

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas

"El eco-diseño una alternativa para el desarrollo potencial y su influencia en la moda sustentable en el cantón Ambato en el año 2015".

Autora: Villalva Guanoluisa Natalia del Carmen

Tutor: Ing. Mg. Escobar Guanoluisa Taña Elizabeth

Ambato – Ecuador

Agosto, 2016

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

"El eco-diseño una alternativa para el desarrollo potencial y su influencia en la moda sustentable en el cantón Ambato en el año 2015", de la alumna Natalia del Carmen Villalva Guanoluisa, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, consideró que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, agosto del 2016

EL TUTOR

.....

Ing. Mg. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación **"El eco-diseño una alternativa para el desarrollo potencial y su influencia en la moda sustentable en el cantón Ambato en el año 2015"**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, agosto del 2016

LA AUTORA

.....

Natalia del Carmen Villalva Guanoluisa

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación 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 de Investigación, 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, agosto del 2016

LA AUTORA

.....

Natalia del Carmen Villalva Guanoluisa

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **"El eco-diseño una alternativa para el desarrollo potencial y su influencia en la moda sustentable en el cantón Ambato en el año 2015"**, de Natalia del Carmen Villalva Guanoluisa, 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, agosto del 2016

Para constancia firman

_____

PRESIDENTE

_____ _____

MIEMBRO CALIFICADOR MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA



Se lo dedicó con un amor incondicional a dos seres especiales que han sido mi motor, para que este sueño se haga realidad, a mi madre Elsa que es mi fortaleza y mi hermano Luis, que es mi apoyo. Gracias por estar ahí en los momentos más emotivos y difíciles de mi carrera universitaria, siempre recibí palabras de aliento para seguir este camino que me trace al entrar en esta carrera que amo.

Natalia del Carmen Villalva Guanoluisa.

AGRADECIMIENTOS



Agradecerle primeramente a Dios por haberme dado este talento tan especial que lo pude desarrollar a lo largo de mi carrera como estudiante. Agradecerle a la Universidad Técnica de Ambato como institución y a todos los profesores que fueron una ayuda idónea en este proceso tan largo en su momento y tan corto ahora que llega a su fin, y para comenzar con otras metas profesionales. A mis compañero y amigos por compartir tantos momentos especiales como estudiantes. A mi familia que son parte de este sueño. A mi gran tutora Tañita por estar ahí pendiente de todos los detalles, ya que sus consejos fueron de mucha ayuda, para el desarrollo de este proyecto.

Natalia del Carmen Villalva Guanoluisa.

ÍNDICE DE GENERAL

CONTENIDOS	Págs.
PORTADA…….…….	I
APROBACIÓN DEL TUTOR……	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA……	III
DERECHOS DE AUTOR……	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO……	V
DEDICATORIA……...	VI
AGRADECIMIENTO……..	VII
ÍNDICE GENERAL……	VIII
ÍNDICE DE CUADROS……..	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS…….	XIV
ÍNDICE DE IMÁGENES……	XV
RESUMEN EJECUTIVO……	XVIII
ABSTRACT…….	XIX
INTRODUCCIÓN……	1
CAPÍTULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1 TEMA……..……..….	5
1.2 CONTEXTUALIZACIÓN…..……...……...……...….	6
1.3 DELIMINTACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN…….	13
1.3.1 Campo……	13
1.3.2 Área...…….……...……	13
1.3.3 Aspecto Específico……..……..…….	13
1.3.4 Delimitación temporal……..……..…	13
1.3.5 Delimitación espacial…….……	13
1.4 JUSTIFICACIÓN…….……..……	13
1.5. OBJETIVOS…….……..……	15
1.5.1 Objetivo general……	15
1.5.2 Objetivos específicos……..……...	15
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN……...…….	16
2.2 BASES TEÓRICAS…….……...……	22
2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES…..…….……..…	28
2.3.1 Moda rápida…….……..	28
Sistema insostenible……..…….……...…….	29
2.3.2 Moda sostenible…….……..…..	30
Moda lenta……..	30
Moda ética……..	31
Ecomoda…….	31
. Sistema sostenible…….……..…	31

2.3.3 Vida de la prenda…….. 32
Ciclo de vida abierto de una prenda……... 32
Ciclo de vida cerrado de una prenda…….. 33
Diseño…….…….…….…. 33
Diseño sostenible……..……..…….... 33
Diseño con necesidades especiales……..…….**.....** 34
Diseñar con empatías personalizadas y únicas……..... 34
Diseñar con el usuario por medio de la tecnología……..…..... 34
Codiseño……..…….. 35
Diseñar para una cultura local……..……..…..… 35
Artesanía…….……..……...…….. 36
Procesos textiles…….……..…….. 36
Tintes……..…….**.....** 37
Tintes de bajo impacto……..……. 37
Aguas residuales y su tratamiento…….……..……. 37
Tintes naturales…….....……...… 37
Materia prima sostenibles…….....…….. 38
Fibras naturales vegetales……...…..... 38
Algodón Ecológico……...…….. 38
Algodón Fairtrade(Comercio Justo)……..……..... 38
Algodón modificado genéticamente Bt …… 39
Algodón BCI (Better Cotton Initiative)……. 39
Algodón Hecho en África……...…... 39
Algodón Reciclado……..... 39
La fibra de lino……..... 39
La fibra de ortiga……...…...…. 40
La fibra de cáñamo……..... 40
La fibra de carludovica palmata……...……...… 40
Madera de pino…….…. 40
Fibra natural animal……..…..….. 41
Lana de ovejas…….……...….... 41
Lana de alpaca…….…….…..... 41
Fibras artificiales…….……...….. 41
Tencel…….……... 41
Lenzing modal…….……...……... 42
Fibras sintéticas……..…….…… 42
Poliéster Reciclado…….……..... 42
Biopolímeros……..…….……...…… 42
Mono-materiales…… 43
Accesorios de bajo impacto……..... 43
Productos galvanizados……...……. 43
Producción……..…….. 44
Patronaje creativo……...…….. 44
Ampliar la vida de las prendas…….…..... 44
Prendas transfunctionales…….....**.....** 44
Prendas multifuncionales o reversibles…….…… 44
Prendas transtemporada…….……..…… 45
Prendas modulares……....…….. 45

Prendas con formas cambiantes……..... 46
Durabilidad de la prenda……..……... 46
Manufacturación sostenible…….……..… 47
Cadena de suministros transparentes…… 47
Ambientes laborales justas……..... 48
Técnicas de residuos en la industria……..... 48
Residuos bajos en el corte…….……..... 48
Residuo cero…….……...… 49
Procesos innovadores……..…….. 49
El desgastado al láser……..……..... 49
El lavado por la atmósfera…….....….. 50
El suavizado con nano-burbujas…….....…. 50
El tinturado Cold pad batch……..…...…… 50
Distribución…….…… 50
Transporte sostenible……..……..….. 51
Combustible renovable……...……... 51
Envases sostenibles……..……...……... 52
Tiendas de moda trabajan con lo sostenible……...…..… 52
Tiendas probador…….…….. 52
Tiendas eco-eficientes…….….. 52
Uso de la prenda…….…….. 52
Consejos de lavado y cuidado de la prenda……. 53
Colada de bajo consumo energético…….……..... 54
Reducir el lavado de la prenda…….……. 54
Prendas sin lavado……..... 55
Prendas diseñadas para mancharse…….……... 55
Secado sostenible de la prenda…….……..... 55
Prendas que necesitan poca plancha……..... 55
Prendas diseñadas para arrugarse…….…….. 56
Fin de la vida de la prenda……...…….... 56
Revalorización de las prendas…….…….. 56
Arreglo de las prendas…….…….. 57
Modificación de las prendas……..... 57
Reutilizar prendas……..... 58
Alquiler de prendas…….…….…… 58
Devolución de prendas a sus fabricantes…….. 59
Trueque de prendas…….…….. 59
Reciclaje…….……... 60
El reciclado mecánico…….……...…... 60
El reciclado químico……..... 60
Upcycling……..... 61
2.3.4 Responsabilidad del diseñador…….…….. 61
El diseñador como comunicador-educador…….…….…..... 62
El diseñador como facilitador……..... 62
El diseñador como activista……...…… 62
El diseñador como empresario…….……..... 63
2.3.5 Empresas y diseñadores que trabajan con la moda sustentable……..……..... 63

Artemas Quibble and the Creatures of Mme Du Barry……..... 63
Atelier Awash……...……...……..…….. 64
Carmina Campus…….……...…... 64
Denham……...……..…….. 64
Dominga……...……..……..…….. 65
Guate Va Vest……..…….……..…… 65
Hibrida……..……...…….. 65
Juana Díaz…….…….…….. 66
Kici & G-Star……...…..……. 66
Millecollines……...…….……..…….. 67
Patagonia & The Commonthreads Iniciative…….……..... 67
Veja……..…..……. 67
2. 4 HIPÓTESIS……..…..…… 68
2.5 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES…….……..... 68
2.5.1 Variable Independiente…….……. 68
2.5.2 Variable dependiente…….……. 68

CAPÍTULO III.
MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO...……. 69
3.1.1 Modalidad básica de la investigación……...… 70
3.1.2 Nivel o tipo de investigación…….……..… 70
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA…..…….. 71
3.2.1 Población…….……... 71
3.2.2 Muestra……..…….…… 72
3.3 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES……..……...……. 74
3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS……...…. 76
3.4.1 Ficha de campo……..…… 76
3.4.2 Lista de cotejo…….……..…… 76
4.4.3 Encuesta……. 77
3.4.4 Entrevista…….……..…… 77
3.5 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.……. 78
3.5.1 Analizar ficha de campo……..……...…… 78
3.5.2 Analizar de la encuesta……...…… 81
3.5.3 Analizar de la entrevista…….…… 86
3.5.4 Ficha de analogía……..…….. 88
Análisis de la matriz de analogía……... 91
Lineamientos del diseño de indumentaria sostenible……. 93
Análisis de la ficha de campo, entrevista y encuesta…….. 95
3.6 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS……...…… 98
3.6.1 Planteo de hipótesis……. 98
3.6.2 Estimador estadístico……. 98
3.6.3 Nivel de significación y regla de decisión……. 98
3.6.4 Cálculo de Chi-cuadrado X^2…….. 99
3.6.5 Tabla de frecuencia observada y esperada……. 99
3.6.6 Resultados…….. 99

CAPÍTULO IV
PROPUESTA

4.1 OBJETIVOS…… 100
4.1.1 Objetivo general……. 100
4.1.2 Objetivo específico……... 100
4.2 MEMORIA DESCRIPTIVA Y JUSTIFICATIVA……. 101
4.2.1 Proyecto……. 101
4.2.2. Referencias……... 101
4.2.3. Descripción del Proyecto…….. 118
4.3 MEMORIA TÉCNICA……... 110
4.3.1 Memoria técnica de materiales e insumos……. 110
4.3.2. Características técnicas……. 111
Características generales del producto…….. 111
Características específicas del producto…… 112
4.4 DISEÑO DEL PRODUCTO……... 113
Portada y contraportada……. 113
Introducción…….. 115
Analogías de las empresas…….. 117
Mapeo por lista…… 118
Mapeo gráfico……. 120
El encuentro con una cultura artesanal…….. 122
El comercio justo a través del compromiso ético……... 126
La promoción del producto por medios alternativos……... 129
La calidad del producto es un pilar fundamental de la moda sostenible…….. 132
Empresa Cardànas…… 135
Historia…….. 136
Gestión del proceso…… 136
Productos…… 138
Canal de distribución……. 138
Empresa Claudia Morrison……... 139
Historia……... 140
Gestión del proceso…… 140
Productos…… 142
Canal de distribución……... 142
Empresa Danny Arias……... 143
Historia……... 144
Gestión del proceso…… 144
Productos…… 146
Canal de distribución……. 146
Empresa Dominga……. 147
Historia……... 148
Gestión del proceso…… 148
Productos…… 150
Canal de distribución……. 150
Empresa Hosh……... 151
Historia……... 152
Gestión del proceso…… 152

Productos…… 154
Canal de distribución…… 154
Empresa Inti Eyewear…….…… 155
Historia……... 156
Gestión del proceso…… 156
Productos…… 158
Canal de distribución……. 158
Empresa Metier……..… 159
Historia……... 160
Gestión del proceso…… 160
Productos…… 162
Canal de distribución……. 162
Empresa Paqocha……..… 163
Historia…….. 164
Gestión del proceso…… 164
Productos…… 166
Canal de distribución……. 166
Empresa Shepherd…… 167
Historia……... 168
Gestión del proceso…… 168
Productos…… 170
Canal de distribución……. 170
Empresa Silvia Zeas……..…… 171
Historia……... 172
Gestión del proceso…… 172
Productos…… 174
Canal de distribución……. 174
Empresa Suspiro……...…… 175
Historia…….. 176
Gestión del proceso…… 176
Productos…… 178
Canal de distribución……...…….. 178
Créditos……...……. 179

CAPÍTULO V
RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
5.1. RESULTADOS…….…….…….…… 180
5.2. CONCLUSIONES……..…..……...…… 181
5.3. RECOMENDACIONES…….……..…….…….. 182

CAPÍTULO VI 184
BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS
6.1. BIBLIOGRAFÍA…….……...…… 184
6.2. ANEXOS…….…….…….…… 188

Anexo 1: Ficha de campo……..…… 188
Anexo 2: Lista de cotejo…… 189
Anexo 3: Encuesta……. 191
Anexo 4: Entrevista……... 192
Anexo 5: Paper…….. 193

ÍNDICE DE CUADRO

CONTENIDOS **Págs.**

Cuadro N°1 Clúster textil confecciones……..…... 71
Cuadro N°2 Operalización de la variable independiente…… 74
Cuadro N°3 Operalización de la variable dependiente……..…… 75
Cuadro N°4 Encuesta: pregunta #1…… 81
Cuadro N°5 Encuesta: pregunta #2……. 82
Cuadro N°6 Encuesta: pregunta #3……. 83
Cuadro N°7 Encuesta: pregunta #4…… 83
Cuadro N°8 Encuesta: pregunta #5…… 84
Cuadro N°9 Encuesta: pregunta #6…… 84
Cuadro N°10 Encuesta: pregunta #7…… 85
Cuadro N°11 Ficha de analogía…… 89
Cuadro N°12 Codificación de las empresas……. 91
Cuadro N°13 Cálculo del Chi-cuadrado X^2……..…… 99
Cuadro N°14 Tabla de frecuencia observadas y esperadas……. 99
Cuadro N°15 Ficha de materiales e insumos…… 110
Cuadro N°16 Características generales del producto……..….. 111
Cuadro N°17 Características específicas del producto……..… 112

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDOS **Págs.**

Gráfico N°1 Árbol de problema……..…… 12
Gráfico N°2 Ficha de campo: pregunta #1……..…… 78
Gráfico N°3 Ficha de campo: pregunta #2……..……. 78
Gráfico N°4 Ficha de campo: pregunta #3……..……. 79
Gráfico N°5 Ficha de campo: pregunta #4……...…… 79
Gráfico N°6 Ficha de campo: pregunta #5……..……. 80
Gráfico N°7 Ficha de campo: pregunta #6……..……. 80
Gráfico N°8 Ficha de campo: pregunta #7……...…… 80
Gráfico N°9 Ficha de campo: pregunta #8……..……. 81
Gráfico N°10 Encuesta: pregunta #1…… 82
Gráfico N°11 Encuesta: pregunta #2…… 82
Gráfico N°12 Encuesta: pregunta #3…… 83
Gráfico N°13 Encuesta: pregunta #4…… 83
Gráfico N°14 Encuesta: pregunta #5…… 84
Gráfico N°15 Encuesta: pregunta #6…… 85

Gráfico N°16 Encuesta: pregunta #7…… 85
Gráfico N°17 Entrevista: pregunta #1……..…..… 86
Gráfico N°18 Entrevista: pregunta #2……..……..…….. 86
Gráfico N°19 Entrevista: pregunta #3……..…… 87
Gráfico N°20 Entrevista: pregunta #4……..…… 87
Gráfico N°21 El proceso de diseño…….. 93
Gráfico N°22 Ciclo de vida cerrado de una prenda…….…. 94
Gráfico N°23 Gestionar la sostenibilidad en la moda……..… 94

ÍNDICE DE IMÁGENES

CONTENIDOS **Págs.**

Imagen N°1 Portada……..…….…….…….…….. 113
Imagen N°2Contraportada…… 113
Imagen N°3 Entreportadas #1…….. 114
Imagen N°4 Portada de analogías de las empresas…….……...… 117
Imagen N°5 Mapeo por lista: Cuenca y Quito……. 118
Imagen N°6 Mapeo por lista: Manabí y Tumbaco…… 119
Imagen N°7 Mapeo gráfico…….... 120
Imagen N°8 Entreportadas #2……..…….…..... 121
Imagen N°9 Artesano de Cuicuno……... 122
Imagen N°10Empresa Dominga, bordadoras de Zuleta…….……. 122
Imagen N°11 Empresa Metier, artesana de Montecristi…….. 122
Imagen N°12 Empresa Paqocha, hiladoras de Guamote……...……..… 122
Imagen N°13 Empresa Suspiro, tejedor de Cuicuno……..….. 122
Imagen N°14 Entreportada #3……. 125
Imagen N°15 Empresa Dominga, artesanas de Zuleta…….…... 126
Imagen N°16 Empresa Silvia Zeas, artesanas de Pulingui…….…… 126
Imagen N°17 Empresa Paqocha, artesanos de Guamote…….……...… 126
Imagen N°18 Empresa Metier, artesanos de Montecristi…….…….. 126
Imagen N°19 Entreportada #4……. 128
Imagen N°20 Empresa Cardànas, página web……..…..……..… 129
Imagen N°21 Empresa Hosh, página web……...…… 129
Imagen N°22 Empresa Shepherd, página web……...…….…. 129
Imagen N°23 Entreportada #5……. 131
Imagen N°24 Productos artesanales…… 132
Imagen N°25 Pulsera artesanal……...…….…… 132
Imagen N°26 Sombrero artesanal……...…….…… 132
Imagen N°27 Entreportada # 6……..……. 134
Imagen N°28 Logo de la Empresa Cardànas ……. 135
Imagen N°29 Empresa Cardànas, empresario…….… 135
Imagen N°30 Empresa Cardànas, tienda de productos……...…. 137
Imagen N°31 Empresa Cardànas, colección……..…. 137
Imagen N°32 Empresa Cardànas, colección……...…… 137
Imagen N°33 Empresa Cardànas, colección…….……... 137
Imagen N°34 Logo de la empresa Claudia Morrison…….……. 139

Imagen N°35 Empresa Claudia Morrison, diseñadora……..... 139
Imagen N°36 Empresa Claudia Morrison, casa abierta…….. 141
Imagen N°37 Empresa Claudia Morrison, colección…….…. 141
Imagen N°38 Empresa Claudia Morrison, colección…….…… 141
Imagen N°39 Empresa Claudia Morrison, colección…….……. 141
Imagen N°40 Logo de la Empresa Danny Arias……..…… 143
Imagen N°41 Empresa Danny Arias, diseñador……..…… 143
Imagen N°42 Empresa de Danny Arias, tienda……... 145
Imagen N°43 Empresa Danny Arias, colección…….…… 145
Imagen N°44 Empresa Danny Arias, colección…….…… 145
Imagen N°45 Empresa Danny Arias, colección…….……. 145
Imagen N°46 Logo de la Empresa Dominga…….…….. 147
Imagen N°47 Empresa Dominga, socias……..……..……... 147
Imagen N°48 Empresa Dominga, feria…….…….…….. 149
Imagen N°49 Empresa Dominga, colección…….……..…….. 149
Imagen N°50 Empresa Dominga, colección…….……..…….. 149
Imagen N°51 Empresa Dominga, colección…….……..…….. 149
Imagen N°52 Logo de la Empresa Hosh…….…… 151
Imagen N°53 Empresa Hosh, socias…….……..…….. 151
Imagen N°54 Empresa Hosh, tienda…….……... 153
Imagen N°55 Empresa Hosh, colección……..…… 153
Imagen N°56 Empresa Hosh, colección……..…… 153
Imagen N°57 Empresa Hosh, colección…….…… 153
Imagen N°58 Empresa Hosh, colección…….…… 153
Imagen N°59 Logo de la Empresa Inti Eyewear…….……...…..… 155
Imagen N°60 Empresa Inti Eyewear, socios……..……...…..… 155
Imagen N°61 Empresa Inti Eyewear, colección……...…….……..… 157
Imagen N°62 Empresa Inti Eyewear, colección…...……...… 157
Imagen N°63 Empresa Inti Eyewear, colección…...……..…. 157
Imagen N°64 Empresa Inti Eyewear, colección….....…… 157
Imagen N°65 Logo de la Empresa Metier……...……... 159
Imagen N°66 Empresa Metier, socios…….……...… 159
Imagen N°67 Empresa Metier, colección…….……..…. 161
Imagen N°68 Empresa Metier, colección…….……...….. 161
Imagen N°69 Empresa Metier, colección……..……..……. 161
Imagen N°70 Empresa Metier, colección…….…….……. 161
Imagen N°71 Logo de la Empresa Paqocha……...…….……... 163
Imagen N°72 Empresa Paqocha, socios…….…..……... 163
Imagen N°73 Empresa Paqocha, colección……...……. 165
Imagen N°74 Empresa Paqocha, colección…….…… 165
Imagen N°75 Empresa Paqocha, colección…….…… 165
Imagen N°76 Empresa Paqocha, feria…….…… 165
Imagen N°77 Logo de la Empresa Shepherd……...… 167
Imagen N°78 Empresa Shepherd, diseñadora……...…..…. 167
Imagen N°79 Empresa Shepherd, colección…..……... 169
Imagen N°80 Empresa Shepherd, colección……...……..… 169
Imagen N°81 Empresa Shepherd, colección…….……..…… 169
Imagen N°82 Empresa Shepherd, colección…….……...…… 169

Imagen N°83 Logo de la Empresa Silvia Zeas……..…...….. 171
Imagen N°84 Empresa Silvia Zeas, diseñadora……..…...…..… 171
Imagen N°85 Empresa Silvia Zeas, colección...…….…….....… 173
Imagen N°86 Empresa Silvia Zeas, feria……...…….…… 173
Imagen N°87 Empresa Silvia Zeas, colección……..……...…… 173
Imagen N°88 Empresa Silvia Zeas, colección…….……..…….. 173
Imagen N°89 Logo de la Empresa Suspiro…….……..…...…… 175
Imagen N°90 Empresa Suspiro, diseñadora……..……...…… 175
Imagen N°91 Empresa Suspiro, colección……..…….…..….. 177
Imagen N°92 Empresa Suspiro, colección…….…….…..... 177
Imagen N°93 Empresa Suspiro, colección……..…….…..... 177
Imagen N°94 Empresa Suspiro, colección…….…..…….…..... 177
Imagen N° 95 Créditos…….…..…….. 179

RESUMEN EJECUTIVO

La sociedad consumista, con la producción masiva, caracterizó al siglo XX. Y junto al advenimiento del modernismo la era de la industrialización tuvo su auge. El sistema de la moda aprovechó este movimiento y generó la moda rápida, como un sistema de producción flexible que ha generado que cada vez se produzcan más y se consuman más prendas cuya vida útil sea más corta, y por ende más barata. Los estragos del desarrollo industrial reflejados en el calentamiento global, y la devastación ambiental, han sido la característica del siglo XXI, que ha traído consigo después de todo ese desastre, el surgimiento de un pensamiento colectivo de reconciliación con la naturaleza denominado posmodernismo, enmarcado dentro de la macrotendencia hacia la sostenibilidad y la transformación del sistema de la moda, que significó el cambio de cantidad por calidad.

Aparece entonces la moda sostenible como una metamorfosis social que desafía la producción en masa, promueve el comercio justo y plantea un mejoramiento hacia la calidad de vida. Esta transformación no es ajena a nuestra región ecuatoriana, en la presente investigación, se constató la existencia de empresas que hacen diseño con responsabilidad social, y que resultan ser un referente con nuevos modelos de negocios que aportan al sistema de moda sostenible para el clúster textil confecciones, cuero y calzado, actualmente masivo e industrializado.

Se trató a la moda sostenible como una macrotendencia social generada por una corriente de pensamiento posmodernista, para definir los lineamientos del diseño de indumentaria sostenible. Aportó a ello el relevamiento de las empresas de moda lenta visibilizadas en la región, las mismas que fueron analizadas mediante un estudio etnográfico. Finalmente el mapeo de empresas que hacen diseño con responsabilidad social se planteó como propuesta para potenciar el desarrollo de la moda sostenible en la ciudad de Ambato, compilado en un porfolio.

PALABRAS CLAVES: Moda sostenible, moda lenta, moda ética y ecodiseño.

ABSTRACT

Consumerist society with mass production, characterized the twentieth century. And by the advent of modernism era of industrialization she had its peak. The fashion system took advantage of this movement and created fast fashion, as a flexible production system that has generated increasingly occurring more and more clothes are consumed whose life expectancy is shorter, and therefore cheaper. The ravages of reflected industrial development on global warming, and environmental devastation have been the hallmark of the century, which has brought about after all that mess, the emergence of a collective thought of reconciliation with nature called postmodernism, framed within the megatrend towards sustainability and the transformation of the fashion system, which meant the change of quantity for quality.

Sustainable fashion as a social metamorphosis that challenges mass production then appears promotes fair trade and poses an improvement to the quality of life. This transformation is not alien to our Ecuadorian region, in this investigation, it was found the existence of companies that make design with social responsibility, and that turn out to be a benchmark with new business models that contribute to the system of sustainable fashion for the textile cluster apparel, leather and footwear, now massive and industrialized.

It was sustainable fashion as a social megatrend generated by a current of postmodernist thought, to define the guidelines of sustainable clothing design. He brought to it the survey of slow fashion companies made visible in the region, the same as were analyzed by an ethnographic study. Finally mapping companies that make design with social responsibility was raised as a proposal to enhance the development of sustainable fashion in the city of Ambato, compiled in a portfolio.

KEYWORDS: Sustainable Fashion, slow fashion, ethical fashion and eco-design.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación nace como una respuesta a la escasa aplicación de la moda sostenible en el cantón Ambato, ya que la industrialización es el motor de las empresas que conforman el clúster textil confecciones y el clúster cuero y calzado. Por ello se hace necesaria la transformación del sistema de la moda, y el surgimiento de la moda sostenible como una alternativa que contribuya a preservar los recursos finitos del medioambiente.

El capítulo I, conlleva el análisis del planteamiento del problema y la contextualización en referencia a la industrialización de la moda, y se propone como objetivo general: analizar la moda sostenible como alternativa para el desarrollo potencial del sector textil confecciones en el cantón Ambato. El capítulo II se trata a la moda sostenible como una macrotendencia social generada por una corriente de pensamiento posmodernista, para definir los lineamientos del diseño de indumentaria sostenible.

El capítulo III, se enfoca en la parte metodológica de la investigación, en referencia al nivel, las técnicas y los instrumentos que se desarrollaron, además se definió la población y muestra para el referente estudio, y se utilizó la etnografía, que busca los conocimientos sociales con sus propios actores o sujetos con la finalidad de establecer una descripción e interpretación asertiva de la realidad.

El capítulo IV, plantea la propuesta que consiste en el mapeo de empresas visibilizadas en la zona, y se compila en un porfolio el mismo que especifica el modelo de gestión, historia, producto y distribución de estas empresas lentas generadoras de negocios transformadores y sostenibles.

El capítulo V, contiene los resultados, conclusiones y recomendaciones a las que ha llegado el proyecto de investigación, anhelando que el sector industrial cambie de un sistema de moda insostenible a un sistema de moda sostenible. Finalmente el capítulo VI, incluye la bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En la actualidad existe una escasa aplicación de moda sostenible en el cantón Ambato, ya que la industrialización es el motor de las empresas que conforman el clúster textil confecciones y el clúster cuero y calzado. En nuestro medio el sistema de la moda sigue siendo masivo, las empresas del sector apuestan a la producción en cantidad, en diversas partes del mundo este tipo de producción genera un gran nivel de contaminación. Al respecto se debe tomar en cuenta que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo. Por ello se hace necesaria la transformación del sistema de la moda, y el surgimiento de la moda sostenible como una alternativa donde se puede reutilizar o utilizar materia prima sustentable que ayude de alguna manera al medioambiente y sean productos de larga vida.

El eje principal de la provincia de Tungurahua es la producción industrial, existen 3194 microempresas, 357 pequeñas empresa, 61 medianas empresa y 18 grandes empresa. Las fábricas están ligadas a lo textil, cuero y calzado; especializadas en la elaboración de varios productos, que en su mayoría son utilizados y consumidos localmente y un porcentaje menor exportan a mercados de ámbito mundial. La mano de obra calificada es de zonas urbanas y peri urbanas con 12,5%. La provincia cuenta con mejores condiciones de ocupación a nivel

local con un 33,3%. Todas ellas orientadas a la producción masiva, responden a un ciclo de producción abierta. (Senplades, 2015, p.37).

El ciclo de regenerar los recursos de la naturaleza es un proceso lento, que dura años. Por cuanto, la industria de la moda trabaja a tiempos rápidos, y con una producción masiva promueve el desequilibrio. La Tierra está sufriendo el calentamiento global por una utilización desmedida de la energía en los procesos que genera la industria de la moda. Esta acción se la conoce como la huella de carbono producida por el dióxido de carbono (CO_2) que contamina el aire. Al transportar la materia prima y la distribución de la prenda están generando un alto porcentaje de emisiones de carbono. Al parecer a las empresas no les concierne esta situación, pues su enfoque son los ingresos económicos que están obteniendo y no evalúan el daño que están causando a la humanidad.

Al observar los cambios climáticos que existen en el planeta, trajo preocupación para el gobierno del Ecuador. De esa manera realizó un plan, donde se estableció leyes y normas para que la ciudadanía valore los recursos y para preservar el entorno. Pues lo dictaminó de la siguiente manera:

> "Comprometido con el Buen Vivir de la población, el Estado asume sus responsabilidades con la naturaleza. Asimismo, desde el principio de corresponsabilidad social, las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, los diversos sectores privados, sociales comunitarios y la población en general deben cuidar y proteger la naturaleza. La redefinición de relaciones entre personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, por un lado, y su relación con el ambiente, por otra, obliga a repensar la situación de las personas respecto de su entorno y del cosmos. De este modo, los seres humanos están en condiciones de redescubrir su relación estrecha con la Pachamama[1], y hacer del Buen Vivir un ejercicio práctico de sostenibilidad de la vida y de los ciclos vitales. La responsabilidad de tratar el agua y la biodiversidad como patrimonios estratégicos es un desafío para las políticas públicas del país. De ella se derivan retos, como lograr cambios significativos

[1] Pachamama: Madre tierra (Diccionario Quechua-Aymara al español).

en las instituciones que dirigen la política, la regulación y el control ambiental. Obliga, además, a impulsar la desconcentración efectiva en los territorios y articularla a la gestión de la nueva estructura estatal, bajo el principio de reconocimiento de la diversidad poblacional, cultural y ambiental, y sin olvidar que el Ecuador forma parte de una comunidad mundial. Para ello, es indispensable que los cambios planteados estén acompañados de transformaciones en los enfoques productivos y de consumo, a fin de prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental y, de ese modo, permitir al país enfrentar, estratégicamente, el calentamiento global" (Plan Nacional para el buen vivir, 2009, p.217).

Por esta razón el gobierno ha considerado implementar un plan para que los ciudadanos sepan que la naturaleza está siendo afectada por las malas prácticas de la industria, y el país está comprometido a perseverar este territorio. No obstante nuestros sistemas de producción contribuyen a la generación de contaminantes a un alto nivel. "La naturaleza es un sistema abierto con respecto a la materia (nada desaparece, todo se dispersa)" (Salcedo, 2014, p.15). Concordando con la autora todo lo que se utiliza se queda en su entorno. Es decir, se maneja altas cantidades de desechos de prendas y plásticos, que genera una contaminación desmedida.

La utilización de químicos para la obtención de la fibra de algodón convencional se fumiga con pesticida elaborado con petróleo para el crecimiento y maduración. En el proceso de la tintorería la fibra nuevamente debe tener contacto con más químico. Las empresas tampoco están tomando en cuenta que los trabajadores están sufriendo problemas de salud por la utilización de químicos sin los permisos y las capacitaciones adecuadas, para que trabajen sin peligro.

De alguna manera el efecto es que al utilizar químicos en las prendas de vestir está causando problemas de salud a los consumidores. Un ejemplo es el algodón convencional, utilizan fertilizantes para que crezca, para su maduración, y la tintorería para ponerle color. Las empresas tampoco están tomando en cuenta que los trabajadores están sufriendo problemas de salud por la utilización de químicos sin los permisos y las capacitaciones adecuadas, para que trabajen sin peligro.

Otra causa es la falta de conciencia social y responsabilidad por parte de los diseñadores, existe un desconocimiento respecto a que la moda es la responsable de un alto nivel de contaminación. Deben considerar el uso de materia prima sostenible para realizar sus diseños. Sin embargo, en la actualidad existen varios diseñadores que ya están trabajando bajo esta tendencia.

El consumidor no conoce el alto nivel de contaminación que crea la industria de la moda, debido a patrones dominantes que es de consumo y producción, generando un sistema de moda rápida que solo produce altos ingresos económicos. Según Salcedo (2014) nos dice que "nuestras prendas son cada vez más baratas, siguen modas cada vez rápidas y cada vez producen y se compra mas ropa. Todo esto responde a un nuevo sistema de la moda que parece que ha venido para quedarse la moda rápida". Existen marcas de ropa que producen colecciones de moda cada 15 días, por ello el consumista está pendiente para comprar ya que los costos son bajos y de baja calidad, generando una ropa desechable que se utiliza poco y luego aparece en los basureros. Esto crea, sin ninguna duda, contaminación, y el consumidor no se está tomando en cuenta esta situación a la hora de comprar.

La globalización es un sistema productivo que trajo estabilidad económica para algunas empresas que generan moda rápida, pero contrajo un desequilibrio ya que varios sectores se afectaron con este sistema como es el artesanal.

1.1 TEMA.

El eco-diseño una alternativa para el desarrollo potencial y su influencia en la moda sustentable en el cantón Ambato en el año 2015.

1.2 CONTEXTUALIZACIÓN.

A nivel mundial la producción y el consumo excesivo de prendas de vestir, en los últimos años ha sido beneficioso para algunas empresas que producen gran cantidad de ropa mensualmente. El sector textil genera empleo y economía, por ello existe un comercio. Este desarrollo está causando una devastación ambiental a un alto nivel, donde los recursos se están agotando. El proceso de regenerar los recursos renovables. Toma varios años para la naturaleza, por ello existe un desequilibrio en la actualidad ya que la industria de la moda rápida trabaja aceleradamente.

"El siglo XX fue el siglo de la ciencia y la tecnología. La época de crecimiento económico, el siglo del petróleo. En el siglo XXI estamos experimentando las consecuencias de los excesos del siglo anterior". Kumar (como lo citó en Salcedo, 2014) De alguna manera cada cosa que se realice tiene consecuencias a mayor escala, sin ninguna duda hubo un progreso en la tecnología, pero se contaminó a pasos agigantados la naturaleza. La industria de la moda es la segunda contaminante del medio ambiente después de la industria del petróleo.

La moda rápida en la actualidad es la piedra angular de varias marcas de moda, ya que están generando ingresos económicos altos, pero con prendas desechable de baja calidad, a costos muy bajos. La demanda de suministros baratos ha sido una carrera hacia el fondo, en el que las fábricas subcontratan a los postores más bajos, dando lugar a violaciones de los derechos humanos de los trabajadores y la contaminación no regulada del medio ambiente (química, agua, tierra, energía, gases de efecto invernadero, residuos sólidos). Las empresas deciden enviar su producción a países donde la manufactura es muy baja, como H & M, Victoria Secret, Nike, Zara, Mango, GPS, Marks & Spencer han tenido escándalos relacionados con las condiciones de trabajo en estas fábricas de sombra (Colleen, 2016).

El 24 de abril de 2013 en la ciudad de Dhacca, Bangladesh colapso una fábrica de ropa en la cual murieron 1133 personas y otros quedaron heridos, por las condiciones infrahumanas en que laboran estos empleados, ya que no existen regulaciones que los protejan, los sueldos son bajos, trabajan de doce a dieciséis horas diarias, no pueden tomar agua, ni ir al baño constantemente, también

explotan a los niños. A partir de este accidente lamentable se crea un movimiento llamado Fashion Revolution, en Inglaterra. El 24 de Abril de cada año se reúnen diseñadores de 79 países, donde fomentan campañas por la reforma sistémica de la industria de la moda con un enfoque de mayor transparencia en la cadena de suministros[2]. También impulsar la moda lenta (slow fashion) en los productos. Instando a los consumidores a apoyar el comercio justo[3] como una forma de mejorar las condiciones de trabajo en toda la cadena de suministro.

Los gobiernos han reconocido el problema, y advierten las consecuencias a través de organizaciones. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha determinado normas y leyes que los países deben acatar para conseguir bajar los índices de contaminación a nivel mundial. Esta organización determinó en el año 1987 que el desarrollo sostenibilidad es "El desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones". Es importante tomar en cuenta que si hoy se cambian las estrategias en el proceso de la industrialización y la conciencia del consumidor existirá un futuro prometedor.

> "En un momento de cambio climático errático y una disminución rápida en la biodiversidad y diversidad cultural, la eco-moda ha surgido en varias partes del mundo como un evento mediático y un cambio poderoso en el estilo de la vida cotidiana. Los investigadores de la historia de la moda ahora se refieren a la última década como la época de la "moda rápida" o "moda desechable", en el sentido que la comercialización masiva originó una cadena de creación, producción y consumo que, en general, no hacía visible el gran costo ambiental y humano de su producción" (Alex Blanch, 2008, p. 305).

Pero después de la catástrofe propiciada por el hombre, este mismo tiene que tomar una decisión de frenar la moda rápida masiva con propuestas de moda

[2] Cadena de suministros: Es una red de proveedores de bienes y servicios necesarios para fabricar, distribuir y vender (Gwilt, 2014).

[3] Comercio justo: Es la producción de moda y artículos relacionados para promover el desarrollo social, pagando precios justos por los productos (Gwilt, 2014).

sostenible, mediante diseños innovadores con materia prima de calidad y que sea reciclada a futuro.

El paradigma de la moda es “transformar la manera de hacer negocios, a rediseñar los métodos de producción y reinventar las prácticas de diseño de modo que sean sostenibles en el tiempo” (Salcedo, 2014, p.13). La moda no debe ser pasajera, lo que se busca prendas de calidad que estén en los guardarropas por un largo tiempo, para lograr bajar los niveles de contaminación que se mantienen actualmente en el planeta.

Algunas alternativas para lograr una sostenibilidad es el eco moda, moda ética, moda lenta y moda sostenible. El eco moda se refiere, que las prendas de vestir que se producen no afecten al medio ambiente, ya que trabajan con fibras orgánicas, biológicas y ecológicas, también los procesos de manufacturación y teñido de las prendas sean amigables con el entorno (Salcedo, 2014).

La moda ética, se enfoca en el medio ambiente, que cada proceso que realiza la empresa sean tranparentes, desde la fibra en bruto hasta el producto terminado. También su enfoque es la salud de los consumidores y empleados también buscan condiciones laborales dignas. El enfoque es social y medioambiental (Salcedo, 2014).

La moda lenta, involucra a diseñadores, compradores, distribuidores y consumidores, donde existe una consciencia social y medioambiente. Trabajan con fibras naturales, los procesos de manufactura son transparentes. Promueve el comercio justo, donde el artesano y empleados son tratados con respeto y obtienen salarios dignos (Salcedo, 2014).

La moda sostenible, respeta principalmente al medioambiente, trabajadores y consumidores. Como se logra esto, mediante la utilización de fibras naturales que son biodegradables, renovables y calidad. Cada proceso que realizan es tranparente ya que cuidan cada detalle. Los trabajadores obtienen un trato digno

sin jerarquías, salarios justos y salud. El consumidor es un eje primordial, ya que los productos son vendidos a precios justos (Salcedo, 2014).

Al determinar las similitudes entre estos términos, se podría considerar que la moda sostenible se enfoca en sí, en el entorno y la sociedad. Donde exista un respeto al medioambiente, trabajadores, consumidores y por supuesto que los procesos de manufacturación sean transparentes. El diseñador también forma parte de este problema, por esa razón, es importante cambiar su filosofía de crear colecciones fugases. Es un reto ya que tiene un pensamiento industrializado. Para lograr que el diseñador adapte la sostenibilidad en su vida profesional es necesario que cambie el proceso y busque alternativas en la selección de materia prima.

En la actualidad existen una gran cantidad de empresas y diseñadores de Europa como Kici & G-star, Lu Flux, Dalaleo, Denham, Millecollines, Teixudors, 959, Starfish, Elementum, Jasón Ross, Davide Grazioli, Mauro Pavesi, etc; que han tomado consciencia, y han decidido reducir el uso de materia y energía, consumiendo menos o desmaterializando el consumo. Están reutilizando productos no convencionales para sus diseños como papel, tapas de los botellas de gaseosas, costalillos, tejidos militares, paracaídas, cinturones de seguridad, neumáticos, botellas, piezas de segunda mano que lo adquieren en mercadillos para una renovación. De todos estos elementos están realizando diseños funcionales de larga vida. Como chaquetas, camisetas, bolsos, vestidos de alta costura.

En América existen varias empresas y diseñadores como Junky Styling, The Bea Project, Kaluna, Cylus, Osklen, Amazon life y Clare Bare, Elizabeth Brunner, Katrina Bea, Laura Forero, Nixa Sierra y Jasson Cuartas, Oskar Metsavaht, Tamiko Hirata, que buscan es que sus diseños estén con sus clientes por muchos años y de alguna manera no caigan en la moda rápida. Lo que están proponiendo son diseños más elocuentes que vayan de la mano con la naturaleza. Para estos diseñadores la moda representa un proceso íntegro y plantean alternativas que ayude al planeta con diseños innovadores.

La mayoría de diseñadores están reutilizando botellas de gaseosa, pasto, vallas publicitarias, radiografías, neumáticos, látex natural extraído de la planta del caucho donde los pobladores indígenas de la Amazonía realizan accesorios con esta materia prima. Con estos productos reciclados y productos orgánicos estos diseñadores, crean bolsos, carteras, zapatos, accesorios y prendas de moda.

El Gobierno del Ecuador, mediante un acuerdo, ha elaborado un Plan y referente a los recursos de la naturaleza determina que:

> "El Ecuador es un país multidiverso en paisajes, relieves y recursos naturales. El patrimonio natural ecuatoriano es un recurso estratégico de importancia nacional para el Buen Vivir, que debe ser utilizado de manera racional y responsable garantizando los derechos de la naturaleza, como lo establece la Constitución. El paisaje natural ecuatoriano, formado por áreas naturales, agropecuarias y urbanas, debe ser entendido como un solo territorio con diferentes usos y vocaciones, conformado por recursos renovables y no renovables, cada uno con sus particularidades específicas y una serie de presiones y conflictos que deben encontrar soluciones integrales en cada intervención. El adecuado manejo del patrimonio natural es la base del desarrollo nacional, considerando además que la estrategia de largo plazo enfatiza en la sociedad del bioconocimiento, la estrategia territorial debe enfocarse en el respeto, conservación y uso y manejo racional y responsable de todas las áreas de cobertura natural del país". (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2009, p.386).

La preocupación que tiene el gobierno es el deterioro del medio ambiente en las regiones vulnerables, por ello han generado normas y leyes que la ciudadanía y las empresas deben acatar con responsabilidad y cumplir a cabalidad estos acuerdos que se han establecido en el país y lograr cambios para futuras generaciones. En el país existen pocas empresas que reutilizan productos para sus diseños como es Fui, su materia prima son lonas, vinilo, cintas adhesivas, papel, plástico, caucho de llantas viejas, vallas publicitarias. Materiales que muchas empresas consideran desperdicios después de haberlas usado, pero para la empresa Fui los materiales que pueden hacer una infinidad de objetos como

bolsos, billeteras, monederos y otros productos confeccionados a mano. Dominga es otra marca ecuatoriana basada en el comercio justo, moda ética y sostenible. Su objetivo es que la gente valore la cultura ancestral. Propone productos con responsabilidad social y calidad con transparencia en los procesos de producción.

