRECIO DE VENTA	**0.91**

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

6.5. Photobook

Gráfico 40.- Photobook prototipos

Elaborado por. - (Rodríguez 2018)

6.6. Costos de producción

Para determinar los costos de producción se plantea elaborar 12 atuendos, distribuyéndolos en 4 grupos de 3 cada uno con sus respectivos accesorios. Se realiza por cada modelo un accesorio contemplado en su producción a base de remanentes. Es decir, la marca constantemente producirá una cantidad determinada de accesorios en la línea de ropa de dormir definiendo parámetros éticos con el ambiente y el trabajo laboral, además que estos complementos están elaborados por medio de remanentes su costo será mínimo y al alcance del consumidor

6.6.1. Costos fijos

Se calcula el monto a pagar dividida para 160 horas de trabajo en el mes, esta se divide para 60 minutos que tiene la hora laborable y multiplicada por el total de tiempo en proceso

6.6.1.1. Mano de obra

Tabla N°23. Mano de Obra

MANO DE OBRA							
PRODUCTO	CARGO	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	UNIDADES PRODUCIDAS 1 VEZ POR SEMANA	PAGO X UNIDAD	COSTO SEMANAL X UNIDADES PRODUCIDAS	UNIDADES PRODUCIDAS AL MES	COSTO MENSUAL X UNIDADES PRODUCIDAS
BOLSO	Operaria	E2	5	$ 0.35	$ 1.75	20	$ 7.00
GORRO	Operaria	E2	40	$ 0.20	$ 8.00	160	$ 32.00
ANTIFAZ	Operaria	E2	240	$ 0.05	$ 12.00	960	$ 48.00
PANTUFLAS	Operaria	E2	30	$ 0.20	$ 6.00	120	$ 24.00
TOTAL			315	$ 0.80	$ 27.75		

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

6.6.1.2.Gastos generales

Tabla N°24. Gastos generales

GASTOS GENERALES			
DESCRIPCION	FRECUENCIA	COSTO	COSTO MENSUAL
Luz	mensual	$ 80.00	$ 80.00
Agua	mensual	$ 15.00	$ 15.00
Movilidad	semanal	$ 15.00	$ 60.00
Mantenimiento	anual	$ 150.00	$ 12.50
Teléfono e internet	mensual	$ 70.00	$ 25.00
Insumos de oficina	semanal	$ 6.00	$ 24.00
TOTAL GASTOS EMPRESA			$ 216.50
LÍNEA 1 PIJAMAS		$ 0.87	$ 189.15
LÍNEA 2 ACCESORIOS		$ 0.13	$ 27.40

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

6.6.1.3.Depreciación

Tabla N°25. Descripción de maquinaria

DEPRECIACION MAQUINARIA	
MAQUINA	VALOR
Recta	$ 450.00
Overlock	$ 800.00
Recubridora	$ 850.00
PRECIO TOTAL	**$ 2,100.00**
DEPRECIACION 10%	**$ 210.00**
DEPRECIACION ANUAL	**$ 21.00**
DEPRECIACION MENSUAL	$ 1.75

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

6.6.1.4.Gastos Administrativos

Tabla N°26. Sueldos

SUELDOS				
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	SALARIO MÍNIMO MENSUAL	SALARIO MENSUAL LÍNEA 2	SALARIO SEMANAL LÍNEA 2
Contador	D2	$ 377.90	$ 9.45	$ 2.36
Diseñador	C2	$ 376.84	$ 9.42	$ 2.36
Bodeguero	D1	$ 375.92	$ 75.18	$ 18.80
TOTAL			$ 94.05	$ 23.51

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

Tabla N°27. Total, de costos fijos

TOTAL COSTO FIJO MENSUAL (BOLSOS)	
COSTO	MONTO
Gastos Generales	$ 2.14
Depreciación	$ 1.75
Sueldo administrativo	$ 4.70
Sueldos operarios	$ 7.00
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 15.60**
Costo total fijo / # de productos accesorios (20 mensuales)	$ 0.78

TOTAL COSTO FIJO MENSUAL (GORROS)	
COSTO	MONTO
Gastos Generales	$ 32.68
Depreciación	$ 1.75
Sueldo administrativo	$ 0.59
Sueldos operarios	$ 32.00
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 67.02**
Costo total fijo / # de Gorros (160 mensuales)	$ 0.42

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

TOTAL COSTO FIJO MENSUAL (ANTIFAZ)	
COSTO	MONTO
Gastos Generales	$ 70.22
Depreciación	$ 1.75
Sueldo administrativo	$ 0.10
Sueldos operarios	$ 48.00
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 120.06**
Costo total fijo / # Antifaces (960 mensuales)	$ 0.13

TOTAL COSTO FIJO MENSUAL (PANTUFLAS)	
COSTO	MONTO
Gastos Generales	$ 21.30
Depreciación	$ 1.75
Sueldo administrativo	$ 0.78
Sueldos operarios	$ 24.00
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 47.83**
Costo total fijo / # de productos accesorios (120 mensuales)	$ 0.40

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

6.6.2. Costos variables

Son todos aquellos que cambian cuando varían el nivel de producción, es decir depende del volumen de producción y entre estos esta la materia prima y la mano de obra.

6.6.2.1.Materiales e Insumos

Tabla N°28. Cuadro de materiales e Insumos

CUADRO DE MATERIALES E INSUMOS				
BOLSO				
USO DE : Remanente				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Jersey	metro	0.50	$ 2.900	$ 0.97
Perchado	metro	0.20	$ 4.500	$ 0.60
INSUMOS				
Hilo	cono	0.02	$ 2.500	$ 0.05
Marquilla Tamesis	unidad	1	$ 0.040	$ 0.04
Etiqueta de cartón	unidad	1	$ 0.040	$ 0.04
Plati flecha	unidad	1	$ 0.003	$ 0.00
TOTAL				$ 1.70
TOTAL COSTO MATERIALES			**20 UNIDADES**	$ 33.99

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

Tabla N°29. Cuadro de materiales e insumos 1

CUADRO DE MATERIALES E INSUMOS				
ANTIFAZ				
USO DE : Desperdicios				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Jersey	metro	0.16	$ 2.95	$ 0.067
Polar	metro	0.16	$ 2.50	$ 0.057
INSUMOS				
Hilo	cono	0.05	$ 2.50	$ 0.125
Marquilla Tamesis	unidad	1.00	$ 0.04	$ 0.040
Etiqueta de cartón	unidad	1.00	$ 0.04	$ 0.040
Plati flecha	unidad	1.00	$ 0.00	$ 0.003
TOTAL				$ 0.33
TOTAL COSTO MATERIALES			**960 UNIDADES**	$ 319.269

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

Tabla N°30. Cuadro de materiales e insumos 2

CUADRO DE MATERIALES E INSUMOS				
GORRO				
USO DE : Desperdicios				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Jersey	metro	0.1	$ 2.950	$ 0.098
Toalla	metro	0.60	$ 5.900	$ 1.180
INSUMOS				
Hilo	cono	0.02	$ 2.500	$ 0.050
Marquilla Tamesis	unidad	1.00	$ 0.040	$ 0.040
Etiqueta de cartón	unidad	1.00	$ 0.040	$ 0.040
Plati flecha	unidad	1.00	$ 0.003	$ 0.003
TOTAL				$ 1.41
TOTAL COSTO MATERIALES			**160 UNIDADES**	$ 225.813

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

Tabla N°31. Cuadro de materiales e insumos 3

CUADRO DE MATERIALES E INSUMOS				
PANTUFLAS				
USO DE : Desperdicios				
MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Jersey	metro	0.36	$ 2.950	$ 0.266
Polar	metro	0.10	$ 5.850	$ 0.117
INSUMOS				
Hilo	cono	0.02	$ 2.500	$ 0.050
Marquilla Tamesis	unidad	1.00	$ 0.040	$ 0.040
Etiqueta de cartón	unidad	1.00	$ 0.040	$ 0.040
Plati flecha	unidad	1.00	$ 0.003	$ 0.003
Tricor	unidad	0.07	$ 2.700	$ 0.189
Planta	unidad	0.02	$ 18.000	$ 0.360
Cartón	unidad	0.07	$ 0.450	$ 0.032
poli estander	unidad	0.07	$ 1.800	$ 0.126
Esponja	unidad	0.03	$ 1.100	$ 0.033
TOTAL				$ 1.26
TOTAL COSTO MATERIALES			**120 UNIDADES**	$ 150.600