1.2.1 Árbol de problemas.

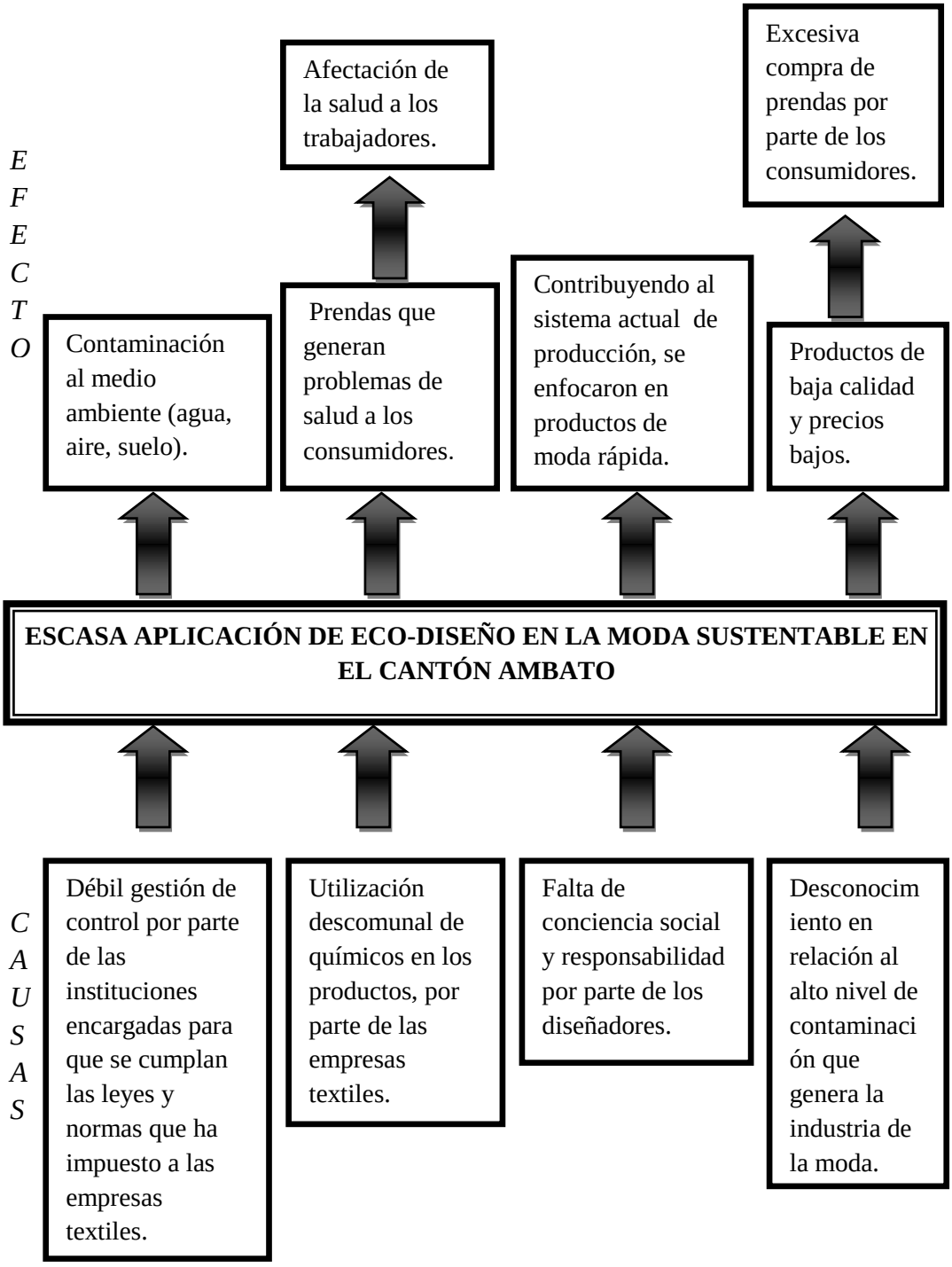


Gráfico N°1

Árbol de Problemas. Elaborado por Natalia Villalva.

1.3 DELIMINTACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN.

1.3.1 Campo.

Diseño de Modas.

1.3.2 Área.

Sostenibilidad.

1.3.3 Aspecto Específico.

Moda sostenible.

1.3.4 Delimitación temporal.

El trabajo se llevará a cabo en el período comprendido entre Septiembre 2015 – Agosto 2016.

1.3.5 Delimitación espacial.

La presente investigación se realizará en el cantón Ambato en la Provincia de Tungurahua, extendiéndose a otras regiones, para el cumplimiento de los objetivos.

1.4 JUSTIFICACIÓN.

Se ha observado que la moda sostenible es una corriente de pensamiento relativamente nueva, hay una escasa información referente a este tema en el país, y las empresas que están con esta filosofía de negocio en el cantón Ambato. Por ello se indagará adecuadamente para lograr los objetivos de la investigación y obtener el resultado para alentar a la industria a generar una moda sostenible que beneficie a la sociedad.

"No hay dualismo, es simplemente un enfoque diferente en el que diseñadores, compradores, distribuidores y consumidores son más conscientes del impacto de los productos de vestir sobre las personas y los ecosistemas" (Salcedo, 2014, p 33). La percepción de la autora que una parte de la sociedad ha tomado

consciencia con un enfoque diferente que exista un respeto a la naturaleza y la colectividad, en referencia a la producción.

Dentro del mundo del diseño de indumentaria, la moda sostenible nace como un fenómeno a las condiciones ambientales, que surgen por la mala administración de los recursos naturales existentes y que están siendo afectados actualmente, por la utilización de químicos en los proceso industriales, esto afecta directamente a la humanidad y es la causa principal de muerte en los últimos años como es el cáncer considerada la enfermedad del milenio.

Existen varias teorías, referentes al sistema de moda sostenible, en el cual se estudiaran y se analizarán los parámetros que deben tener los productos de esta macrotendencia. En referencia a los procesos se buscan alternativas que minimice el uso de químicos en los textiles. Una opción son tintes naturales, la utilización de fibras naturales como: algodón orgánico o reciclado, cáñamo, ortiga, etc. El reciclaje de las prendas es otra opción para renovarlas. Otros diseñadores están utilizando materia prima no convencional como papel, tapas de los refresco de gaseosa, costalillos, tejidos militares, paracaídas, cinturones de seguridad, neumáticos y botellas con diseños exclusivos que ayudan al reciclaje.

La presente investigación, marca la responsabilidad social de preservar el medioambiente. El respeto a las partes involucradas, dentro del proceso de una prenda de vestir, permitirá la transformación de un sistema de moda insostenible hacia un sistema de moda sostenible, lo que se busca es transformar el modelo de negocio de la matriz productiva en el cantón Ambato, para que sea una industria más sostenible.

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo general

Analizar la moda sostenible como alternativa para el desarrollo potencial del sector textil confecciones en el cantón Ambato.

1.5.2 Objetivos específicos

- Analizar como la moda sostenible se ha convertido en una macrotendencia social generada por una corriente de pensamiento posmodernista.

- Estudiar los lineamientos para el diseño de indumentaria sostenible.

- Plantear propuestas para potenciar el desarrollo de la moda sostenible en el cantón Ambato.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

Para la realización de este capítulo, es importante analizar antecedentes investigativos referente a la moda sostenible, moda ética, materia prima y temas relacionados con el reciclaje, de ahí se analiza cuáles son las propuestas más innovadoras y que aportan a este proyecto.

Salcedo (2014) en su libro *Moda ética para un futuro sostenible*, la industria de la moda ha generado fast fashion (moda rápida) donde se presentan productos de baja calidad y desechables. Por esa razón invita a empresarios, diseñadores y principalmente al consumidor para que sea parte de la moda sostenible. Pensar que la moda tenga un sentido, calidad y un desarrollo de diseño responsable. También considera que las empresas textiles tengan nuevos retos para generar un sistema sostenible mediante la utilización de fibras de algodón reciclado u orgánico con la certificación de comercio justo. Otra opción es la utilización de fibras de ortiga, lino, cáñamo excelentes por la calidad. La reutilización de prendas con diseños innovadores. En referencia a la manufactura que exista un control en los residuos de corte.

La teoría que propone es el proceso de diseño, donde el diseñador debe seleccionar la materia prima adecuada; en el diseño, pensar en el desmontaje de la prenda, crear lazos emocionales y el bienestar social. En la construcción de la prenda pensar en minimizar mermas y la durabilidad. En referencia al uso y cuidado pensar en el rol del usuario para alargar la vida de prenda finalmente gestionar los residuos.

Brown (2013) en su libro *Refashioned Moda vanguardista con materiales reutilizados*, considera que la moda tiene poder, que en la actualidad la norma a seguir es la moda rápida. Lamentablemente diseñadores y empresas no son completamente conscientes de la afectación del medio ambiente por los procesos de teñido y manufacturación, su objetivo principal es producir en grandes cantidades las prendas, pues su modelo de negocio es masivo.

Diseñadores y empresas han decidido parar con este sistema, con diseños masivos que la industria está generando actualmente, para lo cual se está impulsando la moda sostenible, que es la reutilización de productos no habituales para presentarlo al consumidor y que sean aceptados. Es importante mencionar que "La moda reutilizada y reciclada no es más que una expresión de esa idea, pero con una riqueza de talentos y de creatividad" (p.11).

La autora lo que busca, es que el usuario conozca el talento de estos diseñadores que tomaron la decisión de una moda sostenible entre ellos estan: Paulina Plizga, Raquel Freire, Clare Bare, Dalaleo, Lu Flux, Julia Barbee, Tamara Fogle, Carmina Campus, Saisei. Estos diseñadores quieren fomentar la moda sostenible y acojan estas prendas en sus vidas, ya que son productos exclusivos y de calidad. Los materiales que se está reutilizando son papel, tapas de los refresco de soda, costalillos, tejidos militares, paracaídas, cinturones de seguridad, neumáticos, botellas de gaseosas, piezas de segunda mano que lo adquieren en mercadillos para una renovación, los productos que están proponiendo en sus colecciones son: bolsos, collares, pantalones, camisas, blusas, vestidos de alta costura y chaquetas.

Valdés, Zen, Basterrechea Chalkho & Rey (2013) en su libro *Diseño participativo y sustentable*, la crisis económica mundial y climática no son fortuitos, ya que la humanidad no midió las consecuencias y utilizaron los recursos sin medida por esa causa está afectando directa a la sociedad. En referencia al capitalismo es una carrera por la obtención de beneficios, que contrajo una sobreproducción de objetos por esa razón produjo emisiones de dióxido de carbono (CO_2) sin ningún control que determinaron el cambio climático actual y sus efectos ecológicos adversos.

El diseñador se proyecta a partir del reciclaje o la reutilización de materiales que son descartados industrialmente o desechos, percibiendo con una mira ecológica que cualquier trozo de material no puede ser desperdiciado. Existe una buena colaboración entre artesanos y diseñadores, basada en el respeto mutuo en un trabajo compartido, procesos productivos e impulsar la creación de productos adaptados al mercado actual. El sector artesanal es sostenible, ya que permite un desarrolllo potencial para generar trabajo y tener un crecimiento económico, pero revalorizando la cultura y recuperando los conocimientos tradicionales, que se estaba perdiendo por los procesos de globalización.

Los autores determinan que el artesano debe estar incluido en este sistema sostenible ya que la artesanía es el motor actual de varias poblaciones a nivel mundial y necesita apoyo por parte de la sociedad. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) determinó en el año 1997, que:

> "Los productos artesanales son aquellos realizados por artesanos, bien totalmente a mano, con herramientas o incluso con medios mecánicos, siempre que la contribucion manual directa del artesano permanezca como el componente mas substancial del producto final. Se producen sin restricciones de cantidad y utilizando materiales primas porcedentes de recursos sostenibles. La especial naturaleza de los productos artesanales proviene de sus caracteristicas distintivas, que pueden ser utilitarias, esteticas, artisticas, creativas, culturalmente unidas y socialemente simbolicas y significativas". (Unesco, 1997, p.6)

La artesanía se distingue porque los productos son tradicionales que se realizan a mano o con herramientas que tienen una identidad cultural de la región, por medio de técnicas que desarrollaron sus antepasados y ha seguido por generaciones. Los materiales provienen de las mismas comunidades. Los atributos que debe tener un producto artesanal es que sea: tradicional, natural, campestre, virgen, rústico, simple, áspero, geométrico, antiguo, desgastado, cálido, alegre, lineal. Estos objetos que nacieron con ellos, reflejan la imagen de la comunidad mediante sus colores, características culturales de los pueblos y lo impregnan en los productos que son de carácter único, original y patrimonial. Si las personas no valorar este trabajo ancestral la competencia dejaría a los artesanos fuera del mercado, ya que no pueden producir en los tiempos exigidos ni conocen la demanda de los clientes.

Zuluaga (2014) en su tesis *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,* propone varias estrategias donde las empresas pueden bajar los índices de contaminación que ocasiona la industria. Para que exista un desarrollo sostenible debe fomentar una producción más limpia mediante la utilización del eco-diseño y alargar el ciclo de vida de los productos. Propone un plan de trabajo, donde las empresas se responsabilicen en salvaguardar al medio ambiente que utilicen estrategias de diseños enfocados en el reciclaje. También plantea minimizar los elementos no funcionales que no aportan a la calidad ni a la estética del producto. Es importante utilizar materia prima de origen natural ya que son biodegradables y reciclables para cuando el producto se encuentre en la etapa final de vida útil. Recomienda que las industrias implanten tecnologías para que disminuyan el consumo de agua, aire o energía.

Además indica que el comercio justo entre empresarios, que tengan las mismas oportunidades de vender, donde exista una competencia adecuada entre los productos que están proponiendo en el mercado. Indica que es importante conocer el punto de vista del consumidor con los productos sostenibles que sean menos tóxicos, que las prendas de vestir se las puede regenerar, para un futuro sostenible.

Faud-Luke (2002) en su libro *Manual de diseño ecológico,* considera que la humanidad se le denomina consumista ya que adquieren centenares de artículos para las diferentes actividades y no lo adquieren por necesidad sino por lujo. Las empresas han creado productos de uso práctico, funcional y que fuera del agrado del consumidor con un toque de distinción. El diseño del producto debe considerarse para que a futuro sean reparadas y ser recicladas, es importante minimizar la huella de la contaminación sobre el entorno. Los diseñadores conscientes crean sensibilidad e integridad entre los productos y los consumidores. Los materiales deben ser sostenibles pero que satisfagan las necesidades del consumidor sin acabar con los recursos naturales sin dañar a los ecosistemas y sin restringir las opciones disponibles a las generaciones futuras.

Mendiola, Zarza & Serrano (2011) en su libro *Diseño sustentable y responsabilidad social.* Mencionan que los problemas que aquejan actualmente a la sociedad, es la destrucción desmedida del medio ambiente y la globalización que se consolida en sociedades más desarrolladas e indiferentes ante otras sociedades subdesarrolladas. Estos factores están afectando directamente a la humanidad ya que los recursos están siendo desarrollados de forma desigual. Otro punto importante es la era del consumo, donde el cliente está destinado a consumir.

Es necesario concientizar a la sociedad y ayudar al medio ambiente, por lo cual alguien debe dar el primer pasó. El diseñador debe asumir este reto y proponer proyectos socialmente innovadores donde se muestre la responsabilidad social. Buscando proyectos que permitan generar calidad de vida y las causas solidarias. Este es un trabajo conjunto de ciudadanos, gobierno e industria para participar en este tipo de proyectos sociales. Generar diseños nuevos que sean funcionales, estéticos mediante el reciclaje y re-uso de materiales que generalmente se consideran como desechos urbanos. La capacidad de diseño sustentable es la disponibilidad de conocimintos previos para el ejercicio de una actividad creativa e intelectual por parte del diseñador. Donde el contexto es lo subjetivo, utilidad y aplicación de las alternativas de diseño que le brinda la posibilidad de tener responsabilidad a nivel cultural y natural. La sustentabilidad es el compromiso

social que desarrolla un diseño consciente o socialmente responsable, que permita crear cambios favorables, mejorar condiciones de vida del ser humano.

Los autores Pietro & Hamra (2010) en su libro *Diseñar hoy*, creen que las actividades descontroladas que realizan las empresas a nivel mundial para aumentar sus finanzas a generado "La crisis económica global nos acompañará durante más de una generación, y no solo durante un par de años, porque en realidad es una transición hacia la sustentabilidad" Sachs (como lo citó Pietro, 2010, p.181). En la actualidad existe un desequilibrio económico que los países han producido por las desmedidas ventas de los productos. Por eso la desigualdad económica de los recursos existentes, es evidente ver la destrucción del medio ambiente, las consecuencias actuales que son los desastres naturales proporcionados por el hombre "Si todos los insectos desapareciesen del planeta, en 50 años toda la vida de la tierra se terminaría…si todos los seres humanos desapareciesen del planeta, en 50 años todas las formas de la vida florecerían" Salk (como lo citó Pietro, 2010, p.181). Los bosques son ejemplos de sistemas biológicos sustentables, son invisibles ciclos químicos de redistribución del agua, oxígeno, nitrógeno y el carbono a través de sistemas vivos y no vivos que han sostenidos la vida durante millones de años. La población humana ha aumentado, los ecosistemas naturales se han reducido por ello existe un desequilibrio en los recursos. Lo que se busca es una conciencia colectiva para rescatar, preservar el medioambiente y la humanidad como parte de la naturaleza. Parte de la sostenibilidad se refiere a la cultura que sostiene tradiciones, lenguas y pueblos como patrimonio.

El diseño es crucial para avanzar hacia la sustentabilidad como: meditar, generar, producir, entregar, recibir, consumir, desechar y reemplazar productos y no poner en peligro el bienestar de los demás y el mundo. Es necesario pensar, actuar en el hoy también en el futuro se considera que la clave es mejorar el rendimiento, lograr una mayor competitividad. Los diseñadores tiene una gran responsabilidad de generar productos adecuados pero enfocándose en la sustentabilidad. Las empresas deben tomar en cuenta los materiales a utilizar sea de menor volumen, reducir la diversidad de materiales para su fácil reciclaje, es

importante evitar sustancias tóxicas, se exhorta la elección de materiales renovables o reciclados para garantizar el producto. Es necesario que exista un diseño de desmontaje donde las partes sean fáciles de separar para la re-manufacturación o reciclarlas. Controlar la energía para la producción, uso, distribución y eliminación del producto o servicio. Extensión de vida del producto mediante el mantenimiento de las partes, para retardar el procesamiento de la eliminación. Reducir al mínimo el transporte. El ciclo de vida de un producto es un elemento clave a la hora de diseñar los productos.

Existe responsabilidad social por parte de las empresas referente a no arruinar el medio ambiente, el trato a los empleados, clientes y por supuesto la comunidad. Algunas empresas no cumplen con las normas esto atrae stress en los empleados por un trabajo explotado y exhausto. Otro propósito es la erradicación de la pobreza en países que han sido abandonados por todos los sistemas económicos.

2.2 BASES TEÓRICAS.

Para la presente investigación se analizará la tesis propuesta por los autores Bauman, Lipovetsky, Maffesoli, Papanek en la cual hacen referencia a la modernidad, la naturaleza no formó parte en las decisiones que tomó la industria, su enfoque fue pensar en sí mismos, se alejaron del entorno para producir en masa. La globalización predominó por décadas, dónde el consumismo fue la clave para que la industria de la moda se mantenga, ya que generó altos ingresos económicos. Pero surgió un desequilibrio de recursos donde las consecuencias fue el calentamiento global. Viendo esta situación, un sector de la sociedad, con un enfoque de pensamiento colectivo, denominado post-modernismo que busca reconciliarse con la naturaleza, para bajar los índices de contaminación que existen en la actualidad.

Bauman (2004) en su libro *Modernidad Líquida,* considera que "Sería imprudente negar o menospreciar el profundo cambio que el advenimiento de la modernidad fluida ha impuesto a la condición humana" (p.13). Una modernidad donde clases sociales permanecen bajo criterios distintos. La modernidad contrajo

poder económico a ciertos sectores de la sociedad, pero se volvió precario, inestable, pero totalmente efímero. Dónde todo valor se convierte en producto de consumo, destinado a la satisfacción del ego, la fantasía, el deseo y esto se materializa de forma fugaz.

De hecho, Bauman considera que la modernidad sólida era la modernidad preocupada por el orden y el capitalismo, produjo un esclavismo donde los seres humano estan atados a los prejucios dictado por la sociedad y no tienen libertad de expresar lo que sienten. Sin embargo a pesar de los cambios y contradicciones, los más perjudicados de esta modernidad siguen siendo los pobres. La pobreza es agravada tanto por el crecimiento económico, esta modernidad, no es benévola con los débiles. Por tanto el egoísmo de los ricos y su pensamiento erróneo de pensar en si mismo, ha traido este desequilibrio económico que afecta a la humanidad en la actualidad. La sociedad debe aportar autoconsciencia, solidez y debe existir una cooperación colectiva de trabajar en conjunto para fortalecer la libertad de elección de cada individuo y ser aceptada por el mundo.

También se ha revisado la tesis de Lipovetsky & Serroy (2015) en su libro *La estetización del mundo,* el capitalismo es un modo de producción estético donde el diseño, la moda y la decoración son atrayentes al consumidor mediante la publicidad donde se genera seducción, afecto, sensibilidad y emociones los atrapa para que compre sin medida y necesidad. El **industrialismo está** capacitado para aumentar las riquezas mediante la producción y distribuyendo en gran magnitud de los productos en las diferentes clases sociales. Esto ha generado una crisis económica y social profunda, donde se produjeron desigualdades llevándolo al empobrecimiento de cierta parte de la sociedad, aniquilando las capacidades intelectuales, afectivas y estéticas de las personas. Y por su puesto un agotamiento al planeta, por el consumo de los recursos, provocando grandes catástrofes ecológicas.

Se menciona que un ciclo nuevo de economía y estética, donde se apartan y se origina un capitalismo artístico donde se produce y distribuye mercancías más eficaces en el cual el comercio se vuelva un arte donde se enaltezca y embellezca al individuo con productos que tenga un sentido ético. Lo que se busca son

trabajos eficaces, valores humanistas, donde este involucrado el medio ambiente, proporcionar salud a los involucrados y educación. Para generar este nuevo giro estético es necesario que la sociedad esté dispuesta a aceptar este cambio hoy y sea más rentable a futuro.

Al analizar la tesis de Lipovetsky (1996) en su libro *El imperio de lo efímero*, se establece que la moda es fugaz, al pasar el tiempo ha causado conflictos de índole social y económica. Esta moda se halla al mando de las colectividades, esta seduciendo al consumidor y se vuelve efímero, para convertirse en parte de la vida colectiva moderna, dominadas por la frivolidad. La industria de la moda es un vínculo de sociedades imitadoras que atrae las novedades extranjeras que proponen implementar en el pensamiento del consumidor.

Lipovetsky indica que "La moda provoca el reflejo crítico antes que el estudio objetivo, se la evoca para fustigarla, marcar distancias, deplorar la estupidez de los hombres y lo viciado de sus asuntos: la moda son siempre los demás, el olvido del Ser" (p.9) la industria de la moda solo piensa en su bienestar, pues las empresas están produciendo cantidad excesivas de prendas para satisfacer necesidades pero no es así, están colapsando el sistema con productos que son una curiosidad pero a la larga se vuelve una pasión fatal, irresistible a la vez, compran sin medida y se torna una obsesión.

Maffesoli (2004) en su libro *El tiempo de las Tribus*, las sociedades se están transformando mediante las formas modernas exuberantes, donde la humanidad está concentrada en las cosas de mundo que son efímeras y efervescentes. Lo que trae como consecuencia una sociedad cambiante donde las costumbres se imponen, dejando la identidad del ser y atrayendo tristeza. Es importante que cada persona busque la felicidad y luche por esa libertad. La postmodernidad ha dejado de lado los sentimientos, las pasiones y los ideales, se han sustituido por la razón es un pensamiento erróneo que existe un conflicto constante entre grupos sociales por el poder y la posición.

Otro aspecto que el autor menciona que el despertar de la sensibilidad intelectual, es necesaria para la comprensión de la vida cotidiana en tiempos

modernos. Esta sociedad se dividió en pequeñas tribus que se unieron para comprender, entenderse y arreglar lo que fue dañado por las sociedades anteriores. Hay que darse cuenta que estas sociedades actuales están sometidas a toda una serie de cambios rápidos y efervescentes, que las van transformando de una manera irremediable. Esta se la considera la era de las tribus, donde lo económico, social, es un fenómeno cultural, donde la revolución espiritual, los sentimientos pone en realce la alegría de la vida primitiva y nativa. El individuo se individualiza en un yo colectivo.

Papanek (2014) en su libro *Diseñar para un mundo real*, "Todos los hombres son diseñadores. Todo lo que hacemos casi siempre es diseñar, pues el diseño es la base de toda actividad humana. La planificación y normativa de todo acto dirigido a una meta deseada y previsible constituye un proceso de diseño" (p.28). Diseño es el esfuerzo consciente del ser humano para establecer un orden significativo como bello, feo, apagado, desagradable, realista, oscuro, abstracto y bonito. Ese orden lo determina el diseñador mediante la simplicidad, elegancia y una exactitud esencial. El diseño debe tener un valor estético y función.

El autor determina seis componentes importantes a la hora de diseñar como: método, necesidad, utilización, telesis[4], asociación, estética. El cual describe de la siguiente manera: el método es la interacción de herramientas, tratamientos y materiales, el uso honrado del material, utilizarse de modo óptimo. Para la utilización del producto es necesario una investigación adecuada para lograr que se aceptada por el consumidor.

La necesidad se enfoca que el diseñador solamente satisface las necesidades y deseos pasajeros al consumidor y no en las verdaderas necesidades como las económicas, psicológicas, espirituales, tecnológicas e intelectuales que fueron manipuladas por la moda y la novedad. La industria estropeó la idea y prefirió ignorar la función del diseño enfocándose en vestimenta barata para desecharla rápidamente, se utilizó cambios tecnológicos acelerados para dar lugar a la

[4] Telesis: Es comprender, aplicar principios de la naturaleza, es una simple herramienta de copia. Para mejorar estos procesos se necesita la colaboración de otros sectores como la química o la ingeniería (Dictionary American College).

obsolescencia tecnológica. Todos consideran que la adquisición y propiedad es importante para su status y no creen en la posibilidad del alquiler.

El contenido telesis es el diseño que debe reflejar la época y las condiciones del lugar, y ajustarse al orden humano socioeconómico general en el cual va a actuar. Las incertidumbres, presiones de la sociedad hacen que mucha gente piense que la manera más lógica de recuperar los valores perdidos es salir a comprar impulsivamente eso es una equivocación peligroso que solo refleja una inseguridad al consumidor. Otro punto importante es la asociación entre el producto y el consumidor donde este busca elegancia, precisión, fácil transporte, eficiencia tecnológica y que sea demostrable. Estética es una herramienta que al diseñador le ayuda a configurar formas, colores hasta obtener productos que llevan a conmover, agradar, excitantes, llenar de encanto, significativas y hermosas. También se la considera una simple expresión personal, cargada de misterio y rodeada de disparates. Sin embargo a unos gusta y a otros disgusta depende de la perspectiva del consumidor.

La industria de la moda ha traído un desequilibrio al medioambiente por la producción en masa considerada ropa desechable por la mala calidad. Las autoras Fletcher y Gwilt, al analizar la problemática actual que ha generado las marcas de ropa, consideran que debe existir una trasformación del sistema de producción actual. Desde la utilización de fibras naturales, manufacturas más sostenibles, un ambiente de trabajo óptimo y sueldos justos. Trabajar de la mano con el medioambiente, bajar los químicos en la industria o la utilización de tintes naturales. Diseños funcionales y pensados para la reutilización y reciclaje finalmente consejos en el cuidado de las prendas.

Fletcher & Grose (2012) en su libro *Gestionar la sostenibilidad en la moda,* la moda y la sostenibilidad pretenden reunir algunos enfoques de aprendizaje con el propósito de provocar acción y cambio. Al relacionarse con varios grupos sociales como agricultores, políticos, artesano, académicos, químicos también empresarios han aportado distintas perspectivas como propuestas, ideas y oportunidades para la práctica sostenible en el ámbito de la moda. El comercio y la moda han contribuido a formar sus propias filosofías buscando cambios, transformaciones

en los procesos, materia prima, distribución y consumo. La moda es un lenguaje global, que tiene la capacidad de despertar las mentes más creativas, dar formas a las condiciones culturales por ello proponen nuevas maneras de actuar en este mundo.

Pretende ofrecer una visión coherente de ese concepto de moda y sostenibilidad que hará referencia a ideas como transformar los productos de moda que conlleva materiales, procesos de elaboración, distribución, cuidado de la prenda y eliminación. Transformar los sistemas de la moda mediante la adaptabilidad, vidas optimizadas, uso de bajo impacto, servicios y uso compartido, local, bio-mimética[5], velocidad, necesidades y compromiso. Transformar la práctica del diseño de moda, enfatizar el diseñador que se involucra en otras facetas ya sea como comunicador, educador, facilitador, activista y empresario. Lo que se busca es abrir nuevos caminos, apoyar el esfuerzo de otros, invertir en nuevos negocios, financiar las investigaciones y su desarrollo, proporcionar un suelo fértil para que las nuevas generaciones que crezcan se multipliquen y adquieran verdaderas riquezas. Para obtener un futuro sostenible el diseñador de moda debe poner en práctica algunas estrategias. Realizar diseños que estarán determinados por el impacto en lugar de tendencias. Es necesario que los diseñadores utilicen materiales disponibles de cada región, procesos también técnicas por ende respetando las condiciones medioambientales del lugar y los ecosistemas regionales. Optimizando el uso de energía incorporada, agua en la producción de prendas, mediante un buen uso y reutilización. Es necesario que los diseñadores utilicen el conocimiento referente a la sociología, ética, psicología y la ecología para ayudar e impulsar modelos de negocio completamente nuevos. El comercio seguirá siendo un gran impulsador, pero el éxito se medirá según el valor social, cultural y medioambiente. El volumen de producción lo marcará el ecosistema mediante un plan de la empresa, pero respetando la calidad social y medioambiental.

[5] La bio-mimética: Es comprender, aplicar principios de la naturaleza. Es una simple herramienta de copia. Para mejorar estos procesos se necesita la colaboración de otros sectores como la química o la ingeniería. (Fletcher & Grose, 2012).

Gwilt (2014) en su libro *Moda sostenible*, recomienda a los diseñadores que la sostenibilidad es una práctica constante dónde exista varias estrategias para crear una moda en la cual se conserve y se valore las prendas. Para prosperar la moda sostenible es necesario cambiar la forma de manufacturar, concientizar al consumidor de la responsabilidad de reducir los impactos causados a lo largo del ciclo de vida de la prenda[6] que tanto daño ha causado. El diseño debe ser innovador pero a la vez analizado que esa prenda en un futuro debe ser reciclada para ello de ser de fácil desmontaje, materiales de calidad. Para que el consumidor arregle o modifique los productos según su conveniencia.

Considera que el ciclo de vida de la prendas es algo fundamental que hoy por hoy no se toma en cuenta en las grandes industrias. Por ello es importante conocer que la moda rápida trabaja con el ciclo de vida abierto que es el proceso de la fibra, producción textil, diseño, fabricación, distribución, venta, fase de uso y finalmente los basureros que pasa al vertedero. En cambio la moda sostenible trabaja con el ciclo de vida cerrado y su proceso es la obtención de fibra, producción textil, diseño, fabricación, distribución, venta, fase de uso, basureros, revalorización, reutilización, el consumidor desecha el producto de forma responsable y reciclaje. Es necesario aplicar los conocimientos para mejorar el valor medioambiental y ético de la prenda.

2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES.

2.3.1 Moda rápida.

También conocida como fast fashion, este modelo comercial lo están practicando las empresas de firmas internacionales de moda y las grandes cadenas de distribución. Se caracteriza por la rapidez con la que diseñan y producen colecciones de prendas de vestir, por ello llegan a sus clientes con mayor frecuencia, con un bajo costo tanto económico como psicológico del consumo.

[6] Ciclo de vida de una prenda: Se refiere al recorrido de un producto, desde la obtención de la fibra en bruto, hasta su eliminación (Gwilt, 2014).

“Es más fácil de usar y, sobre todo, de dejar de usar, ya que ha costado poco” (Salcedo, 2014).

Gwilt (2014) la moda rápida, es la producción en masa, el uso, la eliminación de la ropa. Esta moda lleva las tendencias de la pasarela a la calle rápidamente, además la industria de la moda tiene una variedad de impactos al medioambiente.

La moda rápida ha generado más impacto que en otros sectores de la industria, así las empresas disfrutan de los beneficios de este crecimiento económico. Esa repercusión es una contaminación alta, la disminución de los recursos y el cambio climático. Algunas empresas proponen el just in time (justo a tiempo) esto ha permitido que los producto terminados estén en tres semanas en las tiendas para su venta, todo es posible gracias al apetito superficial de los consumidores, la rapidez de la producción es por la ayuda de la tecnología. Los bajos precios dan lugar a cambiar el guardarropa constantemente. De esta manera se compra cantidades ropa y se desecha prontamente, por la baja calidad de los tejidos y la confección pésima que no resiste las lavadas y se deforman con facilidad (Fletcher & Grose, 2012).

Sistema insostenible.

Salcedo (2014) la insostenibilidad es un modelo económico que conquisto a la civilización industrial. En la actualidad existen una variedad de empresas que siguen este sistema, donde producen prendas de baja calidad, adquiriendo así la moda rápida. Su enfoque primordial es el poder adquisitivo. Algo que se ignora es el deterioró, al que está siendo sometida la naturaleza, y el peligro eminente que se está palpando hoy en día, reflejadas en las catástrofes naturales.

Gwilt (2014) el sistema de insostenibilidad se debe al ciclo de vida abierto de la prenda, el cual se lo determina así: producción de la fibra, proceso de diseño, manufacturación, distribución y venta del producto. Fase de uso del cliente y fin de vida de la prenda y directo a los basureros. La industria produce moda rápida ya que sus ventas son inmediatas.

La insostenibilidad no cumple un proceso de análisis en las estructuras y prácticas, y estas empresas no tienen presente al medio ambiente y bienestar social, por esa razón no se preocupan de ser humano y sus necesidades. Solo viven de las superficialidad y buscan generar economías egoístas (Fletcher & Grose, 2012).

Este sistema ha generado toneladas de basura, el sistema consumista obliga al consumidor a comprar, usar y desechar las prendas rápidamente, así la industria de la moda rápida produce y vende prendas en tiempos cortos.

2.3.2 Moda sostenible.

Esta moda lo que busca que la industria subsista en el tiempo, mediante la calidad en los productos, promoviendo unas buenas prácticas sociales y medioambientales. Que exista un respeto a los trabajadores, que tengan condiciones laborales dignas, también fomentar el comercio justo. Es importante que las fibras sean naturales ya sean ecológicas y orgánicas (Salcedo, 2014).

Moda lenta.

Con esta filosofía de moda se involucra a diseñadores, compradores, distribuidores y consumidores. Que buscan que las prendas de vestir que utiliza el usuario, no afecte a los ecosistemas. Por lo cual que las manufacturas cumplan con los parámetros que conlleva obtener prendas de calidad, desde la obtención de la fibra en bruto hasta los acabados. También que los empleados tengan condiciones de trabajo dignas y sueldos justas (Salcedo, 2014).

Fletcher & Grose (2012) la moda lenta representa la ruptura de las prácticas actuales en el sector de la moda. Es una visión diferente pues fomenta una nueva infraestructura para trabajar en una producción a pequeña escala. La técnica artesanal es una opción para realizar productos con artesanos del sector utilizando materia prima del lugar y vender en los mercados locales. Lo que se busca es una relación estrecha de confianza cuando el artesano realiza su trabajo y el consumidor reconoce que ese producto es de calidad. Es importante que exista una

conciencia en el proceso de diseño, respeto con los trabajadores, comunidades y por sus puesto los ecosistemas.

Moda ética.

Su enfoque es el medioambiente, mediante la utilización de fibras naturales. Pero además se toma en cuenta la salud de los consumidores y por su puesto las condiciones laborales de los trabajadores. Enfocados en lo social y medioambiental (Salcedo, 2014).

Ecomoda

Se encamina directamente con el medioambiente, que los procesos de manufacturación de las prendas no sean prejudiciales. Por ello trabajan con fibras naturales con términos orgánicos, biológicos y ecológicos (Salcedo, 2014).

Gwilt (2014) el diseño ecológico o verde intenta evitar el impacto ambiental. Lo que se busca es trabajar de la mano con la naturaleza en todo el proceso de las prendas alargando el ciclo de vida. El objetivo principal es evitar, reducir, o eliminar el impacto que pueda contaminar, destruir o reducir los recursos naturales del planeta.

Sistema sostenible.

Salcedo (2014) la industria de la moda sostenible invita a las empresas y diseñadores a realizar productos de calidad y que el consumidor adquiera un compromiso, de que al adquirir ciertas prendas permanezcan más en su guardarropa y no las liquiden, porque van a parar en los basureros en un corto tiempo de uso. La moda sostenible consiste en un sistema donde la industria subsista en el tiempo, ya que los recursos que se tiene están contaminados y lo que se necesita es bajar el impacto ambiental. Pensar en un sistema social donde el medioambiente este tomado en cuenta, donde el consumo de prendas sea equilibrado.

Este sistema sostenible depende de ciclo de vida cerrado de la prenda donde algunas empresas, diseñadores y consumidores están tomando en cuenta este

proceso: desde que la obtención de la fibra, producción textil, proceso de diseño, fabricación y acabados de la prenda, inmediatamente la distribución y venta. Fase de uso de la prenda por parte del consumidor, fin de uso y directo a los basureros. Es importante que la prenda tenga una segunda vida mediante la revalorización y reutilización. El consumidor desecha el producto de forma responsable y se recicla nuevamente. Este ciclo ayudará a bajar los índices de contaminación (Gwilt, 2014).

2.3.3 Vida de la prenda.

Salcedo (2014) recomienda: para que la prenda tenga larga vida es necesario un proceso de reparación. Consiste en seleccionar materiales de calidad y apostar por una fabricación duradera. Esto hará que el cliente no adquiera más prendas para su vestuario. Cada prenda debe tener un cuidado adecuado para que tenga larga vida, utilizando jabones que sean amigables con la naturaleza. Es importante que las prendas sean modificas y arregladas para su uso.

Como Fletcher & Grose (2012) exponen que la manera en el que el usuario lava, seca y cuida la ropa no es la adecuada ya que produce un impacto medioambiental. Es importante mencionar que todas las prendas no son iguales, como los consumidores las consideran, algunos califican y separan la ropa cuidadosamente, lavan en cargas reducidas, en cambio otros colocan las prendas juntas a la misma temperatura por ello prendas deterioradas.

Ciclo de vida abierto de una prenda.

Salcedo (2014) el ciclo de vida abierto de un producto, consiste en producir la fibra y los tejidos, continuar con el proceso de diseño, la manufactura como el patronaje, corte y confección de la prenda. La logística y distribución del producto, también su uso y mantenimiento. Y por último el fin de vida del producto, donde el usuario bota las prendas en los vertederos. Las empresas en la actualidad proponen este ciclo para que el consumidor se deshaga de las prendas y compre rápidamente.

El ciclo de vida abierto de una prenda es el origen la obtención de la fibra ya sea natural y sintética, la producción textil se refiere al proceso de hilado, tejido y teñido del textil. También el proceso de diseño, fabricación, distribución y venta. La fase de uso depende del consumidor por el cuidado que le da a la prenda. El fin de este ciclo son los vertederos (Gwilt, 2014).

Ciclo de vida cerrado de una prenda.

Gwilt (2014) el ciclo de vida cerrado de la prenda, inicialmente la obtención de la fibra ya sea natural o sintética. La producción textil que conllevan la hilatura, tejedura, y la tintura; el proceso de diseño, fabricación referente a patronaje, corte y confección de la prenda. También la distribución y venta de los productos. La fase de uso y mantenimiento es responsabilidad del usuario y el fin de la prenda son los vertederos. Las prendas pueden ser revalorizadas, reutilizadas, trueque y reciclaje.

A continuación se plantea lineamentos que permitan transformar el sistema de la moda insostenible por un sistema más sostenible.

Diseño.

Diseño sostenible.

Es importante que los diseñadores tengan en la mira la sostenibilidad a la hora de realizar sus propuestas de diseño, para ello se recomienda no utilizar muchas telas e insumos en las prendas, otro punto importante es restringir tejidos de composiciones mixtas. Es preferible que sea el 100% lana, 100% algodón, 100% poliéster, etc. Estos puntos hay que tomar en cuenta ya que en un futuro estás prendas pueden ser recicladas, y pueden ser de fácil desmontaje (Salcedo, 2012).

Gwilt (2014) existen varias estrategias de diseño sostenible que se centran en implementar mejoras medioambientales. Como minimizar el consumo de recursos, elegir procesos de bajo impacto, la selección de materiales exclusivos de buena calidad y ser amigables con la naturaleza. Para mayor durabilidad de la prenda, es necesario reforzar las uniones para que no se desgasten con facilidad. Otro punto importante es que el diseño este pensado para desmontar la prenda

mediante la separación de las partes de una forma rápida y sencilla para reutilizar o reciclar sus materiales y componentes. En la fase de uso es preciso que el consumidor mire las etiquetas de lavado las prendas y no las estropee.

Diseño con necesidades especiales.

A la industria de la moda le cuesta responder a las necesidades de algunos miembros de la sociedad, como las personas con discapacidad, con problemas de salud y ancianos. Los diseñadores no generan diseños para estas personas, por eso deben adaptarse a las prendas que encuentran en el mercado. Los diseños deben generar un bienestar emocional, independiente y ofrecer seguridad (Gwilt, 2014).

Diseñar con empatías personalizadas y únicas.

El diseño sostenible debe establecer una relación duradera entre el usuario y la prenda, por lo cual el usuario cuida, conserva y valora la prenda hasta el fin de su vida útil, reduciendo así el consumismo. Un punto importante es lo emocional, el diseñador escucha a la gente sus inquietudes para ello utiliza ese enfoque para diseñar y realizar su colección. Para algunas personas que conservan las prendas ya que son únicas y personalizadas, pueden transformarlas mediante procesos simples de fácil desmontaje (Gwilt, 2014).

Fletcher &Grose (2012) indican que el comportamiento del consumidor frente a las prendas depende de un diseño único y personalizado, pues ese vínculo emocional alarga la vida del producto. La vida útil de un producto duradero se encuentra en las señales sentimentales y culturales de la prenda. La clave es diseñar productos de calidad, es una estrategia para la sostenibilidad.

Diseñar con el usuario por medio de la tecnología.

Gwilt (2014) el contacto directo entre consumidores y pequeñas empresas de ropa en una plataforma de internet, donde el usuario expresa sus ideas para que el diseñador personalice el producto. Las tiendas en línea venden sus productos también promocionan eventos. Mediante talleres aprenden nuevas habilidades que promueven la campaña DIY do it yoursef (hazlo tu mismo). Varias empresas han decidido utilizar estas estrategias ya que no necesidad de grandes inversiones.

Solo transportar los productos, es menos contaminante ya que la producción se realiza bajo demanda.

El internet ofrece nuevas oportunidades de establecer un contacto directo entre el diseñador y el usuario que trabaja en casa con los diseños, pero con materiales que tiene a mano. Estas plataformas ofrecen patrones básicos que se pueden descargar de la página web. Se pueden ver videos referentes a patronaje y confección. Un ejemplo es DIY (do it yoursef) (Fletcher & Grose, 2012).

Codiseño.