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

6.6.3. Costo total

Es la suma total de los costos variables y los costos fijos es el precio de fábrica cuando un el producto no sale al mercado

COSTO TOTAL= COSTOS VARIABLES + COSTOS FIJOS

Tabla N°32. Costos totales

ANTIFAZ	
COSTO TOTAL	VALOR
costo fijo	$ 0.13
costo materiales	$ 0.33
mano de obra	$ 0.05
TOTAL	$ 0.51

BOLSO	
COSTO TOTAL	VALOR
costo fijo	$ 0.78
costo materiales	$ 1.70
mano de obra	$ 0.35
TOTAL	$ 2.83

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

Tabla N° 33. Costos totales 2

PANTUFLAS	
COSTO TOTAL	VALOR
costo fijo	$ 0.40
costo materiales	$ 1.26
mano de obra	$ 0.20
TOTAL	$ 1.85

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

6.6.4. Utilidad

Es el porcentaje que se gana al producir el producto. Es el plus que el productor gana por cada prenda producida.

GORRO	
COSTO TOTAL	VALOR
costo fijo	$ 0.42
costo materiales	$ 1.41
mano de obra	$ 0.20
TOTAL	$ 2.03

UTILIDAD= COSTO TOTAL UNITARIO X % DE UTILIDAD QUE DESEA GANAR

Tabla N°34. Costo total de producción 1

BOLSO
TOTAL COSTO PRIMO DE PRODUCCION
MARGEN DE UTILIDAD 50%
TOTAL PRECIO
Iva 12%
VENTA AL PUBLICO

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

Tabla N°35. Costo total de producción 2

GORRO	
TOTAL COSTO PRIMO DE PRODUCCION	$ 0.51
MARGEN DE UTILIDAD 50%	$ 0.25
TOTAL PRECIO	**$ 0.76**
Iva 12%	$ 0.09
VENTA AL PUBLICO	$ 0.85

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

Tabla N°36. Costo total de producción 3

TOTAL COSTO PRIMO DE PRODUCCION	$ 2.03
MARGEN DE UTILIDAD 50%	$ 1.02
TOTAL PRECIO	**$ 3.05**
Iva 12%	$ 0.37
VENTA AL PUBLICO	$ 3.41

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2018)

Tabla N°37. Costo total de producción 2.

PANTUFLAS	
TOTAL COSTO PRIMO DE PRODUCCION	$ 1.85
MARGEN DE UTILIDAD 50%	$ 0.93
TOTAL PRECIO	**$ 2.78**
Iva 12%	$ 0.33
VENTA AL PUBLICO	$ 3.11

Elaborado por: RODRÍGUEZ, C (2017)

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Por medio de propuestas alternativas en productos de moda mediante la optimización de los remanentes textiles se 4 creado una diversidad de accesorios que permite al empresario aprovecha el 100% de la materia prima dentro de la producción disminuyendo los residuos que ocasionan las empresas dedicadas a la confección de prendas.

- A través de la identificación en las características de los remanentes textiles mediante la autopsia de los desperdicios de la materia prima que se obtiene de los procesos de producción dentro de las diferentes empresas de moda se logra tener un enfoque más óptimo en la reutilización de los mismo dentro de un concepto de moda sostenible
- Por medio de análisis y sondeo de encuestas dirigidas al consumidor contemporáneo se determinó los gustos y preferencias del nicho de mercado al cual se orienta los productos de moda en donde tendrá la aprobación que se espera.
- Se logró desarrollar propuestas de diseños a través de la utilización de los remanentes textiles con una conceptualización basada en la moda sostenible y la concientización dentro del consumidor a cerca de la contaminación que provoca las empresas de moda durante sus procesos de producción y como a través de nuevas propuestas no solo se logra una mejor optimización de la

materia prima sino generar un mercado accesible y amigable con el ambiente.

7.2. Recomendaciones

- Las empresas deben desarrollar propuestas alternativas en los productos de moda como la optimización de remanentes textiles para la elaboración de nuevos productos como lo serian accesorios que abarquen el concepto de moda sostenible y que permite al empresario aprovechar el 100% de la materia prima dentro de la producción.

- Realizar una identificación en las características de los remanentes textiles mediante la autopsia de los desperdicios de la materia prima para la creación y desarrollo de nuevas propuestas en un mercado aun no explotado.
- Analizar los gustos y preferencias del consumidor al cual dirigimos nuestro producto por medio de encuestas y valores estadísticos que permiten una acertada introducción dentro del mercado.
- Los remanentes textiles son factibles en el desarrollo de propuestas de diseño con una conceptualización basada en la moda sostenible y la concientización dentro del consumidor ya que con ellos es posible la elaboración de accesorios o complementos los mismo que poseen un bajo coste y ayudan en la disminución de la contaminación ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

AITE. (17 de 08 de 2016). *http://www.aite.com.ec/*. Obtenido de http://www.aite.com.ec/18-noticias/marzo-2013/74-tatoo.

Amengual, J. (2008). ¿Qué es la moda lenta? https://www.esfranca.com/blogs/news/que-es-la-moda-lenta.

Andrés, K. (2005). El tratamiento de textiles y sus repercusiones ambientale. Reino Unido: http://www.greenpeace.org/espana/global/espana/report/other/el-tratamiento-de-textiles-y-s.pdf.

Asociación de Industrials Textiles del Ecuador . (2017). Acerca de AITE e Informacon de la Etidad. Quito: http://www.aite.com.ec/.

Barake, L. (2015). LA MODA COMO MODELO DE NEGOCIO. Colombia: http://www.finanzaspersonales.com.co/consumo-inteligente/articulo/la-moda-como-modelo-negocio/49597.

Barranco, J. (2013). Moda ética. http://www.juanabarranco.com/moda-etica/.

Barreiro, M. (2008). Moda Sostenible . España : http://www.insht.es/.

Barrio, R. I. (2012). El origen de los accesorios. http://homemadethings5.blogspot.com/2012/09/el-origen-de-los-accesorios.html.

Bois, T. d. (2015). El diseño textil. Quito : Primera .

Brand, J. y. (2007). *"Moda y Accesorios":.* Gustavo gili, SL.

Brasil, V. (2013). Moda ética con estilo. Bobota : Picaso.

Castro, M. (2012). La moda ecológica y el reciclaje como alternativas de desarrollo de las MYPIMES en Costa Rica. Tesis, Instituto Nacional de Aprendizaje., Gestión de Formación y Servicios Tecnológicos, Costa Rica.

Chan Kim, M. (2005). La Estrategia del Océano Azul. https://es.blueoceanstrategy.com/about-the-authors/w-chan-kim/.

Cocolisa Handmad. (2016). Costuta y estilo de vida . https://cocolisahandmade.com/2016/04/11/antes-y-despues-de-jean-a-falda/.

Córdova, C. V. (2011). La ética en el diseño textil y modas . Cuenca : Univeridad de Azuay file:///C:/Users/cliente/Downloads/08579.pdf.

Dañela, S. (2013). Colección prêt-à-porter de indumentaria femenina inspirada en Cleopatra. Quito: http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2115/1/106971.pdf.

Diccionario de Lenguas Españolas. (2016). Definiciones Etimológicas. http://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola.

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2012). ANÁLISIS SECTORIAL DE TEXTILES Y CONFECIONES . QUITO: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf.

ECO Inteligencia . (2014). Tendencia Novedosas en Sostenibilidad . http://www.ecointeligencia.com/2014/05/5-tendencias-sostenibilidad/.

Eslava, R. M. (2009). Estrategias ambientales: de las 3 R a las 10 R. http://humanidadsostenible.blogspot.com/2009/09/estrategias-ambientales-de-las-3-r-las.html.

Figueroa, C. O. (2011). Plan de negocios para un nuevo concepto de ropa infantil: rapax. Santiago: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108075/Oliva%20M.,%20Catalina.pdf?sequence=3.

Fletcher, K. (2012). Gestionar la sostenibilidad en la moda. Barcelona, España: http://doku.cac.at/modalenta_katefletcher.pdf.

Follos, P. F. (2014). Ser ECO-Fashion esta de moda. http://ferfollos.blogspot.com/2014/06/ser-eco-fashion-esta-de-moda.html.