Existen estrategias que revaloriza el negocio para las pequeñas marcas de moda. Estos productores ofrecen servicios únicos y personalizados donde el usuario participa en el proceso creativo. El diseñador tiene contacto con el usuario desde el inicio del proceso de diseño el cual consulta todo referente al producto. Al trabajar en equipo, el usuario pude influir en la forma de restaurar o re-manufactura una prenda. También se puede preparar a los usuarios para que dispongan de sus propios proyectos de revalorización con las prendas mediante técnicas utilizadas como: costras, parches, estampados o bordados (Gwilt, 2014).

El codiseño es un proceso que incluye la participación del usuario, desde el diseño hasta el producto terminado. Es una alternativa fundamental ya que el consumidor tiene derecho a tener voz y voto sobre el diseño pero con responsabilidad social. Este proceso de diseño hace que la calidad aumentante. El diseñador ayuda a los usuarios a confeccionar y conceptualizar las prendas ya que se trabaja en una estructura horizontal. El consumidor establece una conexión emocional y práctica (Fletcher & Grose, 2012).

Diseñar para una cultura local.

El diseño local es rico y diverso pues existen técnicas y habilidades esenciales entre la gente de la zona. El desarrollo de productos bien estructurados que cuentan una historia netamente social y cultural, la característica que busca el artesano es que el cliente perciba la espiritualidad con que fueron creados los productos pues una sensibilidad inevitable que tiene una autonomía social. El

diseñador debe establecer una buena conexión entre el artesano y el consumidor. Los diseñadores deben conocer las tradiciones referentes a las diversas culturas de la región. Como el significado del color, los símbolos y los adornos que tienen cada cultura. Es importante recuperar los materiales que tengan disponibles en la zona. Es necesario que tengan salarios justos, horarios de trabajo accesibles en talleres familiares, microempresas y empresas privadas (Fletcher & Grose, 2012).

Existen comunidades creativas que producen y contribuyen con vitalidad e identidad a una cultura local. Habitualmente se puede encontrar artesanos dispuestos a trabajar con nuevos diseñadores ya que generan ideas modernas y el artesano lo ejecuta con sus habilidades en bordado, tinturado con productos naturales, hilatura y tejeduría. Los artesanos y productores también se interesan en los impactos medioambientales. También es importante pagar salarios justos, instalar tecnologías eficientes y adquirir material de calidad. Es importante que los artesanos estén vigentes por generaciones, mediante el interés de las personas en los productos que se realizan artesanamente (Gwilt, 2014).

Artesanía.

"El deseo de hacer bien una tarea sin más" Sennett (como lo citó Fletcher & Grose, 2012) la artesanía es una actividad lenta, implica hacer algo realmente único, de una manera activa mediante la destreza del artesano por la experiencia de horas de trabajo. "La artesanía une la cabeza y la mano dando vida a las ideas a través de la acción" (p.149). Existe una relación estrecha entre la artesanía y la ropa en términos de sostenibilidad, ya que intervienen las manos de los artesanos, materia prima de calidad y poca utilización de máquinas. La artesanía trasmite una cierta contención en el consumo, ya que no existe velocidad en la producción (Fletcher & Grose, 2012).

Procesos textiles.

(Gwilt, 2014) considera que el proceso textil existen algunos tratamientos como: el blanqueamiento, la tintura para la manipulación de las fibras y tejidos pero requerir el uso de productos químicos. Pero de forma consciente, se busca que el impacto sea reducido para no contaminar, por lo cual es preferible utilizar

tintes naturales para teñir las fibras y aprovechar sus características naturales que ofrece el entorno.

Tintes.

Tintes de bajo impacto.

Según Salcedo (2014) es necesario conocer las etapas del ciclo de vida de un producto químico, para reducir los riesgos de salud del ser humano y el ecosistema. Es óptico verificar que los tintes sean libres de metal, plomo, mercurio, y principalmente bajos en sal.

Los tintes de bajo impacto dependen del hilo de algodón con un bajo contenido químico. Este proceso previo se realiza con agentes catiónicos[7] es importante para que el algodón sea más reactivo para fácil teñido. El hilo se teje en tiras y luego se tiñe para conseguir efectos complicados. Cuando se tiñe con reactivos en un algodón tratado no es necesario utilizar sal por ello se gasta un 50% menos de energía cuando el algodón no está tratado. Existe un ahorro, reduce el tiempo y los efluentes al momento del teñido para aumentar la fijación. También es necesario que las empresas tengan una instalación de teñido, pero con aguas residuales (Fletcher & Grose, 2012).

Aguas residuales y su tratamiento.

Salcedo (2014) la industria textil acarreo varios problemas entre ellos el consumo de grandes cantidades de agua, a la cual no se le da el tratamiento adecuado. En los procesos de teñir, lavar y acabados de la prenda se emplean gran cantidad de productos químicos. Estos residuos van a parar a los ríos, son tóxicos para las personas y especialmente para los animales. La industria textil es la responsable del 20% de la contaminación de las aguas del planeta.

[7] Catiónico: Es una partícula que forma parte de la materia común con propiedades químicas que las moléculas, configuran un procedimiento permanente y eléctricamente neutro. conceptodefinicion.de/cation/

Tintes naturales.

Durante décadas los tintes naturales han pasado desapercibidos por la industria textil más comercial. El interés por la sostenibilidad ha empezado a fomentarse, se está aplicando técnicas para que lo artesanal siga perdurando por muchas generaciones. La utilización de tintes naturales se centra principalmente en el entorno en el que viven. La gente utiliza restos de hojas caídas para conseguir un color o sus respectivas variaciones, también teñidos desiguales algo diferentes que se oferta. Los artesanos producen hectáreas de plantas y extractos que la misma naturaleza posee para que se aproveche y realizar este proceso de teñido de las prendas (Fletcher & Grose, 2012).

Materias primas sostenibles.

Fibras naturales vegetales.

Algodón Ecológico.

Salcedo (2014) considera que el algodón es un producto que se rige bajo los estándares de la agricultura orgánica y está certificada. Para que este cultivo tenga armonía con la naturaleza, sin agroquímicos peligrosos y sin semillas genéticamente modificada. Evita la contaminación del agua y de la cadena alimentaria, por ende tiene una comunidad sana.

Algodón Fairtrade (Comercio justo).

Salcedo (2014) la fibra de algodón tratada por los productores en pequeñas explotaciones familiares, los mismos que están organizados en cooperativas que ellos controlan, trabajan sin el uso de sustancias agroquímicas donde se les prohíbe utilizar. Ellos venden este algodón al precio del mercado.

Las fibras de algodón son cultivos comerciales ya que se venden en el mercado mundial, se convierten en una importante fuente de ingresos para el país productor. El comercio justo, tiene el propósito de crear oportunidades para los productores. Los agricultores reciben por el producto un precio mínimo ya que cubre los costos de producción, los demás se dedica a la inversión en proyectos de

desarrollo social, medioambiental o económico. La etiqueta de comercio justo (Fairtrade mark) se creó en 2005, para conseguir la certificación de comercio justo los productores de algodón deben utilizar ropa de protección para reducir el peligro de intoxicación (Fletcher & Grose, 2012).

Algodón modificado genéticamente Bt (Bacillus thuringiensis).

Fletcher & Grose (2012) para la producción de este algodón, utilizan un insecticida natural producida por la bacteria *bacillus thuringiensis*, que se maneja por décadas por los agricultores orgánicos para controlar los insectos de los cultivos, mata los mosquitos sin utilizar pesticidas químicos peligrosos, ya que es letal para las plagas. El agricultor ahorra dinero, controla la cosecha pero sin bajar la calidad y el rendimiento de la fibra.

Algodón BCI (Better Cotton Initiative).

Es una asociación de la industria textil, donde les capacitan a los agricultores, para que reduzcan el volumen de agroquímicos en el algodón, para hacer uso eficiente del agua y mejorar las condiciones de trabajo. Y mejorar la vida de los consumidores (Salcedo, 2014).

Algodón hecho en África.

Salcedo (2014) la fundación Aid by Trade en 2005, desarrollaron Climate Markets & Investment Association (CmiA), para ayudar a los agricultores africanos y a sus familias a mejorar su entorno. La asociación exige la rotación de cultivos, lo que significa que el algodón se cultiva con otros productos básicos como: el maíz, la soja o los cacahuetes. Esto enriquece naturalmente a los suelos y no existen plagas.

Algodón Reciclado.

Salcedo (2014) indica que el algodón reciclado son restos de hilo o tejido, también puede ser ropa usada y desechada. Por ello el algodón reciclado normalmente se mezcla con fibras vírgenes. Así el hilo es resistente a los procesos

de producción. El resultado del reciclaje de algodón son fibras cortas que dificultan su hilado.

La fibra de lino.

Salcedo (2014) la fibra de lino es un cultivo que crece rápido, necesita pocos pesticidas y fertilizantes para su crecimiento. Esta fibra tiene propiedades únicas en cuando a la regulación térmica, ofreciendo un alto grado de transpiración en verano y aislamiento en invierno. La fibra de lino es ecológica ya que es de menor impacto, es una buena alternativa en vez de la utilización del algodón.

La fibra de ortiga.

Salcedo (2014) la fibra de ortiga es una planta que se le considera una mala hierba. Crece con facilidad, se alimenta del agua de lluvia en lugar del riego y requiere sólo una cantidad mínima de fertilizantes. Las fibras de ortiga son tan resistentes como el algodón y entre un 30% y un 50% más ligeras.

La fibra de cáñamo.

Esta planta se adapta a las condiciones climáticas, crece en suelos poco fértiles, no necesita de riego. El cáñamo es muy resistente por lo que las plagas no le afectada, por ello no necesita pesticidas. Esta fibra se la conoce por su versatilidad y durabilidad. Es una de las fibras naturales más resistentes que tiene menos impacto, otra alternativa para remplazar el algodón (Salcedo, 2014).

La fibra de carludovica palmata.

Es una fibra vegetal trabajada por los artesanos por generaciones. Se caracteriza por su suavidad, flexibilidad y durabilidad. El proceso para obtener la fibra, cortan las hojas de plantas bien formadas y hojas grandes, proporcionan una mayor cantidad y calidad de material para el trabajo artesanal. Cortan los huesos que protegen la parte externa de la hoja, halan, y separan la hoja en porciones. Cocinan en agua hirviendo durante 15 minutos, se recomienda lavar las fibras con agua tibia, detergente y vinagre. Cuelgan y secan al sol, finalmente se Blanqueada o tiñe. Esta fibra proporciona ligereza y elegancia (Flores & Ling, 1995).

Madera de pino.

La madera tiene dos tonalidades como el duramen[8] es de color marrón claro con tinte rojizo, la albura[9] es de color marrón amarillento claro. Dependiendo del corte que se aplique al tronco aparecen un veteado muy atractivo con líneas uniformes. La madera es fácil de trabajar, cepillar, clavar. Se le considera madera liviana (Hall & Witte, 2004).

Fibra natural animal.

Lana de ovejas.

Esta fibra noble proviene de la secreción del folículo piloso de las ovejas. Está compuesta de una sustancia orgánica llamada queratina. La finura de la lana determina la calidad, también proviene de las razas. Las fibras más finas dan mayor suavidad, y tendrán una mejor caída, se emplean para prendas de vestir: como sacos, cuellos, gorras, etc. Las fibras de finura media se emplean en telas más pesadas. La calidad también depende en la alimentación del animal y el clima (Lockuán, 2013).

Lana de alpaca.

Alpaca es un camélido originario de los Andes, su nombre científico es Vicugna pacos, genéticamente deriva de la vicuña y en menor proporción de la llama. Esta fibra ofrece calidad, suavidad y flexibilidad. Existen dos razas de alpaca Huancaya y Suri. Existen varios colores de lana como blanco, gris, marrón o negro (Lockuán, 2013).

[8] Duramen: Parte más seca, compacta y de color más oscuro por lo general del tronco y ramas gruesas de un árbol (Diccionario de la lengua española, 2014).

[9]Albura: Es una capa blanda de color blanquecino que se halla inmediatamente debajo de la corteza en los tallos leñosos o troncos de los vegetales, formada por los anillos anuales más jóvenes (Diccionario de la lengua española, 2014).

Fibras artificiales.

Tencel.

Salcedo (2014) Tencel es el nombre comercial registrado por la compañía Lenzing para las fibras de Iyocelle, proceso de fabricación de la viscosa con mejor calidad gracias a una buena gestión y tecnología. Los eucaliptos crecen rápidamente en tierras, no necesita de mucha agua. Por lo cual están siendo tomadas en cuenta para fibras.

Fletcher & Grose (2012) la fibra renovable de bajo impacto muy fortalecida es Iyocell está en el mercado. Es de una celulosa regenerada hecha de pulpa de madera. También se reduce considerablemente los niveles de contaminación del agua y de aire. Estas fibras Iyocell son puras, brillantes ya en bruto no es necesario blanquearlas antes de teñirlas por ello utilizan técnicas de bajo impacto con los químicos, se necesita poca energía al igual que agua. La marca Tencel obtiene la pulpa de madera de árboles de eucaliptos que alcanzan la madurez en siete años aproximadamente pero con una certificación ecológica, con una gestión responsable.

Lenzing modal.

Es una fibra de viscosa con mayor fuerza, está elaborado a partir de madera que proviene de cultivos europeos gestionados de forma sostenible. También se la conoce como viscosa de segunda generación. La fibra es muy suave, se recomienda para la elaboración de ropa interior (Salcedo, 2014).

Fibras sintéticas.

Poliéster Reciclado.

Salcedo (2014) las fibras sintéticas que se produce a partir de los residuos de poliéster pre consumo o pos consumo. La producción de botellas de bebidas gaseosas, es una de las principales aplicaciones de este polímero, debido a su bajo costo y a las características de resistencia, durabilidad, limpieza y transparencia

que presenta. La obtención de fibras de poliéster mediante el reciclaje de botellas de poliéster, resulta una buena alternativa para la producción.

Biopolímeros.

Son materiales sintéticos que se utiliza para materias primas renovables como el maíz, la caña de azúcar o el aceite de ricino, esto se ha utilizado en la industria de la moda, en una variedad de tejidos (Salcedo, 2014).

El interés que con lleva los problemas de residuos y cerrar los ciclos naturales e industriales, se a desarrollo nuevas fibras de poliéster biodegradables conocidas como biopolímeros que son fibras de acidó poliláctico[10]. Se obtiene de azucares derivados de cultivos de maíz, que se hilan como el tradicional poliéster obteniendo del petróleo. Estas fibras son muy prometedoras, pero también acarrean algunos problemas para su descomposición pues no existen las condiciones ambientales, una buena combinación de temperatura y la humedad necesaria para este proceso (Fletcher & Grose, 2012).

Mono-materiales.

Es importante que el diseñador tome en cuenta que utilice un tejido de un solo tipo de fibra (mono-material), permiten experimentar con técnicas decorativas como el corte con láser o el perforado con aguja con detalles sin contaminar la fibra. La utilización de las fibras mono-material, a futuro no contamina en la producción ya que es más fácil el reciclaje. Los residuos textiles industriales se trituran, se teje para formar en nuevo material, que se utiliza para crear productos industriales y domésticos como paños, acolchados y rellenos. Pero aunque sea un método positivo hay algunos problemas que dificultan este proceso el material reciclado pierde su valor (Gwilt, 2014).

[10] El acido poliláctico: Es un polímero biodegradable derivado del acido láctico, es un material altamente versátil, que se hace a partir de recursos renovables al 100%, como: el maíz, la remolacha, el trigo y otros ricos en almidón http://www.eis.uva.es/~macromol/curso08-09/pla/Pag%20web/acido%20polilactico.html

Accesorios de bajo impacto.

Productos galvanizados.

La galvanización es un proceso que impide que el metal se oxide recubriéndole con una capa de metal resistente a la corrosión. El proceso consiste en sumergir los elementos en una serie de soluciones de sales minerales, corriente eléctrica para que los iones metálicos se adhieran al objeto. Para retirar el químico se enjuaga abundantemente con agua las piezas. Existen alternativas viables a la galvanización. Hay aleaciones de metales resistentes a la corrosión que combinan cobre, zinc, níquel, hierro en distintas proporciones para su uso. Es importante que exista un tratamiento de agua residual para este proceso (Fletcher & Grose, 2012).

Producción.

Después del proceso de diseño se trabaja conjuntamente con los patronistas, maquinistas para desarrollar la muestra. Donde existen técnicas como el patronaje en plano y el drapeado sobre maniquís. La fabricación de la prenda final se determinada por la forma de patronaje (Gwilt, 2014).

Patronaje creativo.

Gwilt (2014) se puede prolongar la vida útil de una prenda mediante un patronaje meditado y creativo. Donde las prendas sirvan para varias tallas, también prendas multifuncionales donde al usuario les permitan crear varios estilos.

Ampliar la vida de las prendas.

Prendas transfuncionales.

Una prenda transfuncional tiene la capacidad de reducir el uso de recursos y de energía. Estas prendas están hechas con tejidos impermeables, aislantes pero transpirables. Lo que se busca de las chaquetas, calienten el cuerpo también les proteja del agua y que transpire. Esto se logra mediante la alta tecnología y

cumple a la perfección con las necesidades del usuario en las tres categorías (Fletcher & Grose, 2012).

Prendas multifuncionales o reversibles.

El diseño de estas prendas es una opción que ayuda alargar la vida del producto, donde disminuye el consumismo. Se recomienda una pieza de tejido de formato tubular, la cual no tiene cortes y ofrecen una variedad de usos como bufanda, camisa, falda y pantalón. Cubren de la cabeza hasta los pies, dando al cliente opciones de diseño (Salcedo, 2014).

Según Fletcher & Grose (2012) creen que la multifuncionalidad refleja un mecanismo de un diseño con funciones y con nuevas ideas para poder transformar un producto estático en algo que engancha al usuario. Una prenda reversible que tiene dos caras de distintos tejidos, lo cual se puede utilizar un lado y el otro dependiendo de factores externos y de las necesidades de la persona. Este proceso de multifunción reduce el impacto medioambiental.

Prendas transtemporada.

Estas prendas se han diseñado para atraer a los consumidores, ya que se utilizan colores neutros que funcionan durante varias temporadas y se pueden combinar con otras prendas. Para garantizar un buen volumen de ventas de un producto la industria de la moda ha inventado temporadas artificiales que obligan al consumidor a cambiar de aspecto y de modelos (Fletcher & Grose, 2012).

Prendas modulares.

Al diseñar estas prendas ayuda a resolver problemas de cambios corporales y alargar la vida del producto. Se propone estas prendas con diferentes componentes que se pueden añadir o quitar a través de cierres con corchetes. Son prendas que incluyen lazos y gomas que permiten acomodar a la prenda según el cambio de talla, que pude modificar en la cintura, cadera y piernas. En el momento del patronaje se añaden márgenes de costura en zonas que se necesité modificarse a futuro. Esta práctica de realizar prendas modulares no es nueva, en la antigüedad se confeccionaban camisas que tenían cuellos removibles que se quitaban para

lavarse, eso evitaba lavar la prenda entera también variaban el estilo de la camisa (Salcedo, 2014).

Fletcher & Grose (2012) las prendas modulares atrapan al usuario por su estilo lúdico y creativo ya que se adaptan a las preferencias y necesidades individuales durante mucho tiempo. El diseño de prendas modulares es mediante un mecanismo para montar y desmontar la prenda con una serie de cremalleras y broches que nos permiten separar y volver a juntar fácilmente las partes de la misma al momento de usarla. Una manera de sostenibilidad es un abrigo que sirve para el frío y que puede convertirse en chaleco en épocas más cálidas.

Prendas con formas cambiantes.

El diseñador debe proponer prendas con formas que van cambiando según necesidades, pero mediante el patronaje y confección. Esta moda conceptual se desarrolla y construye prendas de formas cambiantes, con una serie de cuadrados que se unen por los cuatros lados, estas secciones elaboradas en tela son fáciles de montar a mano, sin necesidad de habilidades especiales. Se ofrece una variedad casi infinita de posibilidades de construcción, que le permite al consumidor satisfacer la necesidad emocional, incluso permite desmontar las piezas por completo y volver a montarlas en un producto totalmente nuevo (Fletcher & Grose, 2012).

El objetivo de utilizar formas geométricas, para no desperdiciar el textil, desarrollando nuevas ideas de diseño. Para ejecutar esta técnica es necesario elegir una forma geométrica dibujando y cortando dos plantillas de la misma forma de diferentes tamaños. Luego se utiliza las plantillas para dibujar sobre el textil, corta algunas piezas de cada tamaño, preferiblemente piezas pequeñas. Manipular las formas cortadas sobre el maniquí para crear una camiseta y una falda. Utilizar pliegues, dobleces para crear formas interesantes, en mangas y cuellos, pero manejando alfileres para probar ideas. Es necesario crear capas de formas pequeñas y grandes, hacer cortes y retorcer la tela según el diseño, también experimentar con textura y colores (Gwilt, 2014).

Durabilidad de la prenda.

La clave para la durabilidad de la prenda, es seleccionar materiales de calidad y apostar por una fabricación duradera. Estas acciones influirán en que la durabilidad física y visual de la prenda. El usuario no tendría la necesidad de nuevas adquisiciones de prendas para su armario (Salcedo, 2014).

El diseñador debe conocer de fibras y tejidos orgánicos. También técnicas sostenibles como reciclar o revalorizar las prendas para su nueva innovación. Creando prendas para durar toda la vida, pero tomando en cuentas las actividades y fases de ciclo de vida de una prenda (Gwilt, 2014).

Fletcher & Grose (2012) la vida útil o durabilidad emocional de la prenda, es un fenómeno principalmente físico de materiales resistentes con una confección fuerte, los tejidos deben ser reciclados y biodegradables. Trabajar especialmente en lo relacionado con el material, la moda y lo sentimental. Las características del producto infunden una inmediata cualidad emocional al consumidor y una calidad física duradera para sustentar un uso prolongado. Cuando el producto está en el vertedero, la durabilidad física se convierte en un inconveniente y deja de ser una ventaja. "En el sector de la moda suele ocurrir que el hecho de que alguien se haya desecho de un producto no significa que dicho producto sea de mala calidad, sino más bien que la relación entre el producto y el consumidor haya fallado" Chapman (como lo citó Fletcher & Grose, 2012, pág. 85).

Manufacturación sostenible.

Salcedo (2012) para obtener un proceso de manufactura sostenible, debe existir estrategias ambientales preventivas como: el uso eficiente de los recursos naturales, para obtener esta producción es necesario tener un plan de trabajo donde se minimice los residuos, agua y energía. Reducir o eliminar los productos químicos utilizados en la industria. Es importante que las empresas tengan tratamiento de aguas residuales. Otro punto transcendental que los empleados tengan condiciones de trabajo digno.

Es eminente tener un enfoque positivo que proporcione una retroalimentación efectiva en la fabricación para evitar el impacto desde el primer momento. Reducir la cantidad de residuos en las etapas del proceso. Es importante trabajar sin alejarse de la naturaleza mediante la utilización sensata de los recursos naturales. Es necesario disminuir el consumo de energía y agua. Trabajar con procesos de temperaturas bajas para no contaminar (Fletcher & Grose, 2012).

Cadena de suministros transparentes.

Gwilt (2014) existen organizaciones y asociaciones que ayudan a establecer ese contacto con proveedores de moda a nivel local a pequeña escala. Existen empresas y sistemas que utilizan la tecnología para controlar el movimiento de los productos. La empresa Historic Futures ha desarrollado una plataforma en línea que permite a productores y distribuidores gestionar la trazabilidad[11] de su cadena de suministros. Los usuarios pueden obtener información sobre los productos y servicios que adquieren de los proveedores y productores para elaborar un historial de producción que va desde la fibra hasta la prenda terminada y sepan que es transparente.

Ambientes laborales justo

Independientemente las empresas deben tener estrategias para mantener la sostenibilidad. Para ello asumen compromisos con los trabajadores, respetando las siguientes normas como: la protección del derecho a organizarse, derecho a la negociación colectiva, prohibición al trabajo forzoso, prohibición al trabajo infantil, prohibición a cualquier tipo de discriminación, limitación de las horas de trabajo, establecimiento de un salario mínimo suficiente para vivir, estabilidad y formalidad en el trabajo, capacitar a los trabajadores, un plan de salud y seguridad (Salcedo, 2014).

[11] Trazabilidad: Posibilidad de identificar el origen y las diferentes etapas de un proceso de producción y distribución de bienes de consumo (Diccionario de la lengua española, 2014).

Técnicas de residuos en la industria.

Residuos bajos en el corte.

Pedazos o retazos de tela pequeños que sobran cuando se cortan las piezas de las prendas, para su producción, se descartan convirtiéndose en residuos que se botan al basurero. Para no desperdiciar es necesario diseñar de una forma adecuada para de esa manera bajar los desechos en la industria. Estos residuos pueden servir de entretela o relleno de peluches (Salcedo, 2014).

Fletcher & Grose (2012) la responsabilidad del diseñador es que sea bajo la existencia de residuos o que no exista retales. Para ello algunos diseñadores desarrollan prototipos en 3D, utilizando el drapeado y pliegues para lograr este objetivo, otros trabajan con patrones planos con dos dimensiones en papel. Trabajan en bocetos, pasa al patronista, el realiza el primer prototipo donde se analiza que tenga menos residuos. El diseño sostenible relacionado con los residuos que se generan en el corte, es importante que utilicen los retales sobrantes reciclándolos haciendo hilo. Estas ideas ayudan a reducir el flujo de residuos de la industria de la moda.

Residuo cero.

Utilizar patrones eficientes para no desperdiciar tela. El quitón y el kimono son prendas que no se desperdiciaba la tela por su estilo holgado. Al pasar el tiempo la moda ajustó las prendas, por ello los patrones cambiaron y el desperdicio de tela. En la fase de patronaje se puede minimizar y eliminar los residuos. Algunas técnicas como el drapeado, pliegues y dobleces esto ayuda a no cortar la tela (Gwilt, 2014).

Procesos innovadores.

El desgastado al láser.

En la actualidad varias empresas están optando por utilizar este láser para los detalles de desgaste en los pantalones denim, evitando así los procesos manuales que están perjudicando la salud del trabajador (Salcedo, 2014).

El lavado por la atmósfera.

Salcedo (2014) existe en el mercado eco-lavadoras que funcionan sólo con oxígeno activo y ozono, lo que permiten lavar los pantalones denim y camisas produciendo un efecto de envejecido, sin agua y sin productos químicos. Este método alternativo es más caro que lavar con blanqueadores, pero no se contamina el agua. Lo que se compensa los costos de inversión en esta maquinaria y reduce el uso de energía.

El suavizado con nano-burbujas.

Este proceso de suavizado es el que más contamina, con los acabados de las prendas, que normalmente requiere tres pasos: el lavado, el centrifugado y el secado. El suavizado con nano-burbujas reduce estos tres pasos a uno solo, ya que tiene un sistema de sincronizado, donde se distribuye la mezcla de nano-burbujas dentro del tambor, se usa poco agua y energía (Salcedo, 2014).

El tinturado Cold pad batch.

Salcedo (2014) existe el tinturado Cold Pad Batch (CPB) es un método de tinturado en frío, se reduce el consumo de energía en este proceso.

Distribución.

Según Gwilt (2014) reconoce que los problemas de distribución afecta a todo el ciclo de vida de una prenda. Ya que las redes de distribución se utilizan para transportar materia prima y producto terminado dirigida a las tiendas o al domicilio de los clientes, en esta fase también es importante tener en cuenta el etiquetado y el embalaje.

El avance global de la industria de la moda necesita, de una red de transporte para mover los suministros desde las fibras hasta las prendas finales. Esto genera emisiones de carbono. Por ello la empresa debe tener un plan de distribución sostenible ya que la transportación dura en todo el ciclo vital del producto. Empresas han generado descuentos en sus productos para que el consumidor

compre por internet para luego ser entregados en domicilio eso evita que las prendas vayan a locales, se ahorra mucho en transporte (Fletcher & Grose, 2012).

Transporte sostenible.

Salcedo (2012) considera que las empresas, deben tomar una buena decisión en lo que respecta a la estrategia de transporte, hay muchos factores que determinan el nivel de los impactos ambientales como el método de transporte, el peso volumétrico, los transbordos, el lugar de carga. Para ello es necesario tener un plan donde se optimice las rutas, consumir combustible de menor impacto como el biodiesel, gas natural o gas licuado de petróleo, otro factor es facilitar la reducción de embalajes.

Para reducir el consumo de energía es necesario recabar información de la cadena de suministros de una compañía concreta. Se busca valorizar los porcentajes de los proveedores y determinar cuál le conviene a la fábrica. Es importante que se baje el consumo de energía en las tiendas y centros de distribución. Es necesario analizar cuantos kilómetros viajan los empleados en las rutas de distribución si tardan mucho cambiar las estrategias de entrega y volver a evaluar para que sea un beneficio para la empresa (Fletcher & Grose, 2012).

Combustible renovable.

Los combustibles renovables no son inofensivos. Están fabricados en cultivos cuya combustión es más limpia que la de los carburantes fósiles. Pero los combustibles renovables tienen un sistema de cultivo muy complejo ya que su procesamiento depende del petróleo. El cultivo de maíz es una de las principales fuentes de biodiesel líquido, es un mono cultivo pero necesita grandes cantidades de fertilizantes y pesticidas elaborados a partir del petróleo. Otras opciones de los combustibles renovables son los cultivos de caña de azúcar que promete reportar mayores beneficios ya que es un biocombustible que puede ser una estrategia energética más global (Fletcher & Grose, 2012).

Envases sostenibles.

Las empresas deben tomar en cuentas que los envases desempeñan un papel importante, de esa manera es necesario tomar algunas estrategias como la reducción de cantidad de envases y embalajes, optimizar la relación entre el volumen del contenedor y el contenido, por otro lado se recomienda usar envases biodegradables (Salcedo, 2014).

Tiendas de moda trabajan con lo sostenible.

Tiendas probador.

Salcedo (2014) son empresas que distribuyen sus prendas online, donde el consumidor tiene la posibilidad de ver un muestrario de la colección, probarse las prendas, para luego comprar el producto a través de la web. La tienda envía directamente el producto al domicilio del consumidor optimizando así la ruta de distribución y evitando emisiones de CO_2 innecesarias.

Tiendas eco-eficientes.

Algunas tiendas han tomado la sostenibilidad como una prioridad por esa razón cuidan hasta el más mínimo detalle para ahorrar energía y agua. Utilizan un sistema de programación de iluminación en el interior y fachada para evitar un exceso de contaminación lumínica. Otro punto es que optaron por un sistema de reducción del caudal y de presión en lavabos, duchas e inodoros. También tienen un sistema de aguas grises. La recuperación de calor de aire de la ventilación. Selectiva recolección de materiales reciclables entre ellos papel y cartón. Alarmas reciclables. La utilización de bolsas de papel y de plástico biodegradables. Las escaleras mecánicas reducen su velocidad un 80% cuando están en uso. Sus pavimento de piedra natural 100% reciclable, pinturas, lacados y barnices respetuosos con el medio ambiente (Salcedo, 2014).

Uso de la prenda.

Gwilt (2014) al comprar una prenda, el cuidado y mantenimiento es responsabilidad del cliente. Se le considera un área de preocupación ya que el

usuario utiliza químicos a la hora de lavar las prendas, utilizan temperaturas no adecuadas ya que no leen las etiquetas, por ello se deterioran y se desechan rápidamente. Se utiliza mucha energía, consumo de agua y químicos que contaminan el medioambiente**.** Para mejorar esta situación los diseñadores deben buscar estrategias creativas como reducir o eliminar el lavado. Elegir tejidos de mantenimiento fácil y que puedan lavarse, secarse y plancharse a bajas temperaturas. Además se pueden usar prendas con estampados que se camuflen las manchas retrasando la necesidad de lavar. Separar secciones de las prendas como puños, cuello, y otras áreas de mayor desgaste.

Consejos de lavado y cuidado de la prenda.

Salcedo (2014) existe nueve decisiones claves para un mantenimiento más sostenible de las prenda para lavar la prenda cuando este sucia, utilizar detergente biodegradable o con etiqueta ecológica, secar la ropa al aire libre, esperar a llenar el tambor de la lavadora, no utilizar suavizante, esperar a tener varias prendas para planchar, elegir programas de lavado en ciclo corto, lavar la ropa en agua fría a 30C°, intentarla una segunda vida a la prenda antes de tirarla.

Al lavar las prendas el usuario coloca detergente enriquecidos con productos químicos. El usuario desconoce que el lavado depende del tipo de tejido y no por el tipo de suciedad. El diseñador debe modificar el diseño para reducir o eliminar el lavado utilizando métodos alternativos con acabados inteligentes (Gwilt, 2014).

En las etiquetas se encuentra toda la información y los consejos de lavado y cuidado de la prenda. Los tejidos sintéticos como el poliéster, requieren temperaturas más bajas que el algodón. Existe un error por parte del consumidor que piensa que el detergente actúa solo en temperaturas altas para eliminar la suciedad, también actúa en temperaturas bajas. Otra opción para eliminar la suciedad, bacterias, moho, o la grasa es el gas ozono es un eficaz limpiador las partículas restantes se eliminan con detergente en el ciclo de lavado. El ozono funciona mejor en agua fría, necesita menos productos químicos como lejía, suavizante no es necesario prelavados ni enjuagados se ahorra agua y energía.

Este proceso es de menor movimiento por ello se desgasta menos y dura más la prenda (Fletcher & Grose, 2012).

Colada[12] *de bajo consumo energético.*

La manera de bajar el consumo energético es aplicar el proceso de, colada que se refiere a la eficiencia de las máquinas y el detergente ya que es posible lavar la ropa a temperaturas aun más bajas (hasta 15°C/59°F) que antes. Las lavadoras son alicientes cuando trabajan con carga completa, pero los consumidores no suelen llenarlas. Para mejorar aun más es necesario acudir a la tecnología mediante estas tarjetas de identificación por radiofrecuencia, tecnología para recopilar información desarrollada para optimizar el flujo de prendas por la cadena de suministros (RFID), que colocadas en la ropa podrían establecer una comunicación directa entre prenda y lavadora.

Reducir el lavado de la prenda.

Para reducir el lavado de la prendas, algunas empresas recomiendan acabados anti-manchas o anti-olores para un menor lavado. Nano-tex Resists Spills propone este producto de nano-estructural que aplica una especie de bigotes a la superficie del tejido creando una barrera que lo protege de líquidos y aceites. Aegis Eco Fresh son acabados antimicrobiano que crea una superficie que perfora las membranas de las células de los microbios para destruirlos (Salcedo, 2014).

Fletcher & Grose (2012) las empresa deben especificar que materiales se lavan bien en frío, eso reportaría beneficios como reducir el consumo de energía durante el lavado. Los acabados de la fibra también pueden reducir el impacto del lavado. Existen unos recubrimientos auto-limpiables basados en la nanotecnología. El acabado más conocido es el repelente de manchas Teflón Fabric Protector son resistentes a la suciedad. Los acabados anti-bacteriales Triclosán[13] hasta las siliconas, la plata que ayudan a mantener la ropa limpia durante más tiempo.

[12] Colada: Se refiere al proceso de lavado de las prendas con su bajo consumo energético (Fletcher & Grose, 2012).

[13] Triclosán: Es una sustancia química utilizada como tratamiento antibacteriano para todos los tejidos (Fletcher & Grose, 2012).

Prendas sin lavado.

Diseñar prendas que no requieren ningún tipo de lavado es un reto ya que existiría un ahorro de energía, agua, y detergentes. La manera en la que se desgasta la tela de los pantalones vaqueros consumen pocos recursos y el lavado se retrasa un mínimo de seis meses. Un suéter que no se lava tiene superficies que se puede limpiar con un paño en las zonas donde se puede manchar, también tiene ventilación extra en la axilas, es una prenda que se usa con regularidad durante años sin lavarlo (Fletcher & Grose, 2012).

Prendas diseñadas para mancharse.

Las prendas que son estampadas borran cualquier señal de desgaste y de las manchas. El peligro de transpiración y el olor corporal se reducen considerablemente gracias a los tejidos de lino y algodón que dejan respirar al cuerpo. Es importante que las prendas tengan sisas holgadas y escotes amplios para facilitar la ventilación (Fletcher & Grose, 2012).

Secado sostenible de la prenda.

Fletcher & Grose (2012) las secadoras resultan muy útiles al usuario para secar la ropa, pero consumen mucha energía. Una alternativa sustentable es tender la ropa al aire libre.

Prendas que necesitan poca plancha.

Las normas sociales y culturales no aceptan llevar ropa arrugada, así planchar elimina las arrugas del tejido y es un aspecto elegante socialmente que se relaciona con el éxito y respeto. Las fibras naturales como el lino, el algodón o la seda que se arrugan fácilmente. Las fibras sintéticas no se arruguen y cada vez más consumidores buscaban tejidos más cómodos y fáciles de cuidar. Lo que llevo a crear y desarrollar tratamientos que hicieran que las telas de fibras naturales se arrugaran menos mediante proceso de producto químico de acabado industrial. Esto redujo la necesidad de planchar la ropa (Fletcher & Grose, 2012).

Prendas diseñadas para arrugarse.

Fletcher & Grose (2012) al diseñar una prenda para que se arrugue, ofrece la oportunidad de cumplir con la sostenibilidad y al mismo tiempo beneficiar al consumidor. En el actual ritmo de vida sería cómodo que las prendas tengan arrugas ya que eliminan por completo la necesidad del planchado y estén bien vistas por el usuario. La tela de algodón y poliéster mantiene las arrugas con el uso. Pero existen algunos tratamientos convencionales de estampar en la tela arrugada que produce efectos especiales, disimula la pérdida de color de la prenda.

Fin de la vida de la prenda.

Se observa constantemente que los residuos textiles acaban en los basureros o incineradores. Por ello existen varias estrategias para retrasar la eliminación de las prendas como el reciclaje y el uso de sistemas de producción de ciclo cerrado (Gwilt, 2014).

Revalorización de las prendas.

Gwilt (2014) la práctica creativa añade un valor a un producto mediante una pequeña modificación con detalles decorativos. Algunas marcas de moda, ofrecen servicios únicos y personalizados que permiten a los consumidores a participar en el proceso creativo, mediante la restauración de una prenda con costuras, parches, estampados o bordado esto aumenta su valor y prolonga la vida de la prenda. Utilizando residuos o retazos textiles se realiza nuevas prendas para su uso. Con cremalleras desechadas y rotas se puede crear accesorios llamativos.

El reacondicionamiento es una actividad que requiere de mucho trabajo y depende de una fuente de materias primas impredecibles. Varios diseñadores se dedican a esta práctica mediante la creatividad y adorno. La ropa desechada, rota o manchada va a parar en un vertedero, pero para impedir o retrasar este hecho existe variadas técnicas para conseguir que una prenda vieja sea nueva. Mediante rediseñar, cortar y confeccionar de nuevo toda una prenda o partes de ella con retales. Con tejidos antiguos y accesorios se crean piezas únicas, a veces hechas a

mano otras con la ayuda de la tecnología. Algunos países han aprovechado esas características por ello crean colecciones de prendas únicas artesanales hechas a medida, el desafío es como crecer de manera que se puedan reutilizar mayores cantidades de residuos (Fletcher & Grose, 2012)

Arreglo de las prendas.

Hace años las prendas se cuidaban y arreglaban ya que el trabajo era barato por el costo de materiales. Desgraciadamente este arreglo de prendas desapareció por generaciones. Al arreglar una prenda se convertirte en un objeto dañado en un objeto de exclusividad e individualidad estética. Hay muchas formas de arreglar ropa, como zurcir y remendar que arreglan u ocultan un efecto como manchas, los agujeros y los desgarrones. El diseñador puede fomentar que los usuarios se arreglen la ropa en casa o encargándolo a un profesional (Gwilt, 2014).

(Fletcher & Grose, 2012) El arreglo es un elemento fundamental para la sostenibilidad. El servicio de reparación proporciona recuperar la prenda. Los servicios de arreglo no son nada nuevo, en décadas pasadas forman parte servicios de sastrería y lavandería. Existen varias técnicas que se deben utilizar como la colocación de parches o recortar zonas rasgadas, poner cintas en los dobladillos, los puños y el cuello para que no se deshilacharan y hacer grandes dobladillos para que fuera más fácil modificar la prenda. Para ello se necesita de un profesional para arreglar esas prendas exclusivas, de calidad y costosas lo que se busca es una durabilidad emocional y que alarguen la vida de la prenda.

Modificación de las prendas.

Gwilt (2014) para fomentar una moda sostenible, es necesario recuperar las prendas del armario mediante la modificación de la misma con pequeños cambios, como transformar una camiseta de manga larga en una de manga corta para no desecharlas. Es importante que los usuarios se adapten a las prendas permanentemente. Es posible desarrollar una prenda que se transforme intencionadamente durante el uso pasando de una forma a otra. El diseñador puede dar opciones de transformación de la prenda con materiales e insumos pero que el usuario se encargue de eso.

Reutilizar prendas.

Gwilt (2014) el diseño de las prendas deben ser analizadas constantemente, para que a futuro están prendas sean reutilizadas, depende de la calidad y del estado del tejido. Existen varios métodos eficaces de reutilización. Algunas personas recogen prendas puerta a puerta. Existe una selección de prendas las que están en buenas condiciones y de calidad se venden a tiendas de segunda mano, otras enviadas al exterior. Las que son desechadas se utiliza para el reciclaje pero dependiendo del estado del tejido. El problema actual es que hay productos de baja calidad por ello no se pueden reciclar y son enviadas a un vertedero o se incinera.

La reutilización de la ropa conserva entre un 90 y un 95% de la energía necesaria para hacer nuevas prendas. El ciclo de reutilización es un proceso antiguo sin embargo las dinámicas de reutilización de la ropa están cambiando debido al aumento del consumo y a la eliminación que predominio en un mercado barato. Hay distintas tipos de actividad, como es la reutilización directa en la que se recopilan y seleccionan prendas de gran calidad y se llevan a tiendas de ropa de segunda mano y vintage. El resto lo compran mercado de segunda mano de menor distinción. Las otras prendas se embalan y se envía a los mercados de ropa usada de otros países (Fletcher & Grose, 2012).

Alquiler de prendas.

Una iniciativa para evitar producir más prendas de vestir, es alquilar, es una práctica común, donde se adquiere ropa exclusiva de calidad, por un corto tiempo, estas prendas pueden ser ropa de noche, ropa premamá, trajes de novia, etc. Es necesario que no exista un lazo emocional entre el consumidor y la prenda, ya que puede ser alquilada sin problema (Salcedo, 2012).

Según Fletcher & Grose (2012) recomiendan que los sistemas de alquiler o préstamo de ropa sirven para romper la relación existente entre la prenda y el dueño. Esta actividad sigue generando una inversión económica más elevada antes que venderla. Las prendas deben ser duraderas para alquilarlas al mayor número de personas durante un período largo. Este proceso de posesión exclusiva, de uso

compartido tiene el potencial de reducir el número de prendas de vestir que se fabrican. El consumidor lo que busca es elegancia ese toque de tradición que aporta los diferentes trajes. Es importante decir que mucha gente opta por el alquilar es más barato que comprar.

Devolución de prendas a sus fabricantes.

Según Salcedo (2012) existen una variedad de marcas que muestran interés en la sostenibilidad, por ello están generando programas de devolución de producto usado con incentivos. Estas empresas son Puma, Marks & Spencer, Nike, H&M cuyo sistema es la devolución de prendas de cualquier marca y en cualquier condición, a cambio el cliente recibe un cupón de descuento en futuras compras de la marca. Los productos se clasifican, se reciclan y transforman en nuevas materias primas para fabricar nuevos productos, al final se consigue el objetivo que el producto no genere residuo alguno.

La responsabilidad del diseñador de la futura eliminación de los productos cambia por completo tanto en el sentido filosófico como en lo práctico. Los planes de devolución de productos obligan a los fabricantes aceptar un artículo para su posible reelaboración, reutilización o eliminación una vez que el consumidor ha dado por finalizado su uso. Existen empresas que han adquirido esta opción de devolución como Marks and Spencer, donde sus clientes que donan obtienen bonos de compra. Filippa K esta empresa invita a sus clientes a vende las prendas, que consideran fin de uso, por ello han abierto una tienda de segunda mano. La marca quiere demostrar que existe calidad duradera en sus productos (Fletcher & Grose, 2012).

Trueque de prendas.

Es un intercambio para satisfacer las necesidades del usuario. Este trueque de ropa está organizado por profesionales, es un proceso de acontecimiento social y divertido. Las reglas del trueque varían dependiendo de los casos, la ropa debe estar limpia, planchada y en buenas condiciones ya que otros la valoran. Se dan unas fichas por cada prenda que se lleva y se intercambia por otra. No hay ningún

límite de prendas que uno puede presentarse al intercambio. Varios diseñadores ayudan a los participantes a modificar las prendas que han obtenido con el trueque. También se ofrece una serie de talleres en los que los asistentes dan rienda suelta a su creatividad y aprender a bordar, tejer o hacer ganchillo para personalizar las prendas adquiridas (Fletcher & Grose, 2012).

Reciclaje.

Las prendas dañadas se pueden reciclar como trapos o paños de limpieza. Las prendas que no sirven se procesan mediante proceso químicos o mecánicos. Las fibras obtenidas pueden utilizarse para acolchando para colchones o tapicería. Las fibras pierden valor con este proceso de reciclaje. El reciclaje tiene problemas y que los productores utilizan fibras combinadas que pierden valor ya que no se pueden separar por ello recomiendan utilizar mono-materiales (Gwilt, 2014).

El reciclado mecánico.

Este reciclado es el más utilizado porque recupera las fibras textiles después de su manipulación mecánica. De alguna manera existen diferentes métodos como deshilachados, desentrañados y triturados. Es necesario mencionar que se utiliza menos energía y químicos. Este sistema tiene un problema no permite el hilado de hilos finos como las micro-fibras (Salcedo, 2012).

Fletcher & Grose (2012) el reciclado mecánico procesa toda las clase de fibras. La materia prima desechada se separa por colores y se procesa en lotes del mismo color, no es necesario volver a teñir la tela. Es importante destacar que se utiliza menos energía y se elimina el consumo de agua. Las fibras de poliéster se reciclan mecánicamente. Se recupera la fibra de los residuos de las botellas de refresco. Esta mezcla de materiales se aplasta se muele y se funde para hacer pastillas de poliéster que se extruden, procesan y texturizan exactamente igual que el poliéster virgen.

El reciclado químico.

Salcedo (2014) expresa que el reciclado químico se utiliza principalmente en Asia y es muy poco conocido y desarrollado en Europa. Consiste en la

regeneración químicamente de las fibras sintética para luego obtener nuevas fibras. El resultado final es que las fibras pueden ser sustituir por fibras vírgenes.

Upcycling.

Es una técnica de reciclaje a partir de materiales no convencionales como botellas, neumáticos, cinturones de seguridad, ya que pierden calidad a lo largo del proceso ya que emiten toxinas, ya que nunca se recupera la calidad original. En la industria de la moda se encuentra iniciativas por parte de empresa independiente que buscan dar una segunda vida a los residuos mediante una recuperación de matera prima (Salcedo, 2014).

2.3.4 Responsabilidad del diseñador.

Salcedo (2012) cada empresa es única, por ello deben existir estrategias para cambiar o mejorar los modelos de negocio actuales por un sistema sostenible. "Una vez sabemos y somos conscientes, somos responsables de nuestra acción o de nuestra pasividad. Podemos hacer algo al respecto o imaginarlo, pero en cualquier caso somos responsables de la decisión". Sartre (como lo citó Salcedo, 2014, pág. 115). El diseñador debe estar dispuesto a colaborar en todos los campos que está involucrado, es necesario que tome sabias decisiones, para mantenerse en la sostenibilidad, y no afectar a la sociedad y el entorno. "El espíritu colaborativo basado en la confianza ayuda a repartir el riesgo entre todos los participantes, promoviendo el deseo de correr riesgos y disminuyendo el temor a correrlos" (p. 124). Este camino que se recorre depende de todos los involucrados, que es trabajar con una meta, el bienestar colectivo, que es el deseo de cambio para un bien común.

El diseñador es responsable del desarrollo de colecciones de modas, debe colaborar con distintas personas a lo largo del proceso de elaboración. Muchas empresas han tratado a la sostenibilidad como un símbolo aunque están planteadas en un código pero no las cumplen y debilitan la credibilidad de la misma. El diseñador debe conocer de tejidos, fibras, técnicas sostenibles, es un desafío mantener estas prácticas en la actual industria de la moda rápida (Gwilt, 2014).

Los diseñadores dan formas a nuestro mundo material, convertir la materia prima en productos. Los modelos económicos actuales son el mayor obstáculo para que se produzca un cambio profundo y llegar hacia la sostenibilidad. Los diseñadores consideran que no es fácil alejarse de la omnipotente cultura de consumo. En estos momentos el diseño se encuentra en un punto de reflexión, ya que las grandes fuerzas ecológicas, socioculturales y económicas están obligando a la industria a revisar los sistemas, pero no aceptan a la sostenibilidad como una alternativa de vida, consideran que el modelo de negocio habitual es rentable. Los diseñadores deben aplicar los conocimientos en el sector económico para ser más eficientes y se comprometen a ayudar, con el cambio en el sistema actual (Fletcher & Grose, 2012).

El diseñador como comunicador-educador.

Fletcher & Grose (2012) el diseñador conoce todo lo referente el impacto ecológico y social sin embargo rara vez se transmite este conocimiento a la sociedad, lo que genera la cadena de suministros y el impacto que trae realizar dicha prenda. El diseñador tiene la responsabilidad de comunicar y educar al consumidor referente a la sostenibilidad y que existen prendas hechas con materia prima ecológica están siendo amable con la naturaleza. También hay opciones antes de tirar las prendas como re-utilizar, arreglar y reciclarlas.

El diseñador como facilitador.

Este diseñador abarcar distintas funciones, desde desarrollar estrategias para cambiar la industria moda, Lo que busca es crear oportunidades para que la gente trabaje con nuevas maneras integras. El diseñador como facilitador da más prioridad al proceso que el resultado Por eso el diseño debe ser una herramienta útil para hacer frente a los problemas de sostenibilidad (Fletcher & Grose, 2012).

El diseñador como activista.

Fletcher & Grose (2012) los diseñadores activistas buscan la sostenibilidad mediante estrategias, para que exista un equilibrio económico, ambiental y social. Debe actuar directamente para lograr sus ideales. Los activistas pueden trabajar

dentro como fuera de la industria, promoviendo la sostenibilidad. Cuando los gobiernos tienen proyectos de investigación para analizar el impacto medioambiental invita a los diseñadores a participar, ya que conocen el desarrollo de los modelos de negocio actuales. Lo que se busca que el sistema tenga un equilibrio entre la salud, economía, social y ecológica. El gobierno desea proteger los intereses de la sociedad a largo plazo, mediante un sistema de producción sostenible (Fletcher & Grose, 2012).

El diseñador como empresario.

Fletcher & Grose (2012) el sistema de sostenibilidad ya a crecer cuando la innovación del diseñador actúe. Con los conocimiento adquiridos van a surgir nuevos pero enfocándose en la ecológica. Otra oportunidad de negocio rentable es el internet. Donde el diseñador tiene contacto directo con el consumidor, en estas plataformas ofrecen ropa, patrones que se pueden descargar. Existen videos de ayuda para que los clientes confeccionen su propia prenda.

2.3.5 Empresas y diseñadores que trabajan con la moda sustentable.

Existe una variedad de empresas y diseñadores a nivel mundial que adoptaron la moda sostenible. Por ello proponen una variedad de productos reciclados en su mayoría, pero con un enfoque de empatía entre el consumidor y la prenda para lograr que permanezca un largo tiempo en el guardarropa.

Artemas Quibble and the Creatures of Mme du Barry.

Creada por Jason Ross su local está ubicado en Brooklyn, es el creador de accesorios artesanales que no se parecen a nada visto anteriormente. Sus diseños son exclusivos y trabajados a mano. La materia prima es cuero de tapas de libros del siglo XVI y remates vintage[14], cuero grueso y muy desgastado aporta riqueza a su trabajo. Cada pieza cuenta una historia con cada elemento recuperado para convertirlos en cinturones, collares, bolsos y brazaletes (Brown, 2013).

[14] Vintage: Es un estilo retro o clásico**.** Este estilo ayuda al reciclaje ya que productos pasados de moda y vuelven al presente a quedarse en el armario de los usuarios http://definicion.de/vintage/#ixzz3z2J3RxtU

Atelier Awash.

Fundada por los Italianos Grazioli y Pavesi crearon esta marca de moda masculina en el año 2007 en Berlín. Son hipersensibles respecto al medio ambiente por ello apostaron por la sostenibilidad y su prioridad es esto no les interesan las tendencias ni las modas si no que las telas aporten variedad al diseño. Cada pieza se confecciona en varios tejidos, entre ellos lana cardada 100% reciclada, telas encontradas y muy desgastadas, recuperadas y materiales naturales ecológicos italianos como algodón, lino y cáñamo, todos teñidos con compuestos vegetales y certificados por el Global Textile Standard. La colección incorpora fibra de lana cardada regenerada y neutra en emisiones de dióxido de carbono. La lana obtenida con tejidos y prendas utilizados, es un producto textil con impacto cero. La marca también produce una colección de fulares de seda y algodón confeccionados a mano y teñidos con compuestos vegetales en colaboración con una pequeña granja etíope cuyo objetivo consiste en prestar apoyo a las mujeres más desfavorecidas y proteger la herencia artesanal (Brown, 2013).

Carmina Campus.

Fundada en 2006 en Italia por Ilaria Venturini Fendi, esta marca propone soluciones eficaces para la crisis ambiental donde lo primordial es la sostenibilidad y propone artesanía de primera calidad. Esta marca trabaja exclusivamente con materiales existentes, usados, y no usados. Rescatados de los ciclos de producción y consumo para realizar piezas sostenibles, como bolsos, joyas y muebles. Para la realización de sus productos emplea cortinas de ducha, bolsas de basura, asientos de avión y coche, catálogos de todo tipo, redes de vóleibol, cinturones antiguos, persianas venecianas y esponjas de limpieza, si son residuos, la diseñadora les encontrara un uso creativo (Brown, 2013).

Denham.

Fundada por Jason Denham, tiene un profundo respeto a la historia y la artesanía, por eso crea prendas vaqueras de lujo sin igual. Una de las características de la marca es su biblioteca de prendas, que abastece a la empresa de materia prima para el desarrollo del diseño. El busca un equilibrio entre o

antiguo, étnico, y lo moderno da como resultado una mezcla sorprendente. Las prendas reutilizadas son vaqueros, ropa militar de viaje, ropa de trabajo que son del siglo pasado, mantas del ejército holandés, ropa de cama de francesa antigua, seda de paracaídas de la segunda guerra mundial. Con estos materiales realiza chaquetas únicas y exclusivas (Brown, 2013).

Dominga.

Fundada por las diseñadoras Paula Guerra y Gabriela Delgado en el 2012. Marca ecuatoriana basada en comercio justo, moda ética y sostenible. Buscan rescatar el bordado a mano de las artesanas de la zona de Zuleta considerada una artesanía patrimonial que se fusiona con el diseño urbano, el objetivo primordial de la empresa es llegar al consumidor con responsabilidad social. Sus colaboradoras son amas de casa que bordan pero que trabajan en sus hogares, cuidan sus hijos. Los honorarios comprenden el 70% del valor final de la prenda, promueven el comercio justo. Esta marca pertenece a Fashion Revolution (Alvarado, 2015).

Guate va vest.

Fundada por Irene Peukes, en Guatemala. Estos tejidos son 100% naturales, coloridos y decorados con lujosos bordados. Su mano de obra son artesanas que trabajan en los telares donde los huipiles guatemaltecos son la inspiración de la diseñadora para crear algo innovador a partir de este poncho rectangular. Las artesanas confeccionan los escotes y mangas sin necesidad de cortar el tejido. No tiene desperdicios, no utiliza máquinas, por lo tanto no necesita energía eléctrica. Su equipo de trabajo son nueve artesanas (Salcedo, 2014).

Hibrida.

Fundada en 2008, por los socios Angélica Delgado y Eduardo Sepúlveda. La filosofía de esta empresa es cero en residuos de la naturaleza en la que nada se destruye, sino todo se transforma. Ellos plantean un diálogo sobre la relación entre las personas y su entorno. Para sus creaciones emplean los residuos de las fábricas, el material se separa y se clasifica por tipo, tamaño y color. También

trabajan con paquetes de tejidos y prendas vintage. Cada pieza se realiza a mano. La inspiración creativa procede de las culturas precolombinas y de la artesanía tradicional en Latinoamérica (Brown, 2013).

Juana Díaz.

Funda su empresa en Chile, esta diseñadora se apunta a una moda responsable Fabric of the Future este proyecto pretende reducir los daños producidos por la fabricación tradicional de prendas. Se las recicla para dar vida a estas nuevas prendas creadas por esta diseñadora. Su mano de obra son amas de casa con un horario flexible para atender a su hijos, también trabaja con personas marginadas como reclusos y ex presidiarios que no se adaptan al mundo laboral. Gracias al uso de materiales gratuitos o a un costo bajo puede pagar un salario justo, también los forma para que consigan un estatus laboral por encima del sector de la confección. Se produce tops, vestidos cruzados estilo kimono. La técnica de costura y parcheado es la creación de mosaicos o vidrierías. Su estilo particular es mezcla trajes masculinos con una rica variedad de sargas, puntos de espiga y rayas y borde raidos y deshilachados. Su colección de abrigos y chaquetas con la espalda muy vistosa, mientras que sus faldas y tops tiene lazos contrastantes un estilo único (Brown, 2013).

Kici & G-star.

Fundada en Holanda por Maaike Kokke y Remco de Nijs en el 2010. G-Star esta marca decide realizar un proyecto de denim que consiste en la fabricación de un hilo a partir de residuos post-consumo[15]. KICI selecciona las prendas usadas las corta, tritura y las mezcla con algodón orgánico, obtiene nuevo hilo lo tejen para producir nuevas telas y por ende prendas. Pero este es un reto ya que las fibra de algodón recicladas son muy cortas, y esto dificultad el proceso de la mezcla. Para mayor facilidad a la hora de reciclar las prendas se está desarrollando una maquina que selecciona las prendas por color y tipo de material. Esta empresa está

[15] Post-consumo: Son materiales o productos terminados que han servido en su uso y han sido recuperados de entre desechos destinados a su eliminación definitiva http://www.ecologiablog.com/post/1832/que-son-los-desechos-post-consumidor

utilizando ya un 10% de algodón reciclado y 90% de algodón orgánico su meta es utilizar más algodón reciclado que orgánico (Salcedo, 2014).

Millecollines.

Creada en 2009 en Kigali (Ruanda) por los diseñadores españoles Inés Cuatrecasas y Marc Oliver su filosofía es hecho en África para África es la apuesta que quieren cambiar con el resto del mundo con respecto a los productos africanos. Su mano de obra son artesanos profesionales donde realizan piezas únicas hechas a mano con tejidos naturales (Salcedo, 2014).

Patagonia & The Commonthreads Iniciative.

Fundada en 1993 en Patagonia es una empresa americana, su principal filosofía reducción del impacto ambiental por ello utilizan botellas de soda recicladas en la producción de chaquetas, en 1996 decidieron utilizar 100% de algodón reciclado. En el 2005 lanzaron un programa de reciclaje donde recogen prendas viejas de Capilene[16] son de poliéster con el fin de reciclarlas, en el cual se utiliza un reciclaje químico. Un fabricante japonés redujo la energía en un 80% para producir poliéster virgen (Salcedo, Moda Sostenible, 2014).

Veja

Fundada en 2004 en Brasil por Sebastien Kopp y Francois Ghislain Morillion franceses, esta empresa se sostiene en varios pilares como el uso de materiales ecológicos (algodón, látex, piel) para un futuro próximo obtener producto 100% biodegradables otro punto importante es la relación con los proveedores que gusten del producto, esta empresa no gasta en publicidad, pero tiene precios competitivos en el mercado. Esta marca realiza zapatillas deportivas sneakers ecológicas. Su equipo de trabajo es de 42 personas y vende alrededor de 100.000 pares de zapatillas (Salcedo, 2014).

[16] Capilene: Son prendas hechas de poliéster reciclado al menos un 35%. Estos tejidos protegen, incluso cuando están mojados, son de secado rápido también controla la humedad www.patagonia-buenosaires.com/baselayers-de-poliester-capilene/

2. 4 HIPÓTESIS

- Ho: Si el eco-diseño no es una alternativa de negocio entonces no se generará un modelo de desarrollo potencial en la moda sostenible en el cantón Ambato.

- H1: Si el eco-diseño es una alternativa de negocio entonces se generará un modelo de desarrollo potencial en la moda sostenible en el cantón Ambato.

2.5 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.

2.5.1 Variable Independiente

Eco-diseño alternativa de negocio potencial

2.5.2 Variable dependiente

La moda sostenible en Ambato

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO.

En esta investigación va a prevalecer un enfoque cualitativo y cuantitativo. Según Herrera, Medina y Naranjo (2004) la investigación predominantemente cualitativa es conocida como naturalista, participativa, etnográfica, humanista, interna e interpretativa.

La etnografía es un método de campo, para aclarar los conocimientos sociales con sus propios actores, la finalidad es establecer una descripción e interpretación de la realidad, es una investigación abierta que permite plantear encuestas, observaciones participativas es importante que el investigador reconozca otras realidades a través de su percepción. (Guber, 2012)

Al realizar la investigación se ha determinado que la industria de la moda rápida, tiene su espacio a nivel local. Pero existe empresas visualizadas con una filosofía de una moda más sostenible, por esa razón el objetivo principal es conocer su modelo de gestión, los nuevos procesos de diseño donde exista

equidad entre dueños, empleados y consumidores. Mediante el método etnográfico, ir al lugar de los hechos, tener un contacto directo con los involucrados, para observar los procesos, productos y la gestión de negocio que practican.

Herrera et al, (2004) la investigación cuantitativa es conocida como normativa, nomotética, externa, explicativa, realista. Para conocer cuantas empresas a nivel nacional están enfocadas y están impulsando la moda sostenible con los productos que están confeccionando y si tienen la aceptación del consumidor.

3.1.1 Modalidad básica de la investigación.

La modalidad de la presente investigación responde a una indagación de campo, y documental-bibliográfica. Herrera et al, (2004). La investigación de campo es el estudio sistemático en el lugar de los hechos, esta investigación es de forma directa con la realidad, para obtener información segura. Por ello esta investigación se realizara en el lugar de los hechos conociendo a las empresas y desde luego tener un dialogó con los empresarios para conocer sus estrategias, enfoque, modelo de gestión referente al eco-diseño y sus metas. Se analizará si este sistema de producción de moda sostenible es un desarrollo potencial a futuro.

Herrera et al, (2004). La investigación documental-bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre un tema determinado, basándose en libros, revistas y otras informaciones adicionales. Se ha investigado y analizado una variedad de libros, existen teorías sobre la sostenibilidad y se determina como una alternativa para el sistema actual de producción donde empresas, diseñadores estén dispuestos a generar esta macrotendencia de moda sostenible con productos de calidad para que sea aprovecha a futuro en la reutilización y reciclaje, para generar un ciclo cerrado de la prenda.

3.1.2 Nivel o tipo de investigación.

La presente investigación se enmarca en un nivel exploratorio según Herrera et al, (2004). Es una metodología flexible, con amplitud y dispersión. Donde su

estudio es poco estructurado, reconoce variables de interés investigativo, sondea un problema poco investigativo. Por esa razón la moda sostenible es un tema nuevo donde empresarios y diseñadores desconocen de materia prima sustentable que ayuda al ecosistema. Pero también existen algunas empresas que ya están generando sustentabilidad en sus productos, pero que el consumidor no las conocen por ello se realizara los contactos para buscarlas y conocer todo lo referente a su trabajo con la moda sostenible y las metas a futuro.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.2.1 Población.

La población destinada para la presente investigación son las empresas del clúster textil confecciones del cantón Ambato con el objetivo de determinar el grado o nivel de procesos sostenibles que manejan en los productos. Para determinarla se cuenta con la base de datos de la Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua CAPIT, y la Asociación de Confeccionistas y Textiles (ACONTEX).

Cuadro N° 1: Clúster textil confecciones.

INSTITUCIÓN	REGISTRO DE EMPRESAS
Cámara de la Pequeña Industrias de Tungurahua (CAPIT)	26
Asociación de Confeccionistas y Textiles. (ACONTEX).	27
Total	53

Elaborado por: Natalia Villalva.

También nuestra población serán empresas visibilizadas a nivel regional dedicadas a la moda sostenible, que trabajan con una filosofía de responsabilidad social y el medioambiente. Estas empresas de moda sostenibles son el foco principal de la presente investigación.

3.2.2 Muestra.

Para la presente investigación se realizará un muestreo aleatorio según Herrera et al, (2004) es el elemento del universo que tiene la misma probabilidad de ser parte de la muestra. Mediante un proceso se determina esta muestra primero obteniendo la lista completa del universo, asignar un número a cada individuo y seleccionar a través de una tabla de números aleatorios.

Se va a determinar la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2\ (N-1)+1}$$

$$n = \frac{53}{(0.02)^2(53-1)+1}$$

$$n = \frac{53}{(0.0004)(52)+1}$$

$$n = \frac{53}{0.0208+1}$$

$$n = \frac{53}{1.0208}$$

$$n = 51\ empresas$$

En donde:

n: Tamaño de la Muestra

N: Universo de estudio

E: Error de muestreo (2% = 0.02)

Una vez que se desarrolló la muestra aleatoria dentro de la cual se determinó que la mayoría de las empresas del clúster textil confecciones del cantón Ambato tienen un enfoque de producción masiva e industrializada, también se pudo determinar que son escasas las empresas de moda sostenible que han logrado visibilizarse dentro de la Provincia de Tungurahua.

Razón por la cual el presente trabajo de investigación, se vio en la obligación de enfocar el objeto de estudio hacia empresas de moda que se han visibilizado dentro de la zona, la misma que se la ha delimitado en base a la factibilidad económica y de tiempo de la investigadora. También se analizará la gestión que desarrollan las empresas de moda sostenible visibilizadas. Para conocer su filosofía de trabajo, procesos y productos para que sea un referente para la realización de moda sostenible en la zona.

3.3 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.

3.3.1 Variable independiente: Eco-diseño alternativa de negocio potencial.

Cuadro N° 2: Operalización de la variable independiente.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Eco-diseño son prendas de moda producidos por métodos que no perjudican al medioambiente y la sociedad. (Salcedo, 2014).	Sector	Empresas y diseñadores enfocadas en moda sostenible	¿Qué significa para su empresa hacer moda con responsabilidad social? ¿Cuál es el modelo de gestión que su Empresa desarrolla? ¿Qué aspectos de la moda lenta lleva impregnado el producto? ¿Qué estrategias de comercialización emplea su empresa para vender sus productos? ¿Cuáles son las empresas en el país que son parte de este movimiento y hacen indumentaria con responsabilidad social?	Entrevista	Cuestionario Estructurado
Desarrollo potencial en la moda sostenible una apuesta por la innovación ambiental de productos, se convierte en un elemento importante en la estrategia de competitividad de empresas y surge la demanda de disponer este modelo de sistema de gestión. Es un desarrollo que apuesta a futuro, productos sostenibles menos perjudiciales para el medio ambiente, llevado por las empresas actualmente. (Alonso, 2005).	Procesos	Diseño Manufactura Distribución	Innovación en diseños, pensados en la reutilización y reciclaje. Patronaje, corte, confección y acabados. Estrategias de transportación de materia prima y productos terminados.	Observación	Etnografía
	Materia prima	Fibras naturales. Materia prima convencional y no convencional. Prendas de segunda mano.	Local o exportada.	Observación	Etnografía
	Productos	Blusas. Chaquetas. Bolsos. Collares. Sombreros. Lentes de madera. Cinturones. Zapatillas	Acabados y calidad.	Observación	Etnografía

Elaborado por: Natalia Villalva.

3.3.2 Variable dependiente: *La moda sostenible en Ambato*.

Cuadro N° 3: Operalización de la variable dependiente.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Es un enfoque diferente en que diseñadores, compradores, distribuidores y consumidores son más conscientes del impacto de los productos sobre la sociedad y los ecosistemas. La moda lenta está basado en la calidad, que evidentemente tiene relación entre el usuario con el producto en períodos largos. (Salcedo, 2014).	Sector	Empresas textiles confecciones del cantón Ambato	1.- ¿Sabía usted que la industria de la moda es la segunda más contaminante del planeta? 2.- ¿Cuál cree usted que es el impacto ambiental que genera su empresa en la producción de procesos? 3.- ¿Usted conoce el ciclo de vida abierto de una prenda de vestir? 4.- ¿Usted conoce en ciclo de vida cerrado de la prenda de vestir? 5.- ¿Usted conoce empresas en el sector que hagan diseño con responsabilidad social (productos que respeten y sean amigables con el medio ambiente)? 6.- ¿Cree usted que sea pertinente un documento que compilé modelos de negocio de empresas que hacen moda con responsabilidad social? 7.- ¿Si usted analiza un modelo de negocio sostenible y le parece atractivo, lo aplicaría en la empresa?	Encuesta	Cuestionario Estructurado
	Procesos	Moda sostenible	Gestión de procesos. Respeto a los trabajadores. Productos. Distribución. Estrategias de ventas sostenibles.	Observación	Etnografía
	Filosofía	Eco-diseño. Moda ética. Moda lenta. Moda sostenible	Líneas que trabajan las empresas visualizadas.	Observación	Etnografía
	Mano de obra	Empleados. Artesanos.	Respeto. Lugares de trabajo dignos. Sueldos justos.	Observación	Etnografía
	Manufactura	Tintes naturales. Mínimo en residuos.	Si utilizan estos procesos.	Observación	Etnografía
	Distribución.	Estrategias de venta.	Redes sociales. Página online. Tienda propia. Tienda proveedores Ferias.	Observación	Etnografía
	Productos.	Pilar fundamental de la moda lenta.	Fibras naturales. Acabados.	Observación	Etnografía

Elaborado por: Natalia Villalva.

3.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

3.4.1 Ficha de campo.

Según Herrera et al, (2004) la observación es una técnica donde el investigador debe estar atento para conocer todo lo referente a su tema de estudio, recoger los datos para luego analizarlo, evaluar mediante varios procedimientos y obtener las conclusiones con sus respectivas decisiones. La observación de tipo directa es aquella donde el investigador tiene contacto personal con el objeto de estudio. Es individual porque interviene un solo investigador. La observación de campo es cuando se realiza en el terreno, consiste en estudiar los hechos en el ambiente natural que produce.

En la investigación se utilizará esta técnica ya que se necesita conocer todo lo referente al desarrollo del producto y la filosofía que aplican en la empresa, el proceso de manufacturación, porcentaje de residuos, mano de obra, utilización de tintes naturales y materia prima de primera calidad, terminados y acabados de los productos. Se evaluará la calidad de los productos para determinar la sostenibilidad en los procesos que realizan (Véase Anexo N° 1: Ficha de campo).

3.4.2 Lista de cotejo.

Herrera et al (2004) la observación tiene varios instrumentos uno de ellos es lista de cotejos, consiste en un listado de aspectos importantes para comprobar si los aspectos se manifiestan o no en el objeto de observación y cuál es la frecuencia con que se presenta cada uno, dentro de un período de estudio. Para la presente investigación se realiza la lista de cotejo mediante la metodología de Gwilt en el cual propone en su libro *Moda sustentable*, un ciclo de vida cerrado de la prenda, pues desea proyectar una transformación en el sistema de la industrialización. Mediante este proceso se conocerá aspectos relevantes que tiene cada empresa, referentes a la moda lenta (Véase Anexo N° 2: Lista de cotejo).

3.4.3 Encuesta.

Herrera et al, (2004) la encuesta es una técnica de recolección de información, por la cual los informantes responden por escrito a preguntas especificas, mediante un cuestionario estructurado, con un enfoque sirve de los objetivos de la investigación y la realidad estudiada, la finalidad es obtener información de manera sistemática de la población comprendida.

Para el proyecto de investigación se utilizará la técnica de la encuesta ya que se busca información específica de las empresas del clúster textiles confecciones en el cantón Ambato, para conocer su enfoque con respecto al sistema de moda sostenible. La muestra es de 51 empresas. (Véase Anexo N° 3: Encuesta).

3.4.4 Entrevista.

Herrera et al, (2004) la entrevista es una conversación directa entre el entrevistador y el entrevistado de esta interacción se busca obtener información con el tema de estudio. Es una técnica de un profundo conocimiento para analizar necesidades específicas, aspectos importantes, buscar alternativas de solución.

Para esta investigación se utilizará la técnica de la entrevista ya que se busca información específica de las empresas visibilizadas, para conocer el modelo de gestión, estrategias, productos que realizan y cuál es la responsabilidad social que manejan. De ahí determinar si la moda sostenible es un desarrollo potencial a futuro. Las empresas que se entrevistarán son: Cardànas, Claudia Morrison, Dante promodas, Danny Arias, Dominga, Fui, Hosh, Inti Eyewear, Matico, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro (Véase Anexo N° 4: Entrevista).

3.5. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

3.5.1 Analizar la ficha de campo.

Se analizará la ficha de campo, que se practicó a las empresas visibilizadas mediante la técnica de la etnografía, se procesará los datos y los resultados son los siguientes:

1.- Filosofía de la empresa.

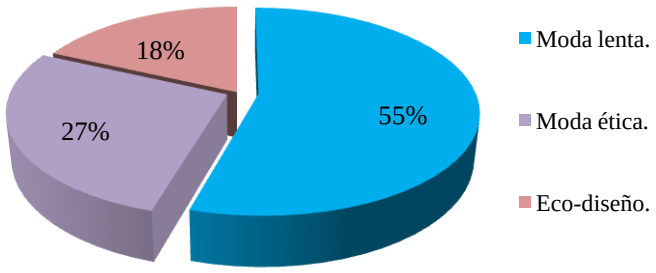


Gráfico N°2 Ficha de campo: Pregunta # 1.
Elaborado por: Natalia Villalva.

Para conocer la filosofía en que trabajan las empresas visibilizadas se puede determinar que la mayoría está enfocada en moda lenta que conlleva manufacturas transparentes, respeto por los trabajadores con sueldos justos, materia prima de calidad y por su puesto el medioambiente. En cambio otras empresas están en la línea de la moda ética que conlleva respeto al medioambiente, velan por la salud de los trabajadores y consumidores. Pocas empresas trabajan con el eco-diseño que es trabajar de la mano con el medioambiente.

2.- Proceso de manufacturación sostenible.

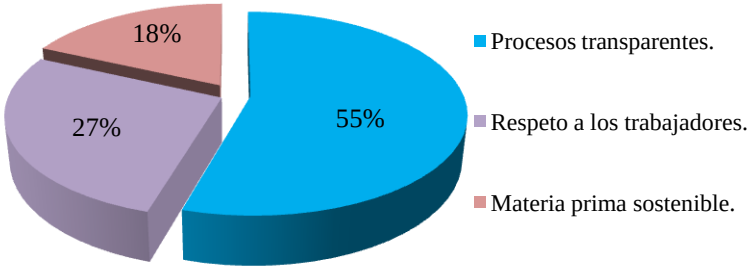


Gráfico N°3 Ficha de campo: Pregunta # 2.
Elaborado por: Natalia Villalva.

Los procesos de manufactura es la base del sistema de moda sostenible por ello la mayoría de empresas buscan que los procesos sean transparentes mediante diseños estructurados, en referencia al patronaje con un mínimo en mermas. Otras empresas buscan que los empleados tengan calidad de vida en los trabajos, mediante la salud y salarios justos. En cambio otras su enfoque es que las fibras sean naturales y que no afecte al medioambiente.

3.- Materia prima sustentable.

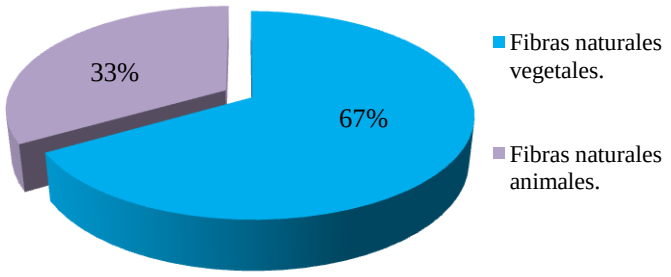


Gráfico N°4 Ficha de campo: Pregunta # 3.
Elaborado por: Natalia Villalva.

La mayoría de empresas utilizan fibras naturales vegetales como el algodón y lino por la calidad. Algunas empresas prefieren las fibras naturales animales como lana de oveja o alpaca. Las fibras naturales tienen características únicas tales como la durabilidad, hipoalergénicas también son biodegradables y renovables.

4.- Utilización de tintes naturales.

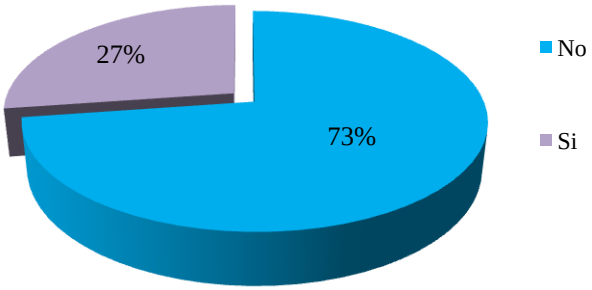


Gráfico N°5 Ficha de campo: Pregunta # 4.
Elaborado por: Natalia Villalva.

La mayoría de empresas no utilizan tintes naturales, prefieren la fibra en bruto para su producción. Algunas empresas utilizan tintes naturales en su proceso,

como plantas, hojas y cascaras para lograr una variedad de colores para las prendas, ya que no contaminan.

5.- Mano de obra.

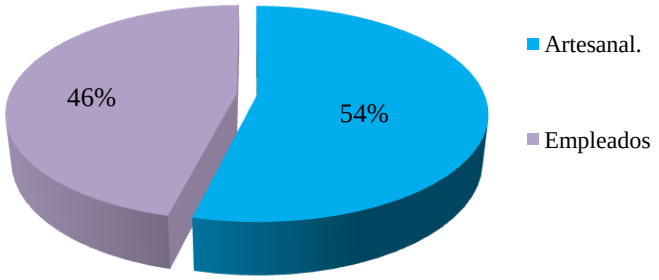


Gráfico N°6 Ficha de campo: Pregunta # 5.
Elaborado por: Natalia Villalva.

La mayoría de empresas trabajan con artesanos, ya que valoren su desempeño manual y a la vez activan la economía de este sector. Otros empresa trabajan con empleados, pero es importante menciona que promueven el comercio justo.

6.- En la manufacturación obtiene residuos.

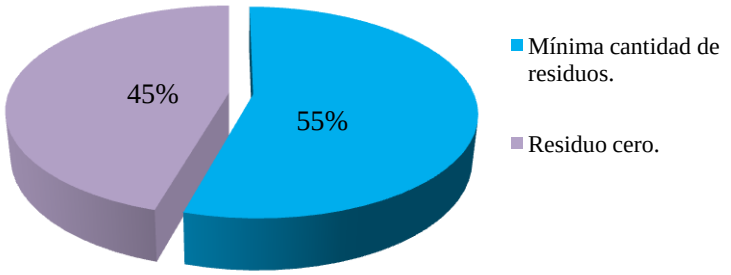


Gráfico N°7 Ficha de campo: Pregunta # 6.
Elaborado por: Natalia Villalva.

La mayoría de empresas han ejecutado diseños y patronajes estructurados, por el cual consiguen una mínima cantidad de residuos en la producción. En cambio otras prefieren utilizar toda la tela mediante una serie de pliegues en las prendas, por ende no existe residuos.

7.- Calidad del producto.

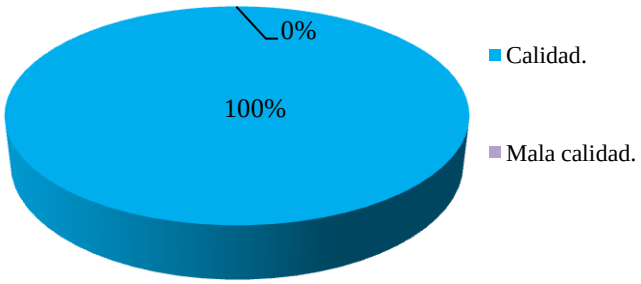


Gráfico N°8 Ficha de campo: Pregunta # 7.
Elaborado por: Natalia Villalva.

Todas las empresas promueven la calidad en sus productos, ya que es un pilar fundamental de la moda sostenible, mediante la obtención de fibras naturales, los procesos de manufacturación transparente y acabados. Con un cero porcentaje en productos de mala calidad ya que no es la filosofía de estas empresas.

8.- Productos 100% ecológicos.

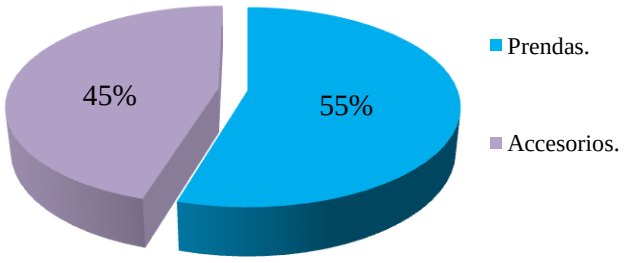


Gráfico N°9 Ficha de campo: Pregunta # 8.
Elaborado por: Natalia Villalva.

La mayoría de empresas se dedican en producir prendas de vestir como blusas, vestidos, chompas, chaquetas, pantalones, short, camisas, suéter y cuellos. Algunas empresas prefieren los accesorios como lentes de madera, sombreros, pañuelos, bolsos, carteras y zapatillas.

3.5.2 Analizar la encuesta.

Mediante un cuestionario estructurado se realizó las encuestas dirigidas a Empresarios del sector textil confecciones en el cantón Ambato con el objetivo de conocer la opinión en referencia al sistema de moda sostenible y los resultados son los siguientes:

1.- ¿Sabía usted que la industria de la moda es la segunda más contaminante del planeta?

Cuadro N°4 Encuesta: Pregunta # 1

INTERPRETACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	31	61
NO	20	39
TOTAL	51	100

Elaborado por: Natalia Villalva.

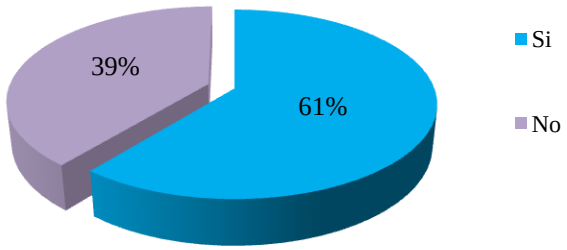


Gráfico N°10 Encuesta: Pregunta # 1.
Elaborado por: Natalia Villalva.

Los empresarios proporcionaron información, en referencia a que la industria de la moda que es la segunda contaminante en el planeta. En su mayoría tienen un conocimiento que la industria está contaminando, por los diferentes procesos. En cambio algunos empresarios desconocen de este particular.

2.- ¿Cuál cree usted que es el impacto ambiental que genera su empresa en la producción de procesos?

Cuadro N°5 Encuesta.: Pregunta # 2.

INTERPRETACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Residuos textiles	38	75
Aguas contaminantes	13	25
TOTAL	51	100

Elaborado por: Natalia Villalva.

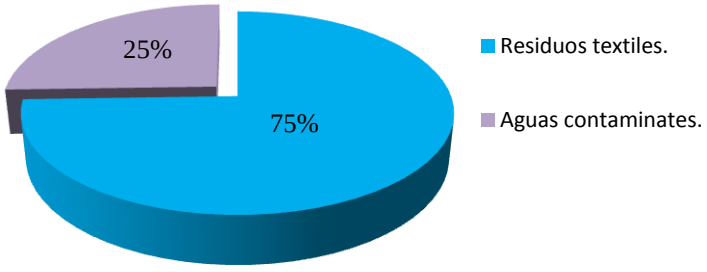


Gráfico N°11 Encuesta: Pregunta # 2.
Elaborado por: Natalia Villalva.

En referencia al impacto ambiental que genera las empresas en la producción, en su mayoría los empresarios consideran que contaminan mediante los residuos en el corte del textil. Otros consideran que las aguas contaminantes que su empresa genera en los diferentes procesos que realizan.

3.- ¿Usted conoce el ciclo de vida abierto de una prenda de vestir?

Cuadro N°6 Encuesta: Pregunta # 3.

INTERPRETACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	18	35
NO	33	65
TOTAL	51	100

Elaborado por: Natalia Villalva.

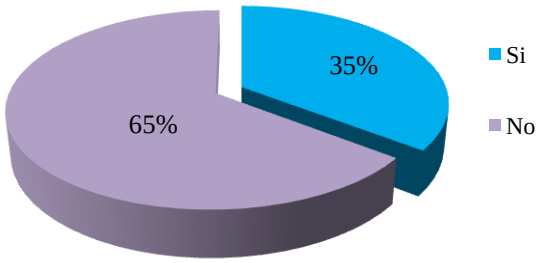


Gráfico N°12 Encuesta: Pregunta # 3.
Elaborado por: Natalia Villalva.

En referencia al ciclo de vida abierto de una prenda de vestir, la mayoría de empresarios desconocen el término, es un referente del sistema de moda rápida. Algunos empresarios si conocen esta expresión.

4.- ¿Usted conoce en ciclo de vida cerrado de la prenda de vestir?

Cuadro N°7 Encuesta: Pregunta # 4.

INTERPRETACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	24	47
NO	27	53
TOTAL	51	100

Elaborado por: Natalia Villalva.

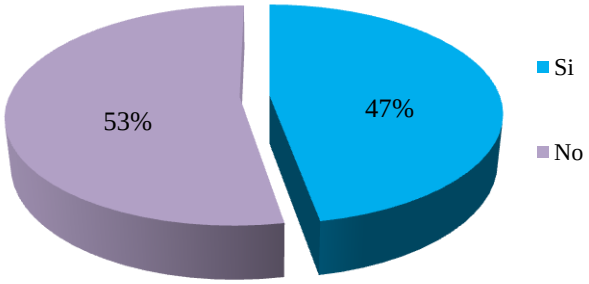


Gráfico N°13 Encuesta: Pregunta # 4.
Elaborado por: Natalia Villalva.

En referencia al ciclo de vida cerrado de la prenda de vestir, la mayoría de empresarios desconocen la expresión, este un referente del sistema de moda sostenible. En cambio algunos empresarios si conocen el término ya que han asistido a capacitaciones.

5.- ¿Usted conoce empresas en el sector que hagan diseño con responsabilidad social (productos que respeten y sean amigables con el medio ambiente)?

Cuadro N°8 Encuesta: Pregunta # 5.

INTERPRETACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	11	22
NO	40	78
TOTAL	51	100

Elaborado por: Natalia Villalva.

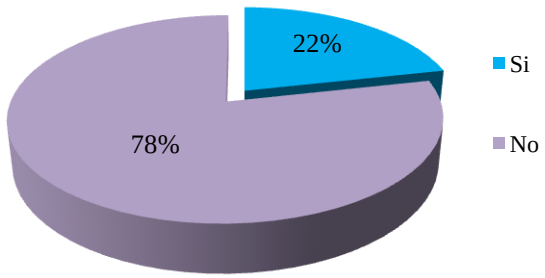


Gráfico N°14 Encuesta: Pregunta # 5.
Elaborado por: Natalia Villalva.

Con referencia a que existan empresas en el sector que hagan diseño con responsabilidad social. La mayoría de empresarios desconocen empresas que

manejen esta filosofía de moda sostenible. En cambio pocos empresarios si las ubican.

6.- ¿Cree usted que sea pertinente un documento que compilé modelos de negocio de empresas que hacen moda con responsabilidad social?

Cuadro N°9 Encuesta: Pregunta # 6

INTERPRETACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	44	86
NO	7	14
TOTAL	51	100

. Elaborado por: Natalia Villalva.

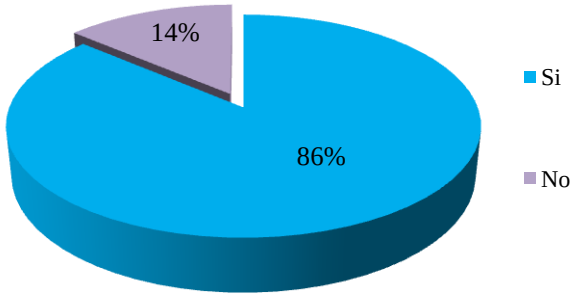


Gráfico N°15 Encuesta.: Pregunta # 6.
Elaborado por: Natalia Villalva.

Seria pertinente un documento que compilé modelos de negocio de empresas que hacen moda con responsabilidad social. La mayoría de empresarios determinan que si es importante conocer otros referentes de negocio y que ayuden a cambiar el sistema actual de producción. Pocos empresarios consideran que no, ya que están industrializados.

7.- ¿Si usted analiza un modelo de negocio sostenible y le parece atractivo, lo aplicaría en la empresa?

Cuadro N°10 Encuesta: Pregunta #7.

INTERPRETACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	31	61
NO	20	39
TOTAL	51	100

Elaborado por: Natalia Villalva.

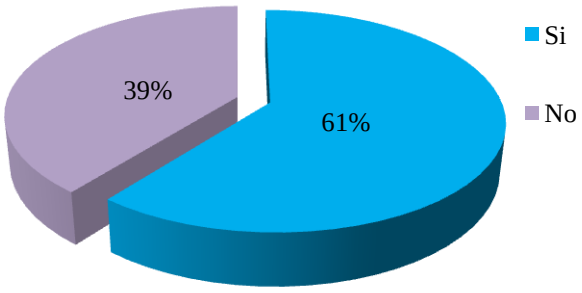


Gráfico N°16 Encuesta: Pregunta #7.
Elaborado por: Natalia Villalva.

Si la empresa analiza un modelo de negocio sostenible y les parece atractivo, lo aplicarían. La mayoría de empresarios están dispuestos a cambiar este sistema actual, de industrialización, en cambio algunos consideran que este proceso no aplicaría en la zona.

3.5.3 Analizar la entrevista

Mediante un cuestionario se ha realizado la entrevista, a las empresas visibilizadas que están en la línea de moda sostenible en el ámbito local. Con las preguntas efectuadas se conocerá las estrategias, modelo de gestión y responsabilidad social que promueven en sus negocios sostenibles.

1.- ¿Qué significa para su empresa hacer moda con responsabilidad social?

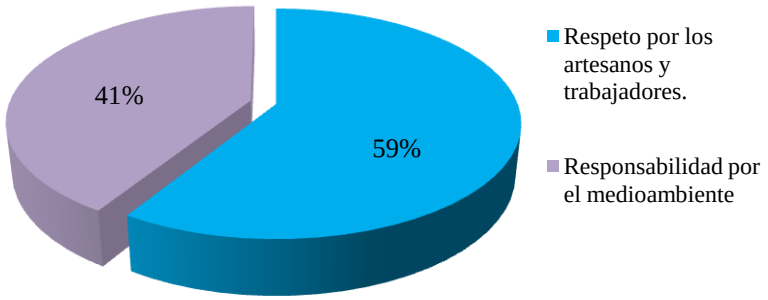


Gráfico N°17 Entrevista: Pregunta #1.
Elaborado por: Natalia Villalva

En referencia a que las empresas determinan la responsabilidad social, en su mayoría las empresas consideran que debe existir un respeto a los artesanos y trabajadores, otras empresas se enfocan en el medioambiente.

2.- ¿Cuál es el modelo de gestión que su Empresa desarrolla?

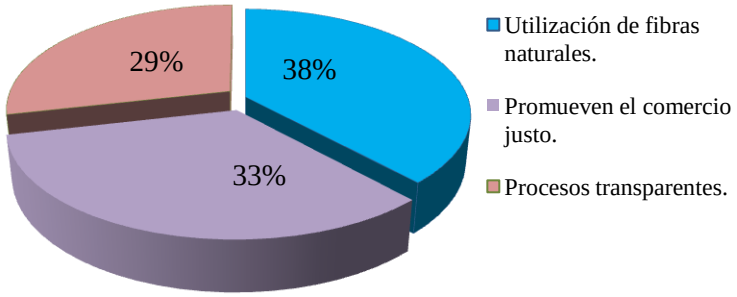


Gráfico N°18 Entrevista: Pregunta #2.
Elaborado por: Natalia Villalva

Los modelos de gestión que las empresas desarrollan, en su mayoría utilizan fibras naturales por la calidad. Otras empresas consideran que el comercio justo es la base de la moda sostenible como son los sueldo y precios justos, el buen trato a los empleados. En cambio algunas empresas proponen que los procesos de elaboración deben ser transparentes, desde la fibra en bruto, procesos, distribución y venta.

3.- ¿Qué aspectos de la moda lenta lleva impregnado el producto?

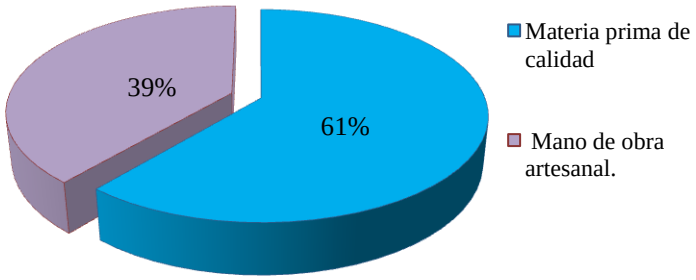


Gráfico N°19 Entrevista: Pregunta #3.
Elaborado por: Natalia Villalva

Los aspectos de moda lenta que tiene impregnado el producto. La mayoría de empresas determinan que para obtener un producto sostenible es necesaria la utilización de materiales de calidad. En cambio otras empresas consideran que la mano de obra artesanal es un valor agregado al producto ya que está hecho a mano.

4.- ¿Qué estrategias de comercialización emplea su empresa para vender sus productos?

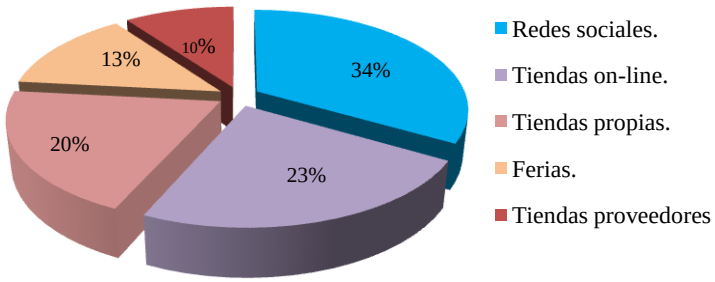


Gráfico N°20 Entrevista: Pregunta #4.
Elaborado por: Natalia Villalva

Las estrategias que emplean las empresas para promocionar sus productos. La mayoría de empresas utilizan las redes sociales para dar a conocer sus prendas. Otras empresas buscan estrategias como vender on-line. Algunas empresas han adquirido tiendas para que el consumidor observe y compre directamente el producto. En cambio otras asisten a ferias para que el cliente conozca su trabajo. En un mínimo porcentaje las empresas prefieren que sus productos este en tiendas de proveedores.

3.5.4 Ficha de analogía.

Según Pulgarin (2012), es una técnica de procesamiento de la información, es la investigación comparativa que consiste en generar una comparación entre dos o más términos, eventos, grupos. Para analizar, integrar, sintetizar y presentar resultados entre las diferencias también las similitudes referentes al estudio de investigación. Para obtener información verídica se realizará una ficha de analogía, para conocer las similitudes que cada empresa visibilizada posee. Los puntos que tendrá esta ficha tiene un referente de la autora Fletcher en su libro *Gestionar la sostenibilidad en la moda,* donde propone tres alternativas de cambio de la industria de la moda, como la transformación del producto, transformar el sistema de diseño y transformar los diseños de moda y transformar la práctica del sistema de diseño, estos temas son importante para obtener un sistema de moda sostenible.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA DE ANALOGÍA

Dirigido por: Natalia Villalva.

OBJETIVO: Conocer el proceso que realiza cada empresa con sus productos mediante una responsabilidad social para determinar su modelo de gestión y valorar que la moda puede ser sostenible y sustentable.

Cuadro N° 11: Ficha de analogía.

ANÁLISIS	C	C M	D A	D	H	I E	M	P	S H	S Z	S
TRANSFORMAR LOS PRODUCTOS DE LA MODA.											
Materiales.											
Fibras renovables.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Fibras biodegradables.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Fibras respetuosas con la gente.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Fibras que utilizan pocos productos químicos.			**X**								
Algodón modificado genéticamente.											
Algodón no modificado genéticamente.											
Fibras que utilizan poca energía.											
Fibras que utilizan poco agua.											
Fibras respetuosas con los depredadores.								**X**		**X**	**X**
Procesos de elaboración.											
La decoloración con lejías.											
El blanqueo con enzimas.											
Color de la fibra animal.								**X**		**X**	**X**
Teñido con pocos productos químicos.			**X**								
Tintes naturales.							**X**	**X**			**X**
Residuos mínimos en el corte y confección.		**X**	**X**		**X**			**X**			**X**
Condiciones laborales justas y equitativas.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Accesorios bajo impacto.	**X**		**X**			**X**			**X**		
Distribución.											
Logística y sistemas de transporte.											
Combustibles renovables.											
Cuidado de la prenda.											
Consejos de lavado y cuidado de la prenda.	**X**	**X**	**X**	**X**		**X**		**X**	**X**	**X**	**X**
Colada de bajo consumo energético.											
Lavado con gas ozono.											
Eliminación.											
Reducir el flujo de material.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Planes de devolución de productos.											
Reutilización.		**X**	**X**	**X**	**X**			**X**	**X**	**X**	**X**
Reacondicionamiento.											
Reciclado.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**			**X**	**X**	**X**	**X**

Reciclado de fibras sintéticas.											
Rediseño basados en ciclos.											
TRANSFORMAR LOS SISTEMAS DE LA MODA.											
Adaptabilidad.											
Prendas transfuncionales.											
Prendas multifuncionales.					**X**						
Prendas transtemporada.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Prendas modulares.											
Formas cambiantes de la prenda.											
Vidas optimizadas.											
Empatía personalizada y única.		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Atributos físicos de la durabilidad.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Uso de bajo impacto.											
Diseñar para lavar menos.											
Sin lavado de las prendas.											
Diseñar para mancharse.											
Prendas que necesitan poca plancha.											
Prendas diseñadas para arrugarse.											
Servicios y uso compartido.											
Servicio de arreglo de las prendas.											
Sistema de alquiler de prendas para cada ocasión.											
Sistema de diseño mediante el internet.											
Local.											
Materiales locales.	**X**	**X**	**X**		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Diseñar para una cultura local.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Diseñar con artesanos locales.			**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**		**X**	**X**
Bio-mimética en la moda.											
Prendas con acabados inteligentes.											
Prendas mejoradas mediante la nanotecnología.											
Velocidad.											
Plantarse nuevos negocios pero enfocándose en la sostenibilidad.											
Economía estacionaria.											
Necesidades.											
La moda y las necesidades principales del ser humano.											
Diseñar para satisfacer necesidades específicas.											
Compromiso.											
La sostenibilidad se basa en la acción.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
El codiseño el usuario participa del proceso creativo de la prenda.						**X**					
Diseñar con los usuarios por medio de la tecnología.											
Artesanía activa.			**X**	**X**			**X**	**X**		**X**	**X**
Hacking copiar prendas para mejorarlas.											
TRANSFORMAR LA PRÁCTICA DEL DISEÑO DE MODA.											
El diseñador como comunicador educador.			**X**							**X**	
El diseñador como facilitador.			**X**							**X**	**X**
Trueque de ropa.											

Listo para llevar al listo para coser.											
Sostenibilidad social y cultural.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
El diseñador como activista.											
Diseñadores independientes.	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**
Trabajar con el gobierno y/o ONG.											
El diseñador como empresario.	**X**		**X**		**X**				**X**	**X**	**X**
Proponer negocios que sean sustentables.											
Trabajar en una plataforma de internet.	**X**		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**

Fuente: Fletcher & Grose (2012). Elaborado por: Natalia Villalva.

Codificación de las empresas.

Cuadro N° 12: Codificación de las empresas.

EMPRESA	*SIMBOLOGÍA*
Cardànas.	**C**
Claudia Morrison.	**CD**
Danny Arias.	**DA**
Dominga.	**D**
Hosh	**H**
Inti Eyewear.	**IE**
Metier.	**M**
Paqocha.	**P**
Sherpher.	**SH**
Silvia Zeas.	**SZ**
Suspiro.	**S**

Elaborado por: Natalia Villalva.

Análisis de la matriz de analogía

Se analizó la información de la ficha de analogía, para conocer similitudes entre las empresas referentes a su trabajo en esta línea de moda sostenible. La mayoría de empresas utilizan fibras renovables y biodegradables. También existe un respeto por las personas que trabajan en las comunidades y por los depredadores que son parte de la biodiversidad. Algunas empresas prefieren el color natural de la lana, otras prefieren tintes naturales. En referencia a la producción buscan un mínimo en residuos o un cero porcentaje. Todas las empresas practican condiciones justas y equitativas con los empleados. Un punto importante son los cuidados que debe tener una prenda, las etiquetas obtienen la

información detallada. Antes del fin de uso de las prendas es necesario modificarlas, arreglas o reciclarlas. Las prendas transtemporadas son diseñadas con colores neutros, que se pueden combinar con otras prendas de vestir.

La mayoría de empresas promueven la empatía personalizada y única por ser auténticas en los cortes, textiles y bordados. La mayoría de las empresas utilizan materia prima local para activar la economía. Los artesanos son la base de algunas empresas ya que valoran el trabajo artesanal y buscan fomentar la cultura del país. Es importante que el diseñador tenga otras facetas como facilitador, mediante el desarrollo de estrategias en procesos de manufactura, como activista que se enfoca en la sostenibilidad y busca el equilibrio económico. Otros empresarios buscan trabajar en plataformas de internet para dar a conocer sus productos y conocimientos.

Las teorías en las que se centró el trabajo de investigación fueron algunas teorías como la planteada por de Salcedo (2014), la misma que plantea el proceso de diseño como un proceso responsable, en el cual, el diseñador, debe seleccionar la materia prima adecuada, pensar en el desmontaje de la prenda, crear lazos emocionales y el bienestar social. En la construcción de la prenda sugiere minimizar mermas y apostar a la durabilidad, el uso, el rol del usuario, y alargar la vida de prenda; la gestión de residuos se torna fundamental.

Otra teoría es la de Gwilt (2014) quien propone el ciclo de vida cerrado de la prenda, que conlleva la obtención de la fibra ya sea natural o sintética, la producción textil mediante la hilatura, tejeduría y teñido. El proceso de diseño con propuesta de prototipos, la fabricación que conlleva patronaje, corte, confección y acabados. La distribución de insumos, productos terminados y venta. La fase de uso y mantenimiento es responsabilidad del usuario. Las empresas otorgan etiquetas con la información de la prenda, el fin de vida del producto que, en vez de ir a parar en los vertederos, las prendas se puedan revalorizar mediante arreglo, modificación, trueque y de reciclaje.

Y, finalmente la teoría de Fletcher & Grose (2012) que pretende que el sistema actual de industrialización tenga una transformación en los productos de moda, mediante fibras renovables, biodegradables, respetuosas con la gente y los depredadores, que utilicen mínimamente químicos, agua y energía. Que exista un mínimo de residuos en el corte, accesorios de bajo impacto, que las condiciones laborales sean justas y equitativas, la distribución logística y combustibles sostenibles. En referencia al cuidado de la prenda, se da consejos de lavado y la colada de bajo consumo energético, para la eliminación existen planes de devolución de productos, reutilización y reciclado; la transformación de los sistemas de la moda con la adaptabilidad de prendas multifuncionales, modulares y de formas cambiantes; la vida optimizada del producto mediante empatías personalizadas y la durabilidad; el uso de bajo impacto que comprende lavar menos o no lavar, y también planchar menos. Uno de los mayores aportes de esta teoría hacia la moda sostenible es plantear el diseño local y regional, es importante consumir materiales locales, trabajar con artesanos y que las técnicas artesanales se activen.

Lineamientos del diseño de indumentaria sostenible



Gráfico N° 21 Fuente: Salcedo (2014). El proceso de diseño.
Elaborado por: Natalia Villalva



Gráfico N° 22 Fuente: Gwilt (2014). Ciclo de vida cerrado de una prenda.
Elaborado por: Natalia Villalva

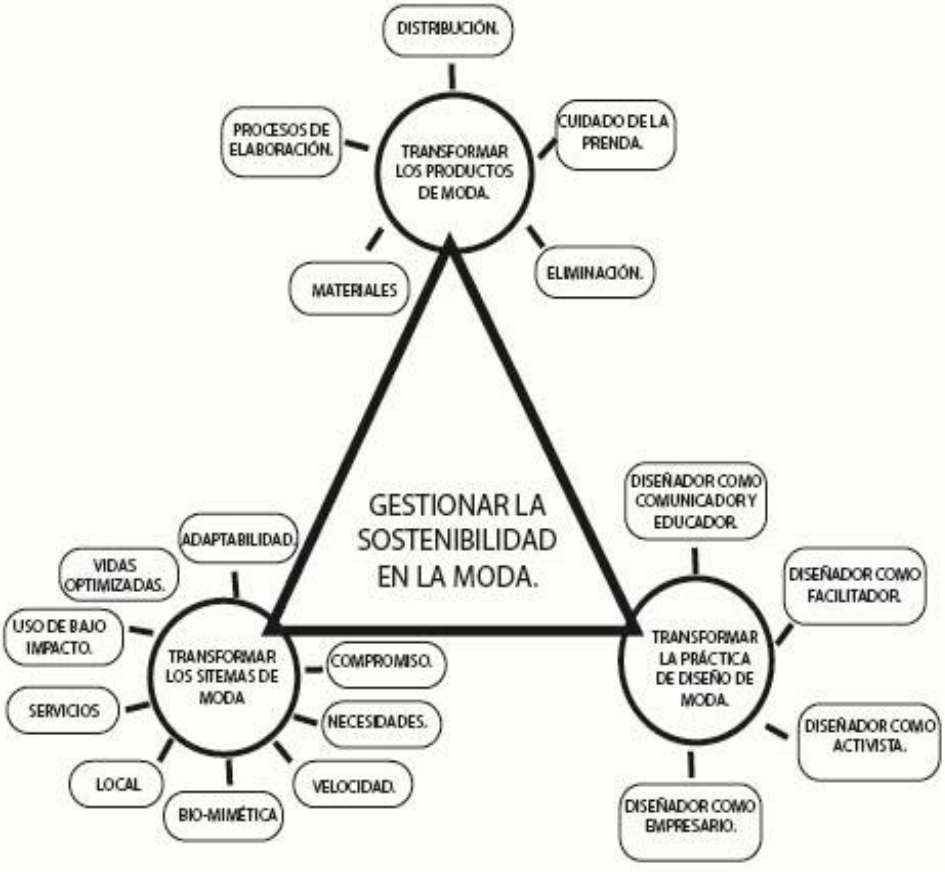


Gráfico N° 23 Fuente: Fletcher & Grose (2012). Gestionar la sostenibilidad en la moda.
Elaborado por: Natalia Villalva

Análisis de la ficha de campo, entrevista y encuesta.

Se estudió los lineamientos para el diseño de indumentaria sostenible, mediante la técnica de la etnografía una investigación directa, se analizó puntos importantes donde las empresas visibilizadas tienen un enfoque diferente a la industria actual que genera la zona, mediante una ficha de campo, entrevista y lista de cotejo. La técnica de la encuesta se utilizó a empresarios del sector textil confecciones del cantón Ambato para conocer su opinión en referencia al sistema sostenible.

En la fibra de campo se trato varios puntos importantes enfocados en la moda sostenible para determinar en qué línea trabaja cada empresa. La filosofía de la empresa se determinó que la mayoría trabajan en la moda lenta que conlleva manufacturas transparentes, respeto por los trabajadores con sueldos justos, materia prima de calidad y trabajar con el medioambiente. Algunas empresas están en la línea de la moda ética que conlleva respeto por los trabajadores y medioambiente. Otras empresas trabajan con el eco-diseños que es trabajar con el medioambiente. Referente al proceso de manufacturación sostenible**,** la mayoría de empresas emplean procesos transparentes para la realización de los productos. Algunas empresas promueven el respeto a los empleados. Ciertas empresas utilizan materia prima sostenible.

La mayoría de empresas utilizan fibras naturales vegetales como el algodón y lino. Algunas empresas utilizan fibras naturales animales como lana de oveja y alpaca. Las empresas no utilizan tintes naturales en su producción, algunas empresas si lo utilizan ya que consideran que eso no contamina. En su mayoría trabajan con artesanos ya que valoren la labor que realizan con sus manos hábiles. Otros empresa trabajan con empleados, pero es importante menciona que promueven el comercio justo. En el proceso de manufacturación tienen poca cantidad de residuos por el diseño y patronaje bien estructurado; en cambio otras prefieren utilizar toda la tela en la producción mediante pliegues en las prendas por lo cual no existe mermas. Concerniente a la calidad en los productos cuidan mucho los procesos de manufacturación y acabados. En la línea de vestir en que se enfocan la mayoría de empresas son las prendas de vestir como blusas,

vestidos, chompas, chaquetas, pantalones, short, camisas, suéter y cuellos. Algunas empresas en cambio realizan accesorios como lentes de madera, sombreros, pañuelos, bolsos, carteras, zapatillas.

Se analizó los comentarios de la entrevista que se realizó a las empresas visibilizadas referente a la responsabilidad social la mayoría considera que debe existir un respeto a los artesanos y trabajadores. Otras proponen que se debe trabajar de la mano con el medioambiente. El modelo de gestión que desarrollan**,** en su mayoría proponen la utilización de fibras naturales en la elaboración de los productos. Otros consideran que el comercio justo es la base de la moda sostenible como son el sueldo y precios justos y el buen trato a los empleados. Para la mayoría de empresas consideran que para obtener un producto de moda sostenible, es necesario la utilización de materiales y acabados de calidad, otros consideran que la mano de obra es importante y más aún cuando es artesanal, en un porcentaje menor que los productos garanticen durabilidad. Las estrategias de comercialización que fomentan las empresas, en su mayoría utilizan redes sociales para dar a conocer los productos, otra estrategia vender on-line, en cambio otras empresas tienen tiendas para que el consumidor observe y compre directamente el producto. Algunos se promocionan asistiendo a ferias para que el cliente conozca el trabajo. Unas pocas empresas prefieren que sus productos este en tiendas de proveedores.

Se conoció la opinión de empresarios textiles confecciones del cantón Ambato en referencia al sistema de producción sostenible, mediante una encuesta realizada en la cual su comentario aportará al proyecto. En referencia a que la industria de la moda es la segunda contaminante en el planeta la mayoría conoce del tema, algunos lo desconocían. Con respecto al proceso industrial la mayoría coincide que se contamina, por los residuos de corte en la manufactura y otras empresas por el tinturado y lavados que desarrollan, contaminan las aguas. Mediante la teoría de Gwilt en la cual determina el ciclo de vida abierto de la prenda, este es el sistema de moda rápida que la industria de la moda práctica actualmente, algunos conocen el término otros no. De la misma manera con el ciclo de vida cerrado de la prenda, este es el sistema que propone la industria de moda sostenible, la

mayoría de empresarios no conoce el término, algunos empresarios si conocen el término no reconocen la expresión.

Algunos empresarios conocen ella que asistido a capacitaciones. En referencia si conocen empresas que estén enfocadas en moda sostenible en la zona, en su mayoría no conocen empresas con esta filosofía, unas pocas empresas si las ubican como Dominga, Tribal Shoes, Mindo, Mashca Galería, La Salita Galería, Bolsón e Impacto. La mayoría de empresas determinan que sería prudente compilar un documento con negocio de empresas que hacen moda con responsabilidad social, ya que son un referente para cambiar o ajustar el sistema actual. Varias empresas están dispuestas analizar, los modelos de negocio sostenible para ayudar a descontaminar el planeta.

Se plantea varias propuestas para potenciar el desarrollo de la moda sostenible en el cantón Ambato. En primera estancia una alternativa es un mapeo de las empresas visibilizado a nivel local que tiene una misma filosofía de generar calidad en los productos pro con responsabilidad social, tienen un compromiso con la naturaleza y la sociedad. Tienen una perspectiva diferente a los sistemas masivos que se están realizando en el país.

Otra alternativa es dar charlas de difusión a todos los involucrados en la industria de la moda como son: empresarios y diseñadores independientes para que conozcan la información adquirida y sea un modelo de negocio referente para trabajar amigablemente con el medioambiente, mejorar o ajustar los sistemas de manufacturación que tiene cada empresa. Esta actividad será para el sector empresarial con las entidades como (CAPIT) Cámara de la pequeña industria de Tungurahua, (ACOTEX) Asociación de confeccionistas textiles y (CALTU) Cámara de calzado de Tungurahua.

Es importante que conozcan toda la información adquirida en este proyecto, por ellos se podría además dar una charla de difusión orientada a lo académico, con la finalidad que estudiantes y futuros diseñadores de la Universidad Técnica de Ambato (UTA), la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato (PUCESA), que se enfoquen en está macrotendencia de moda lenta que sepan del

desarrollo potencial que existe con las empresas visibilizadas a nivel local. Se podría además, difundir la información en un blog o en una plataforma de internet.

3.6 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.

3.6.1 Planteo de hipótesis:

Ho: Si el eco-diseño no es una alternativa de entonces no se generará un modelo de desarrollo potencial en la moda sostenible en el cantón Ambato.

H1: Si el eco-diseño es una alternativa de negocio entonces se generará un modelo de desarrollo potencial en la moda sostenible en el cantón Ambato.

3.6.2 Estimador estadístico:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

X^2= Valor calcularse de chi-cuadrado

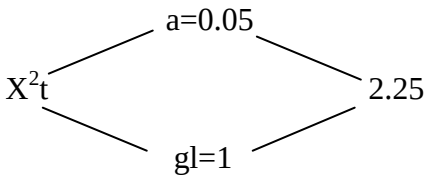
O = Valores Observados

E = Valores Esperados

3.6.3 Nivel de significación y regla de decisión:

a= 0.05

gl= (c-1) (h-1) (2-1) (2-1)=1



3.6.4 Cálculo de Chi – cuadrado X^2:

Cuadro N° 13: Cálculo del Chi-Cuadrado X2.

Empresas	**Si**	**No**	**Total**
Proyección potencial de negocio	31	20	51
Empresas sostenibles visibilizadas	14	0	14
Total 65	45	20	64

Elaborado por: Natalia Villalva

3.5.5 Tabla de frecuencia observadas (O) y esperadas (E)

Cuadro N°14: Tabla de frecuencias observadas y esperadas.

O **Frecuencia observadas**	**E** **Frecuencias esperadas**	**$(O-E)^2/E$**
31	35,3	0,52
20	15,69	1.18
14	9,69	1.91
0	4,3	4.3
		X2c=7.91

Elaborado por: Natalia Villalva

3.5.6 Resultado

El valor de X2c=7.91 > X2t= 2.25 y de conformidad a lo establecido en la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, se confirma que la moda sostenible es una alternativa de negocio y va hacer un desarrollo potencial en el cantón Ambato.

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO

Mapeo de las empresas ecuatorianas que desarrollan productos con responsabilidad social para obtener una moda sustentable y sostenible.

4.1 OBJETIVOS

4.1.1 Objetivo General

Mapear empresas que desarrollan productos con responsabilidad social y una perspectiva más humana con lo que están realizando en el país.

4.1.2 Objetivo Específico

- Investigar a las empresas que tiene un enfoque de moda lenta y tiene una responsabilidad social con lo que realizan.

- Determinar las analogías en común que tienen las empresas que realizan productos relacionados con moda lenta en el país.

- Compilar en un documento el mapeo de las empresas ecuatorianas que desarrollan productos con responsabilidad social.

4.2 MEMORIA DESCRIPTIVA Y JUSTIFICATIVA

4.2.1 Proyecto

Proyecto de investigación.

4.2.2. Referencias

La presente investigación se enfoca en la teoría de las autoras de Flecher & Grose en su libro *Gestionar la sostenibilidad en la moda*, consideran que para lograr empresas sostenibles es necesario que el sistema actual de la industria de la moda tome un giro diferente. Por esa razón desarrollaron tres puntos importantes como: transformar los productos de la moda que conlleva materiales, procesos de elaboración, distribución, cuidado de la prenda y eliminación. Transformar los sistemas de la moda mediante la adaptabilidad, vidas optimizadas, uso de bajo impacto, servicios y uso compartido, local, bio-mimética, velocidad, necesidades y compromiso. Transformar la práctica del diseño de moda, enfatizar el diseñador que se involucra en otras facetas ya sea como comunicador, educador, facilitador, activista y empresario.

Para lograr la transformación de los productos de la moda, los diseñadores y empresarios deben seleccionar fibras que están acordes con la macrotendencia de la moda sostenible. Existen fibras renovables que son naturales como: el algodón, cáñamo y Iyocell hecha de pulpa de madera, reduce los niveles de contaminación del agua y de aire. Las fibras biodegradables son aquellas que se destruyen fácilmente, por medio de luz, aire o agua se descomponen la fibra en un período corto. También existe las fibras respetuosas con la gente, se refiere a temas de salud y condiciones laborales como seguridad, sueldos dignos, esto ayuda a mejorar la sostenibilidad. Las fibras que utilizan pocos químicos en el cultivo traen beneficios, como la salud de los trabajadores, respeto al suelo y el agua. Otra

opción es el algodón modificado genéticamente BT (Bacillus Thuringiensis), es letal para las plagas por tanto requiere menos pesticidas. El Algodón no modificado genéticamente es una fibra que se cultiva con un nivel de toxicidad menor se le considera algodón más limpio. Las fibras que necesitan poco agua son; la lana, el cáñamo y el lino. Las comunidades que producen las fibras de lana, tiene un respeto por los depredadores ya pertenecen al hábitat de la región y es necesario proteger la biodiversidad de la zona.

Para los procesos de elaboración, intervienen varios aspectos para la producción de la fibra y tejidos. Para ello es necesario trabajar sin alejarse de la naturaleza, mediante la utilización sensata de los recursos naturales, minimizar el número de etapas en el proceso de elaboración mediante la disminución de energía y agua. Rebajar la cantidad de residuos en las etapas de proceso. Para la decoloración de un tejido se emplea lejías un químico de bajo impacto, es necesario blanquear ya que se garantiza un teñido uniforme y duradero. Los tintes de bajo impacto con agentes catiónicos, mediante este proceso la fibra de algodón se reactiva para obtener un buen teñido, para el desarrollo de la tintura, es necesario que las empresas tengan procesos de aguas residuales. Los animales proporcional color natural a las fibras como: negro, café, gris y marrón. Los artesanos consideran que los tintes naturales son rentables ya que los colores provienen de la naturaleza como: hojas, plantas y frutos.

La responsabilidad del diseñador es bajar los índices de los residuos o reducción en cero, para lograr esto los diseños deben tener drapeados y pliegues. La mano de obra de una empresa es muy importante ya que son la clave para la elaboración de los productos, por ello las condiciones laborales deben ser justas y equitativas. Por esa razón la ONG (Organización no gubernamental), investiga que las empresas cumplan con los códigos de trabajo, que tengan sueldos justos, condiciones laborales dignas, donde exista respecto entre los involucrados y proporcionar la salud a los empleados. También promueven que los proveedores tengan certificación de comercio justo o sean proveedores locales. Los accesorios deben ser de bajo impacto como los galvanizados que tienen un proceso que impide que el metal se oxidé rápidamente.

La distribución es un proceso que debe tener un estudió, pues las empresas deben tener estrategias de rutas para ahorrar recursos. Una alternativa son los combustibles renovables que provienen del cultivo de maíz que es el biodiesel líquido. Otra opción de combustible, el que procede de la caña de azúcar que es un biocombustible.

El cuidado de la prenda depende del consumidor, por el proceso de lavado y secado. En su mayoría el usuario estropea la prenda ya que no leen las etiquetas, en ellas contiene la información de la prenda. El proceso de secado sostenible es tender la ropa al aire libre. Para bajar el consumo energético es mejorar la eficiencia de las máquinas y el detergente. Se aconseja que las lavadoras trabajen mejor con cargas completas. Existen tarjetas RFID (Identificación por radiofrecuencia, tecnología para recopilar información), que colocadas en la ropa establecer una comunicación directa entre prenda y lavadora por lo cual realiza su proceso sin ningún problema ya que conoce toda la información. Otra opción de limpiador es el gas ozono es muy eficaz para deshacerse de la suciedad, las bacterias, el moho o la grasa, este gas funciona mejor en agua fría.

El final de la vida útil de la ropa en su mayoría va a parar en el vertedero, pero las prendas son una esencia que pueden ser modificadas antes de deshacernos de ellas. Existen actividades como: la reutilización, arreglo y la transformación de prendas viejas por nuevas. La devolución de productos es una estrategia de algunas marcas para la reelaboración y reutilización, pero el consumidor recibe bonos de compra. La reutilización de la ropa es una actividad donde recopilan y seleccionan las prendas para luego vender a tiendas de segunda mano vintage, otras se envían a otros países. El reacondicionamiento requiere de materia prima impredecible, para rediseñar, cortar y confeccionar de nuevo toda una prenda o partes de ella con retales. Con tejidos antiguos y accesorios se crean piezas únicas hechas a mano o a máquina. En el proceso de reciclado se recuperan las fibras de los tejidos por métodos mecánicos o químicos. Los métodos químicos son posibles con las fibras sintéticas, mientras que con los mecánicos se extraer toda la clase de fibras.

Transformar los sistemas de la moda mediante un cambio de estrategias en la industria de la moda. El compromiso es mejorar las costumbres actuales y construir un futuro alternativo. La adaptabilidad se refiere a frenar el ciclo de comprar y desechar las prendas, está acción es parte del consumo global. Existen opciones de prendas sostenibles en el mercado que ayudan al medioambiente. En referencia a las prendas transfuncionales son hecha con tejidos impermeables, aislantes pero transpirables cumple con las necesidades del usuario. La multifuncionalidad de la prenda es que sean reversibles para repelar la humedad, tiene dos caras con distintos tejidos. Las prendas transtemporada tienen colores neutros que pueden funcionar durante varias temporadas y se pueden combinar con otras prendas de vestir.

Las prendas modulares se van cambiando según la necesidad, mediante una serie de cuadrados, este proceso atrapa al usuario ya que tiene varias opciones de cambio, mediante un mecanismo para montar y desmontar con una serie de cremalleras o broches. La vida útil o durabilidad de la prenda depende de los materiales y la confección ya que debe ser de calidad. Es importante que los tejidos se puedan reciclar y sean biodegradables. La empatía hacia la prenda determina que existe un vínculo emocional de tal manera que se alarga la vida de la prenda ya que tiene un diseño único y personalizado.

En el proceso de lavado se determina por la fibra. Para lavar menos las prendas se están utilizan acabados inteligentes como recubrimientos autolimpiables basados en la nanotecnología. Los antibacteriales son acabados que mantienen la ropa limpia durante más tiempo. Existen prendas que no requieren ningún tipo de lavado, ya que tienen superficies que son limpiables, también tienen una ventilación extra en la axilas. Hay prendas diseñadas para mancharse mediante el uso de telas estampadas se borran cualquier señal de desgaste y de las manchas. Los tejidos de lino y algodón dejan transpirar al cuerpo, pero otra opción es que las prendas tengan sisas holgadas y escotes amplios para facilitar la ventilación. Referente al planchado de las prendas las fibras sintéticas necesitan poca plancha y es una opción para el usuario. Mediante un proceso de acabados inteligentes las

fibras naturales como: el lino, el algodón o la seda son de fácil planchado. Diseñar una prenda que se arrugue es un logro sostenible ya que no necesita plancharse.

El servicio de arreglo, es un negocio rentable en la actualidad, ya que es un elemento fundamental para la sostenibilidad, mediante la reparación de prendas, existen varias técnicas como: la colocación de parches o recortar zonas rasgadas, poner cintas en los dobladillos, los puños y el cuello para que no se desgasten y grandes dobladillos para fácil modificación. Los sistemas de alquiler, reduce el número de prendas que se fabrican, es una opción de menor inversión. Mediante la tecnología el usuario puede trabajar en casa con diseños que se ofrecen en las plataformas on-line.

Existe diseñadores activistas que trabajan directamente con artesanos y comunidades locales con una cadena de suministro locales para garantizar que los trabajadores estén protegidos.

> "Hay muchos que opinan que la lógica de la producción y la distribución globalizada y determinadas por la economía es la raíz del problema de la insostenibilidad ya que la enorme escala y el anonimato intrínseco a este sistema globalizado de la moda perpetuán nuestra incapacidad para comprender el impacto social y ecológico que causa" (Fletcher & Grose, 2012, p.106).

Por ello es importante activar la economía de los pueblos indígenas que ofrecen su cultura y tradiciones al mundo por medio de un trabajo ancestral de generaciones. El diseño local contrae sostenibilidad ya que son ricos y existen diversas técnicas y habilidades adquiridas y lo ejecutan en los productos que cuentan una historia netamente social y cultural. El uso de materiales locales como fibras patrimoniales que vienen de regiones ecológicas impulsa el respeto a los ecosistemas naturales.

La bio-mimética es una herramienta para copiar, trata de comprender y aplicar los principios de la naturaleza es un proceso sencillo. Las ideas de sostenibilidad inspiradas en la bio-mimética es mejorar las superficies y los acabados de los

tejidos y fibras mediante la genética. “La única manera de seguir aprendiendo de la naturaleza… y de su continua fuente de ideas…es salvaguardar su naturalidad” Jackson (como lo citó Fletcher, 2012, p.114).

Las necesidades principales del hombre es que la ropa proporciona calor y protección, la industria de la moda aprovecho esta necesidad y la convierte en un imán de manipulación para el consumidor. Las mujeres son el motor de la industria ya que las atrapa con sus promociones, ellas generan un 65% de consumo a nivel global.

El sistema de moda sostenible desea motivar a las personas a adoptar estilos de vida más sencillos y no consumistas. Existen compañías medioambientales y han utilizado varias estrategias para concientizar al público sobre los problemas ecológico, pero resultan distantes y lastimosamente es difícil que lo comprendan. El modelo económico estacionario lo que busca que la velocidad no afecte a los proceso ni el medioambiente se mantenga quieto para no afectar a las partes involucradas.

El codiseño se refiere a diseñar junto al usuario, desde el inicio hasta el final es parte del proceso. En referencia a la artesanía es “El deseo de hacer bien una tarea sin más” Sennett (como lo citó Fletcher, 2012, p.148) es una actividad lenta, implica hacer algo realmente único, de una manera activa mediante la destreza del artesano por la experiencia de horas de trabajo. “La artesanía une la cabeza y la mano dando vida a las ideas a través de la acción” (Fletcher, 2012, p.149). El artesano tiene esa habilidad de hacer objetos únicos, ya que son hechos a mano pero se cuenta una historia y queda impregnada en el producto.

Hacking en la moda[17] se refiere a copiar prendas, para superar las expectativas del diseño original, proporciona una solución rápida o inteligente a un problema concreto, como: la hechura, modificación la prenda, proceso de producción, publicidad y la semiótica. “El hacking es el dominio de un sistema, pero no con malas intenciones. Si bien es cierto que siempre hace falta un parche, el aspecto

[17] Hacking en la moda: Es la forma de copiar un producto o el proceso, el reto de crear algo que supere las intenciones del diseño original (Fletcher & Grose, 2012).

central del hacking es la creación y la modificación constructiva" Busch (como lo citó, Fletcher, 2012, p.151). Transformar la práctica del diseño de moda, mediante la concepción de los diseñadores ya que ellos dan formas a nuestro mundo material, al convertir la materia prima en productos. Ellos tienen la responsabilidad de que los procesos cambien del sistema tradicional a un sistema de moda sostenible. Las grandes fuerzas ecológicas, sociales, culturales y económicas están obligando a la industria a revisar los sistemas de valor. Los modelos económicos actuales obstaculizan para llegar hacia la sostenibilidad.

El diseñador como comunicador y educador tiene la responsabilidad de dar a conocer que exista un impacto ecológico y social. Existen alternativas de procesos más ecológicos que van de la mano con la naturaleza. También aconsejan al consumidor que las prendas se pueden reutilizar, arreglar y reciclar. El diseñador como facilitador abarcar distintas funciones, desde el desarrollo de estrategias para cambiar la industria de la moda, el "Facilitador práctico y provocador creativo sobre el terreno" Busch (como lo citó Fletcher, 2012, p.162). El diseñador da más prioridad al proceso que el resultado. Hace frente a los problemas de sostenibilidad que está observando en las empresas. También promueve el trueque de ropa, intercambio de prendas. También ofrece talleres de bordado y tejido. En casa también se trabaja mediante el programa listo para hacer a listo para coser, es una filosofía que las personas tengan una conexión entre la ropa hecha en casa. Existen plataformas para descargar gratuitamente patrones, instrucciones y consejos de costura. El diseñador también aconseja al consumidor en diferentes temas como: arreglos, modificaciones de las prendas, la forma correcta de lavar y cuidar la ropa.

Los diseñadores activistas buscan la sostenibilidad, pero planteándose objetivos económicos, medioambientales y sociales para impulsar el cambio "Juzgar si los productos que le encargan diseñar o rediseñar merecen su atención. En otras palabras, si el diseño estará con el bien social o no" Papanek (como lo citó Fletcher, 2012, p.168). Los activistas trabajan con la mira en hacer las cosas bien, y no dañar el entorno. La ONG (Organización No Gubernamental) está ejecutando planes de acción. Realizando supervisiones imparciales, para que los

procesos sean transparentes en la cadena de suministros en la industria de la moda a nivel privado. El diseñador como empresario crea productos para compañías, empresas propias o para clientes. Para lograr un sistema de sostenibilidad es cuando el diseñador no sólo piensa sino actúa. Pone en marcha estructuras, puntualiza actividades económicas pero de acuerdo con los límites ecológicos, generando nuevos valores. Una alternativa de negocio son las plataformas que se pueden ofertar como: productos, patronaje básico, patrones de prendas a medida, talleres y videos.

4.2.3. Descripción del Proyecto.

En el proceso de la investigación se constató que la industria de la moda rápida ha generado contaminación por los procesos de manufactura mediante la baja calidad de las prendas. En la actualidad la mayoría de empresas, microempresas se dedican a esta modalidad ya que les crea ingresos económicos altos. Al investigar la moda sostenible, se ha determinado que es una corriente de pensamiento relativamente nueva, hay poca información, referente a este tema en el país. Escasa información de empresas que estén con esta filosofía de negocio en el cantón Ambato. Este proyecto se difundirá a los sectores involucrados como empresas, diseñadores y estudiantes para cambiar la gestión del proceso actual por una moda sostenible que traerá beneficios para la colectividad y se reactivará sectores como el artesanal.

Se ha visibilizado empresas en esta línea de moda sostenible, existe un referente, y fueron ubicadas por la plataforma de internet, esta empresa recomienda otras, se conocen y tienen un respeto mutuo. Se contacta a las empresas Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dante promoda, Dominga, Fui, Hosh, Inti Eyewear, Mático, Metier, Paqocha, Shepherd, y Suspiro. La mayoría de empresas conceden una cita. Mediante la etnografía se fue al lugar de los hechos, se observó los diferentes procesos del producto y acabados.

La perspectiva que genera estas empresas son ambientes tranquilos y silenciosos ya que los procesos son lentos. Mediante los registros de ficha de campo y lista de cotejo, se desarrollo mediante la teoría de Gwilt (2014) referente

al ciclo de vida cerrado de la prenda se analizó los requerimientos de las empresas al fabricar sus productos. Se realizó la entrevista a los empresarios, se determinó su filosofía, mano de obra, materia prima, canal de distribución y publicidad. Con la información adquirida, mediante la ficha de analogía con la teoría Fletcher & Grose (2012), referente a la transformación de los productos, transformación de los sistemas de la moda y la transformación de la práctica del diseño de moda, se analizó a las empresas y se busco similitudes entre sí.

El mapeo determinó que existen empresas a nivel de local con esta filosofía de moda sustentable, pero enfocadas en varias líneas como eco-diseño, moda ética y moda sostenible. También la ubicación con sus respectivas direcciones y lugares. Se determinó que las empresas trabajan en las ciudades de Quito, Cuenca, Otavalo y Manabí. Esta investigación de campo tomó dos meses y culminó en el desarrollo de un porfolio donde se cuenta la historia de estas empresas que generan un impulso económico localmente.

Al conocer todo lo referente a su modelo de gestión se ha determinado, puntos de afinidad entre ellas como: el encuentro con una cultura local, basada en el trabajo conjunto con los artesanos de las zonas, se los considera activista ya que buscan un bienestar entre los involucrados. El comercio justo a través del compromiso ético, mediante la práctica de procesos transparentes desde la obtención de la fibra en bruto hasta los acabados, también el mínimo en residuos, el respeto por los trabajadores y artesanos mediante sueldos justos y trabaja de la mano con el entorno. La promoción de los productos, por medios alternativos. Existen varias estrategias para dar a conocer sus productos mediante la plataforma de internet, otros venden por el medio on-line. Algunas empresas participan de ferias nacionales e internacionales para que el consumidor conozca sus productos, otras prefieren ventas directas mediante tiendas ya sea propia o de proveedores. La calidad del producto es un pilar fundamental de la moda sostenible**,** es la prioridad de todas las empresas generar esta clase de productos, esto lo obtienen mediante la utilización de fibras naturales como: vegetales y animales. Estas fibras ofrecen características inigualables como hipoalergénicas, biodegradables y la durabilidad.

Se visibilizaron varias empresas con esta filosofía de moda sostenible, consideró que hay más pero no se han visibilizado, ya que no conocen los parámetros de esta moda. Lo que se busca es promover que los empresarios y diseñadores independientes del cantón Ambato conozcan los procesos de esta macrotendencia. Con toda la información del mapeo se compilará en un porfolio de moda sostenible con toda la investigación de las empresas que están con esta filosofía de generar empleo en el sector artesanal y trabajar de la mano con el medioambiente. Y sea un referente para mejorar o ajustar las prácticas industriales actuales.

4.3 MEMORIA TÉCNICA.

4.3.1. Memoria técnica de materiales e insumos.

Para el presente proyecto de investigación, se emplearon diversos registros para el ingreso y análisis de la información. Además de los gastos generados en el estudio etnográfico, por los diferentes viajes para contactar las citas con las diferentes empresas visibilizadas. Con referencia al porfolio el diseño por parte del diseñador grafico, sesión de fotos y finalmente la impresión.

FICHA DE MATERIALES E INSUMOS.

Cuadro N°15: Ficha de materiales e insumos.

PRODUCTOS	CANTIDAD
Material de oficina.	2 resmas de hojas.
Cámara fotográfica.	1 unidad.
Grabadora.	1 unidad.
Material multimedia.	1unidad.
Artículos autóctonos	24 productos.
Artículos de moda sostenible	17 productos.
Material para el porfolio	60 hojas ecológicas.

Elaborado por: Natalia Villalva

4.3.3. Características técnicas

Después de ejecutar el mapeo a las empresas visualizadas se ha determinado compilar la información un porfolio de moda lenta, del cual consta de portada, contraportada, introducción, características análogas como: el encuentro con una cultura artesanal, el comercio justo a través del compromiso ético, la promoción del producto por medios alternativos y la calidad del producto es un pilar fundamental de la moda lenta. También se realizará los mapeos por lista y gráficamente para conocer la ubicación de las empresas. Asimismo constará la información más relevante de las empresas como: su historia, gestión del proceso, producto y canal de distribución, configurado con fotos.

Características Generales del producto

Cuadro N°16: Características generales del producto.

Porfolio	Características
Tamaño	A4
Diagramación	Retícula jerárquica
Manejo de colores	Colores básicos por la utilización en los trajes de las culturas ancestrales.
Diseño de la portada y contraportada	Las plumas con un significado de las etnias indígenas valentía, confianza, firmeza, libertad y un vínculo con las raíces. Lo que se busca con el diseño de las plumas por la ligereza le lleva el viento, por ser tan volátiles, llegar a los sectores textiles confecciones, diseñadores y estudiantes del cantón Ambato con el porfolio y sea un referente para realizar una moda más sostenible.

Elaborado por Natalia Villalva

Características Específicas del producto.

Cuadro N°17: Características específicas del producto.

Porfolio Características

	Material	**Tipografía**	**Tamaño de letra**
Portada	Cartulina Capuchino 200gr.	Perpetua Titling MT	Título 38 Subtítulo 20
Contraportada	Capuchino 200 gr.		
Contenidos	Papel fibra white ecológico 104 gr.	Títulos Letra Serifa. Textos Letra Palo seco Pie de pagina Pie de foto	Título 16 Subtítulo 14 Texto 12

Elaborado por Natalia Villalva

4.4. DISEÑO DEL PRODUCTO

Portada

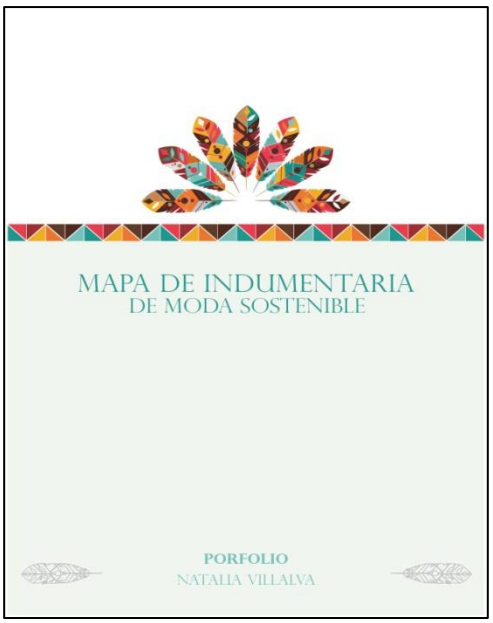


Imagen N°1

Portada. Elaborado por: Juan Carlos Rubio.

Contraportada



Imagen N° 2

Contraportada. Elaborado por Juan Carlos Rubio.

“Cuando más aumenta la tecnología, más nos alejamos de la naturaleza, de sus capacidades y de nuestros efectos sobre ellas” David Brower.



Imagen N°3

Fotografía Solo Éxito Record’s. Entreportadas #1.

Introducción

Kumar (como lo citó en Salcedo, 2014) expone que "El siglo XX fue el siglo de la ciencia y la tecnología. La época de crecimiento económico, el siglo del petróleo. En el siglo XXI estamos experimentando las consecuencias de los excesos del siglo anterior". Mediante la tecnología se progresó, pero no se midió la consecuencia que esta traería, como es el caso del calentamiento global. La industria de la moda rápida propuso y generó grandes cantidades de prendas desechables como una tendencia que por décadas ha tenido su espacio, las marcas de moda optaron por este medio por los ingresos económicos altos; pero lastimosamente lo hacen con una manufacturación barata, materia prima de mala calidad, explotan a los obreros con horas de trabajo largas, en condiciones infrahumanas y sueldos bajos. Esto ha causado que varios sectores reaccionen ante la problemática actual.

Salcedo (2014) plantea que "La moda rápida es una práctica empresarial de las firmas internacionales de moda y las grandes cadenas de distribución, que han conseguido seducir a su clientela con la actualización constante de sus diseños y los bajos precios de sus productos". El consumismo cada vez va en aumento ya que sigue atrapando a los clientes con campañas impactantes y precios bajos que ofrecen las marcas de ropa.

Algunas empresas y diseñadores con conciencia social, con una filosofía diferente para diseñar, proponen una moda más ética y sustentable. "La moda lenta no es un concepto basado en el tiempo, sino en la calidad, que evidentemente tiene relación con el tiempo dedicado al producto" (Salcedo, 2014). La moda sostenible es una macrotendencia que propone parámetros en donde el diseñador debe pensar en el desmontaje de la prenda, crear lazos emocionales, buscar el bienestar social, minimizar mermas, la durabilidad, el rol del usuario en el uso, alargar la vida de la prenda mediante arreglo y modificación, y finalmente gestionar los residuos.

Mediante el mapeo se han detectado varias empresas visibilizadas en el país con una misma filosofía de generar moda ética y sostenible mediante el respeto al

medioambiente, presentando productos de calidad, procesos transparentes y fomentando el comercio justo en el lugar. Cada empresa visualizada forma parte de este proyecto de investigación. Por medio de la etnografía y la entrevista se interactuó directamente con los actores, para conocer los parámetros de trabajo, gestión y productos. El trabajo que realizan las empresas es arduo ya que esta macrotendencia tiene poco tiempo y debe ser explotada aún más, ya que el país cuenta con los recursos para ello.

Es necesario agradecer a todas las empresas que dieron la apertura para conocer su trabajo interno, así: Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas, Suspiro; sus comentarios fueron adecuados para conocer las analogías que tienen entre sí. También se mapearon otras empresas, y aunque su tiempo fue restringido, se aprendió mucho de ellas, a quienes se les tiene profunda gratitud: Fui, Mático y Dante Promoda. Es importante mencionar que estas empresas tienen la misma filosofía de la moda sostenible.

Por la diversidad de cultura que tiene el país, es necesario que se vuelva a activar el trabajo artesanal, ya que ha estado ligado a la cultura de los pueblos, ha generado un desarrollo potencial, mediante un trabajo conjunto entre los involucrados, y está emprendiendo un cambio de pensamiento referente a la moda sostenible. Por la calidad en los productos, algunas empresas están buscando conquistar el mercado nacional y otras el mercado internacional.

La empresa de Danny Arias ha conquistado el mercado internacional como Japón y Estados Unidos, su objetivo es conquistar el mercado local. La empresa «Dominga» apoya a *Fashion revolution,* un movimiento global que está en contra de la industrialización, se fundó con el fin de crear conciencia en las cadenas de producción para generar una más moda ética y sustentable pero con un consumo equilibrado. La empresa «Shepherd» es la primera tienda en el país de artículos de moda lenta, con una visión diferente de sostenibilidad. En cambio, «Paqocha» es la pionera en el proceso de la fibra de alpaca localmente. La empresa «Metier», por su trabajo, ha recibido un reconocimiento internacional de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) por la

calidad y tradición. La empresa «Hosh» es pionera en fomentar el eco-feminismo en el país.

Analogías de las empresas.

"Los diseñadores no podemos lograr una economía estacionaria solos, pero si podemos empezar a utilizar la economía para alcanzar la sostenibilidad, en lugar de dejar que la economía nos utilice a nosotros para seguir creciendo" Ann Thorpe.

1.- El encuentro con una cultura artesanal.

2.- El comercio justo a través del compromiso ético.

3.- La promoción del producto por medios alternativos.

4.- La calidad del producto es un pilar fundamental de la moda sostenible.



Imagen N° 4

Fotografía Solo Éxito Record's. Portada de analogías de las empresas.

Mapeo por lista

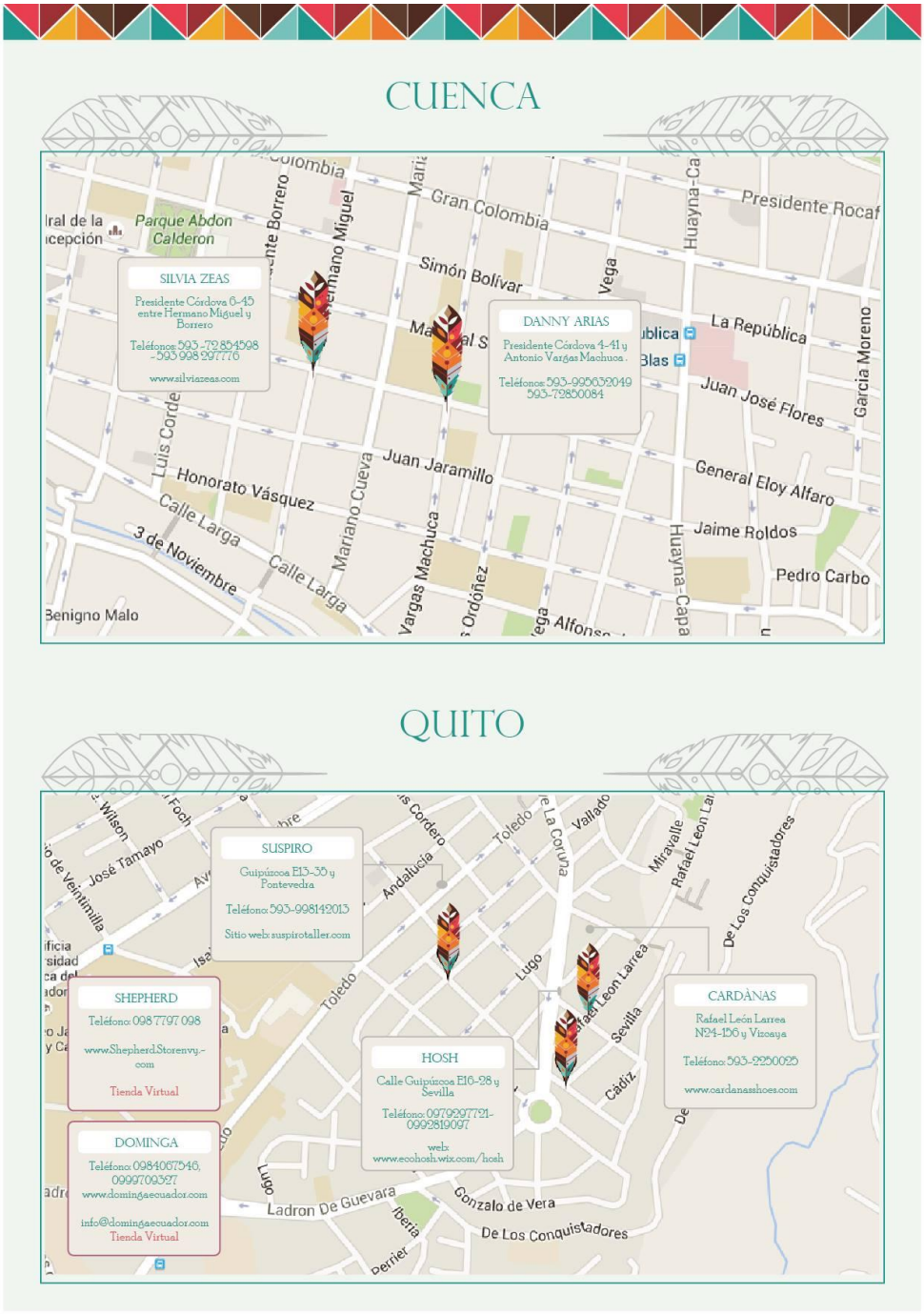


Imagen N°5

Mapeo por lista: Cuenca y Quito. Elaborado por: Juan Carlos Rubio.



Imagen N°6

Mapeo por lista: Manabí y Tumbaco. Elaborado por: Juan Carlos Rubio.

Mapeo gráfico

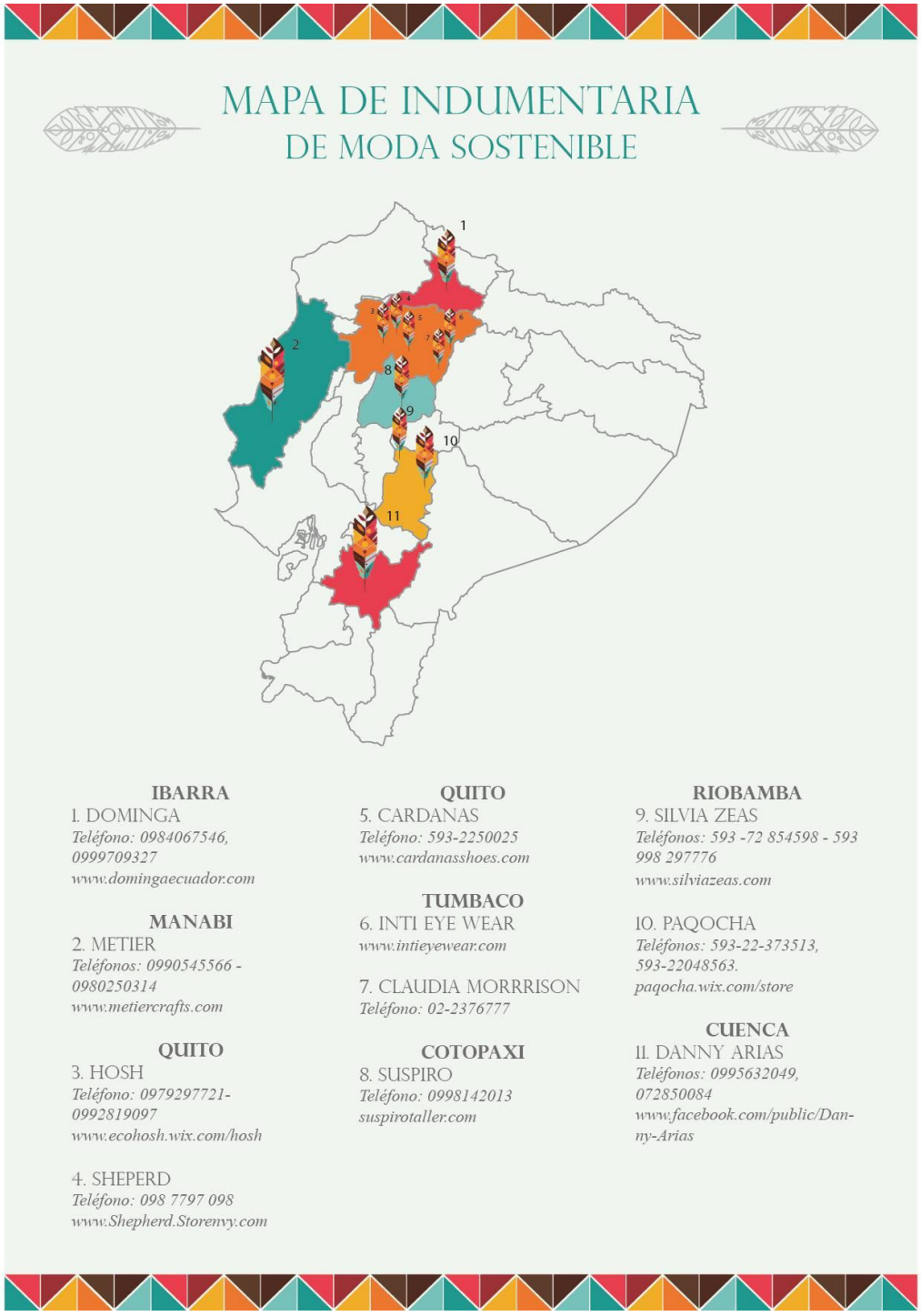


Imagen N°7

Mapeo gráfico. Elaborado por: Juan Carlos Rubio.

“El talento es importante, pero son las horas de práctica que hace la diferencia” David Fischman.



Imagen N°8

Fotografía Solo Éxito Record’s. Entreportada #2.

EL ENCUENTRO CON UNA CULTURA ARTESANAL



Imagen N°9 Fuente: Natalia Villalva. Artesano de Cuicuno.



Imagen N°10 Fuente: cortesía de la empresa Dominga. Bordadoras de Zuleta.



Imagen N°11 Fuente: cortesía de la empresa Metier. Artesana de Montecristi.



Imagen N°12 Fuente: cortesía de la empresa Paqocha. Hiladoras de Guamote



Imagen N°13 Fuente: cortesía de la empresa Suspiro. Tejedor de Cuicuno.

Jackson (como lo citó Fletcher, 2012) señala: “La única manera de seguir aprendiendo de la naturaleza… y de su continua fuente de ideas…es salvaguardar su naturalidad”. Las empresas activistas valorar al artesano y respetan al medioambiente, por esa razón, apoyan el desarrollo artesanal de la región, ya que el país tiene una diversidad de cultura; por años bajaron los índices de producción, pero mediante la macro-tendencia de moda sostenible, la activación es una prioridad para estas empresas visualizadas que desean rescatar este trabajo artesanal lleno de tradiciones. Buscan que el consumidor reconozca esta labor excepcional que son hechas a mano, pero cuentan una historia.

Fletcher (2012) sostiene: “La artesanía une la cabeza y la mano dando vida a las ideas a través de la acción”. El trabajo artesanal es un proceso lento, ya que es hecho a mano, lleva su tiempo realizar los productos. “El deseo de hacer bien una tarea sin más” Sennett (como lo citó Fletcher, 2012) estas tareas fueron aprendidas por sus antepasados y que fueron heredando de generación a generación, con técnicas diversas hacia la ejecución de dicha prenda, pero mediante una dedicación, habilidad y pasión por lo que realizan.

Algunas organizaciones valoran el trabajo artesanal, por ello, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) estableció un concepto de artesania:

> “Los productos artesanales son aquellos realizados por artesanos, bien totalmente a mano, con herramientas o incluso con medios mecánicos, siempre que la contribucion manual directa del artesano permanezca como el componente mas substancial del producto final. Se producen sin restricciones de cantidad y utilizando materiales primas porcedentes de recursos sostenibles. La especial naturaleza de los productos artesanales proviene de sus caracteristicas distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, culturalmente unidas y socialemente simbólicas y significativas” (Unesco, 1997).

Cada pueblo es reconocido por sus artesanías, porque tiene impregnada la cultura del lugar, y busca mantenerla viva, por ello merece el apoyo de toda la

comunidad para que no se apage y se pierda. Muchas artesanías son realizadas manualmente como el hilado, tejeduría, bordado y tinturado, con medios mecánicos como los telares y telar de cintura. También es importante utilizar materia prima del lugar para activar su economía.

Las empresas activistas que apoyan el trabajo artesanal son la de Danny Arias, quien trabaja con artesanos periféricos de Cuenca y de Gualaceo, Bulcay; «Dominga», que trabaja con artesanas de Zuleta con los bordados a mano; «Inti Eyewear», que trabaja de la mano con los artesanos de Tumbaco para la fabricación de los lentes y gafas de madera, para la realización de los lentes de madera; «Metier», que trabaja con los artesanos de la zona de Manabí, para la realización de sombreros de paja toquilla; «Paqocha», que trabaja con artesanos de varias provincias de Cotopaxi, Chimborazo y Quito, para la realización de las prendas de lana; «Silvia Zeas», que trabaja con artesanos de Pulingui, Guano y artesanos cuencanos en la elaboración de prendas de lana; «Suspiro», que trabaja con artesanos de la Provincia de Cotopaxi con los telares y tintura natural. Es importante que las empresas respeten el tiempo de los artesanos, ya que a la par trabajan y cumplen otras actividades como pastorear a sus animales, cuidar a sus hijos y cocinar. En algunas empresas la jerarquía no existe, todos son iguales y son tratados con respeto. También promueven salarios justos.

“Una buena economía local es aquella a la que se le da forma desde dentro” Wendell Berry.



Imagen N°14

Fotografía Solo Éxito Record’s. Entreportada #3.

EL COMERCIO JUSTO A TRAVÉS DEL COMPROMISO ÉTICO.



Imagen N°15 Fuente: cortesía de la empresa Dominga. Artesanas de Zuleta.



Imagen N°16 Fuente: cortesía de la empresa Silvia Zeas. Artesanos de Pulingui.



Imagen N°18 Fuente: cortesía de la empresa Metier. Artesanos de Montecristi.



Imagen N°17 Fuente: cortesía de la empresa Paqocha. Artesanos de Guamote.

Sobre el comercio justo, Gwilt (2014) sostiene "… productos que apoyan el desarrollo social pagando un precio justo por los productos y servicios y reinvirtiendo los beneficios en la comunidad local". El comercio justo tiene varios parámetros: que las fibras naturales o sintéticas sean al 100%; que la manufacturación sea transparente en todo el proceso, desde la obtención de la fibra y el producto terminado; el respeto a los empleados y artesanos en sus labores de trabajo, con sueldos justos; también promueven precios justos a la hora de vender los productos, elegir proveedores con certificación de comercio justo y empresas locales; trabajar verticalmente, ya que se puede observar y supervisar fácilmente las condiciones de los trabajadores; el trato directo con los artesanos para conseguir producciones a pequeña escala, pero requiere de un compromiso en las partes involucradas, y trabajar de la mano con el medioambiente.

El comercio justo es la base de la moda sostenible, así tenemos a las empresas: Cardànas, Danny Arias, Dominga, Inti Eyewear Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro. Las empresas que trabajan con fibras naturales 100% algodón son: Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro. Otras trabajan con fibras naturales 100% lana como: Paqocha, Silvia Zeas y Suspiro. Empresas que trabajan con cuero: Cardánas y Shepherd. Empresas que laboran con materia prima de segunda mano: Hosh y Metier. Cadena de suministros transparentes como: Cardànas, Danny Arias, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Silvia Zeas y Suspiro.

Existe un respeto a los trabajadores y artesanos mediante un sueldo justo, las empresas que promueven esta gestión son: Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro. Las empresas que tienen un respeto al medioambiente son: Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro.

“La mejor manera de promover una buena causa es dar un buen ejemplo” Arne Naess.



Imagen N° 19

Fotografía Solo Éxito Record’s. Entreportada #4.

LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO POR MEDIOS ALTERNATIVOS.



Imagen N°20 Fuente: cortesía de la empresa Cardànas. Página Web.

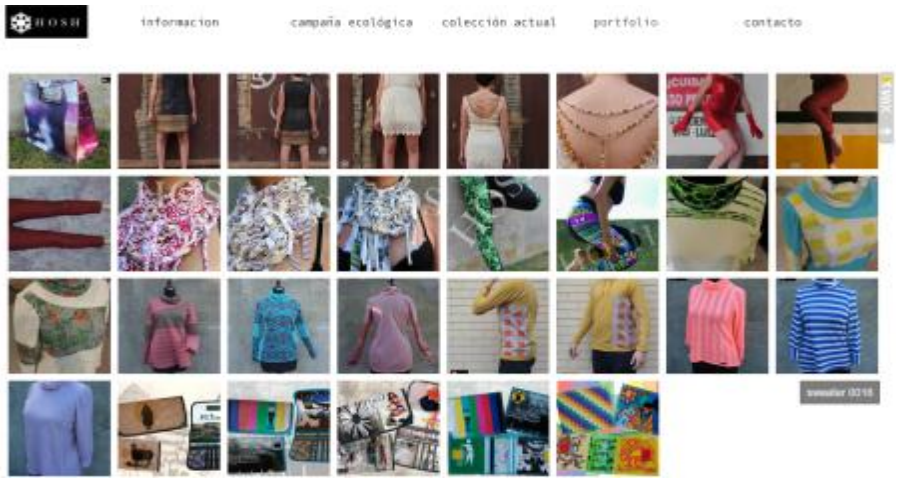


Imagen N°21 Fuente: cortesía de la Empresa Hosh. Página Web.

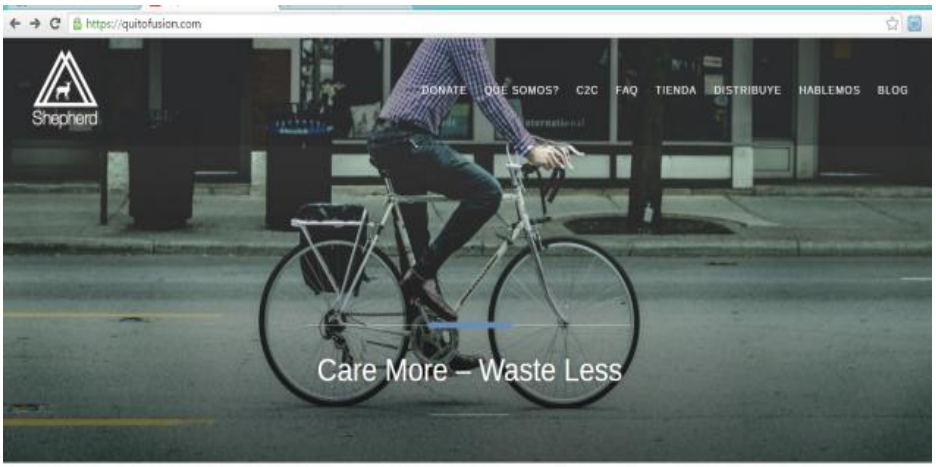


Imagen N°22 Fuente: cortesía de la empresa Shepherd. Página Web.

Fletcher (2012) señala que “Las actividades empresariales relacionadas al diseño han encontrado su espacio en el internet, donde los modelos de negocio alternativos, ofrecen nuevos canales de comunicación y conexión ofrecen numerosas oportunidades para innovar en materia de sostenibilidad. Los medios que las empresas buscan para promocionar los productos son plataforma de internet, también hacen contacto directo con el usuario para conocer sus opiniones. La empresa se convierte en comunicador ya que comparte consejos referentes al medioambiente y su producción.

Una opción de sostenibilidad es este medio del internet, ya sea en páginas on-line y redes sociales para vender los productos. Las empresas tienen estrategias, pero prefieren una venta directa y han optado por adquirir su propio local, en cambio otras prefieren tener sus productos en tiendas de proveedores, pero con la misma línea de moda lenta. Algunas empresas han asistido a ferias para dar a conocer sus productos a los usuarios.

La empresa Cardànas promociona sus productos por su página web, redes sociales y su propio almacén en Quito. Claudia Morrison prefiere que sus productos estén en locales de proveedores. Danny Arias optó por redes sociales y cuenta con su propio local en Cuenca para que el usuario conozca sus colecciones. La empresa Dominga vende sus productos por su página web y redes sociales. Hosh promueve sus colecciones por medio de su página web, redes sociales y cuenta con su propia tienda en Quito. La empresa Inti Eyewear, vende sus productos por su página online, por redes sociales y en locales de proveedores. La empresa Metier prefiere promocionar sus productos por su página web y redes sociales. Paqocha, cuenta con su propio local en Tumbaco para promocionar sus colecciones, pero otras estrategias son su página web y redes sociales. Shepherd optó por la página web y redes sociales para dar a conocer sus productos a los usuarios. La empresa Silvia Zeas prefiere redes sociales y cuenta con su propio local en Cuenca para la venta de sus colecciones. Suspiro, cuenta con su página web, redes sociales y un local en Quito para promocionar sus productos.

“El diseño no es sólo lo que se ve y se siente. El diseño es cómo funciona”Steve Jobs.



Imagen N°23

Fotografía Solo Éxito Record’s. Entreportada #5.

LA CALIDAD DEL PRODUCTO ES UN PILAR FUNDAMENTAL DE LA MODA SOSTENIBLE.



Imagen N°24 Fuente: Natalia Villalva. Productos artesanales.



Imagen N°25 Fuente: Natalia Villalva.
Pulsera artesanal.



Imagen N°26 Fuente: Natalia Villalva.
Sombrero artesanal.

Papanek (como lo citó Fletcher, 2012) plantea: “Juzgar si los productos que le encargan diseñar o rediseñar merecen su atención. En otras palabras, si el diseño estará con el bien social o no”. Los productos en sí, deben estar bien ejecutados y no causar daños a ningún miembro de la sociedad y medioambiente. La industria de la moda rápida se fue en contra de todos estos principios como el atropello al medioambiente, la sociedad y la calidad en la producción. Para lograr este propósito de calidad en los productos existe varios parámetros como: que sean 100% fibras naturales, sintéticas recicladas, es importante utilizar mono-materiales para fácil reciclaje, que los procesos de manufacturación y acabados sean transparentes. El trabajo artesanal es lento, pero con un toque cultural, las empresas valoran y optaron por este medio que ofrece una calidad inigualable porque son hechos a mano.

> Chapman (como lo citó Fletcher, 2012) afirma: “En el sector de la moda suele ocurrir que el hecho de que alguien se haya desecho de un producto no significa que dicho producto sea de mala calidad, sino más bien que la relación entre el producto y el consumidor haya fallado” (p.85).

En algunos casos existe calidad en los productos, pero el cliente decide poner fin de uso a la prenda, ya sea por el diseño, material, color, etc. Otras personas les pueden dar un uso adecuado a la prenda mediante modificación, arreglo, trueque y alquiler. Existen opciones solo es necesario buscar la más adecuada.

Las empresas que utilizan fibras naturales son: Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro. En la manufactura es donde se determina la calidad de la prenda por el diseño, corte, confección y acabados. Las empresas que consideran importante este punto son: Cardànas, Danny Arias, Dominga, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro. Empresas que valoran el trabajo artesanal, consideran que se puede plasmar una historia de un pueblo en los productos, mediante la habilidad de sus manos. Con ahincó estos emprendedores desean conquistar el mercado nacional con productos de calidad como: Danny Arias, Dominga, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Silvia Zeas y Suspiro.

“La elegancia es la ciencia de no hacer nada igual que los demás, pareciendo que se hace todo de la misma manera que ellos” Honoré de Balzac.



Imagen N°27

Fotografía Solo Éxitos Record’s. Entreportada # 6.



Imagen N°28 Fuente: cortesía de la empresa Cardànas. Logo.

Sebastián Aguirre



Imagen N°29 Fuente: cortesía de la empresa Cardànas. Empresario.

"*La empresa se basa en tres pilares fundamentales como es la responsabilidad ambiental, el comercio justo, la pasión por el arte urbano, estas son las pautas que mueven a Cardànas".*

La empresa Cardànas tiene una política de diseño responsable, donde el producto no dañe al ambiente, también están buscando que la empresa que trabaja en la realización de las zapatillas tengan la certificación de comercio justo, y que los trabajadores tengan mejores condiciones de vida.

HISTORIA

La empresa se crea hace dos años por Sebastián Aguirre, este proyecto de Cardànas inicia cuando él concluye sus estudios de diseño. Realizó varios estudios de mercado referente a los productos, tallaje y logotipos. También pensó en los prototipos de zapatillas de dama y caballero. Revisó varias propuestas de proveedores de materia prima locales, pero que tengan certificación de calidad.

GESTIÓN DEL PROCESO

La misión de la empresa es *hacer productos de calidad y crear un cambio positivo en el ambiente y que los trabajadores tengan sueldos justos. Los diseños son bien estructurados ya que funcionan para varias temporadas. Trabajan con fibras naturales,* con lonas 100% algodón por ser renovables y biodegradables. La cadena de suministros es de proveedores locales para activar la economía del país. También utilizan cuero en las zapatillas por la durabilidad del producto, las suelas están hechas de un 80% de caucho natural, el calzado no es tóxico para los trabajadores, y por supuesto para el consumidor, los ojales lo importan de Colombia por la calidad.

En el proceso de manufacturación, la empresa promueve y comparte todos los detalles de su producción con el usuario, desde la cadena de suministros, procesos, productos terminados, hasta quiénes son las personas que confeccionan. Esto les permite ser transparentes en todo el trabajo que realizan. Al ensamblar las zapatillas prefieren que sea una fábrica en el país, eso reduce enormemente la emisión de gases, y proporciona mejor control de calidad. Tienen residuos en un mínimo porcentaje. Para la empresa, los trabajadores son importantes ya que son el motor de la misma, buscan que los empleados tengan ambientes saludables, sueldos justos, seguridad y respeto.



Imagen N°30 Fuente: cortesía de la Empresa Cardànas. Tienda de productos.



Imagen N°31 Fuente: cortesía de la empresa Cardànas. Colección.



Imagen N°32 Fuente: cortesía de la empresa Cardànas. Colección.



Imagen N°33 Fuente: cortesía de la empresa Cardànas. Colección.

PRODUCTO

Ofrecen tenis, zapatillas con una variedad de modelos y colores según la conveniencia del usuario. Algunas son de lona otras de cuero. Ergonómicamente están bien estructuradas, por ello la comodidad. Está pensado y diseñado para el reciclaje, por la utilización de fibras naturales se garantiza la calidad y durabilidad

La empresa no trabaja con la dinámica actual de diseño de temporada, donde cada cuatro meses hay que sacar nuevas colecciones en el tema de consumo. No le preocupa la industria de la moda rápida ya que ellos llevan un ritmo, lo que le interesa tener es un producto que dure más y que no sea obsoleto.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Tienda: Rafael León Larrea N24-156 y Vizcaya (Floresta)

Teléfono: 593-2250025

Sitio web: www.cardanasshoes.com

Claudia Morrison

Imagen N°34 Fuente: Natalia Villalva. Logo de la empresa Claudia Morrison.

Claudia González

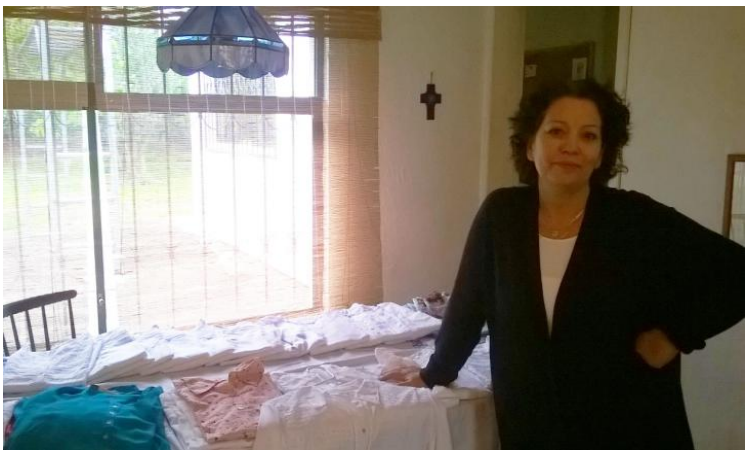


Imagen N°35 Fuente: Natalia Villalva. Diseñadora.

"La industrialización no me interesa".

Para la empresa Claudia Morrison, la responsabilidad social comprende varias cosas como: ser responsable con las personas que trabajan a su alrededor, respetar los derechos mediante un buen sueldo, conservar una buena relación con ellos, cuando eso pasa se ve la calidad en el producto.

HISTORIA

Claudia Morrison, diseñadora de nacionalidad chilena, vive en el país hace más de 35 años. Se sumergió en el mundo de la moda por influencia de su abuela, ya que trabaja con las mejores modistas de Paris, cuando era niña la visitaba y les realizaba vestidos de alta costura, con muchos detalles; de ahí su amor por esta carrera, aunque también es pintora. La empresa comenzó hace 30 años, con un sólo objetivo: la calidad en el producto. El trabajo que realiza Claudia es poner su toque personalizado en cada blusa que realiza, ya que son únicas por tener muchos detalles. A lo largo de su carrera ha realizado unos 5.000 diseños.

GESTIÓN DEL PROCESO

Desde que comenzó hacer las blusas su enfoque fue hacer despacio, "nunca tuve la idea de lanzarme a la manufactura he tenido muchas propuestas de gente que quiere trabajar conmigo por los ingresos económicos, pero la calidad de las prendas bajaría" (Morrison, entrevista, 2016), por ello no le interesa la asociación. Tiene un estilo que por años ha practicado, por ello las prendas son exclusivas. Su mayor interés, que este negocio se mantenga.

Realiza los diseños el fin de semana, selecciona de acuerdo a la estación, también personaliza de acuerdo a los requerimientos del cliente. Es muy cuidadosa en escoger su materia prima, las telas son 100% algodón, los encajes de la misma manera. Al cortar la tela, considera un trabajo de rompecabezas ya que tiene pedazos pequeños, pero deben tener armonía. De ahí pasa a la costurera "es un trabajo largo para armar las blusas, por los cortes y deben encajar, por eso la empleada está al lado para cualquier explicación". (Morrison, entrevista, 2016). Ya terminada de coser, la blusa regresa donde la diseñadora, para la realización de los ojales La empresa lava las prendas porque la diseñadora considera que el algodón se encoge, por ello realiza esta actividad adicional. Por último, cuida los detalles, corta las hilachas, coloca los botones y la plancha. Para la empresa el respeto a los derechos de los empleados es un punto importante ya que considera que al recibir un buen trato se proyecta en el producto, promueve un sueldo justo.



Imagen N°36 Fuente: Natalia Villalva. Casa Abierta.



Imagen N° 37 Fuente: cortesía de la empresa de Claudia Morrison.



Imagen N° 38 Fuente: cortesía de la Claudia Morrison. Colección.



Imagen N°39 Fuente: cortesía de la empresa Claudia Morrison. Colección.

PRODUCTO

Las blusas y vestidos son únicos de excelente calidad, cuida los detalles. Es importante mencionar que sus productos no tienen competencia. Las prendas se proporcionan en tallas, también tiene una colección para niñas entre blusas y vestidos en varias tallas. Por años de experiencia, su trabajo está en los Estados Unidos. Otra forma de vender es de boca a boca, por la calidad de sus productos. Ha participado de ferias, para que la gente conozca su trabajo en la Ciudad de Cuenca, Quito y Guayaquil.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Showroom: Buganvillas 7B y Juan Montalvo (La Dolorosa) Tumbaco**.**

Tiendas de proveedores:

Almacén del Aeropuerto, Mall de Cumbayá y Mall del Jardín.

Teléfono: 02-2376777



Imagen N°40 Fuente: cortesía de la empresa Danny Arias. Logo.

Danny Arias



Imagen N°41 Fuente: cortesía de la empresa Danny Arias. Diseñador.

"La trasparencia es nuestra fortaleza".

La empresa en sus inicios no se planteó como un modelo de negocio con responsabilidad social, pero sabía que debía generar un producto de calidad. La ideología de la marca es saber que están haciendo las cosas bien, y entregar al consumidor lo mejor en calidad.

HISTORIA

Danny Arias es egresado de la Universidad del Azuay, hace casi 10 años tiene dos especialidades: diseñador de ropa masculina y manager para empresas de moda. Crea la empresa hace seis años como marca registrada de nombre de diseñador. Su enfoque es el universo masculino, formal-casual. La empresa ha ido traspasando obstáculos que se le ha presentado en el camino, pero ha logrado sus metas y objetivos que es la certificación de textiles, manufacturación y de origen de las fibras, esto proporciona que sus productos estén en mercados internacionales como Japón y Estados Unidos. Su meta es conquistar el mercado local y regional. La marca participó en *Designer Book*, edición Cuenca, en el 2016, es un desfile de modas que apuesta por la línea de moda lenta, mediante la reutilización y prácticas amigables con el medioambiente.

GESTIÓN DEL PROCESO

La empresa busca tener certificación en el origen de la fibra, bases textiles y manufactura, ya que el mercado internacional exige varios requisitos para comprar sus productos. La prioridad es la calidad, por eso utiliza fibras naturales porque son renovables y biodegradables. En el proceso de diseño realiza varios prototipos para luego patronar, cortar y confeccionar. Cuida cada detalle, por ello tiene personal directo e indirecto, busca que tengan tranquilidad emocional y psicológica en su trabajo y calidad de vida. También practican el modelo de gestión enfocado en la trazabilidad, que propone que el consumidor conozca todo lo referente a la cadena de suministros, procesos, y quién hizo el producto y sepan que es transparente. Tienen un mínimo de residuos, pero lo utilizan en la confección de otras prendas. Su mano de obra son artesanos de las zonas rurales de Cuenca y de Gualaceo, Bulcay, que colaboran en la realización de los productos. Para la empresa, los colaboradores son la base fundamental, por ello promueven el comercio justo, mediante un sueldo justo y condiciones de trabajo dignas. El medioambiente también está presente en la gestión que práctica, las colecciones realizan en series limitadas.



Imagen N°42 Fuente: cortesía de la empresa de Danny Arias. Almacén.



Imagen N°43 Fuente: cortesía de la empresa Danny Arias. Colección.



Imagen N°44 Fuente: cortesía de la empresa Danny Arias. Colección.



Imagen N°45 Fuente: cortesía de la empresa Danny Arias. Colección.

PRODUCTO

Realiza colecciones para hombre, la línea de vestir es formal-casual. Entre las colecciones se pueden encontrar chaquetas, abrigos, camisas, pantalones, shorts y camisetas. Sus productos son únicos, de excelente calidad, ya que utilizan los mejores textiles certificados de algodón orgánico.

La venta es directa y personalizada como una estrategia de la marca, por ello tiene dos locales en las ciudades de Cuenca y Guayaquil, para que el consumidor observe y tenga más opciones de compra.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Tienda: Presidente Córdova 4-41 y Antonio Vargas Machuca 593, Cuenca.

Tiendas de proveedores:

Z Lifestyle Gallery. Francisco de Orrelana #367. Cumbayá.

Indie Policentro #118, Pasaje Paris. Guayaquil.

Galería La Salita, en el Museo Pumapungo. Cuenca.

Teléfonos: 0995632049, 072850084

Red Social: www.facebook.com/public/Danny-Arias



Imagen N°46 Fuente: cortesía de la empresa Dominga**.**

Paula Guerra y Gabriela Delgado.



Imagen N°47 Fuente: cortesía de la empresa Dominga. Socias.

"Dominga se mueve bajo tres aspectos importantes como: la innovación, la calidad y la pasión por lo que hacemos"

La marca Dominga está basada en el comercio justo, moda ética y sostenible, se inspira en los colores y las texturas de los tejidos que luce el pueblo andino en su indumentaria cotidiana. Los atuendos son autóctonos de las mujeres indígenas, que muestran una herencia, un legado histórico, con una riqueza cultural.

HISTORIA

La empresa se crea en el año 2012 por Paula Guerra y Gabriela Delgado, las cuales se conocieron como vecinas, más tarde como amigas y finalmente socias de este proyecto. Gabriela es Ingeniera en Alimentos y Paula, Ingeniera en Ciencias Agrícolas. El objetivo primordial de «Dominga» es rescatar la artesanía de las culturas indígenas de la zona. Para ellas, la artesanía es una pasión, ya que cada objeto cuenta la historia de un pueblo. Visitaron varias veces el lugar y a las artesanas de Zuleta para realizar los primeros prototipos.

La marca pertenece al movimiento global *"Fashion Revolution"* como un rechazo por la industrialización de moda rápida, en donde se unen diseñadores y empresarios para protestar y piden reformas sistemáticas para que la cadena de suministro de moda sea transparente, exista respeto social y medioambiental.

GESTIÓN DEL PROCESO

Para la realización de las blusas, buscan la mejor calidad en materia prima que sea 100% algodón, son renovables y biodegradables. El textil lo importan de Perú por la calidad y, los hilos de bordar los traen de Francia. Las blusas son bordadas a mano por las artesanas de la zona de Zuleta, con una variedad de diseños y colores. Están en constante innovación en los diseños de las blusas y los bordados, ya que los colores no los repiten y obtienen piezas diferentes. Se inspiran en las texturas y colores de los tejidos de las culturas indígenas, para plasmar la historia de los antepasados. Los bordados ancestrales y el corte de blusas modernas son una combinación perfecta para cualquier mujer y son prendas transtemporadas que se pueden combinar con cualquier prenda. Los acabados, botones y etiquetas tienen una extrema calidad. Es importante mencionar que la empresa respeta el tiempo de las artesanas ya que tiene múltiples actividades a la par en las comunidades como cuidar los animales, atender a sus hijos, y las tareas en el hogar. Tienen un sueldo justo ya que el 75% reciben por los bordados de la prenda y el 25% de la ganancia de la venta de las prendas. No existen jerarquías, todos son iguales.



Imagen N°48 Fuente: cortesía de la empresa Dominga. Feria.



Imagen N°49 Fuente: cortesía de la empresa Dominga. Colección.



Imagen N°50 Fuente: cortesía de la empresa Dominga. Colección.



Imagen N°51 Fuente: cortesía de la empresa Dominga. Colección

PRODUCTO

La empresa «Dominga» siempre está innovando en sus bordados, lo que busca es que no sean similares a los que venden en el mercado artesanal o tiendas. La calidad es la prioridad de la empresa. Al cliente ofrecen una variedad de bordados únicos, además existen en varias tallas y son diseñadas para varias temporadas de uso.

La empresa ha participado en varias ferias nacionales como Guayaquil, Cuenca y Galápagos. También han estado en ferias internacionales en New York y Colombia, esta experiencia le llena de agrado ya que el consumidor acepta el producto que está en la línea de moda sostenible.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Teléfono: 0984067546, 0999709327

Sitio web: www.domingaecuador.com

Mail: info@domingaecuador.com



Imagen N°52 Fuente: cortesía de la empresa Hosh**.** Logo.

Cintia y Leandra Macías Leiva



Imagen N°53 Fuente: cortesía de la empresa Hosh.

"Eco-feminismo es la base de nuestra marca, es una empresa con responsabilidad social en temas de medio ambiente y feminismo".

La marca propone elementos de moda no convencionales a los consumidores como prendas multiformas, reversibles para de esta manera alargar la vida de los productos y que la utilización sea constante.

HISTORIA

La empresa fue creada por las hermanas Cintia y Leandra de nacionalidad chilena. Llegaron al país hace siete años con un sueño, y lo están cumpliendo mediante la constancia y el profundo deseo de hacer las cosas bien. Mediante un trabajo arduo de varios años es la primera marca en el país con la filosofía, de eco-feminismo por tener gran respeto a la diversidad, y el diseño ecológico. La herramienta clave para la realización de las prendas de la marca, es que sus propuestas están enfocadas exclusivamente para la mujer.

GESTIÓN DEL PROCESO

La materia prima son fibras naturales de algodón y lino, pero deben ser ecológicas. Otra opción son prendas de segunda mano por la calidad para ser transformada en diseños únicos. Cintia es la diseñadora de la colección de los productos, con su gran visión ha revolucionado este medio en prendas no convencionales y versátiles. El primer producto estrella de la marca es el k'elaf, un cuello realizado con residuos de algodón y lana. Esta idea nació con la necesidad de disminuir la cantidad de residuos de tela que sobran de las fábricas en los cortes.

Realizan prendas multiformas, por ejemplo, un vestido tiene seis formas diferentes para utilizarlo en varias ocasiones. Las chaquetas y ponchos son reversibles, de esa manera existe un desgaste menor, ya que se utilizan los dos lados de la prenda. También propone pantalones unisex por los cortes bien ejecutados, que los pueden utilizar tanto hombres como mujeres. Estas prendas son transtemporadas, ya que tienen colores neutros para combinarlos con otro vestuario. Son prendas originales e innovadoras en el mercado local. Entre sus productos encontramos bolsos ecológicos, artículos diseñados exclusivamente para el período de menstruación 100% algodón, joyería en papel, con diseños exclusivos para cada ocasión. La empresa promueve la utilización de sus telas en un 100%, por eso propone que los 0.80 cm sean utilizados al máximo en un vestido. La propietaria es quien diseña, patrona, corta y confecciona, no tienen empleados, por ello las colecciones son en series limitadas.



Imagen N°54 Fuente: cortesía de la empresa Hosh. Almacén.



Imagen N°56 Fuente: cortesía de la empresa Hosh. Colección.



Imagen N°57 Fuente: cortesía de la empresa Hosh. Colección.



Imagen N°55 Fuente: cortesía de la empresa Hosh. Colección.



Imagen N°58 Fuente: cortesía de la empresa Hosh. Colección.

PRODUCTO

La calidad de las prendas es inigualable por la utilización de fibras naturales. Entre sus colecciones están vestidos con multiformas, chaquetas, artículos para el período de menstruación de la mujer, capuponchos y abrigos reversibles, buffs, pantalones unisex, cuellos confeccionados de residuos y ropa de segunda mano. Los diseños son únicos e irrepetibles por ello tienen un lugar en el mercado local ya que el consumidor está adquiriendo estos productos innovadores.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Tienda: Calle Guipúzcoa E16-28 y Sevilla (Floresta). Quito.

Teléfono: 0979297721- 0992819097

Sitio web: www.ecohosh.wix.com/hosh

Imagen N°59 Fuente: cortesía de la empresa Inti Eyewear. Logo.

Martín Valencia, María Fernanda García, Amira Andrade y Jonathan Bermeo.



Imagen N°60 Fuente: cortesía de la empresa Inti Eyewear. Socios.

"*El cliente está inmerso en parte del proceso del producto".*

La marca Inti Eyewear se dedica la producción artesanal, sostenible y el trato justo. Los diseños están pensados en la comodidad, satisfacción del cliente y la exclusividad con el fin de rescatar la identidad ecuatoriana.

HISTORIA

La empresa lo forman cuatro jóvenes emprendedores: Martín, María, Amira y Jonathan, estudiantes de la Carrera de Diseño Industrial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Quito). Comenzaron con pruebas, prototipos, un proceso largo, también buscaron de los mejores proveedores nacionales en referencias a maderas certificadas y ecológicas del país. Analizaron la parte gráfica de comunicación, cómo iban a ser los canales de distribución, estrategias, objetivos, visión, misión. La marca se lanzó en noviembre de 2015 e inicia la comercialización a nivel local e internacional.

GESTIÓN DEL PROCESO

La empresa después de un estudio de mercado realizó varios diseños ergonómicos de lentes para proponerlos al usuario, pero tiene una inspiración en Los Andes ecuatorianos, es la primera colección que invita a sentir la madera y a reconectarte con las raíces y la naturaleza. Los diseños son: Cotopaxi, rucu, sarahurco, fuya fuya. La materia prima es certificada, de alta calidad, trabajan con finas y resistentes maderas de bosques ecológicos para rescatar la identidad ecuatoriana como es el pino. Cada pedazo de madera es único e irrepetible por la configuración de las vetas. Las bisagras, por la calidad, exportan de Colombia. Los apliques son hechos a mano y de plata confeccionados en Cuenca, tienen una temática andina como la llama, el colibrí, la cordillera, la serpiente y el choclo. Proporciona una variedad de colores de lunas para las gafas y lentes, son fabricados en laboratorios ópticos del país.

La mano de obra es artesanal, la fábrica está ubicada en Tumbaco, trabajan con artesanos del lugar en cuestiones de corte de las partes de los lentes, pulido, ensamblaje de las partes y acabados. Existe un mínimo de desperdicio en el proceso de manufacturación. La empresa tiene gran respeto a los trabajadores y proveedores a través de un trato justo mediante el pago puntual. Una parte fundamental es que los clientes tengan la opción de escoger todos los elementos que conforman los lentes o gafas, por ello son personalizadas.



Imagen N°61 Fuente: cortesía de la empresa Inti Eyewear. Colección.



Imagen N°63 Fuente: cortesía de la empresa Inti Eyewear. Colección.



Imagen N°62 Fuente: cortesía de la empresa Inti Eyewear. Colección.



Imagen N°64 Fuente: cortesía de la empresa Inti Eyewear. Colección.

PRODUCTO

Las gafas y lentes de madera Inti Eyewear tienen un año de garantía, y recomiendan seguir los cuidados estipulados en la etiqueta. Todos los productos Inti Eyewear están hechos a mano, las maderas empleadas son certificadas y han sido estudiadas para brindar al usuario comodidad, ligereza y durabilidad; al mismo tiempo que tiene un acabado ecológico e hipoalergénico. Sin embargo, es importante tener en cuenta que su resistencia es menor a la de otros materiales.

Para la comodidad del cliente se envía el producto a nivel nacional, y sin costo el pedido. El cuidado y respeto por el medio ambiente es fundamental para la empresa. Por la compra de gafas o lentes de madera Inti Eyewear, se obsequia semillas de Cholán (Tecoma stans), árbol nativo de Los Andes ecuatorianos, para que el cliente plante en su casa y ayude al medioambiente.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Tiendas de proveedores:

Olga Fisch Av. Colón E10-53 y Caamaño, Quicentro Shopping Quito.

Olga Fisch en Village Plaza Samborodón Km 1. 1/2 Guayaquil.

Museo Pumapungo calle Larga y Huayna Capac.Cuenca.

Sitio web: www.intieyewear.com

Correo electrónico: intieyewear.ec@gmail.com



Imagen N°65 Fuente: cortesía de la empresa Metier. Logo.

Diana Pazmiño y Alessandro Benincasa.



Imagen N°66 Fuente: cortesía de la empresa Metier. Socios.

"Nuestra innovación fue empezar a meterle diseño al producto de acorde a las necesidades del mercado no simplemente como un regalo folclórico".

La empresa Metier, busca posesionar los sombreros de paja toquilla en los mercados internacionales en el segmento de lujo, que sea un producto 100% terminado en el Ecuador.

HISTORIA

La empresa se crea hace siete años por Diana Pazmiño y Alessandro Benincasa, quienes se dieron cuenta el gran potencial que había en el trabajo artesanal, pero había que mejorar el diseño. Realizaron varios estudios de mercado en Europa, en el cual presentaron las técnicas artesanales a los visitantes a la feria, este les agradó, pero el diseño era muy tradicional; por ello, innovaron el diseño, pero con un modelo urbano. Lo que se busca actualmente es posesionar la marca a la altura de los mercados internacionales y que sea un producto 100% terminado en el Ecuador. Por esa razón la empresa tiene un reconocimiento internacional de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO, por la calidad y tradición.

GESTIÓN DEL PROCESO

Para la realización del sombrero utilizan la fibra natural *carludovica palmata* conocida como paja toquilla, adquieren localmente y es sostenible. A la planta le cortan los huesos que protegen la parte externa de la hoja, abren y separa la hoja en dos porciones. Cocinan en agua hirviendo durante 15 minutos, recomiendan lavar las fibras con agua tibia, detergente y vinagre. Cuelgan y secan al sol, este proceso se realiza con la paja madura. También se blanquea o se tiñe según las exigencias del diseño.

La empresa diseña los productos y trabajan directamente con las comunidades de artesanos y asociaciones. El tejido de estos sombreros es una técnica compleja que se transmitió de generación en generación. El sombrero lo teje la misma persona, porque cada artesano tiene formas diferentes de hacerlo. La empresa trabaja con artesanos de la región de Montecristi, Manabí. Ellos valoran el trabajo del artesano que esta atrás del producto a través de un sueldo justo, respetan el tiempo en que elabora el sombrero. Se toman un par de días o incluso un par de meses para terminarlo. El sombrero se categoriza en función al espesor de la paja y la estanquidad de la armadura. Cuanto mayor sea la paja, más fino el tejido, y mejor será la calidad de un sombrero.



Imagen N° 67 Fuente: cortesía de la empresa Metier. Colección



Imagen N°68 Fuente: cortesía de la empresa Metier. Colección.



Imagen N° 69 Fuente: cortesía de la empresa Metier. Colección.



Imagen N°70 Fuente: cortesía de la empresa Metier. Colección.

PRODUCTO

Los sombreros de paja toquilla tienen diseño exclusivo, con un estilo urbano, de excelente calidad ya que ofrece elegancia, suavidad, flexibilidad y durabilidad. La empresa promociona los productos en los mercados internacionales como Estados Unidos, Francia, Italia, España y Londres mediante ferias. Tienen representaciones a nivel mundial para la comercialización de los sombreros.

También promueven una colección de lazos de época, lo adquieren en mercados de segunda mano. Otro producto son los ikat, bufandas con colores de tintes naturales, en un estilo de tejido tradicional en telares de madera. Estas bufandas tienen una suave textura y un brillo único.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Teléfonos: 0990545566 - 0980250314

Sitio web: www.metiercrafts.com

Blog: metierhats.tumblr.com

Tweets: @metiercrafts



Imagen N°71 Fuente: cortesía de la empresa Paqocha.

Lorena Pérez y Fernando Segovia.



Imagen N°72 Fuente: cortesía de la empresa Paqocha. Socios.

"Paqocha es un sueño que nace del amor a la tierra y a nuestras raíces indígenas"

La empresa Paqocha es pionera en el manejo adecuado de las alpacas en las comunidades indígenas. Las fibras se clasifican y se valorizan por la calidad. Son adquiridas a precios justos en común acuerdo por la empresa y los artesanos. Ya que la empresa promueve el comercio justo.

HISTORIA

Paqocha fue fundada por los esposos Lorena Pérez y Felipe Segovia, la idea nació a través de un trabajo con las comunidades indígenas de Guamote, allí observaron que los artesanos no sabían qué hacer con esta fibra, y nace la idea de realizar prendas. De ahí se forma la empresa hace 10 años con el objetivo de cambiar la realidad de las comunidades alpaqueras en el país. La empresa ofrece constantemente capacitaciones a los artesanos.

GESTIÓN DEL PROCESO

El diseño de la prenda y la encargada de ejecutarlo es Lorena Pérez, pero su enfoque es que tenga un estilo moderno. La empresa es parte del proceso de cría de las alpacas, la fibra es la materia prima para la realización de las prendas, se le considera una de las cinco fibras más finas del mundo. La esquila es el proceso de corte de las fibras, se categoriza y se clasifica. A partir del buen manejo de las fibras se obtiene diferentes micronajes, que varía desde los 16 hasta los 23 micrones, se utiliza para prendas finas como sacos, bufandas y gorros.

Una vez que la fibra ha sido clasificada se entrega a mujeres de las comunidades Jatarí Campesino; La Moya, en las faldas del Chimborazo; y Chanchán, en Guamote, provincia de Chimborazo. El proceso de hilado a mano con guango y yuzo es una tradición de los antepasados que ha estado de generación en generación. Respetan la forma de hilar, ya sea fino o grueso, lo adaptan a las prendas. Las artesanas realizan esta actividad a la par de su vida cotidiana que transcurre entre el pastorear los animales y cocinar; se transportan de una comunidad a otra, por eso la empresa respetan el tiempo de elaboración. Los ovillos de hilo son entregados a la empresa, y son preparados con el proceso del teñido con productos naturales como: minerales, plantas, flores y cochinilla, pues son repartidos a grupos de mujeres tejedoras en las ciudades de Riobamba, Quito y Mira, para la realización de las prendas, pero con las indicaciones de diseño que lo Lorena presenta. Por la utilización de fibras naturales son prendas renovables y biodegradables, también son transtemporadas ya que tienen colores neutros para combinar con otra indumentaria.



Imagen N°73 Fuente: cortesía de la empresa Paqocha. Colección.



Imagen N°74 Fuente: cortesía de la empresa Paqocha. Colección.



Imagen N°75 Fuente: cortesía de la empresa Paqocha. Colección.



Imagen N°76 Fuente: cortesía de la empresa Paqocha. Feria.

PRODUCTO

Los productos de lana son de una extrema calidad por la utilización de fibras naturales. Esta fibra animal considerada una de las cinco más finas del mundo es hipoalergénica, ya que posee cápsulas microscópicas de aire, por lo que le hace una prenda liviana, térmica y transpirable. En la colección de la empresa están sacos, bufandas, cuellos, vestidos, gorras y mitones.

A nivel internacional, la empresa ha participado en desfiles de moda lenta como «Ethical Fashion Show de Paris», en los años 2007, 2009 y 2010. «Ecochic Fashion Show de Ginebra, Basilea y Singapur». Paqocha, desde su creación, ha logrado comercializar los productos en el país y en diferentes partes del mundo como en París, Inglaterra y Suecia.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Showroom: Norberto Salazar N4-71 y Rosa Zárate. Tumbaco.

Tiendas de proveedores:

Centro Histórico de Quito: Casa del Alabado.

Tienda del Hotel Patio Andaluz.

Teléfonos: 593-22-373513, 593-22048563.

Sitio web: paqocha.wix.com/store

Imagen N°77 Fuente: cortesía de la empresa Shepherd. Logo.

Gabriela Cárdenas



Imagen N°78 Fuente: cortesía de la empresa Shepherd. Diseñadora.

“*Crear una conciencia desde la confección del producto hasta el uso y que no sea dañino en ninguna parte del proceso”.*

El objetivo de esta empresa es concientizar al usuario para que no tiren las prendas, sino que reutilicen el producto, como la moda de la abuela, donde uno seguía heredando la ropa. Regresar así, a ese concepto de la moda, que paso de generación en generación.

HISTORIA

Shepherd nace hace siete años con la idea de que los artesanos sean reconocidos por su trabajo manual. Es la primera marca de accesorios liderada por Gabriela Cárdenas, diseñadora, quien fomenta un diseño consciente. El objetivo principal es que usen una cantidad menor de insumos en la producción, también crear productos de buena calidad para alargar la vida.

GESTIÓN DEL PROCESO

La responsabilidad social es un pensamiento global ecológico. Es necesario pensar desde el inicio hasta cuándo va a ser desechada y cómo se va a recuperar ese material para reutilizarlo. El objetivo en sí, es crear conciencia desde la confección del producto hasta el uso. El proceso de diseño lo ejecuta Gabriela, ya que innova constantemente sus productos. Tiene dos líneas principales: las carteras de cuero y los buffs (pañuelos) de algodón. Con respecto a las carteras, la materia prima es nacional, colombiana o italiana. Los diseños se envían a la manufactura, pero cuida detalles como el patronaje, corte, confección e insumos; para la empresa es preferible que tenga un mínimo en accesorios y un pequeño porcentaje en residuos. Se utiliza el cuero por la durabilidad, aunque en la actualidad utilizan plástico o cuerina por el bajo precio, pero genera contaminación. En cambio, los buffs son netamente algodón orgánico importado, se manda el diseño a los talleres y el proceso es corte y confección. Estas prendas por ser de fibras naturales son renovables y biodegradables. Por tener colores neutros se les considera prendas transtemporada ya que se pueden combinar con otra indumentaria. En este proceso no tiene residuos. La empresa busca que las personas involucradas en este proyecto tengan un trabajo digno con un ingreso económico justo. La empresa tiene una certificación de diseño ya que los productos son pensados desde su fin, cómo se va a degradar, cómo va a regresar al medio ambiente, así genera un menor impacto ambiental y mejor uso de los recursos. También promueve la economía circular que conlleva a que las mujeres que trabajan en la empresa, logren la creación y desarrollo de empresas independientes.



Imagen N°79 Fuente: cortesía de la empresa Shepherd. Colección.

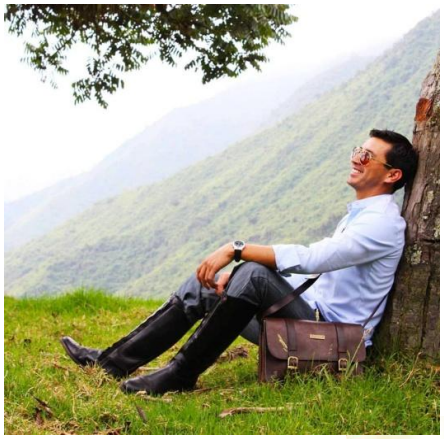


Imagen N°80 Fuente: cortesía de la empresa Shepherd. Colección.

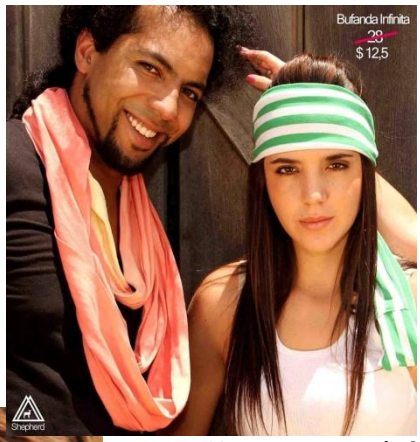


Imagen N°81 Fuente: cortesía de la empresa Shepherd. Colección.

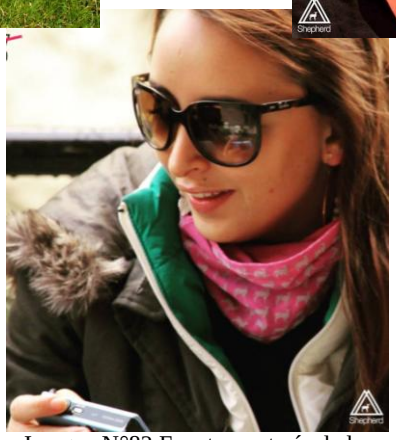


Imagen N°82 Fuente: cortesía de la empresa Shepherd. Colección.

PRODUCTO

Los buffs son de algodón, así se garantiza la calidad, por la utilización de fibras naturales; tienen una colección de varios colores con un diseño unisex para múltiples usos. Poseen una colección de artículos en cuero como carteras, bolsos y wallet, se utiliza este material por la durabilidad, y con diseños exclusivos, para cada ocasión.

.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Tienda on line: www.Shepherd.Storenvy.com

Sitio web: quitofusion.com/

Redes sociales: Facebook, Instragram, Twitter: @ShepherdEcuador

Teléfono: 098 7797 098



Imagen N°83 Fuente: cortesía de la empresa Silvia Zeas. Logo.

Silvia Zeas



Imagen N°84 Fuente: cortesía de la empresa de Silvia Zeas. Diseñadora.

"*Responsabilidad social es conocer nuestra realidad local y global y hacer un trabajo con conciencia, que no tenga repercusiones negativas; por el contrario que genere impactos positivos".*

La prioridad de la empresa Silvia Zeas es rescatar la cultura precolombina, mediante diseños innovadores para llegar al mercado internacional.

HISTORIA

La empresa se crea en el 2008, por la diseñadora Silvia Zeas. Durante sus años de trabajo ha adquirido una gran experiencia. Ha participado en la elaboración de vestidos y trajes típicos en el concurso de Miss Ecuador. Actualmente es la presidenta de la Asociación de Diseñadores Textiles y es representante de la Cámara de Diseño, en Cuenca. Participó en El *Designer Book* edición Cuenca 2016, presentando un desfile enfocado en la moda sostenible, mediante la reutilización de materiales, e invitando a trabajar de la mano con el medioambiente.

Ha recorrido un gran camino, su objetivo es promover la cultura precolombina, la prioridad es que reconozcan este trabajo artesanal por la calidad del producto. Lo que busca es que el mercado internacional valore la cultura del Ecuador y sea reconocido como un país de moda.

GESTIÓN DEL PROCESO

La empresa realiza un proceso de diseño con varios prototipos, escoge los más adecuados para la colección, su inspiración son los elementos que identifiquen la cultura precolombina de los pueblos indígenas, valora mucho el trabajo artesanal por ello realiza colecciones enfocadas en las diversas culturas del país. La materia prima es local, como la fibra de lana alpaca, lana de borrego, algodón e insumos. En el proceso de manufactura se patrona los diseños, corta y confecciona. El proceso de las prendas hechas a mano se trabaja con las artesanas de Pulingui, Hilandería de Guano; algunas artesanas hilan, otras tejen, pero existe un respeto entre las partes involucradas. La empresa promueve los sueldos con precios justos, a empleadas y artesanas, al vender las prendas. También es importante mencionar que trabaja con mujeres privadas de la libertad. Por la utilización de fibras naturales en las prendas, estas son renovables y biodegradables. Se respeta el color natural de la fibra, y se promueve una artesanía activa mediante la sostenibilidad social y cultural. Las prendas son transtemporada, ya que se puede combinar con diferente indumentaria, debido a la utilización de colores neutros.



Imagen N°85 Fuente: cortesía de la empresa Silvia Zeas. Colección.



Imagen N°86 Fuente: cortesía de la empresa Silvia Zeas. Feria.



Imagen N°87 Fuente: cortesía de la empresa Silvia Zeas. Colección.



Imagen N°88 Fuente: cortesía de la empresa Silvia Zeas. Colección.

PRODUCTO

La empresa ofrece calidad en sus productos, por la utilización de fibras naturales, también cuida los detalles en cada propuesta que realiza. La colección que ofrece a sus clientes son ponchos, suéteres, bufandas también vestidos típicos y de gala.

Ha participado en ferias internacionales como Colombia y Argentina; en desfiles internacionales en Paraguay, España y Estados Unidos. Así también, en desfiles nacionales en Quito, Cuenca, Machala y Guayaquil.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Tienda: Presidente Córdova 6-45 entre Hermano Miguel y Borrero (Cuenca)

Teléfonos: 593 -72 854598 - 593 998 297776

Sitio web: www.silviazeas.com

E-mail: info@silviazeas.com

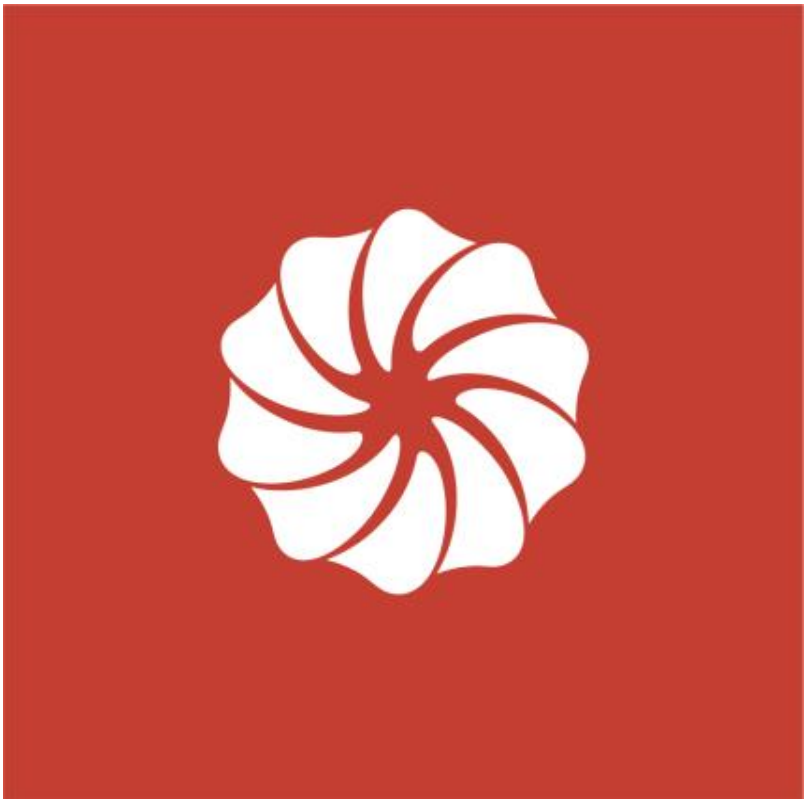


Imagen N°89 Fuente: cortesía de la empresa Suspiro. Logo.

Verónica Buitrón



Imagen N°90 Fuente: cortesía de la Empresa Suspiro. Diseñadora.

"Suspiro se centra en el valor de lo que la tierra puede proporcionar y lo que la mano puede crear con ella".

Su objetivo, mantener los valores, mientras sigue creciendo la empresa y la calidad de productos, busca promover puestos de trabajo más seguros a los tejedores en el país, y fomentar la economía interna.

HISTORIA

Suspiro fue fundada hace 4 años, por Verónica Buitrón diseñadora de profesión, quien estudió Diseño de Modas en Italia y Diseño de Objetos en Chicago. Este proyecto comenzó cuando asistió a una feria de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) en el año 2009, ahí participaban tejedores de Cuicuno, le impresionó el trabajo de los telares, formaron una alianza para la realización de las bayetas que sería la materia prima de los bolsos que confecciona.

Su filosofía es fomentar un diseño independiente y socialmente consciente, propone una alternativa sostenible mediante el trabajar con la naturaleza, por eso da talleres a los artesanos referentes a patrones de tejidos y tintes naturales.

GESTIÓN DEL PROCESO

Para el proceso de diseño realiza varios prototipos, su innovación es contante, realiza colección limitadas de los bolsos. La materia prima que utiliza son fibras naturales como el algodón, lana de oveja y alpaca. Los artesanos tejen las bayetas con 21 patrones que ofrece la empresa, el telar es un mecanismo milenario considerado una reliquia manual, son de madera y fueron heredados de generación en generación, pero que cuenta una historia. Cada artesano tiene una técnica diferente según la enseñanza de los antepasados.

La empresa promueve el proceso de tintes naturales con hojas de árboles, cáscaras y cochinilla, tiene una gama de quince colores para teñir; de la hoja de capulí se puede sacar el amarillo o el café; y de la cochinilla, el rojo, morado o fucsia. La mano de obra son artesanos del barrio de Cuicuno en Cotopaxi. Así mismo, la empresa realiza el patronaje, corta la bayeta con los diferentes diseños, y la confección manda a pequeños talleres ubicados en las afueras de la ciudad de Quito. Para el forro de los bolsos, recicla los residuos de fábricas industriales. La gente que está involucrada en este proyecto tiene un trato horizontal, todos son tratados con respecto, trabajan desde su hogar, reciben sueldos justos. Los productos por la utilización de fibras naturales son renovables y biodegradables. Promueve una artesanía activa mediante la sostenibilidad social y cultural.



Imagen N°91 Fuente: cortesía de la empresa Suspiro. Colección.



Imagen N°92 Fuente: cortesía de la empresa Suspiro. Colección.



Imagen N°93 Fuente: cortesía de la empresa Suspiro. Colección.

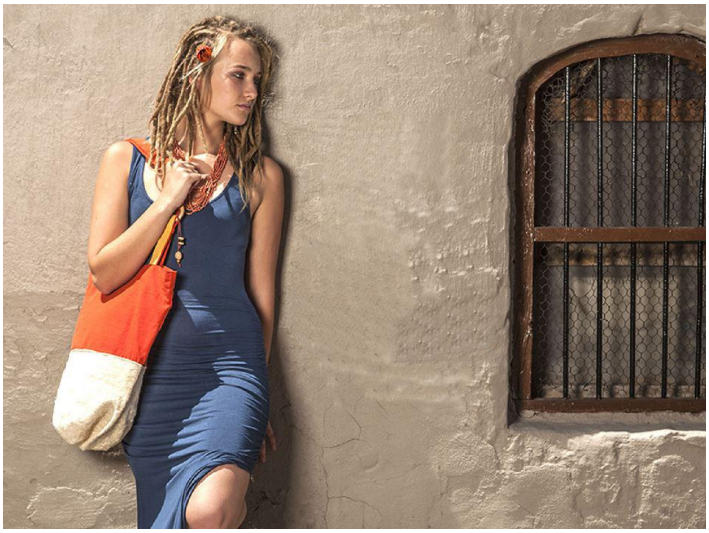


Imagen N°94 Fuente: cortesía de la Empresa Suspiro. Colección.

PRODUCTO

La empresa elabora bolsos, bufandas y cojines. Los productos son de excelente calidad por la materia prima de fibras naturales y por las técnicas tradicionales. La empresa ha participado de ferias en los Estados Unidos.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Tiendas: Artesania Urbana. Guipúzcoa E13-35 y Pontevedra (Floresta) Quito.

Tienda de proveedores:

Z Lifestyle Gallery. Francisco de Orellana #367. Cumbayá.

Galería Amor Propio en el Museo Pumapungo.

Almacén Manos del mundo. Av. 12 de Abril y Agustín Cueva. Cuenca.

Teléfono: 0998142013

Sitio web: suspirotaller.com

Créditos

“Diseñar no es una profesión, sino una actitud”. László Moholy-Nagy



Imagen N°95

Fotografía Solo Éxito Record’s. Créditos.

MODELOS: Alejandra Coello y Astrid.

FOTOGRAFÍAS: Solo Éxito Record’s, Natalia Villalva, cortesía de las empresas Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro.

VESTUARIO: Natalia Villalva.

DISEÑADOR GRÁFICO: Juan Carlos Rubio.

CAPÍTULO V

5. RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. RESULTADOS

Se determinó los parámetros que debe tener los productos de moda lenta. Se visualizó varias empresas con esta filosofía de responsabilidad social, por ello fueron contactadas: Cardànas, Claudia Morrison, Dante promoda, Danny Arias, Dominga, Fui, Hosh, Inti Eyewear, Mático, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas, Suspiro. La mayoría acepta ser parte de este proyecto, mediante la técnica de la etnografía, se trasladó al lugar de los hechos para conocer la gestión de los procesos, filosofía, productos, direcciones y materia prima.

Se presenta como resultado principal el mapeo de 14 empresas de moda lenta. Estas empresas visibilizadas trabajan en varios enfoques como eco-diseño, moda ética, moda lenta y moda sostenible. Se estableció que las empresas trabajan en las ciudades de Quito, Cuenca, Otavalo, Riobamba y Manabí. Esta investigación de campo tomó dos meses y culminó en el desarrollo de un porfolio donde se cuenta la historia de estas empresas que generan un impulso económico localmente.

Al conocer todo lo referente a su modelo de gestión se ha determinado, puntos de afinidad entre ellas como: el encuentro con una cultura local, basada en el trabajo conjunto con los artesanos de las zonas, se los considera activistas ya que buscan un bienestar entre los involucrados. El comercio justo a través del compromiso ético, mediante la práctica de procesos transparentes desde la obtención de la fibra hasta los acabados, bajo índice de residuos, respeto por los trabajadores y artesanos mediante sueldos justos y trabajan con equilibrio con el entorno. La promoción del producto por medios alternativos, existen varias estrategias sostenibles como el internet, la mayoría utilizan este medio, algunas empresas participan de ferias nacionales e internacionales para que el consumidor conozcan sus productos, otras prefieren ventas directas mediante tiendas ya sea propias o de proveedores. La calidad del producto es un pilar fundamental de la moda lenta**,** es la prioridad de todas las empresas, generar esta clase de productos por las características inigualables como hipoalergénicas, biodegradables y la durabilidad.

Se ha desarrollado un informe técnico (Véase Anexo 5: Paper).

5.2. CONCLUSIONES

- Se analizó cómo la moda sostenible se ha convertido en una macrotendencia social, y a la luz de teorías de Salcedo (2014), Gwilt (2014) y Fletcher (2012) se propone transformar las prácticas actuales de la industria de la moda de un sistema insostenible a un sistema sostenible.

- Se estudió los lineamientos para el diseño de indumentaria sostenible, se determinó analogías referentes al producto relacionados con moda lenta, los parámetros relevantes fueron la materia prima, fibras renovables, biodegradables, respeto por los depredadores que fueron la parte de la biodiversidad.

- Se buscó a las empresas visibilizadas, que tenga una filosofía de moda lenta, con la investigación etnográfica, se observó el proceso de producción y los productos, se pudo determinar que las empresas tienen un desarrollo potencial con sus productos, el consumidor está cambiando la percepción y adaptándose a esta macrotendencia hacia la moda lenta.

- Se mapeó a las empresas de moda lenta visibilizadas, compilando tal información en un porfolio, como propuestas de nuevos modelos de negocio para potenciar el desarrollo de la moda sostenible, en el cantón Ambato.

- En el sector de la moda en varias ocasiones ocurre que alguien se deshizo de un producto, no obstante esto no significa que el producto sea de mala calidad, sino más bien que la relación entre el producto y el consumidor haya fallado por diferentes razones puede ser por el corte, color o diseño.

5.3. RECOMENDACIONES

- El trabajo artesanal es una opción de trabajo sostenible ya que se rescatan tradiciones originarias del país, promoviendo el diseño y la economía de la región. Para lograr sostenibilidad, como recomendación, es necesario utilizar los productos que se ofrecen nuestra tierra, como hojas y plantas, se pueden aprovechar para realizar varios colores para teñir prendas naturalmente sin dañar al medioambiente y la sociedad.

- El mapeo a las empresas de moda lenta visibilizada fue una experiencia llena de retos, ya que no fue fácil ubicarlas, pero se recomienda afrontar el reto de buscarlas. Al final de la investigación se detectó a varias empresas

enfocadas en moda lenta, lastimosamente quedaron fuera del proceso; sin embargo, se dejan los nombres de ocho de ellas, para que, en un futuro estudio, sean tomadas en cuenta: Boen, Atelier Design, Cuica, Kon-dor, Faire Collection, Studioloor, Adriana Lanas, y Dennise Calero, referentes potenciales en el tema abordado.

- También es importante realizar un mapeo a las empresas de moda sostenible emergentes, aquellas que están dando sus primeros pasos en el sector industrial como: Tribal Shoes, Mindo, Mashca Galería, La Salita Galería, Bolsón e Impacto.

CAPÍTULO VI

6. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

6.1. BIBLIOGRAFÍA.

Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires. Argentina: Editorial Fondo de Cultura Económicas.

Brown, S. (2013). *Refashioned*. Barcelona. España: Editorial Blume.

Fletcher, K., y Grose, L. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Barcelona, España: Editorial Blume.

Faud-Luke, A. (2002). *Manual de diseño ecológico*. Palma de Mallorca. España: Editorial Cartago.

Flores, L., Ling, F. (1995). *Artesanía en Talamanca y el sémko y los colorantes naturales*. Costa Rica: Editorial. Centro Agronómico Tropical de investigación y enseñanza (Catie).

Hall, M., Witte, J. (2004). *Maderas del sur de Chile, arboles, aplicaciones y procesos.* Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Herrera, L., Medina, A., Naranjo, G. (2010). *Tutoría de la Investigación científica*. Quito. Ecuador: Maxstudio. 4ª Ed.

Guber, R (2012). La etnografía. Método, campo y flexibilidad. Buenos Aires. Argentina: Editorial Siglo veintiuno. 1ªEd.

Gwilt, A. (2014). *Moda sostenible*. Barcelona. España: Editorial Gustavo Gili.

Lipovetsky, G. (1996). *El imperio de lo efímero*. Barcelona. España: Editorial Anagrama. 5ªEd.

Lipovetsky, G., Serroy, J. (1996). *La estetización del mundo.* Barcelona, España: Editorial Anagrama.

Mendiola, I., Zarza, M., Serrano, H. (2011). *Diseño sustentable y responsabilidad Social*. México: Editorial Plaza y Valdez.

Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de la tribus*. Mexico: Editorial Siglo XXI.

Papanek, V. (2014). *Diseñar para el mundo real*. Cataluña. España: Editorial Pol·len. 2ª Ed.

Plan Nacional de Desarrollo. *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural.* Quito. Ecuador. Editorial: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades). 2ª Ed.

Pietro, S., Hamra, P. (2010). *Diseñar hoy*. Buenos Aires. Argentina: Editorial Nobuko.

Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible.* Barcelona. España: Editorial Gustavo Gili.

Secretaria nacional de planificación y desarrollo. (2013-2017). *Agenda Zonal Zona 3-Centro Provincias de: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza.* Quito. Ecuador: Senplades .1ª Ed.

Valdéz, S., Zen, M., Basterrechea, L., y otros. (2013). *Diseño participativo y sustentable*. Buenos Aires. Argentina: Editorial Ediciones CCC (Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini).

Zuluaga, 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.* (Tesis para la maestría). Universidad de Manizales. Colombia.

LINKOGRAFÍA.

Alonso, M. (2005**).** *La certificación del ecodiseño: una excelente oportunidad para fomentar la competitividad de las empresas*. Recuperado de**:** ecodes.org/archivo/proyectos/archivo-ecodes/pages/.../calonso.html

Alvarado, A (29 de Mayo de 2015). *Un armario ético es posible en el Ecuador*. El Comercio. Recuperado de: http://www.elcomercio.com/tendencias/armarioetico-marcas-locales-ropa-ecuador.html

Baselayers de poliéster capilene (2014) Recuperado de: www.patagonia-buenosaires.com/baselayers-de-poliester-capilene/

Blanch, A., Novik, L., Root, R. (2008). *La moda ética en América latina*. Recuperado de: www.revistaestudios.ll.usb.ve/sites/default/files/.../Alex%20Blanch.pdf

Colleen, K (2016) Recuperado de: http://fortune.com/2015/04/24/clothes-slow-fashion-zady/

Definición De. (2008). *Vintage.* Recuperado de: http://definicion.de/vintage/#ixzz3z2J3RxtU

Dictionary American College (1961)

Diccionario Quechua - Aymara al español. Recuperado de: http://www.katari.org/diccionario/diccionario.php

Lockuán, F. (2013). *La industria textil y su control de calidad*. Recuperado de: https://books.google.com.ec/books?id=nkJZ93e-9-wC

Pulgarin, L. (2012).*Investigación Comparativa*. Recuperado de https://prezi.com/sjgvikz_fxpe/investigacion-comparativa/

Salmerón, M. (12 de Agosto de 2009). ¿Qué son los desechos post-consumidor? Recuperado de: www.ecologiablog.com/post/1832/que-son-los-desechos-post-consumidor

6.2 ANEXOS.

Anexo 1: Fichas de campo.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

FICHA DE CAMPO

OBJETIVO: Conocer el desarrollo productivo de los productos de moda lenta que realiza la empresa…….

PROCESO DE PRODUCCIÓN:

Filosofía de la empresa.

Proceso de manufacturación sostenible.	
Materia prima sustentable.	
Utilización de tintes naturales.	
Mano de obra.	
En la manufacturación obtiene residuos.	
Calidad del producto.	
Productos 100% ecológicos.	

Anexo 2: Lista de cotejo.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

LISTA DE COTEJO

OBJETIVO: Evaluar los productos de la empresa…….. para conocer su valoración referente a la moda lenta en el país.

INSTRUCTIVO: A la derecha de cada aspecto, marque con una X según corresponda si correcta o incorrecta.

	EJECUCIÓN	
ASPECTO	**SI**	**NO**
CICLO DE VIDA DE UNA PRENDA CERRADA.		
Proceso de diseño de la prenda.		
Diseño sostenible.		
Diseño ecológico.		
Diseño con necesidades especiales.		
Diseñar con empatías personalizadas y únicas.		
Diseñar con el usuario mediante la tecnología.		
Codiseño trabajar de la mano con el usuario.		
Diseñar para una cultura local.		
Procesos textiles.		
Tintes de bajo impacto.		
Las aguas residuales y su tratamiento.		
Tintes naturales.		
Materia prima sostenibles.		
Fibras naturales vegetales.		
Algodón ecológico.		
Algodón Fairtrade (de comercio justo).		
Algodón BCI (Better Cotton Initiative).		
Algodón hecho en África.		
Algodón reciclado.		
La fibra de lino.		
La fibra de ortiga.		
La fibra de cáñamo.		
Fibra **c**arludovica palmata (paja toquilla).		
Madera de pino orgánico.		
Fibras naturales animales.		
Lana de oveja.		
Lana de alpaca.		
Cuero.		
Fibras artificiales.		
Tencel.		
Lenzing modal.		

Fibras sintéticas.		
Poliéster reciclado.		
Biopolímeros.		
Mono-materiales.		
Accesorios de bajo impacto.		
Productos galvanizados.		
Producción.		
Patronaje creativo.		
Extender la vida de las prendas.		
Prendas modificadas.		
Prendas multifuncionales o reversibles.		
Prenda con formas cambiantes.		
Durabilidad de la prenda.		
Manufacturación sostenible.		
Cadena de suministros transparentes.		
Ambientes laborales justas.		
Técnicas de residuos en la industria.		
Residuos bajos en el corte.		
Residuo cero.		
Procesos innovadores.		
El desgastado al láser.		
El lavado por la atmósfera.		
El suavizado con nano-burbujas.		
El tinturado cold pad batch.		
Distribución.		
Opciones de transporte sostenible.		
Envases sostenibles.		
Tiendas de moda trabajan con lo sostenible.		
Tiendas probador.		
Tiendas eco-eficientes.		
Uso.		
Reducir el lavado de la prenda.		
Secado sostenible.		
Fibras que necesitan poca plancha en prendas.		
Fin de la vida.		
Revalorización de las prendas.		
Arreglo de las prendas.		
Modificar cambios a la prenda.		
Reutilizar prendas de moda.		
Alquiler de prendas.		
Devolución de prendas a sus fabricantes.		
Reciclaje.		
Técnicas de reciclaje.		
El reciclado mecánico (todas las fibras).		
El reciclado químico (fibras sintéticas).		
Upcycling (exclusivamente de botellas, neumáticos).		

Anexo 3: Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer la opinión de los empresarios textil del sector confecciones de la ciudad de Ambato en referencia al sistema de moda más sostenible.

INSTRUCTIVO: Responda con frases puntuales y objetivas.

EMPRESA: ……..…

LUGAR Y FECHA: ……..

PREGUNTA	INTERPRETACIÓN /VALORACIÓN
1.- ¿Sabía usted que la industria de la moda es la segunda más contaminante del planeta?	SI NO
2.- ¿Cuál cree usted que es el impacto ambiental que genera su empresa en la producción de procesos?	
3.- ¿Usted conoce el ciclo de vida abierto de una prenda de vestir?	SI NO PORQUE
4.- ¿Usted conoce en ciclo de vida cerrado de la prenda de vestir?	SI NO PORQUE
5.- ¿Usted conoce empresas en el sector que hagan diseño con responsabilidad social (productos que respeten y sean amigables con el medio ambiente)?	
6.- ¿Cree usted que sea pertinente un documento que compilé modelos de negocio de empresas que hacen moda con responsabilidad social?	SI NO PORQUE
7.- ¿Si usted analiza un modelo de negocio sostenible y le parece atractivo, lo aplicaría en la empresa?	SI NO PORQUE

Gracias por su colaboración.

Anexo 4: Entrevistas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES

ENTREVISTA

OBJETIVO: Mapear las empresas ecuatorianas que desarrollan indumentaria con responsabilidad social con la finalidad de conocer su modelo de gestión y determinar que existe un desarrollo potencial en la moda sostenible y sustentable.

INSTRUCTIVO: Escuche detenidamente cada una de las preguntas.

Responda con frases puntuales y objetivas.

ENTREVISTADO:……

LUGAR Y FECHA: ……..

ENTREVISTADOR: ……

PREGUNTA	**INTERPRETACIÓN /VALORACIÓN**
1.- ¿Qué significa para su empresa hacer moda con responsabilidad social?	
2.- ¿Cuál es el modelo de gestión que su Empresa desarrolla?	
3.- ¿Qué aspectos de la moda lenta lleva impregnado el producto?	
4.- ¿Qué estrategias de comercialización emplea su empresa para vender sus productos?	
5.- ¿Cuáles son las empresas en el país que son parte de este movimiento y hacen indumentaria con responsabilidad social?	

Anexo 5*: *Paper

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

INFORME FINAL – PAPER

TEMA:

"EL ECO-DISEÑO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO POTENCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA MODA SUSTENTABLE EN EL CANTÓN AMBATO EN EL AÑO 2015".

Autora: Natalia del Carmen Villalva Guanoluisa

Ambato – Ecuador

Junio – 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I Resumen……. 3

II Glosario de términos……..…….…… 5

1. OBJETIVOS…….. 6

1.1. Objetivo General……...…….. 6

1.2. Objetivos Específicos……...…….. 6

1.2.1. Objetivo específico…….……..…… 6

1.2.2. Objetivo específico…….……..…… 6

1.2.3. Objetivo específico……...…… 6

1.2.4. Objetivo específico……...…… 6

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS……...… 6

3. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO……...…… 8

4. RESULTADOS…….. 8

4.1 Lineamientos del diseño de indumentaria sostenible……... 9

4.2 Mapeo gráfico de las empresas…… 12

5. PRODUCTO…….. 13

5.1 Introducción……..……... 13

5.2 Analogía entre empresas…….. 13

5.3 Empresas de moda lenta……... 14

5.4 Portada y contraportada…… 18

6. IMPACTO…….…… 19

7. TRANSFERENCIA DE RESULTADOS……..…….. 19

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES…….. 20

8.1 Conclusiones……..…….. 20

8.2 Recomendaciones……...…….…… 20

9. REFERENCIAS……..…….. 21

I RESUMEN

La sociedad consumista, con la producción masiva, caracterizó al siglo XX, y junto al advenimiento del modernismo la era de la industrialización tuvo su auge. El sistema de la moda aprovechó este movimiento y generó la moda rápida, como un sistema de producción flexible que ha generado que cada vez se produzcan más y se consuman más prendas cuya vida útil sea más corta, y por ende más barata. Los estragos del desarrollo industrial reflejados en el calentamiento global, y la destrucción de la naturaleza, han sido la característica del siglo XXI, que ha traído consigo después de todo ese desastre, el surgimiento de un pensamiento colectivo de reconciliación con la naturaleza denominado posmodernismo, enmarcado dentro de la macrotendencia hacia la sostenibilidad y la transformación del sistema de la moda, que significó el cambio de cantidad por calidad. Aparece entonces la moda lenta como una metamorfosis social que desafía la producción en masa, promueve el comercio justo y plantea un mejoramiento hacia la calidad de vida. Esta transformación no es ajena a nuestra región ecuatoriana, en la presente investigación, se constató la existencia de empresas que hacen diseño con responsabilidad social, y que resultan ser un referente con nuevos modelos de negocios para en cantón Ambato, con su clúster textil confecciones, cuero y calzado, actualmente masivo e industrializado.

El objetivo general del proyecto de investigación se centró en el análisis de la moda sostenible, como alternativa para el desarrollo potencial del sector textil confecciones, en el cantón Ambato. Se trató a la moda sostenible como una macrotendencia social, generada por una corriente de pensamiento posmodernista, para definir los lineamientos del diseño de indumentaria sostenible. Aportó a ello el relevamiento de las empresas de moda lenta visibilizadas en la región, las mismas que fueron analizadas mediante un estudio etnográfico. Finalmente, se planteó el mapeo de empresas que hacen diseño con responsabilidad social, como propuesta para potenciar el desarrollo de la moda sostenible en el cantón Ambato, a través de la compilación en porfolio.

La gestión de la sostenibilidad en el sistema de la moda fue analizado a través de teorías como las de Salcedo (2014) que propone el proceso de diseño sustentable mediante pensar en el desmontaje, crear lazos emocionales, el bienestar social de los trabajadores, minimizar mermas, la durabilidad, el rol del usuario, alargar la vida de prenda y gestionar los residuos. En el caso de Gwilt (2014) se propone el ciclo de vida cerrado de la prenda, mediante la obtención de la fibra, producción textil, proceso de diseño, fabricación, distribución, venta, fase de uso, mantenimiento, fin de vida de la prenda y vertederos, la revalorización, reutilización y reciclaje. Por su parte, Fletcher y Grose (2012) proponen una transformación en los productos de la moda, los sistemas de la moda y la práctica del diseño, enfatiza potenciar el diseño local y regional, con una labor de técnica artesanal. La metodología que se utilizó fue la etnografía, ya que busca los conocimientos sociales con sus propios actores o sujetos, con la finalidad de establecer una descripción e interpretación asertiva de la realidad.

ABSTRACT

Consumerist society with mass production, characterized the twentieth century, and by the advent of modernism era of industrialization boomed. The fashion system took advantage of this movement and created fast fashion, as a flexible production system that has generated increasingly occurring more and more clothes are consumed whose life expectancy is shorter, and therefore cheaper. The ravages of reflected industrial development on global warming, and the destruction of nature, have been the hallmark of the century, which has brought about after all that mess, the emergence of a collective thought of reconciliation with nature called postmodernism, framed within the megatrend towards sustainability and the transformation of the fashion system, which meant the change of quantity for quality. Slow fashion as a social metamorphosis that challenges mass production then appears, promotes fair trade and poses an improvement to the quality of life. This transformation is not alien to our Ecuadorian region, in this investigation, it was found the existence of companies that make design with social responsibility, and that turn out to be a benchmark with new business models for the canton of Ambato, with his textile cluster confections, leather and footwear, now massive and industrialized.

The overall objective of the research project focused on the analysis of sustainable fashion, as an alternative to the potential development of the textile apparel sector, in the canton of Ambato. It was sustainable fashion as a social megatrend, generated by a current of postmodernist thought, to define the guidelines of sustainable clothing design. He brought to it the survey of slow fashion companies made visible in the region, the same as were analyzed by an ethnographic study. Finally, mapping companies that make design with social responsibility, as a proposal to enhance the development of sustainable fashion in the city of Ambato, through the compilation brochure was raised.

The management of sustainability in the fashion system was analyzed through theories such as Salcedo (2014) proposed the process of sustainable design by thinking disassembly, create emotional ties, social welfare workers, minimize losses , durability, user role, extending the life of garment and manage waste. In the case of Gwilt (2014) life cycle closed garment is proposed, by obtaining the fiber, textile production, process design, manufacture, distribution, sale, use phase, maintenance, end of life garment and landfills, upgrading, reuse and recycling. Meanwhile, Fletcher and Grose (2012) propose a transformation in fashion products, systems, fashion and design practice emphasizes enhance local and regional design, with a work of craftsmanship.

The methodology used was ethnography as it seeks social knowledge with their own actors or subjects, in order to establish a description and assertive interpretation of reality. With all the information acquired mapping companies slow fashion, compiled in a brochure, the same as that specified management model, history, product and distribution of these slow businesses, business generators and transformers sustainable developed.

II Glosario de términos.

Albura: Es una capa blanda de color blanquecino que se halla inmediatamente debajo de la corteza en los tallos leñosos o troncos de los vegetales, formada por los anillos anuales más jóvenes

Bio-mimética: Es comprender, aplicar principios de la naturaleza, es una simple herramienta de copia. Para mejorar estos procesos se necesita la colaboración de otros sectores como la química o la ingeniería.

Cadena de suministros: Es una red de proveedores de bienes y servicios necesarios para fabricar, distribuir y vender.

Catiónico: Es una partícula que forma parte de la materia común con propiedades químicas que las moléculas, configuran un procedimiento permanente y eléctricamente neutro.

Ciclo de la vida de una prenda: Se refiere al recorrido de un producto, desde la obtención de la fibra en bruto, hasta su eliminación.

Colada: Se refiere al proceso de lavado de las prendas con su bajo consumo energético.

Comercio justo: Es la producción de moda y artículos relacionados para promover el desarrollo social, pagando precios justos por los productos.

Duramen: Parte más seca, compacta y de color más oscuro por lo general del tronco y ramas gruesas de un árbol.

Hacking en la moda: Es la forma de copiar un producto o el proceso, el reto de crear algo que supere las intenciones del diseño original.

Pachamama: Madre Tierra.

Post-consumo: Son materiales o productos terminados que han servido en su uso y han sido recuperados de entre desechos destinados a su eliminación definitiva.

Trazabilidad: Posibilidad de identificar el origen y las diferentes etapas de un proceso de producción y distribución de bienes de consumo.

Telesis: Es la utilización deliberada e intencionada de los procesos de la naturaleza y de la sociedad para la consecución de metas particulares.

Triclosán: Es una sustancia química utilizada como tratamiento antibacteriano para todos los tejidos.

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

Analizar la moda sostenible como alternativa para el desarrollo potencial del sector textil confecciones en el cantón Ambato, mediante el mapeo a empresas que desarrollan productos con responsabilidad social.

1.2. Objetivos Específicos

1.2.1 Analizar la moda sostenible como macro-tendencia social generada por una corriente de pensamiento posmodernista.

1.2.2 Estudiar los lineamientos del diseño de indumentaria sostenible mediante la descripción de modelos de gestión.

1.2.3 Buscar empresas de moda lenta visibilizadas en la región mediante un estudio etnográfico.

12.4. Mapear las empresas de moda lenta, dentro de un porfolio, que detalle modelos de gestión como propuestas de nuevos negocios, para potenciar el desarrollo de la moda sostenible, en el cantón Ambato.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

En la investigación se analizó a varios autores que enfocan temas de diseño social y moda sostenible. Autores como, Papanek y Lipovetsky, hacen referencia a la modernidad como una época en la que predominó el consumismo. Indican que la globalización se consolidó en sociedades más desarrolladas, llevando beneficios económicos, pero también, agotando los recursos naturales del planeta. Ante tales acontecimientos, hablar de diseño con responsabilidad social, se torna indispensable en el posmodernismo.

Las teorías en las que se centró el trabajo de investigación fueron tres: primero, la teoría planteada por de Salcedo (2014), la misma que plantea el proceso de diseño como un proceso responsable, en el cual, el diseñador, debe seleccionar la materia prima adecuada, pensar en el desmontaje de la prenda, crear lazos emocionales y el bienestar social. En la construcción de la prenda sugiere

minimizar mermas y apostar a la durabilidad, el uso, el rol del usuario, y alargar la vida de prenda; la gestión de residuos se torna fundamental. Segundo, la teoría de Gwilt (2014) quien propone el ciclo de vida cerrado de la prenda, que conlleva la obtención de la fibra ya sea natural o sintética, la producción textil mediante la hilatura, tejeduría y teñido. El proceso de diseño con propuesta de prototipos, la fabricación que conlleva patronaje, corte, confección y acabados. La distribución de insumos, productos terminados y venta. La fase de uso y mantenimiento es responsabilidad del usuario. Las empresas otorgan etiquetas con la información de la prenda, el fin de vida del producto que, en vez de ir a parar en los vertederos, las prendas se puedan revalorizar mediante arreglo, modificación, trueque y de reciclaje. Y, tercero, la teoría de Fletcher & Grose (2012) que pretende que el sistema actual de industrialización tenga una transformación en los productos de moda, mediante fibras renovables, biodegradables, respetuosas con la gente y los depredadores, que utilicen mínimamente químicos, agua y energía. Que exista un mínimo de residuos en el corte, accesorios de bajo impacto, que las condiciones laborales sean justas y equitativas, la distribución logística y combustibles sostenibles. En referencia al cuidado de la prenda, se da consejos de lavado y la colada de bajo consumo energético, para la eliminación existen planes de devolución de productos, reutilización y reciclado; la transformación de los sistemas de la moda con la adaptabilidad de prendas multifuncionales, modulares y de formas cambiantes; la vida optimizada del producto mediante empatías personalizadas y la durabilidad; el uso de bajo impacto que comprende lavar menos o no lavar, y también planchar menos. Uno de los mayores aportes de esta teoría hacia la moda sostenible es plantear el diseño local y regional, es importante consumir materiales locales, trabajar con artesanos y que las técnicas artesanales se activen.

3. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO.

El recorrido etnográfico inició con el seguimiento a las empresas de moda lenta, visibilizadas en la región, al desarrollar el estudio de campo, se pudo detectar que la cuidad de Ambato no cuenta con empresas visibilizadas que desarrollen moda lenta. Los referentes son encontrados en plataformas web y

plataformas sociales. Se enlistó el resultado de esta búsqueda, y se hizo el contacto pertinente con estas empresas; en la entrevista formal con ellas, socializan el nombre de otras empresas, y se forma una red, pues estas empresas se conocen y, entre ellas, existe respeto mutuo. Las empresas contactadas fueron: Cardánas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dante promoda, Dominga, Fui, Hosh, Inti Eyewear, Matico, Metier, Paqocha, Shepherd, y Suspiro.

Se desarrolló registros etnográficos para visitar las empresas y visualizar los procesos de producción y la manufactura de los productos. Se determinó que, los ambientes en que se desarrollan, son tranquilos y silenciosos, ya que los procesos son lentos; por otro lado, se determinó la filosofía del negocio, mano de obra, materia prima, canal de distribución y publicidad. La gestión de los procesos es analizada mediante el ciclo de vida cerrado de una prenda, según la teoría de Salcedo (2014). Luego se desarrolló una matriz de analogía, según la teoría de Fletcher & Grose (2012), la misma que hace énfasis a la transformación de los productos, la transformación de los sistemas de la moda, y la transformación de la práctica del diseño de moda. Este recorrido etnográfico tomó dos meses y culminó en el desarrollo de un porfolio, donde se mapeó a 14 empresas de moda lenta, registrando su modelo de negocio.

4. RESULTADOS

Se analizó cómo la moda sostenible se ha convertido en una macrotendencia social, generada por una corriente de pensamiento posmodernista, y mediante el estudio de varias teorías, entre ellas, las de Salcedo (2014), Gwilt (2014), y Fletcher & Grose (2012), se estudió los lineamientos del diseño de indumentaria sostenible; esto como uno de los resultados que contribuyó a definir los modelos de gestión de las empresas de moda lenta.

4.1 Lineamientos del diseño de indumentaria sostenible



Gráfico N° 1 El proceso de diseño. Salcedo (2014). Elaborado por: Natalia Villalva



Gráfico N° 2 Ciclo de vida cerrado de una prenda. Gwilt (2014). Elaborado por: Natalia Villalva

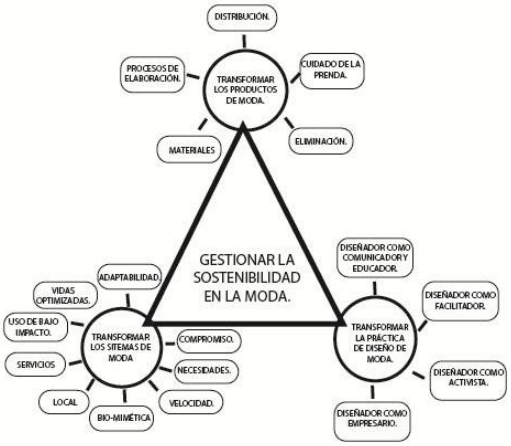


Gráfico N° 3 Gestionar la sostenibilidad en la moda. Fletcher & Grose (2012). Elaborado por: Natalia Villalva

Mediante la teoría de Fletcher & Grose (2012), se desarrolló la ficha de analogía, que determinó las similitudes entre las empresas de moda lenta y sus procesos de producción.

FICHA ANALÓGICA DE LAS EMPRESAS DE MODA LENTA.

ANÁLISIS	C	CM	DA	D	H	IE	M	P	SH	SZ	S
TRANSFORMAR LOS PRODUCTOS DE LA MODA.											
Materiales.											
Fibras renovables.	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X
Fibras biodegradables.	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X
Fibras respetuosas con la gente.	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X
Fibras que utilizan pocos productos químicos.			X								
Algodón modificado genéticamente.											
Algodón no modificado genéticamente.											
Fibras que utilizan poca energía.											
Fibras que utilizan poco agua.											
Fibras respetuosas con los depredadores.								X		X	X
Procesos de elaboración.											
La decoloración con lejías.											
El blanqueo con enzimas.											
Color de la fibra animal.								X		X	X
Teñido con pocos productos químicos.			X								
Tintes naturales.							X	X			X
Residuos mínimos en el corte y confección.		X	X		X			X			X
Condiciones laborales justas y equitativas.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Accesorios bajo impacto.	X		X			X			X		
Productos galvanizados.	X		X			X			X		
Distribución.											
Logística y sistemas de transporte.											
Combustibles renovables.											
Cuidado de la prenda.											
Consejos de lavado y cuidado de la prenda.	X	X	X	X		X		X	X	X	X
Colada de bajo consumo energético.											
Lavado con gas ozono.											
Eliminación.											
Reducir el flujo de material.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Planes de devolución de productos.											
Reutilización.		X	X	X	X			X	X	X	X
Reacondicionamiento.											
Reciclado.	X	X	X	X	X			X	X	X	X
Reciclado de fibras sintéticas.											
Rediseño											
TRANSFORMAR LOS SISTEMAS DE LA MODA.											
Prendas transfuncionales.											
Prendas multifuncionales.					X						
Prendas transtemporada.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Prendas Modulares.											
Formas cambiantes de la prenda.											
Vida optimizadas.											
Empatía personalizada y única.		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Atributos físicos de la durabilidad.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Uso de bajo impacto.											
Diseñar para lavar menos.											
Sin lavado de las prendas.											
Diseñar para mancharse.											
Prendas que necesitan poca plancha.											
Prendas diseñadas para arrugarse.											
Servicios y uso compartido.											
Servicio de arreglo de las prendas.											
Sistema de alquiler de prendas para cada ocasión.											
Sistema de diseño mediante el internet.											
Local.											
Materiales locales.	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Diseñar para una cultura local.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseñar con artesanos locales.			X	X	X	X	X	X		X	X
Bio-mimética en la moda.											
Prendas con acabados inteligentes.											
Prendas mejoradas mediante la nanotecnología.											
Velocidad.											
Plantarse nuevos negocios pero enfocándose en la sostenibilidad.											
Economía estacionaria.											
Necesidades.											
La moda y las necesidades principales del ser humano.											
Diseñar para satisfacer necesidades específicas.											
Compromiso.											
La sostenibilidad se basa en la acción.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

El codiseño el usuario participa del proceso creativo de la prenda.						X					
Diseñar con los usuarios por medio de la tecnología.											
Artesanía activa.			X	X			X	X		X	X
Hacking copiar prendas para mejorarlas.											
TRANSFORMAR LA PRÁCTICA DEL DISEÑO DE MODA.											
El diseñador como comunicador educador.			X							X	
El diseñador como facilitador.			X							X	X
Trueque de ropa.											
Listo para llevar al listo para coser.											
Sostenibilidad social y cultural.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
El diseñador como activista.											
Diseñadores independientes.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Trabajar con el gobierno y/o ONG.											
El diseñador como empresario.	X		X		X				X	X	X
Proponer negocios que sean sustentables.											
Trabajar en una plataforma de internet.	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X

Cuadro N° 1 Ficha analógica.

Elaborado por: Natalia Villalva

Al procesar la información de la ficha se determinó el modelo de gestión que la mayoría de empresas de moda lenta utilizan, como el empleo de fibras renovables, biodegradables, y el respeto por los depredadores, que son parte de la biodiversidad. Algunas empresas prefieren el color natural de la lana, como negro, gris y marrón; otras prefieren los tintes naturales. En lo referente a la producción, estas empresas tienen un mínimo de residuos en la manufactura¸ las empresas practican condiciones justas y equitativas con los empleados y artesanos; algunas prefieren productos galvanizados por la calidad. El cuidado de la prenda, depende del usuario, pues la información sobre cómo tratarla, está incluida en la etiqueta que proporciona la empresa. La calidad de los productos es la prioridad de las empresas de moda lenta, al final del uso de la prenda se pueda reutilizar, modificar, arreglar, truquear o reciclar. Las empresas utilizan materia prima local, también diseñan para el consumo regional. Proponen prendas transtemporada con colores neutro y se puede combinar con otra indumentaria. Promueven las empatías personalizadas y únicas. Los artesanos son la clave de las empresas para la realización de los productos ya que activan la economía del lugar. Es importante que el diseñador tenga otras facetas como facilitador, mediante el desarrollo de estrategias en el proceso de la industria, activista que se enfoca en la sostenibilidad y busca el equilibrio económico. Otros empresarios buscan trabajar en plataformas de internet para dar a conocer sus productos. Finalmente, y como resultado primordial, se mapea a las empresas de moda lenta, como una propuesta

para potenciar el desarrollo de la moda sostenible en el cantón Ambato, el mapeo por lista y gráfico.

4.2 Mapeo gráfico de las empresas



Gráfico N° 4 Mapeo gráfico de las empresas
Elaborado por: Juan Carlos Rubio

5. PRODUCTO

5.1 Introducción

Kumar (como se citó en Salcedo, 2014) sostiene que "el siglo XX fue el siglo de la ciencia y la tecnología. La época de crecimiento económico, el siglo del petróleo. En el siglo XXI estamos experimentando las consecuencias de los excesos del siglo anterior". El autor explica que mediante la tecnología se progresó, pero no se midió las consecuencias del calentamiento global. La industria de la moda rápida generó grandes cantidades de prendas desechables, esto ha causado que varios sectores reaccionen ante la problemática actual.

Algunas empresas y diseñadores con conciencia social, con una filosofía diferente para diseñar, proponen una moda más ética y sustentable. "La moda lenta no es un concepto basado en el tiempo, sino en la calidad, que evidentemente tiene relación con el tiempo dedicado al producto" (Salcedo, 2014). La moda lenta es una macrotendencia actual, que no trabaja por tendencias y temporadas, los productos son diseñados pensando en varios años de uso, por la calidad en los materiales, procesos de manufactura transparentes, y promueve el comercio justo.

5.2 Analogías de las empresas de moda lenta

Mediante el mapeo se visualizaron once las empresas: Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro; se determinó que existen analogías entre sí, pues se fragmentó en cuatro puntos importantes: el encuentro con una cultura artesanal, el comercio justo a través del compromiso ético, la promoción del producto por medios alternativos, y la calidad del producto.

El encuentro con una cultura artesanal. - Las empresas activistas valoran el trabajo artesanal y respetan el medioambiente, por esa razón, apoyan la artesanía del lugar y consideran que "La artesanía une la cabeza y la mano dando vida a las ideas a través de la acción" (Fletcher, 2012). El trabajo artesanal es un proceso lento, hecho a mano, técnica traspasada de generación en generación, cuyas tareas

fueron aprendidas por sus antepasadas, con técnicas diversas y habilidad. Las empresas que trabajan de la mano con los artesanos son: Danny Arias, Dominga, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Silvia Zeas y Suspiro, las mimas que buscan impulsar la economía del lugar.

El comercio justo a través del compromiso ético. - El comercio justo tiene varios referentes como las fibras naturales o sintéticas, que la manufacturación sea transparente en todo el proceso desde la obtención de la fibra hasta el producto terminado, respeto a los operarios, artesanos, y sueldos justos. La selección de proveedores, con certificación o empresas locales, es una característica de trabajar comprometidos de manera ética (Fletcher & Grose, 2012). Las empresas que emplean el comercio justo son: Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, Inti Eyewear Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro.

La promoción del producto por medios alternativos. – Los medios más usuales para promocionar los productos son la plataforma de internet, una opción de sostenibilidad; la promoción en vallas publicitarias; y, a través de volantes o cuñas comerciales. Las empresas que promocionan su producto por medios alternativos, página on-line, son: Cardànas, Dominga, Hosh, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, y Suspiro. Las redes sociales son otra opción de promocionar, como: Cardànas, Danny Arias, Dominga, Hosh, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro.

La calidad del producto es el pilar de la moda lenta. - Para lograr la calidad, existen varios parámetros como que sean 100% fibras naturales, procesos de manufacturación y acabados transparentes; el trabajo artesanal proporciona un valor agregado inigualable, pues por ser hecho a mano adquiere una connotación simbólica en los detalles. Las empresas que promueven la calidad en los productos son: Cardànas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, Inti Eyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro.

5.3 Empresas de moda lenta

Las empresas visibilizadas en la región tienen una filosofía diferente de negocio ya que están enfocadas en la macrotendencia hacia la sostenibilidad, el eco-diseño, la moda ética y la moda lenta. La responsabilidad social con el medioambiente, la calidad del producto y el mejoramiento de la calidad de vida de los actores implicados en los productos, son el eje del negocio, son referentes en la gestión de una nueva forma de hacer negocio.

CARDÀNAS



Gráfico N° 5

Fuente: cortesía de la empresa Cardánas

La empresa se creó hace dos años, por Sebastián Aguirre. Cardànas se basa en tres pilares fundamentales: la responsabilidad ambiental, el comercio justo, y la pasión por el arte urbano. Ofrece tenis y zapatillas con una variedad de modelos y colores. *Trabaja con fibras naturales* con lonas 100% algodón y las suelas con un 80% de caucho natural, los proveedores son locales. El proceso de manufacturación es transparente.

CLAUDIA MORRISON



Gráfico N° 6

Fuente: cortesía de la empresa Claudia Morrison.

La empresa se creó por Claudia González, hace treinta años. A lo largo de su carrera ha realizado unos 5.000 diseños. La calidad es su prioridad. Posee un proceso de diseño dentro del cual el objetivo es el 0% de residuos, de tal manera que, todos los retales son utilizados. La tela en pedazos pequeños se considera un trabajo de rompecabezas ensamblados con mucha armonía de una pieza a otra. La materia prima es tela y encaje 100% algodón. Para a la confección, lavan, pulen, colocan los botones y la plancha. Existe respeto a los empleados y pagan un sueldo justo.

DANNY ARIAS



Gráfico N° 7

Fuente: cortesía de la empresa Danny Arias

La empresa se crea hace seis años. Su prioridad es la calidad de las prendas. Tiene certificación referente a origen de la fibra, bases textiles y manufactura. Utiliza fibras naturales, realiza un proceso de diseño, patronaje, corte, confección y acabados. Practican el modelo de gestión enfocado en la trazabilidad. Tienen un mínimo de residuos. Realiza colecciones limitadas solo para hombre entre chaquetas, abrigos, camisas, pantalones, shorts y camisetas. La mano de obra la conforman artesanos de las zonas rurales de Cuenca, Gualaceo y Bucay.

DOMINGA



Gráfico N° 8

Fuente: cortesía de la empresa Dominga

La empresa se crea hace cuatro años, por Paula Guerra y Gabriela Delgado, con el objetivo de rescatar la artesanía de las culturas indígenas de la zona. Trabajan bajo tres parámetros: calidad, innovación en las prendas, y pasión por lo que hacen. La materia prima es 100% algodón e hilos de bordar. Las blusas son bordadas a mano por las artesanas de la zona de Zuleta, con una variedad de diseños y colores. Respetan el tiempo de la artesana ya que cumple múltiples actividades en el hogar, tienen un sueldo justo.

HOSH



Gráfico N° 9

Fuente: cortesía de la empresa Hosh

La empresa fue creada por Cintia y Leandra Macías, con una filosofía de eco-feminismo, respetan la ecología y su enfoque es la mujer. La marca utiliza materia prima natural como algodón y lino. Propone una variedad de prendas como vestidos multi-formas, chaquetas y abrigos reversibles, poncho-capucha, pantalones unisex, cuellos realizados con mermas, toallas higiénicas 100% algodón.

INTI EYEWEAR

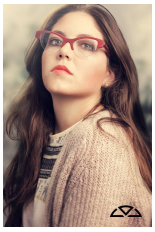


Gráfico N° 10

Fuente: cortesía de la empresa Inti Evewear

La empresa se crea con cuatro socios: Martín Valencia, María Fernanda García, Amira Andrade, y Jonathan Bermeo, en el año 2015. La marca Inti Eyewear se dedica la producción artesanal de lentes de madera. Los diseños de los marcos son inspirados en Los Andes ecuatorianos; la materia prima es certificada de bosques ecológicos, utilizan bisagras, apliques, lunas de varios colores para lentes y gafas de madera. La empresa tiene respeto a los trabajadores, quienes reciben un trato digno y pagos justos.

METIER



Gráfico N° 11

Fuente: cortesía de la empresa Metier

La empresa se crea hace siete años por Daniela Pazmiño y Alessandro Benincasa, su objetivo es posicionar la marca en mercados internacionales, en el segmento de lujo con los sombreros de paja toquilla. Para la realización del sombrero utilizan la fibra natural *carludovica palmata*, con la paja madura separan la hoja, la cocinan, lavan, cuelgan, secan al sol y la blanquean. El artesano realiza el tejido del sombrero a mano, valoran su trabajo a través de un sueldo justo, respetan el tiempo de elaboración, la mano de obra es de la provincia de Manabí.

PAQOCHA



Gráfico N° 12

Fuente: cortesía de la empresa Paqocha

La empresa fue fundada por los esposos Lorena Pérez y Felipe Segovia, hace diez años, con el objetivo de cambiar la realidad de las comunidades alpaqueras en el país. La empresa es parte del proceso de cría de las alpacas; se esquila, categoriza y clasifica la fibra, que posteriormente, se entrega a mujeres obreras de las comunidades de Guamote, Chimborazo, para la hilatura a mano, con guango y yuzo. Los ovillos son teñidos con productos naturales. Su colección de prendas son sacos, bufandas, cuellos, vestidos, gorras y mitones. Las tejedoras son de las ciudades de Riobamba, Quito y Mira. Respetan el tiempo de elaboración y entregan un pago justo.

SHEPHERD



Gráfico N° 13

Fuente: cortesía de la empresa Shepherd

Shepherd se crea hace siete años por Gabriela Cárdenas, con la idea de que los artesanos sean reconocidos por su trabajo manual, con ingresos económicos justos. Tiene dos líneas principales: las carteras de cuero y los pañuelos de algodón. Recomienda el cuero por la durabilidad ya que el plástico o cuerina generan contaminación. También promueve la economía circular, que conlleva a que las mujeres que trabaja en la empresa, logren la creación y el desarrollo de empresas independientes.

SILVIA ZEAS



Gráfico N° 14

Fuente: cortesía de la empresa Silvia Zeas

La empresa se crea hace ocho años, su prioridad es rescatar la cultura precolombina, mediante diseños innovadores, y llegar al mercado internacional. Utiliza fibras naturales como algodón y lana, trabaja con las artesanas de Pulingui, Guano, y mujeres privadas de la libertad, existe un respeto entre las partes involucradas. Promueve los sueldos y precios justos al vender las prendas. La colección que se ofrece a los clientes son ponchos, suéteres, bufandas y vestidos típicos.

SUSPIRO

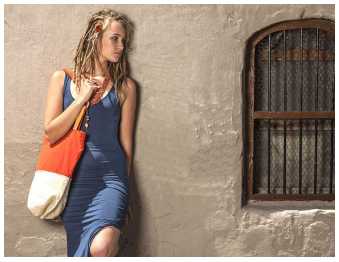


Gráfico N° 15

Fuente: cortesía de la empresa Suspiro

La empresa fue fundada por Verónica Buitrón hace cuatro años, su filosofía es fomentar un diseño independiente y socialmente consciente. La materia prima es a base de fibras naturales de algodón y lana. La mano de obra son artesanos que trabajan en telares en Cuicuno, Cotopaxi. Para la realizan las bayetas utilizan 21 patrones, el proceso de teñido es con tintes naturales. Los bolsos cortados envían a talleres en Quito, para el forro utiliza los residuos. La empresa respeta a los artesanos con sueldos justos. Confecciona bolsos, bufandas y cojines.

5.4 Portada y contraportada

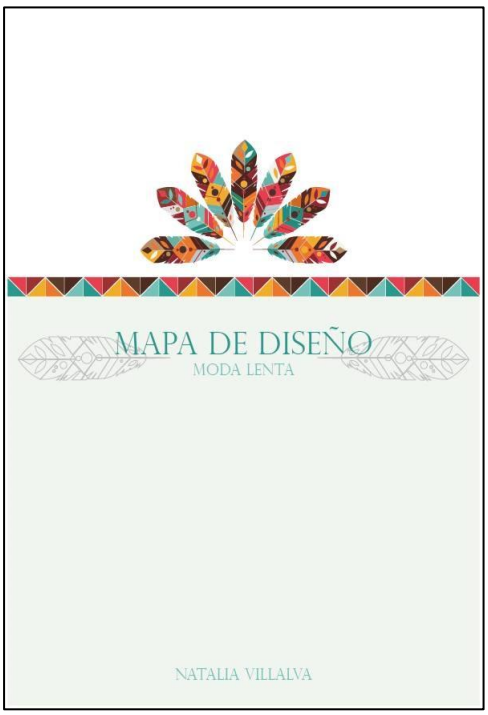


Gráfico N° 16 Portada. Elaborado por Juan Carlos Rubio.

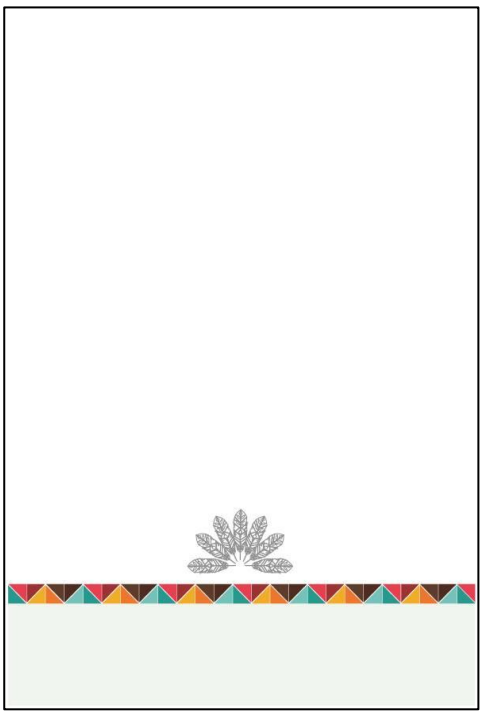


Gráfico N° 17 Contraportada. Elaborado por Juan Carlos Rubio.

6. IMPACTO

Entre los propósitos que el Gobierno ecuatoriano plantea mediante el Plan del Buen Vivir 2013-2017, se encuentran estrategias para proteger el medioambiente, y transformar la matriz productiva en el sector industrial.

Así, mediante el desarrollo del objetivo 7, de la presente investigación, que dice: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global, se desarrolla la estrategia: "La responsabilidad ética con las actuales y futuras generaciones, la economía depende de la naturaleza y es parte de un sistema mayor, el ecosistema, soporte de la vida como proveedor de recursos y sumidero de desechos" (SENPLADES, 2015, p. 222).

Mediante el desarrollo del objetivo 10, que dice: Impulsar la transformación de la matriz productiva, art. 276, se desarrolla la estrategia: "Sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo" (SENPLADES, 2015, p. 296).

Sumado a ello, la presente investigación, marca la responsabilidad social de preservar el medioambiente. El respeto a las partes involucradas, dentro del proceso de una prenda de vestir, permitirá la transformación de un sistema de moda insostenible hacia un sistema de moda sostenible. Mediante el mapeo de las empresas de moda lenta de la región, lo que se busca es transformar el modelo de negocio de la matriz productiva de la ciudad de Ambato, para que sea una industria más sostenible.

7. TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

El presente proyecto investigativo se plantea como un producto semilla que aporta al conocimiento industria y social, los resultados obtenidos serán difundidos al servicio de la sociedad industrial y académica en los siguientes puntos:

- Un porfolio que compila el mapeo de las empresas de moda lenta visibilizadas en la región.
- Charlas de difusión a empresarios y diseñadores independientes para que conozcan la información referente a la gestión de procesos de las empresas lentas.
- Charla de difusión académica, con la finalidad que estudiantes y futuros diseñadores, se enfoquen en esta macrotendencia social sostenible.

Este proyecto se difundirá entre las industrias del sector, empresarios, diseñadores y estudiantes en diseño de indumentaria, con la finalidad de transformar la gestión del proceso actual, por una moda sostenible, que reactive el diseño local, regional y el sector artesanal.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

Se analizó cómo la moda sostenible se ha convertido en una macrotendencia social, y a la luz de teorías de Salcedo (2014), Gwilt (2014) y Fletcher (2012) se propone transformar las prácticas actuales de la industria de la moda de un sistema insostenible a un sistema sostenible.

Se estudió los lineamientos para el diseño de indumentaria sostenible, se determinó analogías referentes al producto relacionados con moda lenta, los parámetros relevantes fueron la materia prima, fibras renovables, biodegradables, respeto por los depredadores que fueron la parte de la biodiversidad.

Se buscó a las empresas visualizadas, que tenga una filosofía de moda lenta, con la investigación etnográfica, se observó el proceso de producción y los productos, se pudo determinar que las empresas tienen un desarrollo potencial con sus productos, el consumidor está cambiando la percepción y adaptándose a esta macrotendencia hacia la moda lenta.

Se mapeó a las empresas de moda lenta visibilizadas, compilando tal información en un porfolio, como propuestas de nuevos modelos de negocio para potenciar el desarrollo de la moda sostenible, en la ciudad de Ambato.

8.2 Recomendaciones

El trabajo artesanal es una opción de trabajo sostenible ya que se rescatan tradiciones originarias del país, promoviendo el diseño y la economía de la región. Para lograr sostenibilidad, como recomendación, es necesario utilizar los productos que se ofrecen nuestra tierra, como hojas y plantas, se pueden aprovechar para realizar varios colores para teñir prendas naturalmente sin dañar al medioambiente y la sociedad.

El mapeo a las empresas de moda lenta visualizadas fue una experiencia llena de retos, ya que no fue fácil ubicarlas, pero se recomienda afrontar el reto de buscarlas. Al final de la investigación se detectó a varias empresas enfocadas en moda lenta, lastimosamente quedaron fuera del proceso; sin embargo, se dejan los nombres de ocho de ellas, para que, en un futuro estudio, sean tomadas en cuenta: Boen, Atelier Design, Cuica, Kon-dor, Faire Collection, Studioloor, Adriana Lanas, y Dennise Calero, referentes potenciales en el tema abordado.

9. REFERENCIAS

Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires. Argentina: Editorial Fondo de Cultura Económicas.

Brown, S. (2013). *Refashioned*. Barcelona. España: Editorial Blume.

Fletcher, K., y Grose, L. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Barcelona, España: Editorial Blume.

Faud-Luke, A. (2002). *Manual de diseño ecológico*. Palma de Mallorca. España: Editorial Cartago.

Guber, R (2012). La etnografía. Método, campo y flexibilidad. Buenos Aires. Argentina: Editorial Siglo veintiuno. 1ªEd.

Gwilt, A. (2014). *Moda sostenible*. Barcelona. España: Editorial Gustavo Gili.

Lipovetsky, G. (1996). *El imperio de lo efímero*. Barcelona. España: Editorial Anagrama. 5ªEd.

Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de la tribus*. Mexico: Editorial Siglo XXI.

Plan Nacional de Desarrollo. *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2015: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural.* Quito. Ecuador. Editorial: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). 1ª Ed.

Papanek, V. (2014). *Diseñar para el mundo real*. Cataluña. España: Editorial Pol·len. 2ª Ed.

Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible.* Barcelona. España: Editorial Gustavo Gili.