Funkyfish. (2017). Acceder a nuestro club VIP debes compra. https://www.funkyfish.ec/.

García-Canal, E. (2004). El papel de las alianzas estratégicas en la internacionalización de las empresas españolas. *Universia Business Review*.

Gili, G. S. (2015). Accesorios de moda. Plantillas. Barcelona España: https://ggili.com/media/catalog/product/uploader/56bc6aa19b990e3a314d6be9a6eef0e8.pdf.

Gutiérrez Santana, T. L. (2015). *“EL CONOCIMIENTO SOBRE MODA SOSTENIBLE, Y SU IMPACTO EN EL DISEÑO DE INDUMENTARIA EN*

EL CLÚSTER Y CONFECCIONES DE LA CIUDAD DE AMBATO". Ambato: http://redi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20148/1/Tesis%20Final%20.pdf.

Gwilt, A. (2014). Moda sostenible. Barcelona España: Editorial Gustabo Gili. SL,.

Hiper Tintorero. (2016). Tipos de textiles. Madrid: http://www.hipertintorero.com/blog/tipos-de-textiles/.

IED MASTER MADRID. (2016). Diseño de accesorios de modas. Madrid : http://master.iedmadrid.com/wp-content/blogs.dir/27/files/M_Diseno_Accesorios_Moda_IEDMadrid.pdf.

Inexmoda. (2017). Tramsformación Estratégica . Colombia : http://vive.inexmoda.org.co/landings/trasformacion/trasformacion-estrategica/?gclid=EAIaIQobChMIjIH-u-XZ1QIVWrbACh1Iugd4EAAYASAAEgIaffD_BwE.

Instituto Nacional de Estadisticas y Cencos . (2015). Información Estadisticas del Ecuador . Quito: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/.

Lau, J. (2013). Complementos en accesosrios de moda . Madrid : http://www.lcibarcelona.com.

Livia, W. P. (2007). *Estrategias ambientales de las 3R a las 10R.* Ecoe Ediciones.

Lizarazo, L. (2014). Tras alianzas internacionales de moda. Colombia : Colombiatex.

Marina, A. (2016). Moda etica en accion. Buenos Aires, Argentina: http://www.hechoxnosotros.com/pdf/ModaEtica.pdf.

Martinez, J. (2015). Definición de Accesorios. https://www.definicionabc.com/general/accesorios.php.

Matharu, G. (2010). Diseño de Modas mediante el manual para los fururos profecioanles del sector. Editorial Océan, S. L.

MIPRO. (2012). EL desarrollo de una conciencia Ecologica .

MTS LifeStyle. (2016). Las Marcas de Moda son marcas ECO:Directorio marcas ecológicas MTS . http://blog.movestoslow.com/marcas-de-ropa-ecologica-que-forman-parte-de-moves-slow/.

Munuera, S. y. (1994). Definicion del Segmentom de Mercado. emderson PH.

Ney, A. C., & Alvarez, A. E. (2009). Nuestra Imagen A Y C Accesorios. https://emprendimientoiiimercadeo.wikispaces.com/file/view/BISUTERIA+AC+ACCESORIOS.pdf.

Núñez, J. J. (2015). La ciencia y la tecnología como procesos sociales. http://www.oei.es/historico/salactsi/nunez03.htm.

Periódico Eco. (2014). ¿Cómo reciclar los residuos textiles? Colombia: http://www.periodicoeleco.com/?p=319.

Pilar, B. (2016). ¿Cómo es la moda sostenible? Madrid : http://www.conama2016.org/web/es/prensa/noticias/-como-es-la-moda-sostenible-.html.

Plan Nacional del Buen Vivir . (2013-2017). Articulos de objeticos y etas para el desarrollo del pais . Quito : Semplades .

Planells del Barrio, C. (2010). El Diseño en los estilos de vida como herramienta de Innovación. *I + Diseño* .

Portocarrero Lacayo, A. V. (2010). Hoja de ruta para el sector textil y de confecciones y el desarrollo sostenible en Nicaragua. https://www.ictsd.org/themes/development-and-ldcs/research/hoja-de-ruta-para-el-sector-textil-y-de-confecciones-y-el.

Pro- Ecuador . (2012). Competitividad en cuanto al Clúster Textil y Confeciones . Quito .

Rivera, K. C. (2016). Guía de procesos para la fabricación de objetos textiles ciencia sosial y medioambiental. CUENCA : http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6516/1/12651.pdf.

Salazar, R. (2001). *Guía de buenas prácticas para el sector textil.* La red de soluciones empresariales . FUNDES .

Salcedo, E. (2014). Moda Etica para un futuro sostenible. En E. Salcedo, & E. Salcedo, *Moda Etica para un futuro sostenible* (pág. 129). Barcelona: Gustavo Gili.

Slow Fashion Next. (2017). Diez marcas moda innovan residuo textil. https://www.slowfashionnext.com/blog/2017/03/01/diez-marcas-moda-innovan-residuo-textil/.

Speth, J. (2008). The bridge at the edge of the world. *New Haven: Yale University Press.*

Univeridad Tecnológica Nacional . (2016). Elaboración de una guía virtual sobre diseño, moda y confección. Buenos Aires: http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1144/1/04%20IT%20100%20TESIS.pdf.

Uribe, P. (2012). Los accesorios de moda, ¿son solo moda? https://selvv.com/accesorios-de-moda-solo-moda/.

Urueña, V. (2013). Accesorios Femeninos: línea dedicada al cabello. Universidad de Palermo .

Villalva Guanoluisa, N. d. (2016). El eco-diseño una alternativa para el desarrollo potencial y su influencia en la moda sustentable en el cantón Ambato en el año 2015". Ambato : http://repositorio.uta.edu.ec/.

Zulema, N. (2014). Integración de estrategias desde el enfoque de eco diseño en la cadena de producción textil y de confecciones: el caso de seis empresas de Pereira y Dosquebradas, en el año 2013. Colombia : Universidad de Manizales.

Zuluaga, C. (2015). El diseño de moda sostenible: estrategia del siglo XXI. Revista Internacional de Diseño. , 17-33.

7.3. ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PROCESOS Y DISEÑO DE MODAS

- **OBJETIVO:** Diseño accesorios para ropa de dormir aplicando los remanentes generados por la empresa Támesis

9. ¿Le interesaría adquirir accesorios con materiales reciclables**?**

Si ☐
No ☐

10. ¿Qué tan importante considera usted un accesorio, como complemento de su vestimenta?

No es importante ☐
Es medianamente importante ☐
Es importante ☐
Es muy importante ☐

11. ¿Qué tipo de accesorios utiliza para la ropa casual, y cual le gustaría adquirir?

Antifaz ☐
Bolsos ☐
Pantuflas ☐
Gorras ☐
Toallas sanitarias ☐
Colets ☐
Otros ☐

12. ¿Qué detalles le gustaría que tenga un accesorio?

Estampados ☐
Bordados ☐
Apliques ☐
Otros ☐

13. ¿Cómo define usted su estilo?

Hippie Chic ☐
Urbano ☐
Vintage ☐
Romántico ☐

14. ¿Con qué frecuencia usted suele comprar accesorios?

Mensual ☐
Trimestral ☐
Semestral ☐
Anual ☐

15. ¿En qué elemento se fijaría usted al momento de adquirir un accesorio?

Marca ☐
Diseño ☐
Calidad ☐
Precio ☐
Otros ☐

16. ¿Qué lugares suele visitar, para adquirir un accesorio?

Almacenes ☐
Internet ☐
Distribuidores ☐
Catálogos ☐
Otros ☐

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio con materiales reciclables?

Menos de $5 ☐
Entre $5 y $7 ☐
Más de $10 ☐

FICHA TÉCNICA DE COSTOS

CALCULO DEL COSTO DEL DESPERDICIO

13%	porsentaje del desperdicio	
3.00	$ costo tela por metros	
100%	3.6	
13%	0.47	cm
100	3	
0.47	0.014	dolares
costo total en tela del producto		
tela 1	0.014	
tela 2	0.014	
tela 3	0.014	
tela 4		
tela 5		
tela 7		
tela 8		
tela 9		
tela10		
	0.042	

Derechos Reservados. Prohibida su Reproducción

NOMBRE DEL ALUMNO: *CAROLINA RODRÍGUEZ*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES