



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciada en
Diseño Textil e Indumentaria

**“Diseño de una colección de indumentaria aplicando la técnica
patchwork, para reducir el impacto ambiental que generan las
empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi”**

Autora: Arequipa Tipantuña, Erika Maritza

Tutor: Mg. Ponce Pérez, Celinda Annabella

Ambato-Ecuador
marzo, 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema: **“Diseño de una colección de indumentaria aplicando la técnica patchwork, para reducir el impacto ambiental que generan las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi”**, la alumna Erika Maritza, Arequipa Tipantuña, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, considero que dicho proyecto 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, marzo 2022

LA TUTORA

A handwritten signature in blue ink, reading "Annabella Ponce", is written over a horizontal line of small dots. The signature is fluid and cursive.

Mg. Ponce Pérez, Celinda Annabella

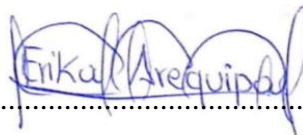
C.C.: 1710014760

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador **“Diseño de una colección de indumentaria aplicando la técnica patchwork, para reducir el impacto ambiental que generan las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, marzo 2022

LA AUTORA



.....
Erika Maritza Arequipa Tipantuña

C.C.: 0550461453

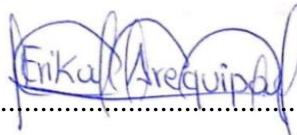
DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, marzo 2022

LA AUTORA



.....
Erika Maritza Arequipa Tipantuña

C.C.: 0550461453

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto Integrador, sobre el tema **“Diseño de una colección de indumentaria aplicando la técnica patchwork, para reducir el impacto ambiental que generan las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi”**, de Erika Maritza Arequipa Tipantuña estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, marzo 2022

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente proyecto va dedicado a mi madre quien ha sido el motor principal en el trayecto de mi vida académica, por siempre darme fuerzas y ánimos para seguir en esta dura travesía.

Erika Maritza Arequipa Tipantuña

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento profundo a la Universidad Técnica de Ambato quien me abrió las puertas para formar un profesional con valores y principios.

Expreso un agradecimiento a mis maestros de la Facultad de Diseño y Arquitectura por impartir sus conocimientos de una manera sabia y empática.

Finalmente agradezco a mis padres y hermanos por el apoyo brindado en el trascurso de mi carrera, ya que siempre han estado impulsándome a seguir adelante.

Erika Maritza Arequipa Tipantuña

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. ANTECEDENTES GENERALES	3
1.1. Nombre del proyecto	3
1.2. Antecedentes (Estado de Arte)	3
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos	8
1.4.1. Objetivo general.....	8
1.4.2. Objetivos específicos	8
CAPÍTULO II	9
2. MARCO REFERENCIAL	9
2.1. Marco (conceptual, histórico, lógico u otros de acuerdo al proyecto)	9
2.1.1. Medio ambiente	9
2.1.2. Calentamiento global	9
2.1.3. Contaminación textil.....	9
2.1.4. Contaminación del aire	10

2.1.5. Contaminación del agua.....	10
2.1.6. Contaminación del suelo.....	10
2.1.2.1. Sostenibilidad.....	11
2.1.2.2. Moda Sostenible	11
2.1.2.3. Estrategias del sector textil	11
2.1.2.4. Reducir.....	12
2.1.2.5. Reciclar	12
2.1.2.6. Reutilizar.....	12
2.1.3.1. Sector textil	13
2.1.3.2. Sector industrial	13
2.1.3.3. Sector artesanal	13
2.1.4.1. Diseño	14
2.1.4.2. Indumentaria	14
2.1.4.3. Estética.....	14
2.1.4.4. Técnica.....	15
2.1.4.5. Practica.....	15
2.1.5.1. Técnica <i>patchwork</i>	15
2.1.5.2. Tipos de técnicas <i>patchwork</i>	15
2.1.6.1. Reutilización de mermas textiles	16
2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales.....	16
2.4. Visionario	20

CAPÍTULO III..... 22

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO..... 22

3.1. Análisis externo	22
3.1.1. Análisis PESTLE	22
3.1.1.1. Entorno político	22
3.1.1.2. Entorno económico	23
3.1.1.3. Entorno social/ cultural	24
3.1.1.4. Entorno tecnológico	25
3.1.1.5. Entorno ambiental.....	25
3.1.1.6. Entorno legal.....	26
3.1.2. Tendencias de consumo.....	27
3.1.3. Segmentación del mercado potencial	28

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia	30
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.....	31
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (<i>benchmarking</i>)	32
3.2. Análisis interno.....	34
3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles	34
3.2.2. Análisis Cadena de valor	35
3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo	36
3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima	36
3.2.2.3. Eslabón de la producción	38
3.2.2.4. Eslabón de comercialización	39
CAPÍTULO IV	40
4. MARCO METODOLÓGICO	40
4.1. Estudio de público objetivo	40
4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista.....	40
4.2. Selección de la muestra	44
4.3. Técnicas de estudio	46
4.3.1. Cuantitativas	49
4.3.2. Cualitativas	49
4.4. Elaboración e interpretación de datos.....	49
4.5. Conclusiones	66
CAPÍTULO V.....	67
5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN.....	67
5.1. Cronograma de producción	67
5.2. Control de calidad	68
5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto	71
5.4. Requerimientos de mano de obra	72
5.5. Seguridad industrial y medio ambiente	73
CAPÍTULO VI	76
6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	76
6.1. Descripción del producto o servicio	76

6.1.1 <i>Brain storming</i> (lluvia de ideas)	76
6.2. Perfil del cliente.....	77
6.2.1. Moodboard del perfil del cliente.....	78
6.3. Identidad de marca.	79
6.4. Uso de la marca.	80
6.5. Análisis de color de la propuesta.....	83
6.5.1. Paleta de color de la propuesta	83
6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).	83
6.6.1. Macrotendencia.....	83
6.6.2. Tendencia.....	85
6.7. Concepto de la propuesta.....	87
6.8. Elementos del diseño	88
6.8.1. Siluetas.....	88
6.8.2. Proporción y línea.....	88
6.8.3. Función	88
6.8.4. Detalles	89
6.8.5. Estilo	89
6.9. Materiales e insumos.	89
6.10. Sketch o bocetos	91
6.11. Fichas técnicas (según el caso).....	93
6.12. Photobook.....	108
6.13. Costos de producción	116
CAPÍTULO VII.....	120
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	120
7.1. CONCLUSIONES	120
7.2. RECOMENDACIONES	121
BIBLIOGRAFÍA.....	122
ANEXOS	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variable de segmentación de mercado potencial.....	28
Tabla 2: Proveedor de mermas textiles 1	36
Tabla 3: Proveedor de mermas textiles 2	37
Tabla 4: Proveedor de mermas textiles 3	37
Tabla 5: Proveedor de insumos	37
Tabla 6: Proveedor de textiles (forros)	38
Tabla 7: Edad	50
Tabla 8: Género.....	51
Tabla 9: Estado civil	52
Tabla 10: ¿Qué prendas superiores utiliza con frecuencia?	53
Tabla 11: ¿Qué colores prefiere para sus prendas?.....	54
Tabla 12: ¿Tiene usted conocimiento sobre la técnica patchwork aplicada en la indumentaria?.....	55
Tabla 13: ¿Conoce usted las consecuencias que causa el sector textil al medio ambiente?	56
Tabla 14: ¿Es importante para usted el cuidado del medio ambiente?	57
Tabla 15: ¿Qué estrategias practica usted para el cuidar y conservar el medio ambiente?	58
Tabla 16: ¿Le gustaría adquirir prendas amigables con el medio ambiente?	59
Tabla 17: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir amigable con el medio ambiente?	60
Tabla 18: Categoría de análisis	62
Tabla 19: Interpretación de datos.....	63
Tabla 20: Cronograma de producción.....	67
Tabla 21: Parámetros de control de calidad	69
Tabla 22: Equipos e infraestructura	71
Tabla 23: Requerimientos de mano de obra	72
Tabla 24: Ficha de textiles	89
Tabla 25: Ficha de insumos	90
Tabla 26: Ficha de materiales e insumos, usos y cuidados.....	93
Tabla 27: Ficha de costos abrigo AB.M.004	116
Tabla 28: Ficha de costos chompa CH.M.001	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Marca Rua Carlota	17
Figura 2: Prendas patchwork	18
Figura 3: Marca JJVITAGE.....	18
Figura 4: Prendas patchwork de la marca JJVINTAGE	19
Figura 5: Marca MATACOMPLEX.....	19
Figura 6: Prendas patchwork de la marca Matacomplex	20
Figura 7: Marca Psychic Outlaw	20
Figura 8: Prendas patchwork de la marca Psicic Outlaw.....	21
Figura 9: Diagrama del complejo funcional	47
Figura 10: Edad.....	50
Figura 11: Género	51
Figura 12: Estado civil.....	52
Figura 13: ¿Qué prendas superiores utiliza con frecuencia?	53
Figura 14: ¿Qué colores prefiere para sus prendas?	54
Figura 15: ¿Tiene usted conocimiento sobre la técnica patchwork aplicada en la indumentaria?.....	55
Figura 16: ¿Conoce usted las consecuencias que causa el sector textil al medio ambiente?	56
Figura 17: ¿Es importante para usted el cuidado del medio ambiente?.....	57
Figura 18: ¿Qué estrategias practica usted para cuidar el medio ambiente?	58
Figura 19: ¿Le gustaría adquirir prendas amigables con el medio ambiente?.....	59
Figura 20: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir amigable con el medio ambiente?	60
Figura 21: Brain storming patchwork.....	77
Figura 22: Moodboard perfil de consumidor.....	79
Figura 23: Marca MASHLA.....	79
Figura 24: Etiquetas de la marca	80
Figura 25: Packaging de la marca.....	81
Figura 26: Papelería de la marca.....	81
Figura 27: Caja de empaque y cuaderno de la marca	82
Figura 28: Aplicación mobiliaria de la marca	82
Figura 29: Paleta de colores.....	83
Figura 30: Macro tendencia Distópico.....	84
Figura 31: Paleta de colores de la tendencia.....	86
Figura 32: Fotografías de muestras de textiles de la tendencia	86
Figura 33: Fotografías de grafías de la tendencia	87
Figura 34: Bocetos de la colección	91
Figura 35: Ilustración de la colección en figurines.....	92

Figura 36: Ficha técnica de diseño chompa CH.M.001.....	94
Figura 37: Ficha técnica de diseño chompa CH.M.002.....	95
Figura 38: Ficha técnica de diseño chompa CH.M.003.....	96
Figura 39: Ficha técnica de diseño abrigo AB.M.004	97
Figura 40: Ficha técnica de diseño abrigo AB.M.005	98
Figura 41: Ficha técnica de diseño abrigo AB.M.006	99
Figura 42: Ficha técnica patchwork AB.M.004.....	100
Figura 43: Ficha técnica patchwork CH.M.001	101
Figura 44: Ficha técnica de patronaje abrigo AB.M.004.....	102
Figura 45: Ficha técnica de patronaje chompa CH.M.001	103
Figura 46: Ficha técnica de despiece y escalado abrigo AB.M.004	104
Figura 47: Ficha Técnica de despiece y escalado chompa CH.M.001	105
Figura 48: Ficha técnica de ruta operativa abrigo AB.M.004	106
Figura 49: Ficha técnica de ruta operativa chompa CH.M.001	107

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto integrador se enfoca en el desarrollo de una colección de indumentaria incorporando las diversas técnicas del patchwork, con la reutilización de mermas textiles que desechan las empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi, con el propósito de reducir el impacto ambiental que generan dichas empresas del sector.

La metodología en la que se basa el presente proyecto es en la Metodología de Diseño Generalizador Integrado desarrollado por Víctor Papanek, dicha metodología se enfoca en el diseño social, ecológico y responsable, el mismo que se caracteriza por ser intelectual e intuitivo. Se basa principalmente en satisfacer verdaderas necesidades, sin generar otras necesidades.

En base a la investigación y gestión realizada a las empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi se pudo lograr una red de contactos con las empresas del sector textil y de confecciones de la Provincia, lo que permitió obtener las mermas textiles, las mismas que se emplearon para la construcción de un textil a través de las diversas técnicas del patchwork y posteriormente para el desarrollo de la colección.

Al concluir la investigación, en relación sobre la cantidad de mermas textiles que generan las empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi, no se pudo determinar una cantidad exacta de mermas textiles que son generadas y desechadas por dichas empresas. Sin embargo, en las entrevistas realizadas a las empresas se mencionó un aproximado de 3 a 4 lonas que equivalen a (78 y 117 kilos aproximadamente) de mermas textiles generadas al mes.

PALABRAS CLAVE: SECTOR TEXTIL, MERMAS TEXTILES,
MEDIOAMBIENTE, PATCHWORK, MODA SOSTENIBLE.

ABSTRACT

This integrative project focuses on the development of a clothing collection incorporating the various patchwork techniques, with the reuse of textile waste discarded by companies in the textile and clothing sector of Cotopaxi, with the purpose of reducing the environmental impact they generate. these companies in the sector.

The methodology on which this project is based is on the Integrated Generalizing Design Methodology developed by Víctor Papanek, this methodology focuses on social, ecological and responsible design, which is characterized by being intellectual and intuitive. It is mainly based on satisfying real needs, without generating other needs.

Based on the research and management carried out on the companies in the textile and clothing sector of Cotopaxi, it was possible to achieve a network of contacts with the companies in the textile and clothing sector of the Province, which allowed obtaining the textile losses, the same ones that They were used for the construction of a textile through the various patchwork techniques and later for the development of the collection.

At the conclusion of the investigation, in relation to the amount of textile waste generated by companies in the textile and clothing sector of Cotopaxi, it was not possible to determine an exact amount of textile waste that is generated and discarded by said companies. However, in the interviews with the companies, approximately 3 to 4 canvases were mentioned, which are equivalent to (approximately 78 and 117 kilos) of textile losses generated per month.

KEYWORDS: TEXTILE SECTOR, TEXTILE WASTE, ENVIRONMENT, PATCHWORK, SUSTAINABLE FASHION.

INTRODUCCIÓN

Las industrias del sector textil y de confecciones de Cotopaxi desechan grandes cantidades de mermas textiles que afectan al medio ambiente, sin embargo, dichas empresas textiles no emplean estrategias enfocadas a la sostenibilidad, que ayuden a disminuir las mermas textiles y la contaminación de aguas residuales y del medio ambiente en general, por lo tanto, no aportan de una manera eficaz a la conservación del medio ambiente.

En el presente proyecto se desarrolla una colección de indumentaria aplicando las diversas técnicas del patchwork, las misma que incorporaran mermas textiles desechadas, con el propósito de reducir el impacto ambiental que generan las empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi.

La estructura de este proyecto integrador comprende de seis capítulos:

Capítulo I, se analiza los antecedentes investigativos relacionados al tema, el cual nos ayuda a identificar la problemática, además, se define los objetivos generales y específicos que se quieren alcanzar.

Capítulo II, se investiga el marco conceptual basándose en fuentes teóricas según autores respecto a las diferentes categorías importantes de la investigación, se investiga también marcas referentes y visionarias.

Capítulo III, se realiza la investigación minuciosa del mercado, se investiga el análisis externo que incluye el análisis Pest, tendencias de consumo, segmentación del mercado potencial, análisis del sector y del mercado de referencia, índice de saturación del mercado potencial y el análisis de la competencia. En el análisis interno se toman en cuenta los recursos propios y disponibles, y se analiza la cadena de valor.

Capítulo IV, se basa en el estudio del público objetivo, aplicando herramientas de recolección de datos, se selecciona la muestra, análisis de técnicas de estudio, elaboración e interpretación de datos y finalmente concluyendo la triangulación de datos.

Capítulo V, se establece las tecnologías necesarias de producción, el cronograma de producción, control de calidad, equipos e infraestructura necesaria para el proyecto, la mano de obra necesaria y finalmente se establece la seguridad industrial y medio ambiente.

Capítulo VI, se desarrolla toda la propuesta, que inicia desde la descripción del producto o servicio, perfil del cliente, identidad de la marca, análisis de color de la propuesta, concepto de la propuesta, elementos del diseño, materiales e insumos, sketch o bocetos y fichas técnicas según el caso del proyecto.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Nombre del proyecto

Diseño de una colección de indumentaria aplicando la técnica patchwork, para reducir el impacto ambiental que generan las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi.

1.2. Antecedentes (Estado de Arte)

Como primer antecedente se ha tomado el proyecto de investigación de Paula Fernández, su proyecto: *La exploración de la técnica patchwork en la ropa de la mujer contemporáneas* (2014), a través de este proyecto, Fernández trata sobre el diseño y la artesanía, teniendo como propósito, estudiar la influencia que el diseño de un producto puede ejercer sobre la exploración de una técnica artesanal como el *patchwork*. Su característica se basa en la creatividad y exploración de nuevas formas y materiales, combinados con nuevas tecnologías, mejorando así las técnicas artesanales. (Fernández, 2014)

Este estudio tiene como objetivo abordar la proximidad entre los dos campos de investigación agregando factores de diferenciación e innovación en productos de moda capaz de despertar el interés del público femenino contemporáneo. En una sociedad de cambio constante en la que el producto de moda busca una identificación personal. (Fernández, 2014)

En el segundo antecedente se ha tomado el proyecto investigación de Takao Antonio, su proyecto: *Patchwork, memoria y solidaridad: diseño textil para trabajo colectivo y creativo en personas mayores* (2012), mediante este proyecto Takao trata sobre la enseñanza del diseño textil particularmente relacionada con la llamada técnica *patchwork-quilting*. En la enseñanza del *patchwork-quilting*, el lenguaje gráfico-visual del dibujo, es imprescindible en el diseño y también en la especialidad textil. (Takao, 2012)

Este proyecto está dirigido al público objetivo de los adultos mayores residentes en la ciudad de São Paulo. Como objetivo principal se considera estudiar y comprender la técnica, la práctica y la cultura de la colcha de retazos, bajo el enfoque decisivo del diseño textil, con el fin de concienciar sobre la importancia de trabajo colectivo y creativo. (Takao, 2012)

En el tercer antecedente se ha tomado la investigación de Aguilar, Akamine, Bambaré, Ynga y Zevallos, su investigación: *Implementación de la técnica patchwork como pilar de negocio decorativo sostenible* (2021), a través de esta investigación Aguilar se centra en la concepción e inicio de un proyecto de negocio teniendo en cuenta como base principal la sostenibilidad y la reutilización de recursos textiles que son destinados a ser desechos. Incorporando la técnica *patchwork*, la misma que se basa en la reutilización de retazos textiles para crear prendas y accesorios en una diversidad de colores y texturas. (Aguilar, Akamine, Bambarén, Ynga, & Zevallos, 2021)

Dicho proyecto se centra en elaborar productos diferenciados de decoración para el hogar. Principalmente, se sostiene sobre el parámetro de economía circular al proporcionarle una “segunda vida” a los retazos textiles que por lo general son desechados por los grandes productores, promoviendo así el reúso ecológico de materiales; luego, la paleta cromática, diseño funcional y elevada calidad. (Aguilar, Akamine, Bambarén, Ynga, & Zevallos, 2021)

En el cuarto antecedente se ha tomado el proyecto de investigación de Viviana Vanegas, su proyecto: *Diseño con remanentes textiles indumentaria canina* (2020), a través de este proyecto Vanegas menciona que la problemática de este proyecto se presenta por el desperdicio de remanentes textiles en los procesos de producción de talleres confeccionistas, industrias textiles, dando como resultado la contaminación del medio ambiente, tal vez, por un mal manejo en cuanto al patronaje y al corte de tela o a que los productores no están al tanto de la potencialidad que tienen los remanentes para elaborar productos de buena calidad a través de la implementación de técnicas sostenibles. Este proyecto tiene como objetivo elaborar una colección de 15 prendas caninas a partir de remanentes textiles mediante, y para ello se pretende realizar una investigación bibliográfica y de campo en cuanto a remanentes textiles, técnica

patchwork, contaminación, indumentaria canina para el desarrollo del proceso de diseño. (Vanegas, 2020)

Como último antecedente se ha tomado el proyecto de investigación de Diana Quezada, su investigación: *Reutilización de residuos de fábricas de indumentaria* (2015), mediante este proyecto Quezada da lugar a varias opciones en el diseño de indumentaria, dando un abanico en el que se puede seguir experimentando y mejorando la materia prima obtenida a través de implementación de técnicas sostenibles durante el proceso de producción. Se trata de jugar con los materiales e ir mezclando texturas para conseguir un resultado innovador y atractivo. Este proyecto deja abierta la posibilidad de que no solo se incursione en la creación de productos textiles, sino que abarque áreas más amplias y se pueda disminuir en grandes cantidades los residuos textiles, para así reducir al máximo el impacto ambiental e incentivar a buscar nuevos métodos de reutilización de los residuos textiles. (Quezada, 2015)

1.3. Justificación

El presente proyecto tiene como objetivo desarrollar una colección de indumentaria basándose en la técnica *patchwork*, para la generación de una colección de indumentaria en la que se incorporen procesos de reciclaje de las mermas textiles que desechan las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi, con el fin de reducir la contaminación y contribuir al cuidado del medio ambiente, mediante el diseño de indumentaria sostenible y funcional.

Dicho proyecto ayudará a conservar el medio ambiente y por ello ha tener un mejor planeta para futuras generaciones. Por tal razón es importante reciclar las mermas textiles y aplicarlas a través de la técnica *patchwork* para el desarrollar de una colección de indumentaria sostenible, innovador, funcional y principalmente que cumpla con las necesidades del usuario, para así reducir el impacto ambiental del planeta.

Este proyecto de investigación se enmarca dentro de la investigación para el diseño, ya que es un proyecto práctico en el cual se va a diseñar y materializar los prototipos de la colección de indumentaria, con aplicación sostenible basándose

principalmente en técnicas que ayuden a generar un textil con la utilización de mermas textiles que son desechadas por empresas del sector textil. A través de la técnica *patchwork* se pretende reutilizar y combinar diferentes mermas textiles, para así diseñar una colección de indumentaria estéticas, ergonómicas y principalmente funcional.

El proyecto se direcciona a la línea de investigación de diseño, material y producción, porque se diseñará una colección de indumentaria, teniendo como principal materia prima las mermas que desechan las empresas del sector textil de Cotopaxi y de tal manera dicha colección va a pasar por los diferentes procesos de diseño, tales procesos son: investigación, diseño, patronaje, corte y confección. El eje de investigación de este proyecto es social-cultural, porque es un proyecto que va aportar a la sociedad, mediante la contribución al bienestar del medio ambiente, ya que se reciclará las mermas textiles y también se aplicará una técnica sostenible para así disminuir la contaminación del planeta.

Planteamiento del problema

Es importante mencionar que las industrias textiles son unas de las más contaminantes, sin embargo, las más importantes en el Ecuador, ya que a nivel nacional generan un importante número de empleos, representando el 8% del PIB en Ecuador. Las industrias del sector textil y de confecciones de Cotopaxi no cuentan con estrategias sostenibles de producción medioambiental, ya que dichas estrategias generarían costos mayores para las empresas. Sin embargo, es necesario que se empleen dichas estrategias, ya que la mayor parte de empresas textiles desechan residuos líquidos y sólidos a ríos o alcantarillas sin ningún tratamiento previo efectivo, generando así la contaminación de aguas residuales, la cual es una de las más contaminantes dentro de los sectores industriales y por tal razón afecta al medio ambiente y a la salud de la población. (Dueñas, 2018)

En la actualidad las industrias textiles en Cotopaxi se dedican a la producción y tinturado de telas. Dichas industrias del sector textil usan diferentes productos químicos en sus procesos de producción, tales como ácidos, sales, bases, tintes y entre otros productos. Estos químicos se desprenden al momento del lavado llegando así a

los afluentes. Por ejemplo, Zapata menciona que los colorantes textiles son muy perjudiciales para el medio ambiente debido a que su eliminación total en el medioambiente es dificultosa ya que al emplear reducciones parciales el producto sigue siendo muy tóxico para su consumo. (Flores & Zapata, 2016)

Las industrias del sector textil y de confecciones de Cotopaxi han afectado mucho al medio ambiente, porque la mayor parte de las empresas no dan un tratamiento adecuado a las aguas residuales antes de ser desechadas a las cuencas hidrográficas o sistemas de alcantarillado. También por el uso inapropiado de sustancias químicas que generan contaminación en el aire y en el suelo, y por ello causando enfermedades a los habitantes que viven en las zonas aledañas. Por lo tanto, dichas empresas deben implementar estrategias con un enfoque sostenible, para así de alguna manera reducir la contaminación al medio ambiente.

Las industrias del sector textil y de confecciones de Cotopaxi desechan grandes cantidades de mermas textiles que afectan al medio ambiente, sin embargo, dichas empresas textiles no emplean estrategias enfocadas a la sostenibilidad, que ayuden a disminuir las mermas textiles y la contaminación de aguas residuales, por lo tanto, no aportan de una manera eficaz a la conservación del medio ambiente.

Pregunta de investigación

¿Cómo contribuir al reciclaje de las mermas textiles que son desechadas por las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi, con el fin de reducir el impacto al medio ambiente?

Idea a defender

A través del diseño de una colección de prendas de indumentaria innovadora, creativa funcional y estética, en la que se incorporen técnicas para la reconstrucción de un textil, se puede contribuir a reducir el impacto al medio ambiente, debido a los residuos o mermas textiles que generan las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Diseñar una colección de indumentaria con la técnica *patchwork*, con el fin de reducir el impacto medio ambiental que generan las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar la cantidad de mermas textiles que generan las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi.
- Crear un textil en base a los residuos de mermas textiles desechadas, aplicando las diversas técnicas del *patchwork*.
- Diseñar una colección de indumentaria empleando un textil creado en base a la técnica *patchwork* en la que se incorporé procesos de reciclaje de mermas textiles que generan las empresas del sector textil de Cotopaxi.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco (conceptual, histórico, lógico u otros de acuerdo al proyecto)

2.1.1. Medio ambiente

Según Hernández el medio ambiente es un concepto antropológico, el cual da lugar a las relaciones de la especie humana. Es por ello que no se puede crear el ambiente natural del hombre como apartado de su entorno social. Es por esta razón, que se considera a la ecología como una ciencia biológica y también como una ciencia social. Pero, lo que se debe saber y hablar es desde la perspectiva de "Ecología Humana" y por tanto de una particularidad que sin dejar de ser ciencia experimental - como toda Ecología- aporta a esa magnitud del conocimiento de la población humana, que no se identifica del todo con la Antropología o sólo con las ciencias sociales. (Hernández, 1996)

2.1.2. Calentamiento global

El calentamiento global es la elevación de temperatura en la troposfera, el mismo que provoca el cambio climático. Los cambios naturales y las actividades humanas provocan el calentamiento, pero principalmente los gases que están presentes en la atmósfera, dichos gases son dióxido de carbono, compuestos clorofluorocarbonos y el metano, esto se da por las actividades que se realiza en el sector agrícola e industrial. El cambio climático global es un término más amplio que trata sobre los cambios del clima del planeta, tales como; la temperatura, las tormentas, la precipitación y la intensidad. (Díaz, 2012)

Científicos mencionan que el calentamiento global se produce mediante las actividades humanas, ya que son un factor en este aumento de temperatura.

2.1.3. Contaminación textil

La industrial textil es una de las más contaminantes del planeta, produce el 20% de aguas residuales y el 10% de emisiones de carbono en el mundo. Por el hecho

que comprende a largas cadenas de suministros de producción, materias primas, fabricación de textiles, procesos de diseño de una prenda y finalmente todo lo que involucra a la distribución y comercialización de la prenda. En el sector textil se consume 54 millones de toneladas de fibras naturales al año, 1 millón de toneladas de colorante y 7 millones de químicos que se utilizan para el proceso de fabricación textil. (Brañez, Gutiérrez, Pérez, Uribe, & Valle, 2018)

2.1.4. Contaminación del aire

La industria textil produce emisiones atmosféricas que contaminan el aire, los procesos textiles que más generan contaminación atmosférica se producen mediante el proceso de acabados. Los químicos utilizados en dichos procesos incluyen disolventes, plastificantes aceites, grasas y entre otros compuestos químicos. Al termo fijar los tejidos se generan vapores de compuestos orgánicos con un menor peso molecular, pero los cuales se pueden visibilizar en forma de neblina azul o invisible, pero con olores que se perciben al respirar. (Crespi, Droguet, & Gutiérrez, 2003)

2.1.5. Contaminación del agua

El sector textil tiene un alto consumo de agua, y las aguas residuales contaminantes que se dan por el alto uso de químicos en sus diferentes procesos textiles. Las aguas residuales debido a la producción textiles están mezcladas aceites, grasas, colorantes y un sin número de productos químicos. Las aguas residuales que se generan al procesar fibras naturales se caracterizan por la variabilidad de caudal y cargas contaminantes, así también con un contenido de materias en suspensión y coloidales. (Brañez, Gutiérrez, Pérez, Uribe, & Valle, 2018)

2.1.6. Contaminación del suelo

La industria textil requiere de la utilización de fibras naturales, artificiales y sintéticas, en cuanto a las fibras naturales tales como el algodón, lino, yute o bambú, para la producción de dichas fibras se da sobreexplotación del suelo por el empleo de fertilizantes, pesticidas y otros productos químicos que se emplea en sus cultivos. Las

fibras artificiales y sintéticas al proceder de industrias químicas contaminan al medio ambiente si son desechadas al suelo sin ser recicladas adecuadamente.

2.1.2.1. Sostenibilidad

Según Bybee menciona que el concepto de sostenibilidad surge de un resultado de un análisis de la situación del mundo, que se puede dar a conocer como una emergencia planetaria, se da de una manera insostenible que amenaza a futuras generaciones.

El informe llamado Nuestro Futuro Común que se presentó en Comisión Mundial del Medio ambiente y el Desarrollo (CMMAD).1998) se mencionó el primer concepto de sostenibilidad el mismo que se dio a conocer como “El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la presente generación sin exponer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer necesidades propias”. (Comisión Mundial Sobre el Medio Ambiente, 1987)

2.1.2.2. Moda Sostenible

Según Salcedo (2014) define la moda sostenible como el conjunto de actividades que ponen en práctica la industria de la moda para mantenerse en el tiempo, tomando en cuenta el uso adecuado y consiente de los recursos naturales, garantizando así la justicia social, la equidad y principalmente garantizando el bienestar del medio ambiente. Es así que, para llevarlo a la práctica a la moda sostenible, se debe tomar en cuenta tres aspectos importantes, los cuales son; sociales, los mismos que buscan genera igualdad; ambientales, son los que buscan tener un equilibrio ecológico; y económicos los que están encargados de velar por una economía viable en la industria de la moda. (Gwilt, 2014)

2.1.2.3. Estrategias del sector textil

La estrategia más común para reducir los residuos textiles es incorporar estrategias conocidas como 3R las cuales son: reducción, reutilización y reciclado. El principal objeto de dichas estrategias es obtener un alto beneficio potencial de

productos, con el propósito de alargar su ciclo vital, evitando así que se depositen en vertederos.

La estrategia de la reducción de residuos se da al finalizar el proceso industrial y por lo tanto tienden a minimizar el impacto ambiental al ser desechados al medio ambiente. (Ghezzi & Vannucci, 2015)

2.1.2.4. Reducir

Esta estrategia en la industria textil trata de reducir el consumo de materias primas, energía y la reducción de compuestos químicos que se emplean en el sector textil. Esta estrategia se enfoca en la optimización de los procesos de producción, coste de energía, consumo de agua y en el desarrollo de nuevas tecnologías. (Ghezzi & Vannucci, 2015)

2.1.2.5. Reciclar

Esta estrategia consiste en convertir productos al final de su vida en un nuevo proceso de producción, para así obtener un nuevo producto y que cumpla un nuevo ciclo de vida. A lo largo del proceso de reciclaje, el tejido tiene que transformarse en fibras o en polímeros para ser reutilizados. El reciclaje textil se divide en dos procesos el mecánico y químico el primer proceso consiste en cortar, aplastar y sacar los tejidos sin clasificar el tipo de fibra, se procede a deshilachar las fibras recicladas. El proceso químico está centrado en las propiedades químicas y por lo tanto están ligados directamente con el tipo de fibra, en diferentes casos con el tipo de mezcla. (Ghezzi & Vannucci, 2015)

2.1.2.6. Reutilizar

Esta estrategia es una de las más sencilla en el sector textil, consiste en reutilizar los productos, para así extender el ciclo de vida del producto con nuevos usos, usuario y proyectado a un nuevo mercado objetivo. Esta estrategia se ha adaptado al mundo de la moda muy fácilmente, gracias al estilo *vintage*, que se han popular en puntos estratégicos de comercialización, tales como: tiendas *online*, tiendas físicas,

subastas y también como la práctica del trueque o tiendas de moda y accesorios de segunda mano. (Ghezzi & Vannucci, 2015)

2.1.3.1. Sector textil

El sector textil es uno de los sectores más importantes para el desarrollo de la economía, gracias a sus características y potencial es una industria altamente integrada, generando así un alto número de empleos, pero utiliza un gran porcentaje de recursos naturales. Este sector genera demandas en diferentes sectores, tales como en el sector agrícola por el cultivo de fibras naturales como algodón, lino, yute y bambú; y el sector ganadero mediante el cual se obtienen pelos finos y lanas como las de oveja, alpaca y vicuña.

2.1.3.2. Sector industrial

El sector industrial está enfocado en la producción de grandes masas de productos. El sector industrial es el encargado de transformar una materia prima a un producto específico. Los diseñadores y productores están encargados de crear y desarrollar diferentes productos los mismos que llegan a ser fabricados a gran escala y en serie. Ese sector está compuesto por una larga cadena de producción, un ejemplo de este sector industrial es la moda rápida de *pret-a-porter*, que es una moda enfocada en las producciones en masas.

2.1.3.3. Sector artesanal

En el sector artesanal esta realizado en un alto porcentaje es hecho a mano, se podría decir que está ligado con temas como la moda ética, *eco-friendly*, *slow fashion*. Lo artesanal es aquello en donde podemos visualizar arte, donde el artista o diseñador expresa su arte, y el cual el espectador puede conocer y apreciar su arte. En su gran parte está centrada en el cuidado del medio ambiente. Al realizar esta moda artesanal se genera un contacto constante con el proceso creativo y de producción. A través de este sector artesanal se logra expresar diferentes maneras de hacer moda, teniendo en cuenta algo específico como un legado, tradición, cultura y principalmente que cada objeto este hecho de una manera única.

2.1.4.1. Diseño

Según Papanek menciona que el diseño es la base de toda actividad humana, ya que todo lo que se hace es diseñar. Es planificación de toda actividad que se encamina a una meta propuesta y previsible esto se lleva a cabo mediante el proceso de diseño.

El diseño como concepto es el arte, arquitectura y otras sin fin de disciplinas que se enfocan en la creatividad, los cuales se sabe el proceso previo de configuración mental. Se crea diseño con el objetivo de buscar una solución al usuario/cliente en cualquier campo. El diseño se da a través de un conjunto de operaciones principalmente mentales y técnicas, que se tienen que realizar, para así conseguir la idea de diseño de un objeto concreto y funciona.

2.1.4.2. Indumentaria

La indumentaria también conocida como, atuendo, vestimenta o generalmente conocido por un conjunto de prendas, las cuales están fabricadas diferentes materiales textiles, y las cuales son usadas para vestirse y principalmente para protegerse del clima.

La indumentaria en sus inicios una función básica era cubrir el cuerpo de las inclemencias del clima, ahora en la actualidad cumple diferentes funciones que requiera el usuario y también se ha convertido en un signo diferenciador de las diferentes épocas histórica. Es así se puede distinguir si el usuario que porta dicho signo, pertenece a una: clase social, preferencias, gustos, cultura, perfil profesional entre otros factores. (Henao, 2007)

2.1.4.3. Estética

La función estética trata sobre la relación entre un producto y un usuario en términos de percepción visual en el cual se puede observar características como color, forma, silueta, y entre otros factores que cumple la función estética. También se trata sobre la percepción sensorial psicológica que obtiene el usuario durante su uso.

2.1.4.4. Técnica

La función técnica abarca un conjunto de elementos y propiedades materiales, y procesos al realizar un objeto. Esta función involucra en cierto sentido las realidades de las acciones planeadas en el diseño y la coherencia entre los objetos propuestos para estas funciones y los medios seleccionados para realizar materialmente el artefacto técnico respectivo.

2.1.4.5. Practica

Esta función se enfoca en las relaciones entre el objeto y el usuario, durante el proceso de uso, para ver si satisface las necesidades requeridas del usuario. Se centra principalmente en estudiar los efectos directos orgánicos, corporales y fisiológicos. esta función determina la funcionalidad del producto, está relacionado con la función estética porque la estética indica visualmente las funciones que debe cumplir el objeto.

2.1.5.1. Técnica *patchwork*

El *patchwork* consiste en crear nuevos textiles, a partir de la unión de diferentes tipos de telas consiguiendo así un textil con diversos colores, texturas y principalmente un diseño original. No se tiene datos específicos de donde se originó, pero se cree que esta técnica ya lo practicaban los egipcios, pero si hay la certeza que se experimentó en los años 30 en Norteamérica. Esta técnica genera nuevas maneras de obtener prendas o accesorios únicos, mediante el reciclaje de mermas textiles aportando así al medio ambiente. En la actualidad se puede encontrar un sin número de diseños hechos a partir de esta técnica, la cual se ha convertido en un *hobby* para muchas personas.

2.1.5.2. Tipos de técnicas *patchwork*

Dentro de lo que es la técnica *patchwork* se encuentran diferentes técnicas más las cuales son:

Pieceo o Piecing

Es una técnica sencilla que consiste en cortar diferentes piezas geométricas de distintos colores y texturas para después proceder a juntarlas, pegarlas o coserlas, para formar así un bloque de textiles con los que se puede crear un diseño variado.

Estrella o Stars

Esta técnica es simplemente una variación de la técnica pieceo, aquí también se emplea formas geométricas, con la intención de formar una estrella de cualquier tipo, a través de la unión de diferentes bloques de textiles de distinto color y textura. Las piezas pueden estar superpuestas una a la otra y tener diferentes puntas para así tener un diseño único.

Jardín de la abuela

Esta técnica está compuesta por hexágonos unidos de diferentes colores y estampados para formar un dibujo, esta técnica se emplea para crear bolsos, posavasos y entre otros elementos de cocina.

2.1.6.1. Reutilización de mermas textiles

La gestión de reciclado se lleva a cabo cuando una vez que los productos han llegado a la última fase de su vida productiva, se vuelve a crear nuevas etapas productivas para un producto hasta llegar a ser consumido por el usuario. En la industria desde hace tiempo se ha venido trabajando con el reciclaje de textiles, y continúan ejerciendo diferentes procesos de recuperación y reutilización.

2.2. Marcas referentes y/o aspiracionales

RUA CARLOTA



Figura 1: Marca Rua Carlota

Fuente: Rua Carlota, 2021

Es una marca fundada en Londres por *Chaelotte Rose Kirkham*, como se cita en la figura 1. Esta marca tuvo sus comienzos como un proyecto personal de *Charlotte*, es una marca sostenible y consciente con el planeta, que solo utiliza materiales predilectos, materiales que ya no tiene valdes para otros. La marca tiene un amplio mercado sostenible de ropa juvenil. Rua Carlota desafía la cultura del desperdicio, mediante sus colecciones demuestra que hay potencial en todo. Destruye y reconstruye con una creatividad que le lleva a la vanguardia. (RUA CARLOTA, 2021)

La marca crea piezas únicas, cada diseño en su gran mayoría está hecho a mano, cada prenda tiene una textura y combinación de colores brillantes únicos. Para crear sus piezas utiliza material muerto desechado, denominado como olvidado y también utiliza telas que ya pasaron de moda y no tienen un valor significativo para el resto. Las prendas son creadas basándose en la técnica patchwork, se caracterizan por los dobladillos ondulados de lechuga al unir cada uno de los retazos de telas, y también toma protagonismo sus cortes abstractos.



Figura 2: Prendas patchwork

Fuente: Rua Carlota, 2021

JJ VINTAGE



Figura 3: Marca JJVITAGE

Fuente: Shop Jjvintage, 2021

Es una marca fundada en el año 2019 por Jasmine James con sede en Nueva York, Estados Unidos, como se cita en la figura 3. La marca confecciona piezas reelaboradas de alta calidad hechas a base de telas y desechos reciclados. James es la diseñadora de su propia marca, maneja un estilo de ropa deportiva híbrida, diseña faldas, vestidos, monos, y blusas de manga larga, pero su pieza icónica son las camisetas sin mangas. Para confeccionar su indumentaria la marca utiliza restos de camisetas de ropa deportiva y mezcla retazos y piezas vintage de *Nike*, logrando así la mezcla de diversas texturas y teniendo como resultado una pieza única.

La marca ha establecido relaciones con tiendas *vintage* para obtener prendas que no se han vendido, algunas prendas tienen décadas de antigüedad, por lo general las camisetas son de los años 90 o de los 2000. La marca se caracteriza por tener una

mentalidad ecológica al hacer prendas de tela y de desechos. Es así que la marca maneja una frase que impacta. “Todavía puedes estar a la moda mientras salvas el mundo”. (VOGUE, 2020)



Figura 4: Prendas patchwork de la marca JJVINTAGE

Fuente: Shop Jjvintage, 2021

MATACOMPLEX



Figura 5: Marca MATACOMPLEX

Fuente: Matacomplex, 2021

La marca fue fundada por *Ellie Reeves* en Reino Unido, como se cita en la figura 5. Es una marca ecológica que se preocupa por el medio ambiente, la marca está allanada en *patchwork*, llegando así a construir piezas únicas y vanguardistas utilizando jersey desechado y tela de malla. Ellie junta piezas con dobladillos crudos, irregulares

y sin terminar. Su principal característica es que utiliza un cordón entrecruzado que se extiende por la mitad de la prenda para exponer un escote muy atrevido. (Menón, 2020)

La marca trabaja con el color y la textura más que con el tecnicismo. La versión alucinante del *patchwork* que maneja la marca se ha vuelto tan popular gracias a las celebridades que han exhibido piezas extremadamente creativas y vanguardistas.



Figura 6: Prendas patchwork de la marca Matacomplex

Fuente: Matacomplex, 2021

2.4. Visionario

Psychic Outlaw



Figura 7: Marca Psychic Outlaw

Fuente: Psychic Outlaw, 2021

Es una marca sostenible artesanal creada en año 2019 por *Rebecca Wright* en Texas, Estados Unidos, como se cita en la figura 7. Esta marca convierte colchas antiguas en exclusivas piezas hechas a mano sin generar desperdicios, siendo así una marca 100% sostenible. Esta marca se ha posesionado como un gran referente en mundo del *patchwork*, la misma que es una técnica de costura que se basa en crear textiles uniendo distintos tipos de tela, teniendo como resultado así un mosaico colorido.

La marca cuenta con un propio taller en Texas y cuenta con un total de 13 colaboradores, quienes ayudan a diseñar magnificas piezas tales como; chaquetas, abrigos, vestidos, faldas y otras prendas, cabe recalcar que también tiene una línea de ropa para mascotas. Se caracteriza por su originalidad, sostenibilidad y buena calidad de sus prendas confeccionadas. El concepto que maneja Rebecca para su marca es utilizar materiales e inspirarse en lo vintage, teniendo en cuenta que lo vintage es atemporal.



Figura 8: Prendas patchwork de la marca Psychic Outlaw

Fuente: Psychic Outlaw, 2021

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

El análisis externo en este proyecto es de vital importancia ya que nos conlleva a obtener una investigación más amplia de los factores con mayor importancia en el mercado al que se va a dirigir e involucrar dicho proyecto.

3.1.1. Análisis PESTLE

3.1.1.1. Entorno político

Según la CEPAL determina que el porcentaje mayor de las PYMES a nivel de América Latina, el 44% la ocupa Ecuador, es así que genera el 44% de empleo y en ventas vena 15,9%.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos las Pymes se caracteriza por la implementación intensa de mano de obra, utilizando así en una minoría la aplicación de tecnologías, y por ello teniendo baja productividad. También es así que se limitan a hacer uso de los servicios financieros. Las Pymes también ayudan a activar a nivel nacional, gracias a que los costos de inversión son menores, el por ello que permite enfrentar de una manera prospera los cambios que sufre el mercado.

Según el Inec determina que las empresas se agrupan por el número de personas, es así que se determina que una micro empresa está conformada de 1 y 9 personas, una empresa pequeña es aquella que posee entre 10 a 49 trabajadores, y para que sea una empresa mediana deberá tener desde 50 a 199 empleados y finalmente para considerar una empresa grande debe tener por encima de 200 colaboradores.

En el último censo del año 2011 la aportación de las Pymes representaba el 84,3% del total, mientras que el 15,7% representaba al a gran industria. Las grandes industrias ocupan el 62.3% de los trabajadores, mientras que el 27,7% la ocupan las Pymes. El aporte de las grandes industrias al Producto Interno Bruto es del 87%, y el aporte de las Pymes es del 13%. (Yance, Solís, Burgo, & Hermida, 2017)

Las Pymes en el Ecuador ayudan al desarrollo social en cuanto a producción, demanda y compra de productos, es por ello que se ha convertido en un factor importante para generar riqueza y empleo, y así tener una economía rentable. En el Ecuador las Pymes abarcan varias opciones las cuales son; 179.800 empresas, de las cuales 63% tiene relación la prestación de servicios, el 26% con el comercio, el 10% pertenece a la manufactura y agricultura, y finalmente el 1 % pertenece a minas, exploración y otros.

3.1.1.2. Entorno económico

La pandemia trajo consigo muchas consecuencias económicas una de ellas es la paralización de las actividades productivas en el Ecuador y en todo el mundo, afectado así notoriamente su economía. Según el Banco Central del Ecuador en el segundo trimestre del 2020 el PIB tuvo un fuerte decrecimiento de 12,4% con relación al periodo del 2019. El PIB tuvo un total de \$23.550 millones en valores corrientes y \$15.790 millones en términos constantes. (Banco Central del Ecuador, 2020)

A raíz de la pandemia el PIB cayó fuertemente debido al decrecimiento de 18,5% de la inversión, disminución de exportaciones de bienes y servicios de un 15,7%, la reducción del 11,9% en gastos de consumo del hogar, el 10,5 de contratación en gastos que genera el gobierno general. Finalmente, las importaciones de bienes y servicios que comúnmente disminuyen el Producto Interno Bruto, fueron inferiores al 20,8% a comparación del año 2019.

La industria textil en el Ecuador, es una de las industrias que mayores ingresos económicos generan, pero según datos recientes en el 2020 tuvo una caída significate de un 11,3%. El sector textil en el Ecuador es la industria que más empleo genera, llegando así a generar 170.000 puestos de trabajo, cubre un 21% de plazas de trabajo en cuanto a la industria manufacturera del país.

Según la AITE (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador) determina que la industria textil y confección es la tercera más importante en el sector manufacturera por su aporte del 7% del PIB manufacturero del país. Debido a que la industria ha tenido buenos comentarios acerca de su materia prima, la misma que es utilizada para la producción de indumentaria y tejidos, pero por otro lado hay una

desventaja debido a los costos elevados de producción, generando así una traba para los futuros compradores y socios de las empresas textiles del país.

3.1.1.3. Entorno social/ cultural

En el Ecuador el cambio en la sociedad es evidente, uno de ellos es la formación de consumidores discretos y prevenidos que han aparecido a lo largo de la pandemia, es por ello que se ha generado reestructuraciones de mercados de consumo y de nuevas oportunidades de negocios.

Debido al Covid-19, 8 de cada 10 consumidores han impuesto nuevos hábitos de consumo, generando así tendencias emergentes. El comercio electrónico es la tendencia más practicada en el Ecuador por el consumidor, buscando así el bienestar medioambiental y la búsqueda de un modo de vida sostenible.

Para los ecuatorianos una prioridad importante es ahorrar para futuras emergencias que se presenten, cuidan sus finanzas personales frente a una pérdida del poder adquisitivo. Es por ello que han optado por llevar un estilo de vida más sencillo. La imagen personal en el tiempo de pandemia ha perdido prioridad por parte del consumidor, pero que exista consumidores conservadores no significa que no genere gastos, si no que el consumidor direcciona de una mejor manera sus recursos económicos. Es así que prefieren generar gastos en sus verdaderas necesidades tales como; alimentación, salud y educación. Es por tal razón que las marcas y empresas deben adaptarse y plantear diferentes estrategias de negocio y lo más fundamental deben entender los cambios del consumidor y saber satisfacer sus necesidades de una manera flexible. (Coba, 2021)

En el año 2020 la eliminación de fuentes de empleo y la reducción de remesas afectaron directamente a los hogares de las personas. La falta de ingresos por el Covid-19 aumento la pobreza y deterioro a la clase media, la pandemia también ha afectado a quienes tienen un trabajo seguro, se han visto en la necesidad de reducir sus gastos y prefieren ahorra por si en algún momento quedan desempleados ante la falta de plazas laborales.

3.1.1.4. Entorno tecnológico

La industria del sector textil de confección es un factor fundamental para el desarrollo social, productivo y económico del Ecuador. Es así que la industria textil en el país ha incorporado nuevas tecnologías e innovar para mejorar la productividad. El sector textil en el Ecuador ha innovado desde equipos tecnológicos, teniendo, así como resultado la creación de nuevas fibras naturales, artificiales y sintéticas.

La industria textil fue puesta a prueba durante la pandemia en el 2020, es por ello que las industrias se vieron obligadas a desarrollar textiles que incorporen tecnologías antilíquidos, protección UV, antibacteriales y entre otras, para la producción de mascarillas, trajes de bioseguridad y confeccionar prendas básicas que se utilizaban en el día a día.

Por otra parte, la pandemia impulso a las empresas a fortalecer el comercio online, llegando así a acelerar el uso de tecnologías emergentes y exponenciales. Las empresas tienden a cambiar sus modelos de negocio basándose en nuevas tecnologías empresariales. Hay cinco aspectos que las empresas consideran como prioridad: innovación de productos y servicios, reducción de costos, mejorar la experiencia del cliente, la automatización de procesos y la generación de nuevos ingresos. Debido a la pandemia las marcas aceleraron la implementación de canales digitales y aquellas marcas que si tenían canales digitales tuvieron que ampliar sus recursos. (El Universo, 2021)

3.1.1.5. Entorno ambiental

La industria del sector textil ha evolucionado de una manera rápida, trayendo consigo daños al medio ambiente, ya sea a través de tecnologías, creación de nuevos modelos de negocio o movimientos sociales. Los impactos ambientales que causa el sector textil en el Ecuador, los más significativos provienen de las materias primas, no es de sorprenderse al ver la cantidad de materiales tecnológicos que han ingresado en los últimos años al país.

Al evaluar la sostenibilidad de la materia prima, es fundamental tener en cuenta que puede generar varios tipos de impacto: sobre el agua, atmósfera, suelo, el cambio del clima y la biodiversidad en sí. Es por ello que se debe considerar todo el ciclo de vida del textil o prenda, desde su estado de materia prima hasta el fin de su vida útil.

El reciclaje es de vital importancia para cerrar el círculo del sector textil, pero esto ha sido interrumpido por las limitaciones de tecnologías de reciclaje caducas obstaculizando así el progreso del mismo. El sector textil hace utilidad del 97% de materia prima de fuentes vírgenes y en una gran minoría de fuentes de reciclaje con un porcentaje que representa al 2%, y de las fibras producidas por el sector textil suman un total de 53 millones de toneladas, del cual el 12% se desperdicia a lo largo de la producción de prendas. Es por ello que cada año se pierde un aproximado de USD 500 mil millones de valor a consecuencia de la falta y el mal manejo de reciclaje de la industria textil y de confección. (VITNIK, 2018)

Por tales razones mencionadas anteriormente la industria textil debe desarrollar de una manera ágil y rápida nuevas soluciones para dejar de ser una industria contaminante y pasar a ser una industria regenerativa.

3.1.1.6. Entorno legal

En el Ecuador no hay una cifra exacta del impacto ambiental del agua que causa el sector textil y de confección. Se estima que una cifra aproximada de aguas residuales tratadas en el país es de entre 30% y 40%. Se estima que el resto de aguas residuales se descargan sin tener ningún previo tratamiento a cuerpos de agua. Es complicado obtener una cifra clara, por la razón que cada municipio del país maneja sus regulaciones y estudios, así mismo como sus resultados. (Cardona, 2020)

En cuanto al marco institucional el manejo de información es algo complejo ya que por la injerencia de organizaciones como la Secretaria del Agua, Ministerios de Medioambiente, municipios y entre otras entidades se fusionaron. (Cardona, 2020)

Según el artículo 431 de COOTAD del 2018, la gestión de manejo ambiental determina que los gobiernos autónomos descentralizados son los encargados de establecer normas para la gestión integral del ambiente y de los desechos contaminantes. Es por ello que la Municipalidad del cantón Latacunga tiene planteada la ordenanza para la descontaminación y protección de ríos y afluentes hídricos del cantón Latacunga. (Municipio de Latacunga, 2014)

Art.1. La presente ordenanza tiene como objetivo establecer acciones para la protección, conservación, recuperación, y revalorización de los ríos, afluentes superficiales o subterráneas dentro del cantón Latacunga.

Art.2. El ámbito de aplicación de la presente ordenanza será a nivel cantonal y estará sujeto a la misma, todas las personas naturales y jurídicas, públicos o privados que realicen cualquier tipo de actividad económica, sea de manera temporal o eventual.

Art.3. Con el fin de proteger los derechos ambientales individuales o colectivos, todas las obras, proyectos de tipo público o privado, a nivel de servicios e industrial deben aplicar buenas prácticas ambientales e implementar plantas de tratamientos de aguas negras, residuales, descargas industriales, domésticas y otras que alteren las condiciones físicas, químicas y biológicas del agua, y atenten su calidad.

Art.4. Es obligación de todos los sectores productivos naturales o jurídicos acentuados en el sector del Cantón Latacunga mantener un adecuado manejo y tratamiento de desechos sólidos de todo tipo, vertidos y descargas que contaminen el agua y propendan procesos de bioacumulación.

3.1.2. Tendencias de consumo

Es importante abordar el tema de la moda ecológica y la importancia que tiene esta tendencia de consumo para el consumidor. La moda ecológica en los últimos años ha implementado nuevos modelos de negocios circular, teniendo en cuenta un principal objetivo el cual es ofrecer más con menos, a través de la incorporación de estrategias sostenibles en el proceso de fabricación y distribución del producto, para así aportar de alguna manera al medio ambiente.

Por otra parte, los consumidores demuestran preocupación por los materiales que implementa las marcas para fabricar sus productos y el aporte que hace las marcas al cuidado del medio ambiente. Según *Global Consumer Survey 2020* asegura que tras la pandemia el 45% de las personas en el mundo mencionan que trata de adquirir productos que tengan menor porcentaje de plásticos, y el 43% de las personas pretenden que las marcas sean responsables del cuidado del medio ambiente, a través de sus productos mediante su producción y su vida útil. (FEDEXPOR, 2020)

Los consumidores al adquirir un producto tienen más conciencia ambiental, es por ello que siempre están en busca de productos amigables con el medio ambiente, al adquirir un producto sostenible el consumidor piensa que es una contribución positiva para el medio ambiente.

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Tabla 1:

Variable de segmentación de mercado potencial

1. VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Sexo	Masculino/ Femenino
Edad	25-30 años
Estado civil	Solteros
Etnia	Mestiza
VARIABLES SOCIO ECONÓMICAS	
Nivel de estudios	Nivel secundario, nivel superior
Nivel de ingresos	Entre \$900 a \$2800
Estrato social	Medio, medio alto
Ocupación	Estudiantes, servidores privados o públicos

VARIABLES GEOGRÁFICAS

Región	Sierra
Provincia	Cotopaxi
Ciudad	Latacunga
Zona	Urbana
Clima	Frio

VARIABLES PSICOGRÁFICAS

Estilo de vida	Explora nuevos lugares y culturas. Alimentación equilibrada y actividad física constante. Lleva un estilo de vida activo, se asocia con facilidad con los demás.
Personalidad	Optimista e inteligente. Amigable y empático con los demás.
Gustos	Siempre está atento a lo moda innovadora, sostenible y principalmente funcional.
Intereses	Enfocado en sus actividades laborales. Tiene interés por aportar de una manera positiva al medio ambiente.

VARIABLES CONDUCTUALES

Lealtad de marca	Alta lealtad a marcas que están en constante innovación
Intereses del producto	Productos hechos con material de buena calidad, estéticos y principalmente funcional. Productos que tengan un aporte positivo para el cuidado del medio ambiente.

El mercado objetivo es un consumidor de género masculino y femenino de 25 a 30 años de edad, es de un estado civil soltero y pertenece a la etnia mestiza. Son estudiantes universitarios o personas que ya ejercen su profesión tanto en el ámbito privado como en el ámbito público. Es un consumidor que desarrolla sus actividades laborales y académicas de una manera eficaz. Es una persona optimista e inteligente, amigable y empático con los demás y con el medio ambiente. Lleva un estilo de vida activo que siempre está en constante exploración de nuevos lugares y conocer nuevas culturas. Adquiere productos innovadores, de buena calidad, funcional y principalmente amigables con el medio ambiente.

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia

El 5,70% de las industrias textiles en la provincia de Cotopaxi se dedican a la fabricación de productos textiles, el 90,11% se dedica a la producción de prendas de vestir y el 4,18% se dedica a la fabricación de productos con cuero. Los cinco principales productos que se fabrican en la provincia de Cotopaxi son; trajes de sastrería, ropa deportiva, bordados, fabricación de calzado de cuero, confección de indumentaria de trabajo. (Ceballos, 2017)

Las industrias textiles de Cotopaxi en su mayoría con un porcentaje de 66% están ubicadas en el cantón Latacunga la misma que repanda a más de la mitad de producción que se genera en la provincia. El 11% de producción le pertenece al cantón Salcedo, el 9% Pujilí, Saquisilí con 4%, Sigchos 1% y finalmente Pangua con el 1%. (Ceballos, 2017)

En base a la información mencionada se determina que Latacunga es el cantón que mayor producción textil genera, es así que el presente proyecto se favorecerá de alguna manera ya que no existen empresas textiles que fabriquen indumentaria sostenible a base de la utilización de mermas textiles.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador en el año 2019 da a conocer los siguientes datos: el total de habitantes es de 17.389.660 de los cuales 8.782.952 son mujeres y 8.606.608 son hombres.

Según el Inec la tasa de empleo bruto de enero a marzo del 2021 se ubicó en 61,6% a nivel nacional; el 57,3% en área urbana y el 71,4% en el área rural. La tasa de desempleo de enero a marzo del presente año alcanzo el 5,8% a nivel nacional: el 7,3% en el área urbana; y finalmente el 2,8% en el área rural. De enero a marzo la tasa de empleo a nivel nacional fue mayor para los hombres, con respecto a la tasa de empleo de las mujeres. (INEC, Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo Y Subempleo , 2021)

De acuerdo a los datos del último censo en la provincia de Cotopaxi el 51,5 % son mujer y el 48,5% son hombres. El 36,9% son solteros, el 72,1% son de etnia mestiza. En cuanto al entorno laboral el 44,6% trabaja por cuenta propia en sus negocios y el 20,2% es un empleado privado. En cuanto a la de educación el 8,2% de hombres tienen estudios superiores y el 7,2 de mujeres igual tienen estudios superiores. (INEC, Fascículo Provincial Cotopaxi, 2010)

Mientras que la población de la ciudad de Latacunga es de 107.489 de los cuales 39.382 son hombres y mujeres de 20 a 35 años de edad los cuales 32,175 pertenecen a un estado civil solteros y el 22.812 son de etnia mestiza.

Por otro lado, Latacunga es una ciudad productiva en cuanto al sector textil, es así que es un mercado que ha demostrado ser competitivo, los mismos que tienen prioridad por los precios alternativos de productos. Sin embargo, existe una gran demanda de marcas y empresas que se dedican a la producción de indumentaria. Según el Directorio de Empresas INEC, 2018 las empresas legalmente establecidas y constituidas, que se dedican al sector textil y de confección del cantón Latacunga son en total 117 empresas pymes, las mismas que se dedican a la producción de prendas de vestir para un usuario femenino, masculino e infantil, ropa de trabajo, uniformes y textiles.

Por lo tanto, las empresas que se dedican a la producción de indumentaria y productos de moda locales, no saturan el mercado, sin embargo, hay que considerar la competencia de otras ciudades y de otros países.

Cabe destacar que el proyecto se enfoca en la preservación del medio ambiente y por lo tanto en la ciudad de Latacunga no existe competencia directa, por tal razón, el proyecto se ubicará en una ciudad que tiene posibilidad de posicionarse en el mercado.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (*benchmarking*)

Para determinar la competencia, se ha analizado a tres marcas locales que están ubicadas en el Mall Maltaría Plaza en la ciudad de Latacunga, las mismas que manejan un estilo casual urbano tanto para género masculino como femenino.

SOHO

La marca ecuatoriana Soho cuenta con 3 tiendas físicas, dos ubicadas en Latacunga y una en Salcedo. La marca maneja un estilo casual con un toque urbano, lanza colecciones de acuerdo a las tendencias de moda, sus colecciones siempre son en colores terrosos y mates, maneja en algunas prendas estampados y sublimados, esta direccionada a un consumidor femenino y masculino.

Soho ofrece productos en su gran mayoría indumentaria femenina y masculina, entre las prendas que ofrece están; abrigos, chaquetas chompas, camisas, buzos, camisetas, vestidos, blusas, pantalones vaqueros, shorts entre otros. También comercializa accesorios tales como carteras, bolsos, mochilas y gorras, además también comercializan calzado. Todos sus productos son elaborados con materiales de calidad.

El precio que maneja la marca es desde \$ 10 prendas básicas como camisetas, buzos, top, y hasta \$ 85 prendas grandes como abrigos, chompas de invierno, etc. Son precios asequibles para sus consumidores. La marca maneja un marketing digital a través de las redes sociales más utilizadas hoy en la actualidad, Facebook e Instagram

es una manera rápida para llegar al consumidor con información sobre sus nuevas colecciones y nuevos productos.

ETAFASHION

Es una marca ecuatoriana que tiene diversas tiendas en todo el país, se la conoce más por ser una cadena líder en retail. El desarrollo de colecciones se lleva a cabo de acuerdo a las tendencias de moda, colores y estilos. La marca lleva consigo la investigación del mercado con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor, ya que el cliente es el pilar fundamental del desarrollo de las actividades de comercialización.

En cuanto a productos la marca ofrece una amplia gama de accesorios, calzado e indumentaria masculina, femenina e infantil, entre las prendas que comercializa la marca son: chaquetas, abrigos, camisetas, buzos, chompas, pantalones vaqueros, shorts, faldas, enterizos entre otras prendas.

El objetivo de la marca es tener una excelente relación costo-calidad, el precio de las prendas van desde \$10 hasta los \$80 dependiendo la prenda. Etafashion maneja un marketing digital a través de redes sociales principalmente en Facebook e Instagram en donde tiene miles de seguidores. Realiza su publicidad mediante radio y televisión para llegar de una manera más rápida a sus clientes.

Para Etafashion la innovación y la tecnología son recursos que ayudan a mejorar la producción y por ello satisfacer las necesidades del usuario de una manera eficiente.

RM

Es una marca y una cadena de tiendas de ropa, cuenta con 29 puntos de venta en el Ecuador, tiene apenas 13 años en el mercado del país. Las colecciones de RM están enmarcadas en las últimas tendencias de moda. La marca maneja un estilo casual y urbano para diferentes edades.

En cuanto a sus productos ofrece una amplia diversidad de categorías como ropa para hombre, mujer, infantil, bebe, ropa interior, calzado, accesorios, hogar y tecnología, siempre trata de que su producto tenga un gran nivel de calidad. En indumentaria ofrece prendas de vestir como; abrigos, chaquetas, chalecos, camisas,

camisetas, buzos, vestidos, enterizos, monos, shorts, pantalones entre otras prendas más.

Respecto al precio se maneja desde \$10 hasta \$ 70 dependiendo de la prenda. Al igual que las otras marcas maneja un marketing digital a través de las redes sociales de Facebook, Instagram y en su página web, en el cual postea promociones y nuevas colecciones, llegando así de una manera virtual a sus clientes.

La marca se basa en satisfacer las necesidades de sus clientes de retail de moda ofreciendo productos de calidad con una buena relación costo beneficio y una experiencia de compra incomparable. La marca también permite comprara online.

Las marcas mencionadas anteriormente no soy una competencia directa, ya que específicamente no realizan prendas similares al patchwork, simplemente son marcas de ropa casual.

3.2. Análisis interno

Es importante analizar los recursos propios y disponibles para la ejecución del proyecto, ya que ayudará a desarrollar de una mejor manera cada fase del proyecto hasta llegar a obtener un producto competitivo en el mercado. Para ello se analizará los recursos humanos, económicos, materiales y tecnológicos.

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles

Recursos humanos

Para el desarrollo del proyecto los recursos humanos son de vital importancia, es por ello que se contará con seis colaboradores en la empresa los cuales son; un diseñador de modas que desarrolle todas las etapas de diseño, partiendo desde la investigación hasta la etapa de patronaje, un cortador quien será el encargado de cortar todas las piezas de cada colección en serie que se produzca, dos operarias quienes serán las encargadas de confeccionar las prendas. En el área de acabados también se necesitará una operaria la misma que realice los acabados de las prendas. Se contratará un diseñador gráfico al cual se le pagará por sus servicios profesionales, el cual desarrollará actividades de publicidad y *marketing*.

Recursos económicos

Para la producción en serie de colecciones que la empresa desarrollará, los recursos económicos serán un capital propio, se invertirá una base de \$ 4.000 para cubrir los gastos de compra de materiales e insumos, gastos de producción y comercialización, para cubrir gastos de servicios básicos de agua, luz e internet.

Recursos materiales

Los recursos materiales para el desarrollo del proyecto se adquirirán mediante la donación de mermas textiles que son desechadas por el sector textil y confección de la ciudad de Latacunga. Los textiles para forros se adquirirán en las tiendas de textiles Novatex y Kaltex. En cuanto a insumos se comprará hilos, agujas, botones, broches, cierres, etc. Los insumos se comprarán en el bazar el Costurero, y si es necesario se comprarán en otros bazares.

Recursos tecnológicos

Los recursos tecnológicos son de vital importancia para la ejecución del proyecto ya que desde el inicio hasta el final se va a utilizar una computadora para la investigación, programas de diseño como *Audaces*, *Illustrator* y *Photoshop*, y para realizar *marketing* y publicidad, también se hará uso de un celular inteligente para comunicar o tomar fotografías del proceso de producción.

3.2.2. Análisis Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta que permite analizar las ventajas competitivas de una empresa. Permite entender la descripción de cada proceso que conlleva un producto o servicio, permitiendo así evaluar con mayor precisión cada etapa del producto y así poder añadir un valor. Para el desarrollo de una colección de indumentaria en serie es necesario cumplir procesos tales como; investigación, diseño, confección y comercialización, es por ello que es importante analizar y entender cada uno de estos eslabones.

3.2.2.1. Eslabón de investigación y desarrollo

La investigación es fundamental en el diseño es por ello que se debe investigar al usuario o consumidor objetivo para saber sus gustos y preferencias, para así diseñar un producto acorde a sus necesidades y por ello que el producto pueda satisfacer sus necesidades de una manera eficiente y eficaz. Se debe también investigar sobre el perfil de consumidor, esta investigación al igual que la del usuario es de vital importancia para el desarrollo del proyecto ya que ayudará a definir sobre que parámetros se debe diseñar la colección.

Es importante también investigar al mercado al cual se va a dirigir la colección, ya que el mercado está siempre en constantes cambios y por ello el producto debe estar en constante innovación.

3.2.2.2. Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima

El eslabón de materiales y materia prima es fundamental para llevar a cabo el desarrollo de la etapa de producción de colecciones en serie que desarrollará la empresa. Es por ello que a continuación en la tabla 2 se detallará las empresas del sector textil y de confección de las cuales se va a proveer mermas textiles, y también un bazar en la cual se va a comprar los insumos.

Tabla 2:

Proveedor de mermas textiles 1

SANDY SPOR

Empresa que confecciona indumentaria deportiva y uniformes, desecha 4 sacos de mermas textiles al mes.

Ubicación: Calle Calixto Pino y Sánchez de Orellana, Latacunga

Teléfono: 0983251385

Tabla 3:

Proveedor de mermas textiles 2

IMAGEN

Empresa dedicada a la producción de indumentaria casual y formal, también fabrican colchas taurinas y cintas para reinas, desechan 3 sacos de mermas textiles al mes.

Ubicación: Calle 2 de Mayo y Juan Abel Echeverría, Latacunga

Teléfono: 0980296335

Tabla 4:

Proveedor de mermas textiles 3

CONFECCIONES MOLINA

La empresa confecciona ropa casual y formal, desechan de 3 a 4 sacos de mermas textiles al mes.

Ubicación: Calle 2 de Mayo y Juan Abel Echeverría, Latacunga

Teléfono: 0993353861

Tabla 5:

Proveedor de insumos

BAZAR EL COSTURERO

Insumos para indumentaria, marroquinería, manualidades. Hilos, cierres agujas, cordones, botones, broches, herrajes, cintas, etc. Posee un sinfín de insumos para la confección de indumentaria.

Ubicación: Calle Guayaquil y Quito, Latacunga

Teléfono: 0983365011

Tabla 6:

Proveedor de textiles (forros)

KALTEX

Textiles para fabricar todo tipo de indumentaria, telas para forros, telas sastres, telas deportivas, etc.

Ubicación: Av. Amazonas y Calixto Pinos, Latacunga

Teléfono: (03)2721514

3.2.2.3. Eslabón de la producción

El eslabón de producción en serie del proyecto consta de cuatro etapas importantes las misma que son: patronajes, corte, confección y acabados, estas etapas se deben realizar con un control de calidad minucioso de cada una de ellas, ya que de estas etapas de producción dependerá la calidad del producto. Además, se implementará una etapa más la cual es la creación de un textil que se construirá a base de mermas textiles a través de la técnica *patchwork*.

La construcción del textil a base de mermas desechadas será realizada de forma artesanal por dos operarias que manejarán el área de confección. La etapa de patronaje se realizará en programas de audaces patrones por un diseñador de modas, luego de esta etapa se proseguirá con el tendido y el corte que lo realizará un cortador, una vez cortada las piezas pasará a la etapa de confección siguiendo los parámetros de la ruta operativa, y finalmente se realizará la etapa de acabados por una operaria y el control de calidad lo realizará un asistente de control de calidad.

Además, para la etapa de producción del desarrollo de colecciones en serie se incorporará maquinaria adecuada y especializada tales como maquina recta, maquina overlock de tres hilos y plancha.

3.2.2.4. Eslabón de comercialización

El eslabón de comercialización es la etapa que impulsa el éxito en una empresa, es muy importante saber cómo llegar al consumidor de una manera rápida e impactante. En la actualidad la tecnología es una herramienta muy útil que ayuda a generar publicidad de una manera innovadora y creativa.

La estrategia que se ha planteado para la comercialización de la producción en serie de la empresa es la publicidad la cual se manejará a través de redes sociales como Facebook e Instagram ya que son plataformas más utilizadas en la actualidad, y en las cuales se publicará las últimas colecciones por temporada, esta estrategia de publicidad será ejecutada por un diseñador gráfico.

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Estudio de público objetivo

Para el desarrollo de este proyecto se necesita relevar información sobre el usuario que será definido como público objetivo y a su vez sobre las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi. Las características del grupo objetivo en el usuario son que sean de la ciudad de Latacunga, rango de edad de 25 a 30 años, de género masculino y femenino, estado civil solteros, y que pertenezca a la etnia mestiza. En cuanto a las características de las empresas son empresas medianas que se dedican al sector textil y de confección, que trabaje con tejido plano y de punto.

4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista

Encuesta

Objetivo: Analizar datos generales y preferencias del grupo objetivo para el desarrollo de una colección de indumentaria.

1. Edad

20-25 años

25-30 años

30-35 años

Otro

2. Género

Femenino

Masculino

Otro

3. Estado civil

Soltero

Casado

Divorciado

Unión libre

Otro

4. ¿Qué prendas superiores utiliza con frecuencia?

Abrigo

Chaqueta

Chompa

Chaleco

5. ¿Qué colores prefiere para sus prendas?

Cálidos

Fríos

Terrosos

Mates

Pasteles

Otra

6. ¿Tiene usted conocimiento sobre la técnica patchwork aplicada en la indumentaria?

Si

No

7. ¿Conoce usted las consecuencias que causa el sector textil al medio ambiente?

Si

No

8. ¿Es importante para usted el cuidado del medio ambiente?

Si

No

9. ¿Qué estrategias practica usted para el cuidar y conservar el medio ambiente?

Reutilizar prendas

Utilizar prendas sostenibles

Reciclar

Separar la basura

Plantar árboles

10. ¿Le gustaría adquirir prendas amigables con el medio ambiente?

Si

No

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir amigable con el medio ambiente?

\$ 20

\$ 30

\$ 40

Entrevista a empresas del sector textil y de confección

Objetivo: Obtener información sobre la cantidad y el tipo de mermas textiles que son desechadas por las empresas del sector textil de Cotopaxi.

Fecha:

Nombre de la empresa:

Nombre del gerente de la empresa:

Ubicación:

Teléfono:

Correo electrónico:

1. ¿Cuál es la cantidad de producción de indumentaria que generan al mes?

2. ¿Qué tipo de tejido emplea para la producción de indumentaria, tejido plano o de punto?

3. ¿De los textiles naturales, artificiales y sintéticos, cuales son los textiles que más se desechan?

4. ¿Cuál es la cantidad de mermas textiles que son desechadas al mes?

5. ¿Por qué motivo son desechados dichas mermas textiles?

6. ¿Cuál es el destino final de las mermas textiles que son desechadas por la empresa?

7. ¿La empresa posee algún sistema de reciclaje?

8. ¿Cuál es el aporte que la empresa hace para conservar el medio ambiente?

4.2. Selección de la muestra

Población

Se ha determinado una unidad de observación las cuales son las empresas medianas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi, y una unidad de análisis que son los usuarios a quien se va a dirigir la colección de indumentaria en este caso a usuarios de la provincia de Cotopaxi.

Población Diana

Las empresas medianas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi son una población finita ya que se ha determinado 52 empresas que se dedican a la producción de indumentaria asociadas a la cámara de comercio de Cotopaxi.

Los usuarios a quien se va a dirigir la colección de indumentaria es una población finita ya que se ha determinado a un usuario masculino y femenino de un rango de edad de 25 a 30 años de edad de la provincia de Cotopaxi, los mismos que son solteros y casados, los cuales pertenecen a una etnia mestiza. Según el Fascículo Provincial de Cotopaxi del último censo del año 2010, se suman un total de 22,812 personas con el rango de edad de 25 a 30 años, solteros y casados de raza mestiza.

Cálculo de la muestra de empresas

Son 52 Empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi asociadas a la cámara de comercio.

Cálculo de muestra de empresas de confección de indumentaria en Latacunga: 18

Cálculo de empresas que trabajan con tejido plano: 3

Calculo de la muestra: 3

Cálculo de la muestra de usuarios

Total, de la población de la ciudad de Latacunga: **107.489**

Total, de hombres y mujeres de un rango de edad de 20 a 35 años: **39. 382**

Total, de casados y solteros: **32.175**

Total, de etnia mestiza: **22.812**

Cálculo de muestra: 97

Criterios de la muestra de empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi

Empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi con una producción activa de prendas de vestir que empleen tejido de punto para la producción de indumentaria, las mismas que desechen mermas textiles.

Criterios de la muestra de usuarios

Usuario masculino y femenino de un rango de edad de 25 a 30 años de edad que residan en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, los mismos que sean solteros y casados, que pertenezcan a la etnia mestiza. Con un nivel de estudio de 3 nivel, o en proceso de estudio.

Unidades de observación y/o unidades de análisis

La unidad de observación en este caso son las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi ya que se va hacer una observación del tipo y la cantidad de mermas textiles que son desechadas por dichas empresas, para que las mermas textiles sean utilizadas para el desarrollo de una colección de indumentaria.

La unidad de análisis en este caso es el usuario ya que la presente colección se va a dirigir a un usuario de la provincia de Cotopaxi, y por lo tanto se necesita analizar los gustos y preferencias del usuario, y entre otros aspectos importantes.

Muestreo no probabilístico por conveniencia

El muestreo por conveniencia se hará a empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi que cumplan con los criterios de nuestra.

Criterios de las empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi, deben cumplir con una producción activa de prendas de vestir que empleen tejido de punto para la producción de indumentaria, las mismas que desechen mermas textiles.

El muestreo por conveniencia también se ha establecido para los usuarios de la provincia de Cotopaxi los mismo que deben cumplir con los criterios de muestra establecidos.

Los criterios del usuario establecidos deben ser de un género masculino y femenino de un rango de edad de 25 a 30 años de edad que residan en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, los mismos que sean solteros, que pertenezcan a la etnia mestiza. Con un nivel de estudio de 3 nivel, o en proceso de estudio.

4.3. Técnicas de estudio

Diseño generalizador integrado-Víctor Papanek

Para el presente proyecto se aplicó el método Diseño Generalizador Integrado desarrollado por Víctor Papanek. Está enfocado en un diseño social y ecológico, también se caracteriza por ser intelectual e intuitivo. Se basa en cubrir verdaderas necesidades económicas, psicológicas, espirituales, tecnológicas e intelectuales, sin generar otras necesidades. Este diseño generalizador integrado parte desde el problema en específico o general, en el cual tiene mayor importancia el desarrollo de la idea planteada. (Vilchis, 1998)

En este método existe un eslabón entre el hombre y el medio ambiente, dando lugar así al diseño generalizado integrado, por tal razón se genera una aproximación entre la forma y la función. Lo que pretende Papanek con este método es que el diseño sea responsable ante la ecología y la sociedad, que logre un máximo valiéndose de lo mínimo, que se consuma lo necesario, en sí que el diseño sea revolucionario y radical. (Vilchis, 1998)

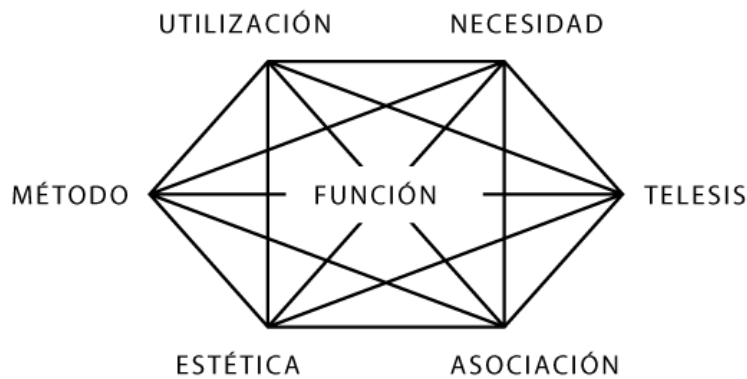


Figura 9: Diagrama del complejo funcional

Fuente: Dokumen, 2010

Método

Esta fase se basa en la interacción de herramientas, tratamientos y materiales que se utilizarán. En el proyecto se implementará materiales óptimos, económicos y eficientes, mediante la implementación de procesos de reciclaje de mermas textiles que son desechadas por las empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi, las mismas que se implementarán como materia prima para construir un textil, a través de una de las técnicas del *patchwork* y con la utilización de este textil elaborar una colección de indumentaria, con el fin de aportar al cuidado del medio ambiente. Para esta fase se ha implementado la herramienta de ficha de observación de las diferentes técnicas del *patchwork*.

Utilización

En esta fase se analiza si el producto sirve o no. En cuanto al proyecto en esta fase se analizará y seleccionará el tipo de mermas textil que se utilizará para crear un nuevo textil. Para la selección de las mermas textiles se analizará si es de tejido plano o de punto, si es una fibra natural, sintética o artificial. Para ello se ha hecho una entrevista a los dueños de las empresas para obtener información sobre las mermas textiles.

Necesidad

En esta fase se busca satisfacer una verdadera necesidad social, económica, ambiental, tecnológica, psicológica e intelectual. Dentro del proyecto la necesidad ha surgido mediante la problemática que se ha planteado, la misma que es la contaminación ambiental causada por las grandes cantidades de mermas textiles que son desechadas por empresas de sector textil y de confección de Cotopaxi. Y se ha tomado en cuenta la necesidad que tiene el consumidor de ayudar a conservar el medio ambiente para que futuras generaciones tenga un planeta menos contaminado. En esta fase se ha utilizado la herramienta de encuesta a los usuarios para saber sobre el interés que tienen al comprar ropa sostenible y el aporte que ellos hacen para combatir la contaminación ambiental.

Telesis

Esta fase consiste en el reflejo de las condiciones que da lugar a un diseño para que el mismo se ajuste al orden socioeconómico en donde va a actuar. Evitando así el consumismo. En cuanto al proyecto se diseñará una colección de indumentaria que estará centrada en un contexto actual, el mismo que se comercializará en la región sierra, óptimo para un clima frío, esta colección estará dirigida a un usuario femenino/masculino de un rango de edad de 25 a 30 años, el cual tiene interés por adquirir indumentaria amigable con el medio ambiente, y por lo tanto ser un usuario que se preocupa por conservar un mejor planeta. Para obtener esta información se ha realizado una ficha de usuario.

Asociación

Esta fase consiste en el condicionamiento psicológico que genera simpatía o antipatía ante un valor dado. En el proyecto se determinará si el usuario al portar una prenda sostenible es empático o no con el medio ambiente ya que la indumentaria se fabricará con mermas textiles que son desechadas por el sector textil, permitiendo entender la sensibilidad y las emociones del usuario con el ambiente que lo rodea, aprender de él y principalmente aprender a respetarlo y cuidarlo. Para ello se ha hecho una encuesta a la muestra de la población.

Estética

En esta fase se configura las formas y colores. En el presente proyecto se diseñará indumentaria basándose en el perfil usuario, en cuanto a texturas, formas y colores se combinarán de acuerdo a una de las técnicas del *patchwork*. Como herramienta se utilizará moodboard y paneles creativos.

4.3.1. Cuantitativas

En la investigación cuantitativa se realizarán encuestas a usuarios que estén interesados en adquirir indumentaria sostenible, utilizando como materia prima las mermas textiles, para formar un nuevo textil, las mismas que se construirán a partir de la técnica del *patchwork*, y así saber si el usuario tiene interés en aportar a la conservación del medio ambiente y en adquirir productos sostenibles, esto ayudará a saber si tendrá aceptación la indumentaria que se confeccionará, para ello se va a utilizar encuestas y cuestionarios, en donde se va a realizar preguntas específicas.

4.3.2. Cualitativas

En cuanto a la investigación cualitativa, se realizarán entrevistas a empresarios del sector textil y de confección que quieran hacer un aporte a la conservación del medioambiente, mediante la donación de mermas textiles, además ayudará a tener una idea clara sobre si es adecuado o no el manejo de mermas textiles en la creación de indumentaria. El objetivo de esta investigación será obtener información sobre la cantidad de mermas textiles que desechan las empresas y generar estrategias para contribuir a la preservación del medio ambiente.

4.4. Elaboración e interpretación de datos

Tabulación de datos-encuesta

Objetivo: Analizar datos generales y preferencias del grupo objetivo para el desarrollo de una colección de indumentaria.

Tabla 7:

Edad

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
20-25 años	35	36,1 %
25-30 años	47	48,5%
30-35 años	15	1,5%
TOTAL	97	100%

Edad
97 respuestas

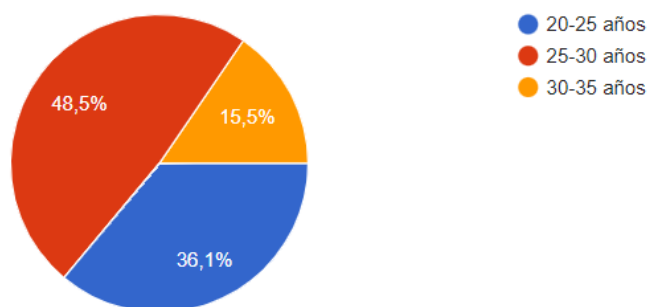


Figura 10: Edad

Fuente: Encuesta

Análisis

De las personas encuestadas el 48,5% son de un rango de edad de 25 a 30 años, mientras que el 36,1% tienen un rango de edad de 20 a 25 años, y finalmente el 15,5% son de 30 a 35 años.

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayor parte de personas pertenecen a un rango de edad de 25 a 30 años, los mismo que están interesados en una colección de indumentaria sostenible.

Tabla 8:

Género

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Masculino	45	46,4 %
Femenino	52	53,6%
TOTAL	97	100%

Género

97 respuestas

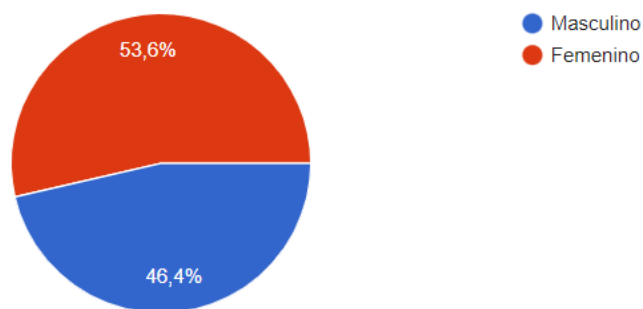


Figura 11: Género

Fuente: Encuesta

Análisis

El 53,6% de las personas encuestadas son de género femenino y el 46,4% son de género masculino.

Interpretación

En base a los datos obtenidos se plantea que la mayor parte son de género femenino, y el resto pertenecen al género masculino, los cuales ambos géneros tienen interés por indumentaria sostenible.

Tabla 9:

Estado civil

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Soltero	85	87,6 %
Casado	9	9,3 %
Divorciado	0	0%
Unión libre	3	3.1%
TOTAL	97	100%

Estado civil

97 respuestas

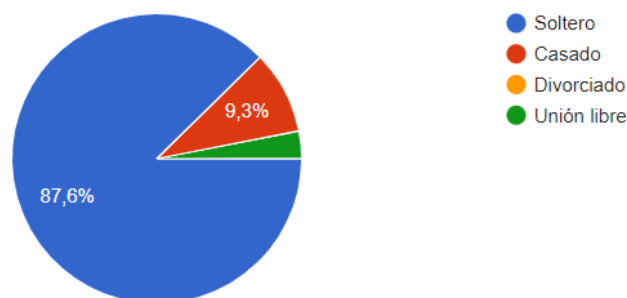


Figura 12: Estado civil

Fuente: Encuesta

Análisis

De las personas encuestadas el 87,6% son de un estado civil soltero, el 9,3% son casados, mientras que el 3.1% viven en unión libre, y el 0% son divorciados.

Interpretación

Acorde a los datos recopilados la mayor parte de personas encuestadas son solteras, es por ello que dicha colección va a ser dirigido para personas solteras.

Tabla 10:

¿Qué prendas superiores utiliza con frecuencia?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Abrigo	42	43,3 %
Chaqueta	17	38,1 %
Chompa	37	17,5 %
Chaleco	1	1%
TOTAL	97	100%

¿Qué prendas superiores utiliza con frecuencia?

97 respuestas

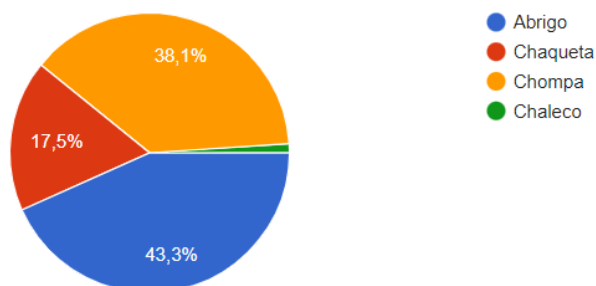


Figura 13: ¿Qué prendas superiores utiliza con frecuencia?

Fuente: Encuesta

Análisis

En un porcentaje de 43,3% de la población encuesta utiliza con frecuencia abrigos, el 31,8% utiliza chompa, mientras que el 38,1% utiliza chaqueta y el 1% utiliza chaleco.

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos la gran mayoría de personas utiliza con frecuencia abrigos y chompas, lógicamente porque en la ciudad de Latacunga es un

clima frío y por ende necesitan de prendas que satisfagan su necesidad de cubrirse del frío.

Tabla 11:

¿Qué colores prefiere para sus prendas?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Cálidos	17	17,5 %
Fríos	29	29,9 %
Terrosos	16	16,5 %
Mates	29	29,9%
Pasteles	6	6,2%
TOTAL	97	100%

¿Qué colores prefiere para sus prendas?

97 respuestas

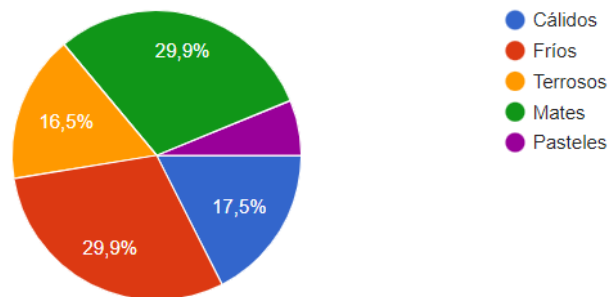


Figura 14: ¿Qué colores prefiere para sus prendas?

Fuente: Encuesta

Análisis

El 29,9% de las personas prefiere que sus prendas sean de colores fríos, el otro 29,9% prefieren colores mates, el 17,5% prefieren colores cálidos, mientras que el 16,5% prefieren colores terrosos y el 6,2% prefieren colores pasteles.

Interpretación

En consideración con los datos obtenidos se puede determinar que la mayor parte de personas encuetadas prefieren que sus prendas sean de colores fríos y mates, por tal razón la colección de indumentaria se desarrollara en dichos colores.

Tabla 12:

¿Tiene usted conocimiento sobre la técnica patchwork aplicada en la indumentaria?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	35	36,1 %
No	62	63,9%
TOTAL	97	100%

¿ Tiene usted conocimiento sobre la técnica patchwork aplicada en la indumentaria?

97 respuestas

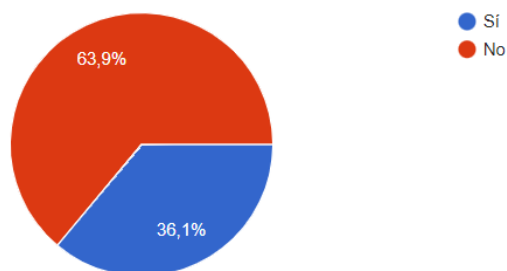


Figura 15: ¿Tiene usted conocimiento sobre la técnica patchwork aplicada en la indumentaria?

Fuente: Encuesta

Análisis

En su mayoría el 63,9% de las personas no tienen conocimiento sobre la técnica patchwork aplicada en la indumentaria, mientras que el 36,1% si tiene conocimiento sobre la técnica patchwork.

Interpretación

En base a los datos obtenidos se puede determinar que la mayor parte de encuestados desconoce sobre la técnica *patchwork* y la minoría tiene conocimiento sobre dicha técnica, es así que la colección va a ser una nueva propuesta de diseño.

Tabla 13:

¿Conoce usted las consecuencias que causa el sector textil al medio ambiente?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	75	22,7 %
No	22	77,3%
TOTAL	97	100%

¿ Conoce usted las consecuencias que causa el sector textil al medio ambiente?

97 respuestas

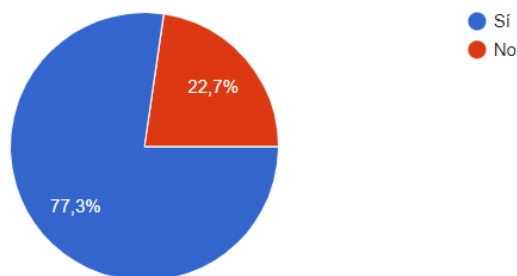


Figura 16: ¿Conoce usted las consecuencias que causa el sector textil al medio ambiente?

Fuente: Encuesta

Análisis

El 77,3% de las personas encuestadas conocen las consecuencias que causa el sector textil al medio ambiente, y el 22,7% no conoce sobre las causas del sector textil al medio ambiente.

Interpretación

Acorde a los datos recopilados se define que la mayor parte de los encuestados si conoce sobre las consecuencias que genera el sector textil al medio ambiente. Es así que al desarrollar una colección de indumentaria con mermas textiles ayudaría a la conservación del medio ambiente.

Tabla 14:

¿Es importante para usted el cuidado del medio ambiente?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	96	99 %
No	1	1%
TOTAL	97	100%

¿ Es importante para usted el cuidado del medio ambiente?

97 respuestas

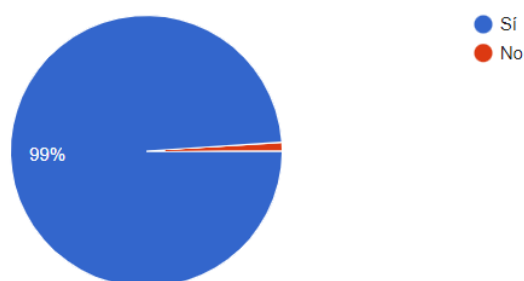


Figura 17: ¿Es importante para usted el cuidado del medio ambiente?

Fuente: Encuesta

Análisis

Existe el 99% de las personas encuestadas que considera importante el cuidado del medio ambiente, mientras 1% considera que no es importante el cuidado al medio ambiente.

Interpretación

En su gran mayoría de acuerdo a los datos obtenidos las personas consideran que el cuidado del medio ambiente es importante, por tal razón, se va a utilizar las mermas textiles que son desechadas, para así aportar al cuidado del medio ambiente.

Tabla 15:

¿Qué estrategias practica usted para el cuidar y conservar el medio ambiente?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Reutilizar prendas	10	10,3 %
Utilizar prendas sostenibles	24	24,7 %
Reciclar	55	56,7 %
Separar la basura	6	6,2%
Plantar árboles	2	2,1%
TOTAL	97	100%

¿Qué estrategias practica usted para cuidar y conservar el medio ambiente?

97 respuestas

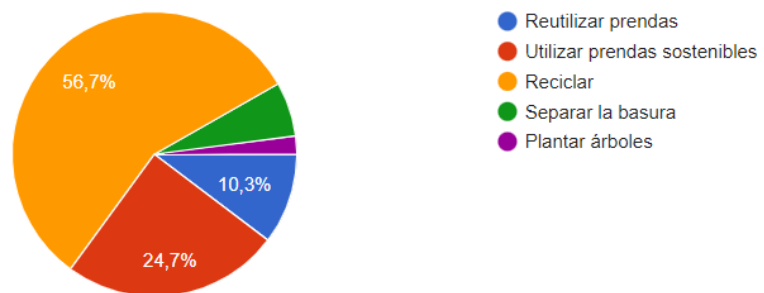


Figura 18: ¿Qué estrategias practica usted para cuidar el medio ambiente?

Fuente: Encuesta

Análisis

El 56,7% de las personas encuestadas aplica la estrategia del reciclaje, el 24,7% utiliza prendas sostenibles, el 10,3% reutiliza prendas, mientras que el 6,2% separa la basura y el 2,1% plantan árboles.

Interpretación

Según las respuestas obtenidas se puede determinar que las personas emplean la estrategia de reciclar para cuidar y conservar el medio ambiente. Sin embargo, también plantean estrategias sostenibles como; utilizar prendas sostenibles y reutilizar prendas.

Tabla 16:

¿Le gustaría adquirir prendas amigables con el medio ambiente?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	96	99 %
No	1	1%
TOTAL	97	100%

¿Le gustaría adquirir prendas amigables con el medio ambiente?

97 respuestas

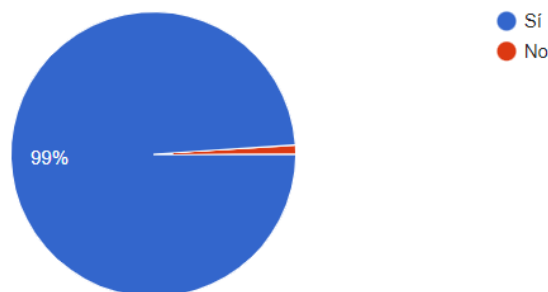


Figura 19: ¿Le gustaría adquirir prendas amigables con el medio ambiente?

Fuente: Encuesta

Análisis

Al 99% de las personas encuestadas le gustaría adquirir prendas sostenibles y el 1% no le gustaría adquirir prendas sostenibles.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos se define que a la mayor parte de personas encuestadas le gustaría adquirir prendas sostenibles, ya que están conscientes de los beneficios que generarían al medio ambiente al momento de comprarlas.

Tabla 17:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir amigable con el medio ambiente?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
\$20	9	9,3 %
\$30	57	32%
\$40	31	58,8%
TOTAL	97	100%

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir amigable con el medio ambiente?

97 respuestas

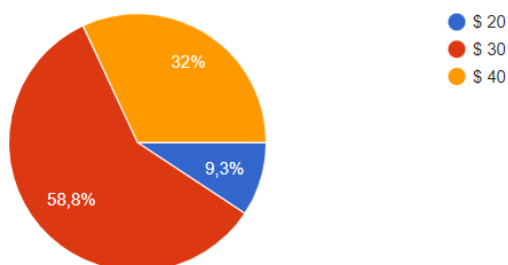


Figura 20: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir amigable con el medio ambiente?

Fuente: Encuesta

Análisis

El 58,8% de las personas encuestadas estaría dispuestos a pagar \$30 por una prenda de vestir sostenible, mientras que el 32% estaría dispuesto a pagar \$40 y el 9,3% estaría dispuesta a pagar \$20.

Interpretación

Se puede determinar en base a los resultados que en su gran mayoría las personas están dispuestas a pagar de \$30 a \$40 por una prenda de vestir amigable con el medio ambiente.

Categorías y triangulación de datos- entrevistas

Objetivo: Obtener información sobre la cantidad y el tipo de mermas textiles que son desechadas por las empresas del sector textil de Cotopaxi.

Entrevista empresa 1

Fecha: 29/10/2021

Nombre de la empresa: Sandy sport

Nombre del gerente de la empresa: Sandra Pumashuta

Ubicación: Calle Calixto Pino y Sánchez de Orellana-Latacunga

Teléfono: 0983251385

Entrevista empresa 2

Fecha: 29/10/2021

Nombre de la empresa: Imagen

Nombre del gerente de la empresa: Francisca Veintimilla

Ubicación: Calle 2 de Mayo y Juan Abel Echeverría-Latacunga

Teléfono: 0980296335

Entrevista empresa 3

Fecha: 29/10/2021

Nombre de la empresa: Confecciones Molina

Nombre del gerente de la empresa: Delia Calvopiña

Ubicación: Calle 2 de Mayo y Juan Abel Echeverría-Latacunga

Teléfono: 0993353861

Tabla 18:

Categoría de análisis

CATEGORÍA DE ANÁLISIS		
Categorías	Sub categorías	Enunciado
	Producción de indumentaria	Sobre producción de indumentaria
MEDIO AMBIENTAL		
	Moda sostenible	Crear una colección de indumentaria sostenible en base a la reutilización de mermas textiles.
	Tipo de textil	Textiles naturales, sintéticos, artificiales

	Empresas del sector textil	Identificar empresas del sector textil de Cotopaxi que desechen mermas textiles.
TÉCNICO	Técnica patchwork	Incorporar técnicas que ayuden a la construcción de un textil con la utilización de mermas textiles.
	Sistema de reciclaje de mermas textiles	Clasificación de mermas textiles por tipo de tejido.

Tabla 19:

Interpretación de datos

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

PREGUNTAS	RESPUESTAS DE LOS INFORMANTES			SÍNTESIS INTEGRAL
	EMPRESA 1	EMPRESA 2	EMPRESA 3	
1. ¿Cuál es la cantidad de producción de indumentaria que generan al mes?	La producción de indumentaria que se confecciona es de 800 prendas al mes.	La producción de indumentaria mensual es de 600 prendas al mes.	La producción de indumentaria que se confecciona es de 300 prendas al mes.	La producción de indumentaria producida al mes va desde 800 a 300 prendas.
2. ¿Qué tipo de tejido emplea para la producción de indumentaria, tejido plano o de punto?	Se emplea dos tipos de tejido, el de punto para ropa deportiva, y el tejido plano para ropa casual, uniformes y también ropa deportiva.	Se emplea en su gran mayoría tejido plano.	Se emplea un tejido plano para la confección de ropa formal y casual.	Emplean en su gran mayoría tejido plano.
3. ¿De los textiles naturales, artificiales y sintéticos, cuales son los textiles que más se desechan?	El textil que más se utiliza para confeccionar indumentaria es el textil sintético.	El textil que más se utiliza para la producción es el textil sintético.	El textil que más se utiliza y por ello se desechan son más textiles sintéticos, y una minoría de textiles naturales.	El textil que más emplean las empresas son textiles sintéticos.

<p>4. ¿Cuál es la cantidad de mermas textiles que son desechadas al mes?</p>	<p>4 sacos grandes de mermas textiles.</p>	<p>4 sacos grandes de mermas textiles.</p>	<p>Se desecha un aproximado de 3 sacos grandes de mermas textiles.</p>	<p>Las empresas desechan de 4 a 3 sacos grandes de mermas textiles</p>
<p>5. ¿Por qué motivo son desechados dichas mermas textiles?</p>	<p>Son desechadas porque ya no sirve para cortar ninguna pieza.</p>	<p>Porque son retazos de telas que ya no sirven para la confección</p>	<p>Porque son retazos textiles pequeños que ya no se puede utilizar.</p>	<p>Son textiles que ya no sirven para cortar ningún patrón.</p>
<p>6. ¿Cuál es el destino final de las mermas textiles que son desechadas por la empresa?</p>	<p>Una vez recogidas las mermas textiles en un saco son desechadas en la basura.</p>	<p>Los desechos textiles finalmente terminan en la basura.</p>	<p>Las mermas textiles son desechadas a la basura.</p>	<p>El destino final de mermas textiles son en la basura.</p>
<p>7. ¿La empresa posee algún sistema de reciclaje?</p>	<p>Se recicla solo mermas textiles de punto para luego hacer guaipe.</p>	<p>La empresa no implementa ningún tipo de sistema de reciclaje.</p>	<p>No posee ningún sistema de reciclaje</p>	<p>Solo reciclan mermas textiles de punto.</p>
<p>8. ¿Cuál es el aporte que la empresa hace para conservar el medio ambiente?</p>	<p>Recicla mermas textiles de punto, para generar guaipe.</p>	<p>En particular no tiene ningún aporte.</p>	<p>Ningún aporte</p>	<p>Ningún aporte, en específico.</p>

4.5. Conclusiones

En base al análisis e interpretación de datos se concluye que los usuarios de un rango de edad de 25 a 30 años de género femenino y masculino de estado civil solteros, utilizan con frecuencia abrigos, por el hecho que en la ciudad de Latacunga siempre se mantiene un clima frío.

De igual manera se ha determinado que los usuarios tienen conocimiento sobre las causas que genera el sector textil al medio ambiente, y por ello consideran importante el cuidado del medio ambiente. Como parte de una estrategia sostenible están dispuestos a adquirir indumentaria sostenible, la misma que se desarrollará a través de la técnica *patchwork*.

En base a los datos recopilados de las empresas entrevistadas se puede concluir que las empresas tienen un nivel de producción mensual aproximadamente de 800 a 300 prendas, las mismas que en su gran mayoría son de tejido de punto. En una gran parte estas empresas emplean textiles sintéticos los mismo que son perjudiciales para el medio ambiente. Las empresas desechan al mes de 4 a 3 sacos grandes de mermas textiles, dichas mermas son desechadas a la basura porque ya no sirven para cortar ningún patrón, es así que su destino final es en la basura. En una sola empresa reciclan textiles de tejido de punto para hacerlo guaipe.

Entre las 3 empresas entrevistadas, solo una de ellas recicla textiles de tejido de punto, mientras que el tejido plano es desechado a la basura. Es así que en general ninguna empresa posee un sistema de reciclaje. Es por ello que las empresas están dispuestas a donar las mermas textiles que generan al mes para ayudar al cuidado del medio ambiente, dichas mermas se utilizaran para crear un textil, mediante técnicas sostenibles, para así crear una colección de indumentaria.

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1. Cronograma de producción

Para la ejecución del proyecto es necesario elaborar un cronograma de producción tomando en cuenta las diferentes fases del diseño detallando de forma puntual como se van a desarrollar cada una de las actividades, y distribuir las en un tiempo adecuado, con el fin de cumplir los objetivos planteados. A continuación, se detallará en la tabla 20 las actividades que se deben desarrollar para la producción en serie de una colección de indumentaria.

Tabla 20:

Cronograma de producción

Actividad	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Investigación: Perfil de consumidor, segmentación de mercado y materiales																
Diseño: Propuestas de diseño de colecciones de indumentaria																
Materiales e insumos: Adquisición de materiales e insumos																
Corte: Corte de las piezas del textil y de cada una de las																

Tabla 21:*Parámetros de control de calidad*

Parámetros de control de calidad		
Etapas	Actividades	Parámetros a cumplir
Materiales e insumos	Búsqueda y compra de materiales	<ul style="list-style-type: none"> • Textiles y mermas textiles de tejido plano • Hilos de alta tenacidad y lubricados. • Broches y cierres metálicos.
Patronaje	Realización de patrones de las prendas de la colección en serie	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción del textil a partir de las mermas. • Codificar las piezas • Cortar las piezas • Industrialización de patrones: código, nombre de la pieza, talla, número de piezas del patrón, número de piezas a cortar. • Señales de corte, doblado de tela, y sentido del hilo. • Verificar medidas acordes al cuadro de tallas, medidas de costura dependiendo el patrón.
Tendido y marcada	Tendida y marcada de los patrones a cortar	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar que el textil elaborado a partir de mermas textiles este bien construido en cada una de las piezas. • Colocar las piezas de una manera adecuada, sin generar mucho desperdicio. • Colocar la pieza acorde al sentido del hilo.

		<ul style="list-style-type: none"> • Evitar el uso de orillos
Corte	Corte de cada una de las piezas de las prendas de la colección	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un mantenimiento a la máquina de cortar previo al corte. • Cortar por la marcada del patrón • No disminuir ni aumentar al patrón • Cortar al sentido del hilo • Las piezas cortadas ubicar de manera ordenada
Confección	Armado de prendas de la colección	<ul style="list-style-type: none"> • Seguir correctamente los parámetros que están establecidos en la ficha de ruta operativa • Unir las piezas de acuerdo las medidas de tolerancia y costura • Coser con hilos de de alta tenacidad y lubricados • Coser con agujas de numeraciones adecuadas según el tipo de textil. • La puntada por pulgada debe ser de 8-10 • Utilizar guías y pies de máquina de acuerdo para un mejor terminado
Acabados y empaquetado	Pulido de hilos, supervisión de las prendas confeccionadas y empaquetado de la misma	<ul style="list-style-type: none"> • Control de costuras interiores y exteriores, hilos sueltos, costuras flojas, manchones, alguna quemadura en la prenda, caída de la prenda • Posición correcta de marquillas y etiquetas, en partes estratégicas que no cause molestias al cliente. • Planchado correcto

-
- Inspección final a la prenda al empaquetarla
-

5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto

Para la ejecución de una colección de indumentaria es necesario obtener equipos y una infraestructura amplia, para que el producto se desarrolle de una mejor manera para tener buenos resultados al final. En la siguiente tabla 22 se mostrará los equipos y recursos necesarios para el desarrollo de la colección.

Tabla 22:

Equipos e infraestructura

Áreas	Equipos y recursos
Área de diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora/Laptop con programas de diseño (Audaces, Ilustrador y Photoshop) • Libros, revistas • Material de papelería • Impresora • Celular inteligente • Escritorio • Equipos de internet
Área de patronaje	<ul style="list-style-type: none"> • Mesa de trazo • Cinta métrica y reglas de trazo • Papel, cartón • Lápiz, borrador, sacapuntas • Tijeras de papel, goma
Área de corte	<ul style="list-style-type: none"> • Mesa de corte • Tijeras de tela, cortadora eléctrica • Tiza, cinta métrica • Alfileres
Área de confección	<ul style="list-style-type: none"> • Maquina recta

	<ul style="list-style-type: none"> • Maquina overlock de 5 hilos • Maquina recubridora • Cortadora • Pies y guías de maquinas • Remachadora • Plancha • Percha con insumos de confección
Área de acabados	<ul style="list-style-type: none"> • Tijeras, pulidoras • Cinta métrica, medidor de puntadas por pulgada
Área de calidad y empaquetado	<ul style="list-style-type: none"> • Mesas • Maquillas, etiquetas • Materiales de empaquetado
Área de Bodega	<ul style="list-style-type: none"> • Estanterías de materiales e insumos, perchas de productos en stock.
Área de ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora, celular inteligente • Escritorio

5.4. Requerimientos de mano de obra

Para el desarrollo del proyecto se requiere de mano de obra calificada para las diferentes etapas de diseño y producción de la colección de indumentaria. En la siguiente tabla 23 se detallará la mano de obra necesaria para ejecutar este proyecto.

Tabla 23:

Requerimientos de mano de obra

Requerimiento de mano de obra		
Área	Mano de obra	Actividad
Diseño	1 Diseñador de modas	Diseño de colecciones de indumentaria, partiendo desde la

		investigación hasta la área de patronaje
Corte	1 Cortador	Cortador de piezas de la prenda
Confección	2 Operarias	Ensamblaje de la prenda
Acabados	1 Operaria	Planchar y pulir hilos
Publicidad de la marca	1 Diseñador gráfico	Diseño y manejo de la marca, publicidad en redes sociales y páginas web

5.5. Seguridad industrial y medio ambiente

Para el desarrollo de este proyecto es indispensable conocer sobre la seguridad industrial y el cuidado del medio ambiente para aportar al cuidado al medio ambiente y conservar un mejor planeta.

Seguridad industrial

Es importante que toda empresa cuente con la seguridad de sus trabajadores, es por ello que cada empresa debe incorporar normas que debe ser cumplidas. Dichas normas deben prevenir accidentes con la maquinaria o cualquier equipo que manipule el trabajador, por ello se debe dar indicaciones al trabajador sobre el manejo y funcionamiento de la maquinaria.

A continuación, se mencionará los derechos y obligaciones que tienen los trabajadores:

- Debe desarrollar cada una de sus actividades laborales en un ambiente de trabajo adecuado, garantizando así su salud, seguridad y bienestar.
- Tiene derecho a estar informados sobre los riesgos que tienen la actividad a desarrollar en su entorno laboral.
- Tienen derecho a informarse y tener formación constante sobre materia de prevención y protección de maquinaria para salvaguardar su salud.
- Todo trabajador tiene derecho a cambiar su puesto de trabajo por razones de salud, capacitación, reinserción y rehabilitación.

- Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones de seguridad en el lugar de trabajo que desarrollo sus actividades.
- Dar uso adecuado de los instrumentos y materiales de trabajo, así mismo como los equipos de protección.
- No manipular maquinarias, herramientas u otros elementos sin tener autorización y capacitación
- Cuidar su higiene personal, con el fin de prevenir contagios de enfermedad a los demás trabajadores, además debe cumplir con los chequeos periódicos de salud.
- No ingerir bebidas alcohólicas ni sustancias estupefacientes dentro de la empresa o áreas de trabajo.

A continuación, se mencionará las prohibiciones al empleador:

- Obligar a los trabajadores a desarrollar sus actividades laborales en ambientes insalubres, atentando contra su salud.
- Permitir a sus trabajadores que ejecuten sus actividades laborales en estado de embriagues o bajo acción de sustancias estupefacientes.
- Obligar al trabajador a desarrollar sus actividades laborales sin el uso de ropa y equipo de protección.
- Permitir a los trabajadores que manipulen maquinaria o herramientas sin ningún protocolo de protección.
- Permitir que el trabajador desarrolle actividades laborales riesgosas, sin a ver sido capacitado y entrenado antes.

Soluciones sostenibles

La industria de la moda es el segundo consumidor del agua, ya que genera el 20% de aguas residuales, expulsa medio millón de toneladas de microfibras sintéticas al océano por año, también genera de 8% a 10% de las emisiones de carbono. (UNEP, 2019)

Es por ello que este proyecto plantea estrategias sostenibles pensando en el cuidado o conservación del medio ambiente.

Una de estas soluciones sostenibles que se ha planteado es la reutilización de mermas textiles que desechan las empresas del sector textil de Cotopaxi, con el fin de crear una colección de indumentaria a través de la creación de un textil a base de mermas. Después de haber la fabricación de las prendas siempre existirán desechos, los mismos que tendrán una segunda reutilización.

Se ha planteado utilizar estos desechos reciclados, para la construcción de diferentes productos que sirvan como relleno y así aportar a la reducción de desechos textiles.

Estrategias de moda sostenible

En la empresa se incorporarán estrategias de moda sostenible las cuales son:

- Las etiquetas y el packaging se realizarán a partir de un material ecológico para contribuir al cuidado del medio ambiente.
- Se incorporará la estrategia de las 3R en la empresa, las mismas que son reducir, reciclar y reutilizar. Se reducirá la compra de materia prima e insumos innecesarias, se reciclará las mermas textiles y materiales de papelería. Los residuos textiles y material de papelería como cartones y papeles serán reutilizados.
- Reducir el impacto en producción y optimización de la distribución, para que esta estrategia se ejecute se evitará utilizar materiales contaminantes, uso de menos recursos, menos residuos y menor impacto ambiental durante el transporte y almacenamiento del producto.
- Como una estrategia de moda sostenible también se plantea reutilizar prendas que ya no se utilicen o que estén destinadas a la basura para darles una segunda utilidad, diseñando una prenda nueva, a través de la aplicación de las técnicas del *patchwork*.

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

En el presente proyecto se desarrollará una colección de indumentaria sostenible, dirigido para un usuario masculino y femenino. En la colección se incorporarán materiales, tales como las mermas textiles que son desechadas por las empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi, en base a estas mermas textiles se construirá un textil aplicado las diversas técnicas del *patchwork*. Esta colección de indumentaria contribuirá a la conservación del medio ambiente y, además, ayudará a satisfacer la necesidad del consumidor aportando a la conservación del planeta.

La colección se manejará bajo el concepto de comodidad y funcionalidad, ya que serán prendas básicas, pero su innovación se verá reflejada en la combinación de texturas y colores que se representará al incorporar una de las técnicas del *patchwork*. Las siluetas de las prendas serán amplias e insinuantes para que el usuario tenga mejor movimiento y comodidad.

La cromática de la colección se manejará en una tonalidad saturada en colores fríos y en una minoría mates, se incorporará también el color primario como es el azul, el mismo que se mezclarán con de bases grises y blanco.

6.1.1 *Brain storming* (lluvia de ideas)

En la lluvia de ideas como concepto central se estableció el *patchwork*, ya que será el concepto de la colección de indumentaria. En la figura 21 se expone el *brain storming*

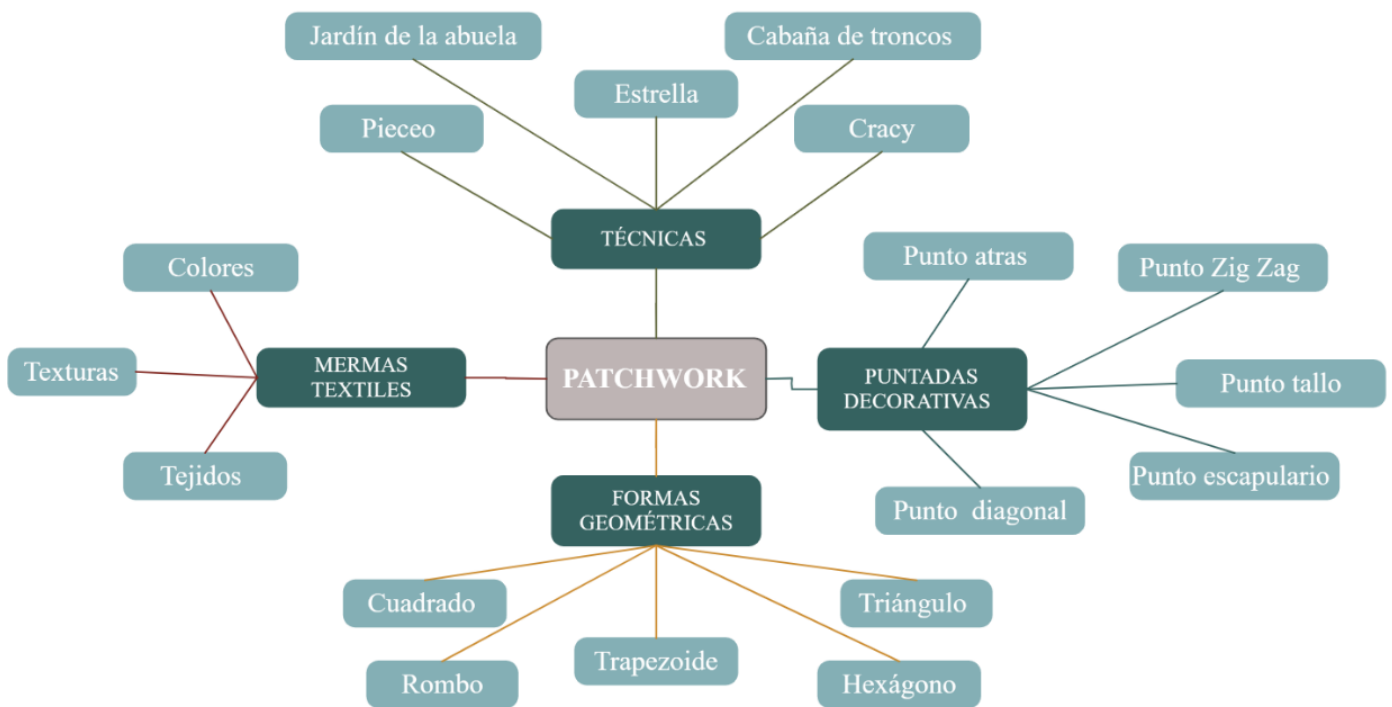


Figura 21: Brain storming patchwork

Fuente: Elaboración propia

6.2. Perfil del cliente.

Consumidores del segmento masculino y femenino de 25 a 30 años de edad, de la ciudad de Latacunga, estado civil solteros, pertenecen a la etnia mestiza. Son estudiantes universitarios y/o profesionales que ya ejercen su profesión tanto en el ámbito privado como en el ámbito público.

Son personas optimistas e inteligentes, amigables y empáticos con los demás y con el medio ambiente. Se preocupan por su entorno, conscientes de la sostenibilidad y cuidado de medio ambiente, les gusta compartir momentos con amigos y familia.

Llevan un estilo de vida activo, siempre están en constante exploración de nuevas experiencias, optan por desconectarse del mundo digital por un momento, suelen realizar viajes para conectarse con la naturaleza, pero no dejan de lado la tecnología, siempre están pendientes de los avances tecnológicos.

Son consumidores modernos, la innovación es parte de su vida diaria, se caracterizan por ser personas dinámicas, versátiles, actualizadas que acogen sin ningún problema nuevas alternativas para seguir en constante innovación. Son personas que no tienen ningún tipo de apego ni están comprometidos con formatos, hacen una búsqueda constante de un grupo para crear y fortalecer ideas, toda innovación es aceptada, adoptada y permitida. Son personas que aceptan la idea de adaptarse a los cambios constantes de su entorno, siempre están pendientes de lo último que pasa en las grandes capitales del mundo, adaptan a su vida cambios del presente y del futuro, su vida está inmersa en la tecnología. (Orduz, 2013)

Prefieren llevar un vestuario atractivo e innovador, no se comprometen demasiado con las siluetas, crean sus propias siluetas para verse diferentes, al mezclar siluetas y diseños crea su propio estilo, prefiere que su vestuario lleve, texturas, colores, estampados y tecnologías, las lleva como un sello de la moda innovadora, actual y novedosa. (Orduz, 2013)

Están interesados en las nuevas tendencias del momento, es por ello que se inclinan por la tendencia del patchwork que se caracteriza por ser un mix de diferentes bases textiles que forman un mosaico colorido.

Son consumidores que tiene una actitud de compra recolectora, ya que siempre están en búsqueda de nuevos productos, diferentes, innovadores, de buena calidad y principalmente amigables con el medio ambiente.

6.2.1. Moodboard del perfil del cliente



Figura 22: Moodboard perfil de consumidor

Fuente: Elaboración propia

6.3. Identidad de marca.



Figura 23: Marca MASHLA

Fuente: GIOS ESTUDIOS, 2021

El nombre de la marca MASHLA como se muestra en la figura 23, parte de dos palabras que son *Mashca* y *Latacunga*, *mashca* es una palabra *Kichwa* que en castellano significa máchica. La ciudad de Latacunga es conocida también como la ciudad Mashca se ganó ese nombre porque fue una de las primeras ciudades del país

en tener graneros, ya que por los ríos principales de la ciudad se establecieron los principales e importantes molinos de grano y en lo cual se procedía a moler máchica.

Los valores de la marca se han creado en base al compromiso con usuario, el medio ambiente y con toda la sociedad, en cuanto al usuario la marca se compromete a brindar un producto de alta calidad y que demuestre exclusividad a un precio justo, respecto al medio ambiente está comprometida a cuidarlo, utilizando materiales sostenibles y un tanto por ciento degradables, y finalmente con la sociedad generando fuentes de trabajo y pagando un salario justo. La personalidad de la marca se enfoca en ser siempre amigable con el usuario y medio ambiente, se interesa por cumplir con las necesidades del usuario, diseña y crea de forma responsable poniendo en práctica la creatividad y la innovación.

6.4. Uso de la marca.



Figura 24: Etiquetas de la marca

Fuente: GIOS ESTUDIOS, 2021



Figura 25: Packaging de la marca

Fuente: GIOS ESTUDIOS, 2021



Figura 26: Papelería de la marca

Fuente: GIOS ESTUDIOS, 2021



Figura 27: Caja de empaque y cuaderno de la marca

Fuente: GIOS ESTUDIOS, 2021



Figura 28: Aplicación mobiliaria de la marca

Fuente: GIOS ESTUDIOS, 2021

6.5. Análisis de color de la propuesta

Para definir la paleta de color se ha tomado algunos colores de la paleta cromática de la tendencia Ser Humano, también se ha tomado en cuenta los resultados obtenidos en las encuestas y de acuerdo a la cromática de las mermas textiles que se obtengan se combinarán los colores mencionados, logrando así obtener un equilibrio entre sí. Por lo tanto, la cromática que se plantea es: tonos fríos y mates los cuales son los más preferidos por el grupo objetivo, los mismos se combinarán a través de una de las técnicas del *patchwork*.

Para la paleta de color se plantea el color base, complemento y acento. El color base es el más dominante y de mayor extensión, se lo utiliza para destacar a otros colores que conforma un elemento: El color complemento; actúa como equilibrador y modo de transición entre el color base y el acento, neutralizando ambos colores para crear armonías. El color acento es complementario del color base, es el más fuerte en color y valor, y es el que tiene un gran impacto visual.

6.5.1. Paleta de color de la propuesta



Figura 29: Paleta de colores

Fuente: Elaboración propia

6.6. Tendencia: macro y/o micro tendencia (según sea el caso).

6.6.1. Macrotendencia

Las macro tendencias están asociadas a los nuevos cambios que tiene el mundo, y consigo el cambio del mercado. Tienen un gran impacto importante en el ámbito

social, económico, cultural y tecnológico. Para las compañías su análisis y comprensión son de vital importancia al crear planes estratégicos para mejorar su compañía, ya que permite anticipar y adaptar mejor los cambios potenciales e innovadores que se va a producir en el entorno socio-económico.

Macro tendencia Distópico

Inexmoda dio a conocer las macro tendencias otoño-invierno 20/21, también conocidas como tendencias globales, las mismas que son tomadas por empresas como referencias para construir planes estratégicos tomando en cuenta principalmente el entorno socio-económico. (Armattura, 2020)



Figura 30: Macro tendencia Distópico

Fuente: Amattura Magazine,2020

La macro tendencia Distópico, como se muestra en la figura 30 surge del divergir de la naturaleza con la tecnología, esta macro tendencia menciona que se debe actuar por naturaleza o no se tendrá en el futuro planeta conservado. El planeta está lleno de un completo caos en el cual la inconformidad es lo que sobresale. El mundo ha llegado al punto donde no hay un retorno, en el cual no hay recursos y no es una opción simplemente ya es una realidad. (Armattura, 2020)

Los seres humanos están en la búsqueda de renacer como regeneradores y reconstructores del planeta para así crear un nuevo orden mundial. “La dicotomía entre el estado natural humano (el que se conoce), y la necesidad de crear estrategias para sobrevivir (como será) hace pensar que se debe encontrar maneras distintas para crear comunidades autosuficientes”. (Armattura, 2020)

6.6.2. Tendencia

Las tendencias en la industria de la moda son de vital importancia para entender los cambios constantes del consumidor, muestran el estado de ánimo en el que se encuentra el mundo, lo que siente la sociedad, cuales son los factores que alteran el estado de ánimo global, y lo que necesita y ofrece la sociedad. Esto permite crear estrategias innovadoras de marketing, direccionando la comunicación de una marca para tener un acercamiento asertivo al consumidor.

Tendencia SER HUMANO

El ser humano vive en una sociedad decepcionada, que desconfía de sí misma y de su entorno, también tenemos como factores la contaminación excesiva, el consumismo sin control de las personas, la poca amabilidad que existe de unos a otros, de los malos sentimientos de las personas, que se demuestran a través de redes sociales. Demostrando así una cultura de egoísmo e intolerancia, en donde toda la sociedad cada día discute sus diferencias y tratan de convencer a al resto para que piensen como ellos. Todo esto despertará un movimiento de humildad intelectual, dejando a un lado el ego y produciendo curiosidad por las diferencias y celebrar lo que nos hace humanos. (NEXTLAB, 2020)

Colores

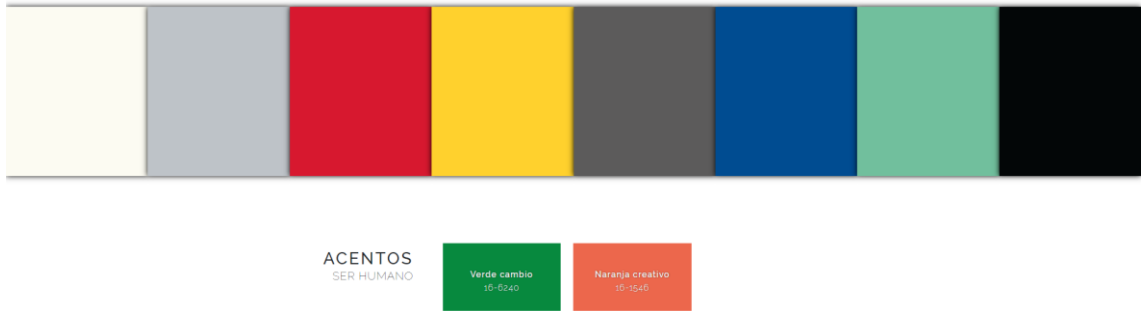


Figura 31: Paleta de colores de la tendencia

Fuente: NEXTLAB, 2020

La paleta de colores que se muestra en la figura 31 maneja una tonalidad saturada al 100%. Colores primarios como azul, amarillo y rojo, los mismos que se mezclan con bases grises y unos acentos de verde y naranja. (NEXTLAB, 2020)

Textiles

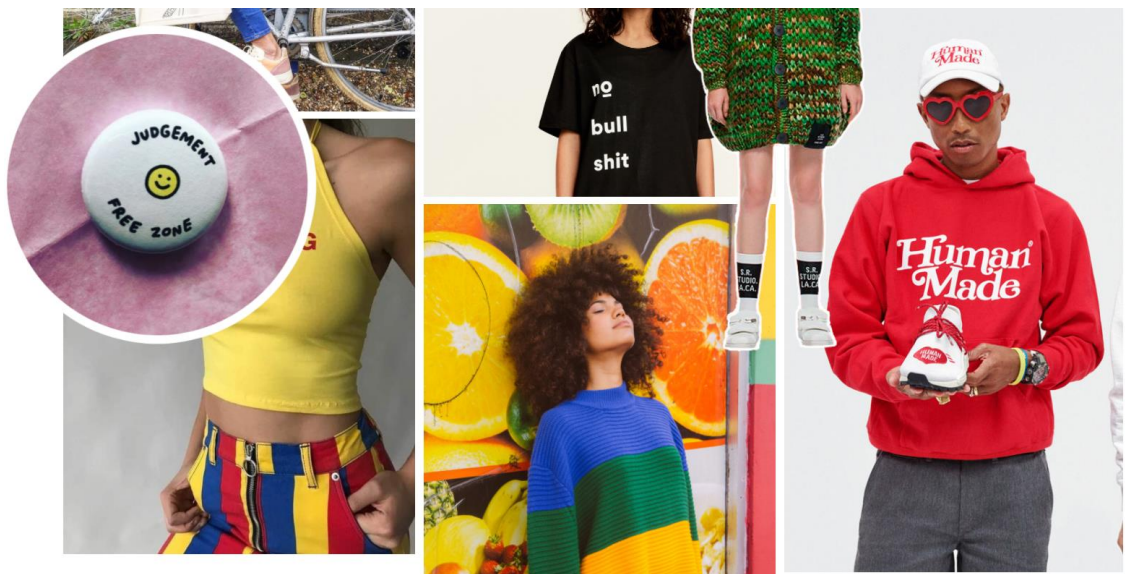


Figura 32: Fotografías de muestras de textiles de la tendencia

Fuente: NEXTLAB, 2020

En la figura 32 se muestra los textiles que dicta la tendencia, entre los textiles tenemos textiles urbanos y prácticos, como la pana, sargas. La lana ovejera y los tejidos de

punto gruesos. Capas de recubrimiento de recubrimiento con textiles impermeables con traslucidez opaca. (NEXTLAB, 2020)

Grafías

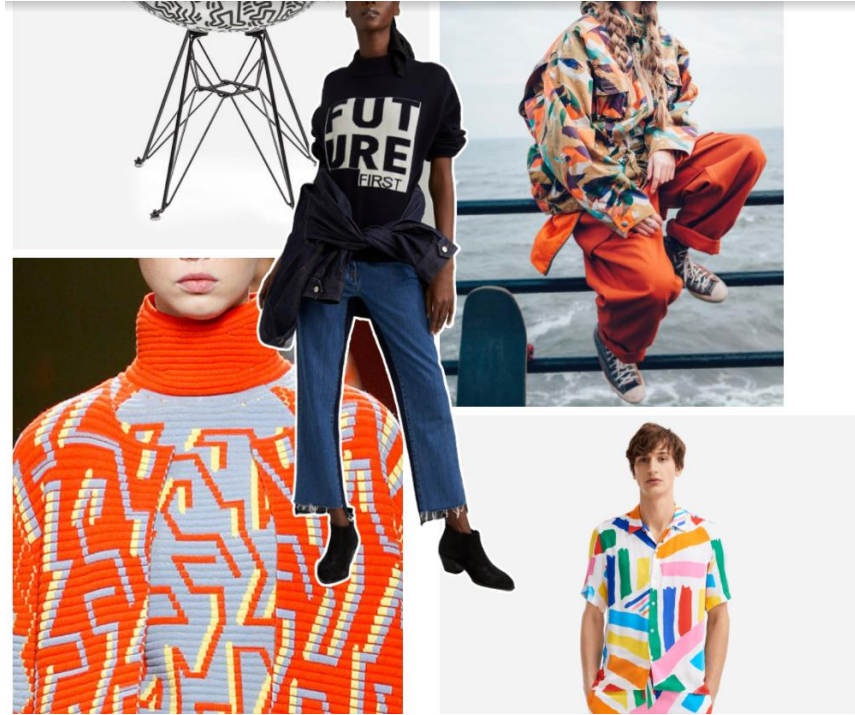


Figura 33: Fotografías de grafías de la tendencia

Fuente: NEXTLAB, 2020

Bloques de colores y señalética urbana como se muestra en la figura 33. Mezcla de elementos culturales con grafías modernas, simples y vectoriales, mientras que la simulación de tejidos busca un balance en el estampado digital. (NEXTLAB, 2020)

6.7. Concepto de la propuesta.

El concepto de la propuesta se enfoca en dar protagonismo a un usuario moderno, haciéndolo sentir un ser innovador y consiente del cuidado del medio ambiente. La necesidad de cuidar y proteger el medio ambiente es muy importante ya que forma parte de un nuevo estilo de vida de un usuario innovador y regenerador.

Lo más representativo que se manejará en la propuesta será la técnica *patchwork* la misma en la que se combinarán colores y texturas, a través de las mermas

textiles. Las siluetas holgadas, rectas y semi adherentes permitirán al usuario moverse libremente generando así comodidad al utilizar las prendas. La indumentaria transmitirá innovación y comodidad en un estilo casual urbano.

6.8. Elementos del diseño

6.8.1. Siluetas

Las siluetas que se van utilizar en la colección son siluetas holgadas, rectas y semi ajustadas. Las siluetas holgadas son aquellas que son amplias y sueltas, permite que el usuario tenga mejor movilidad del cuerpo y por ello brinda comodidad, es una silueta que no se ciñe al cuerpo, si no a lo contrario no define las curvas del cuerpo. Las siluetas rectas son aquellas en la que los hombros y los bajos tiene un recorrido recto y se alinean paralelamente, no lleva pinzas y no se adaptan a las curvas del cuerpo. Las siluetas semi adherentes son aquellas que la prenda se ciñe al cuerpo, exponiendo levemente las curvas y líneas anatómicas del cuerpo, es una silueta equilibrada y proporcionada. (Sicilia, 2017)

6.8.2. Proporción y línea

El producto final está basado de acuerdo a los resultados determinados en las encuestas que se realizó al grupo objetivo, es por ello que se realizará prendas superiores tales como abrigos para el género femenino y chompas para el género masculino, empleando una de las técnicas del *patchwork*.

Las diversas técnicas del *patchwork* que se utilizará para crear el textil se manejará con líneas geométricas para la construcción de módulos para lograr un ritmo visual en un objeto plano.

6.8.3. Función

Cada prenda de la colección cumplirá con una determinada función. En la función practica las prendas tendrá un equilibrio visual en cuanto a color y textura, se empleará siluetas holgadas y sami holgadas para que el usuario tenga mejor movilidad

y flexión. En cuanto a la función técnica las prendas contarán con su respectivo sistema de oclusión, tales como cierres, broches, botones, los mismos que permitirán utilizar la prenda de una manera más manejable y sencilla. También las prendas contarán con bolsillos funcionales para que el usuario pueda guardar sus pertenencias. Y finalmente la función práctica tienen como objetivo satisfacer las necesidades del usuario, principalmente satisfacer la necesidad de cubrirse de las inclemencias del clima, a través del diseño de prendas innovadoras, cómodas y confortables.

6.8.4. Detalles

Los detalles se van a ver plasmados en la construcción del textil a base de mermas textiles, ya que con las mermas se irán construyendo figuras geométricas con la finalidad de mostrar un diseño innovador a través de una de las técnicas del *patchwork*.


6.8.5. Estilo

La colección de indumentaria se basará en un estilo casual urbano porque habrá una fuerte mezcla de colores y texturas. Se caracteriza por ser un estilo informal que combina diversas prendas, logrando así looks originales. Es un estilo de vestimenta diseñado con el propósito de llevar el ajetreo de la ciudad. La tipología de prendas de este estilo debe resistir las actividades del día a día del usuario y el movimiento constante que implica la vida en la ciudad. Genera comodidad y frescura al momento de su uso.

6.9. Materiales e insumos.

Tabla 24:

Ficha de textiles

TEXTIL	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR	MUESTRA
Mermas textiles	Termas textiles de tejido plano	<ul style="list-style-type: none"> • Sandy Sport • Imagen • Confecciones Molina 	


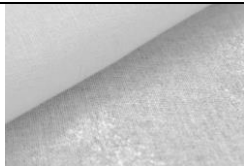




Tafetán	Tela de forro	<ul style="list-style-type: none"> • Novatex • Oña 	
---------	---------------	--	---

Tabla 25:

Ficha de insumos

INSUMOS	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR	MUESTRA
Pellón	Entretela de soporte o refuerzo adherible	Bazar el Costurero	
Hilos	De algodón de alta tenacidad y lubricados	Bazar el Costurero	
Broches	Metálicos	Bazar el Costurero	
Botones	Metálicos	Bazar el Costurero	
Cierres	Dientes de nylon, metálico y plástico	Bazar el costurero	 <small>■ Nylon Metálico Plástico</small>

6.10. Sketch o bocetos

- Diseños planos por prenda o referencia



Figura 34: Bocetos de la colección

• Ilustraciones



Figura 35: Ilustración de la colección en figurines

- **Materiales e insumos, usos y cuidados para la propuesta**

Tabla 26:

Ficha de materiales e insumos, usos y cuidados

FICHA DE MATERIALES E INSUMOS, USOS Y CUIDADOS		
MATERIALES		
Nombre	Usos	Cuidados
Mermas textiles	Construcción de las piezas de la prenda	<ul style="list-style-type: none"> • No lavar en seco • No refregar, ni exprimir • No emplear cloro • No exponer al sol • No exponer a la humedad por mucho tiempo • Secar bajo sombra
Tafetán	Forro interno de la prenda	<ul style="list-style-type: none"> • No exponer al sol • Evitar la humedad • Lavar con agua fría
INSUMOS		
Pellón	Refuerzo de la solapa del cuello	<ul style="list-style-type: none"> • No refregar • No exprimir • Lavado normal
Cierre	Sistema de oclusión de la prenda	<ul style="list-style-type: none"> • No exponer al agua por mucho tiempo • Evitar cualquier tipo de líquido o cloro

6.11. Fichas técnicas (según el caso)

- Ficha de diseño plano.


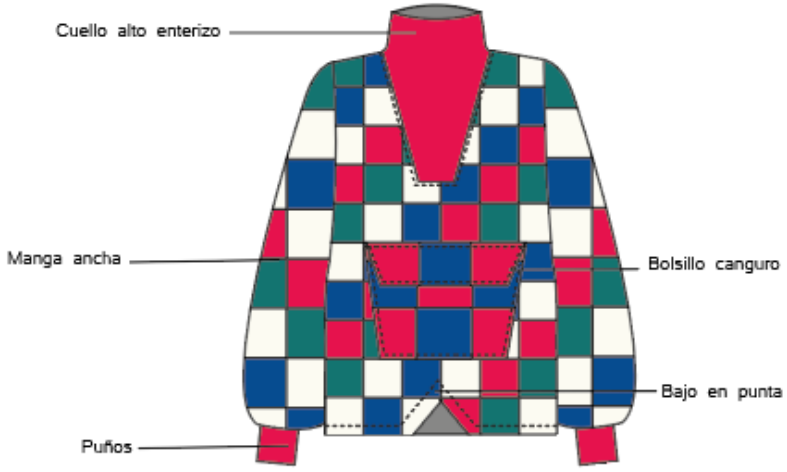
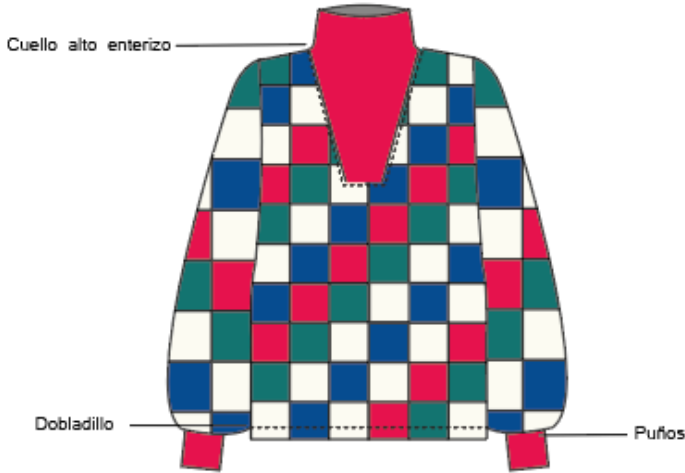
	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		CÓDIGO CH.M.001
	COLECCIÓN: Crazy22	TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022	
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano	TALLA: M	
	PRENDA: Chompa masculina	FICHA Nº: 1	
	DESCRIPCIÓN: Chompa con cuello enterizo, mangas amplias, bolsillo canguro, bajo en punta.		
DIBUJO PLANO			
<p>DELANTERO</p> 			
<p>ESPALDA</p> 			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 36: Ficha técnica de diseño chompa CH.M.001



	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		CÓDIGO CH.M.002
	COLECCIÓN: Crazy22	TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022	
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano	TALLA: M	
	PRENDA: Chompa masculina	FICHA Nº: 2	
	DESCRIPCIÓN: Chompa cuello alto, bajo asimétrico, bolsillos parche, sistema de oclusión mediante cierre diente grueso.		
DIBUJO PLANO			
DELANTERO			
Cuello alto			Cierre diente grueso
Manga normal			Bolsillo parche
			Bajo asimétrico
Puños			
ESPALDA			
Manga cuello alto			
			Bajo asimétrico
Doblado			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 37: Ficha técnica de diseño chompa CH.M.002



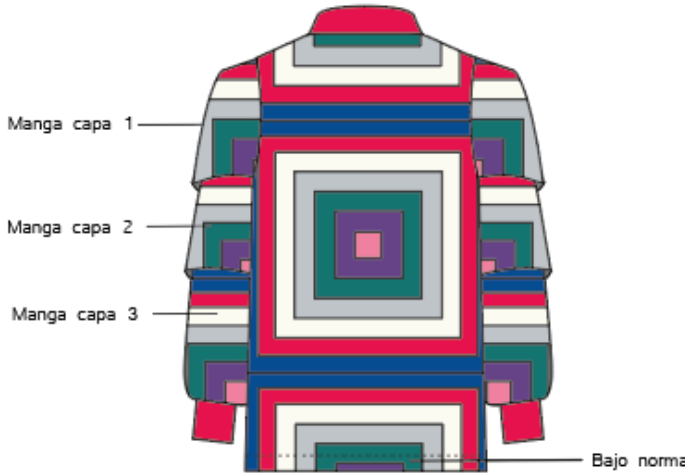
	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		CÓDIGO CH.M.003
	COLECCIÓN: Crazy22	TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022	
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano	TALLA: M	
	PRENDA: Compa masculina	FICHA Nº: 3	
	DESCRIPCIÓN: Chompa masculina con 3 capas de manga, bajo en punta, sistema de oclusión mediante broches metálicos.		
DIBUJO PLANO			
DELANTERO			
Cuello polo			Manga capa 1
Broche metálico			Manga capa 2
			Manga capa 3
Pufios			Bajo en punta
ESPALDA			
Manga capa 1			
Manga capa 2			
Manga capa 3			
			Bajo normal
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 38: Ficha técnica de diseño chompa CH.M.003


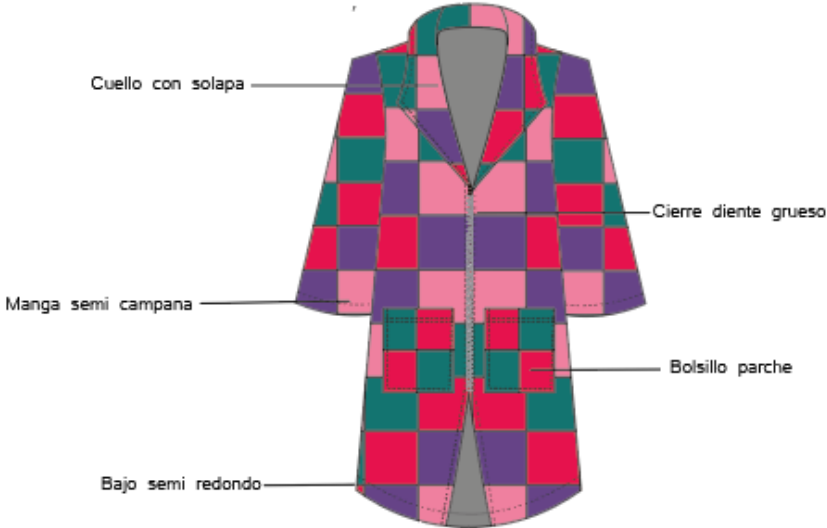
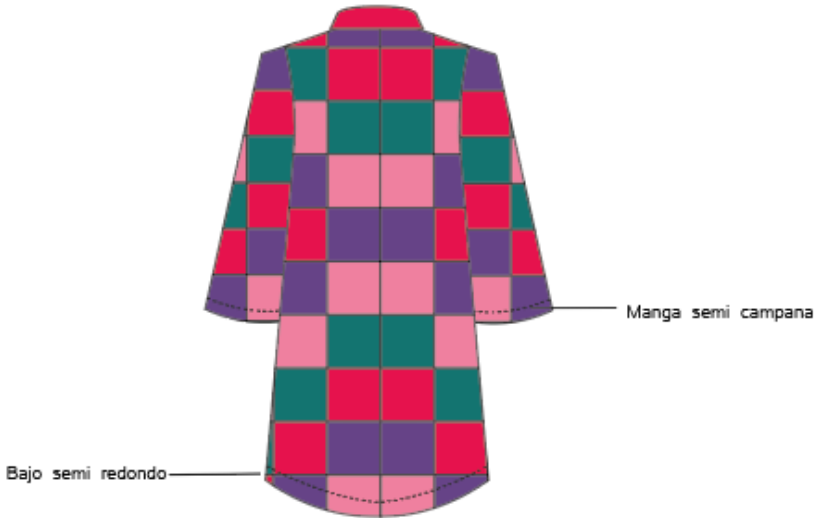
	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		CÓDIGO AB.M.004
	COLECCIÓN: Crazy22	TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022	
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano	TALLA: M	
	PRENDA: Abrigo femenino	FICHA Nº: 4	
	DESCRIPCIÓN: Abrigo con mangas semi campanas, bajo semi redondo, sistema de oclusión mediante cierre diente grueso.		
DIBUJO PLANO			
DELANTERO			
Cuello con solapa			Cierre diente grueso
Manga semi campana			Bolsillo parche
Bajo semi redondo			
ESPALDA			
			Manga semi campana
Bajo semi redondo			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 39: Ficha técnica de diseño abrigo AB.M.004


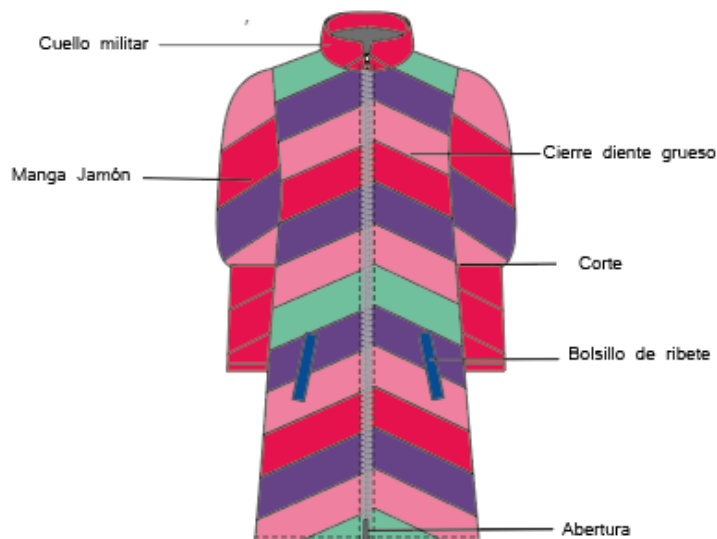
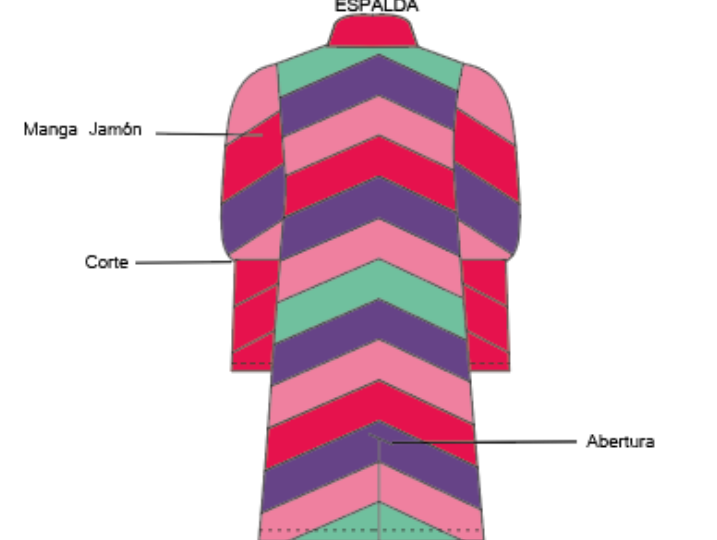
	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		CÓDIGO AB.M.005
	COLECCIÓN: Crazy22	TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022	
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano	TALLA: M	
	PRENDA: Abrigo femenino	FICHA Nº: 5	
	DESCRIPCIÓN: Abrigo cuello militar, mangas jamón, sistema de oclusión mediante cierre diente grueso.		
DIBUJO PLANO			
<p>DELANTERO</p>  <p>ESPALDA</p> 			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 40: Ficha técnica de diseño abrigo AB.M.005


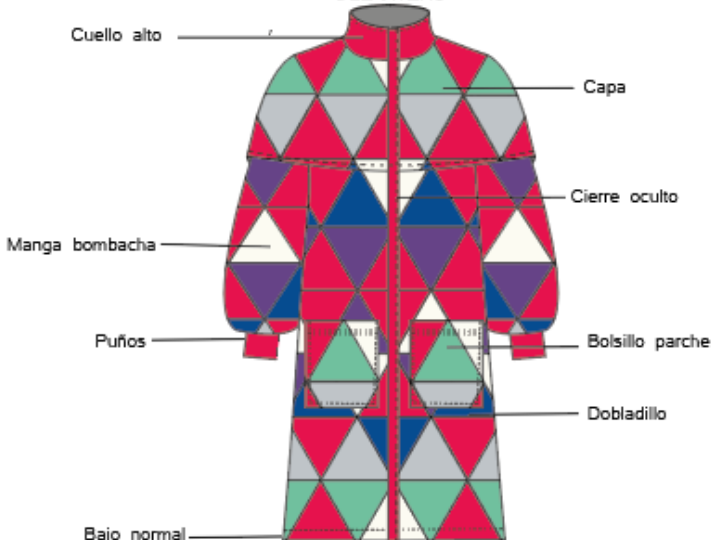
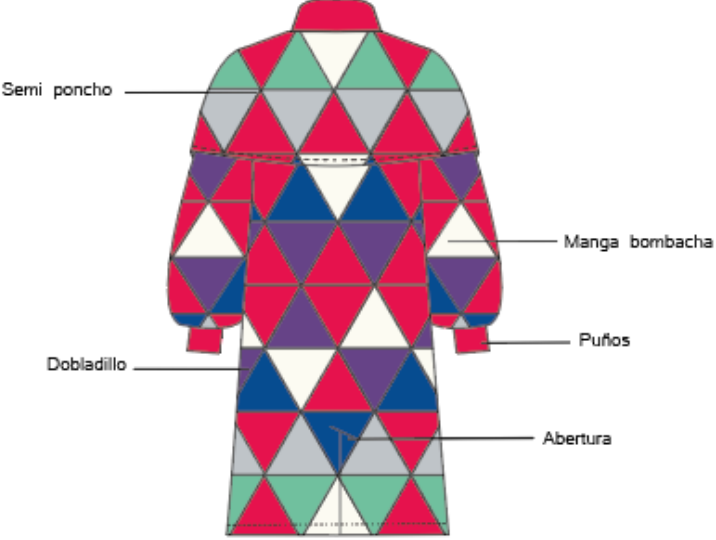
	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		CÓDIGO AB.M.006
	COLECCIÓN: Crazy22	TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022	
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano	TALLA: M	
	PRENDA: Abrigo femenino	FICHA Nº: 6	
	DESCRIPCIÓN: Abrigo cuello alto, capa en hombros, mangas bombachas, sistema de oclusión cierre oculto.		
DIBUJO PLANO			
DELANTERO			
Cuello alto			Capa
			Cierre oculto
Manga bombacha			Bolsillo parche
Puños			Dobladillo
Bajo normal			
ESPALDA			
Semi poncho			Manga bombacha
			Puños
Dobladillo			Abertura
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021	FECHA DE APROBACIÓN:		
ELABORADO POR: Erika Arequipa	RESPONSABLE:		
OBSERVACIONES:			

Figura 41: Ficha técnica de diseño abrigo AB.M.006

- Ficha de la técnica del patchwork


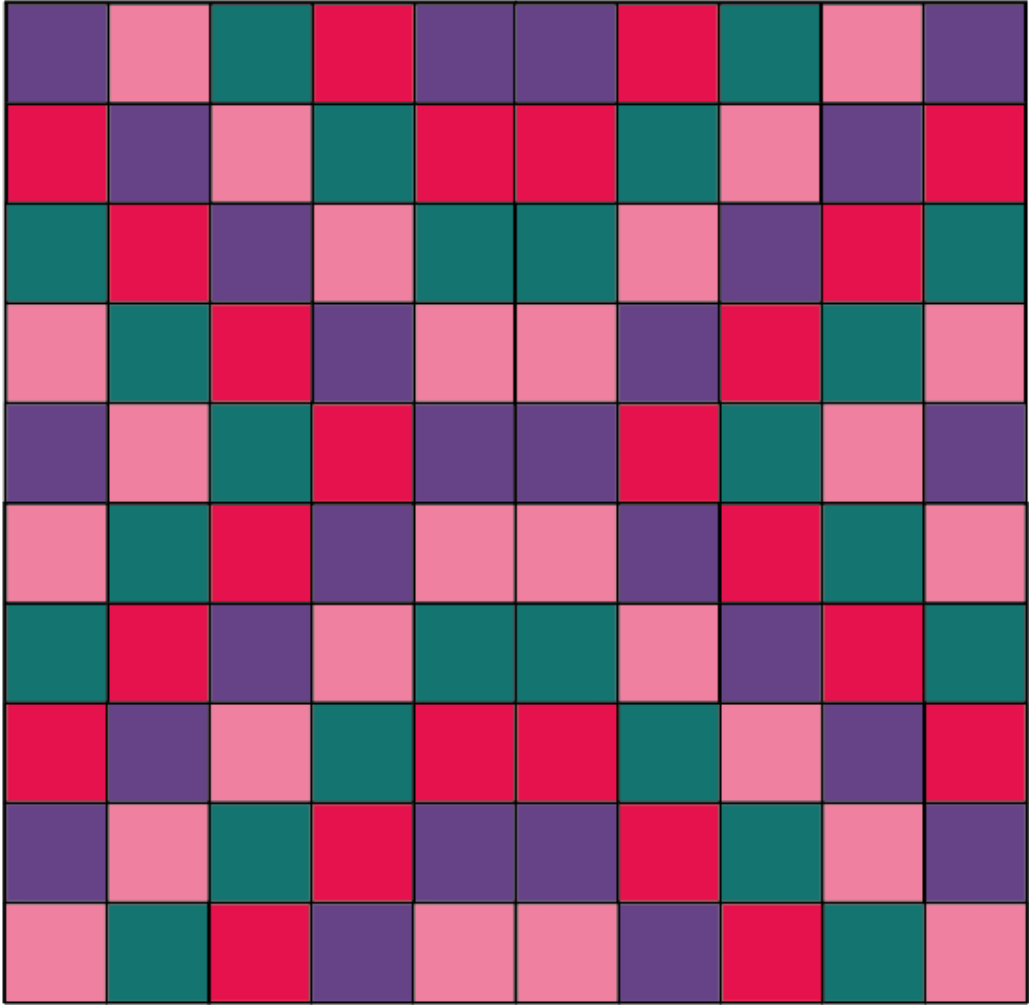
	FICHA TÉCNICA PATCHWORK		CÓDIGO AB.M.004
	COLECCIÓN: Crazy22		TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano		TALLA: M
	PRENDA: Abrigo femenino		FICHA Nº: 4
	DESCRIPCIÓN: Técnica Patchwork Pieceo		
DIBUJO PLANO			
			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 42: Ficha técnica patchwork AB.M.004


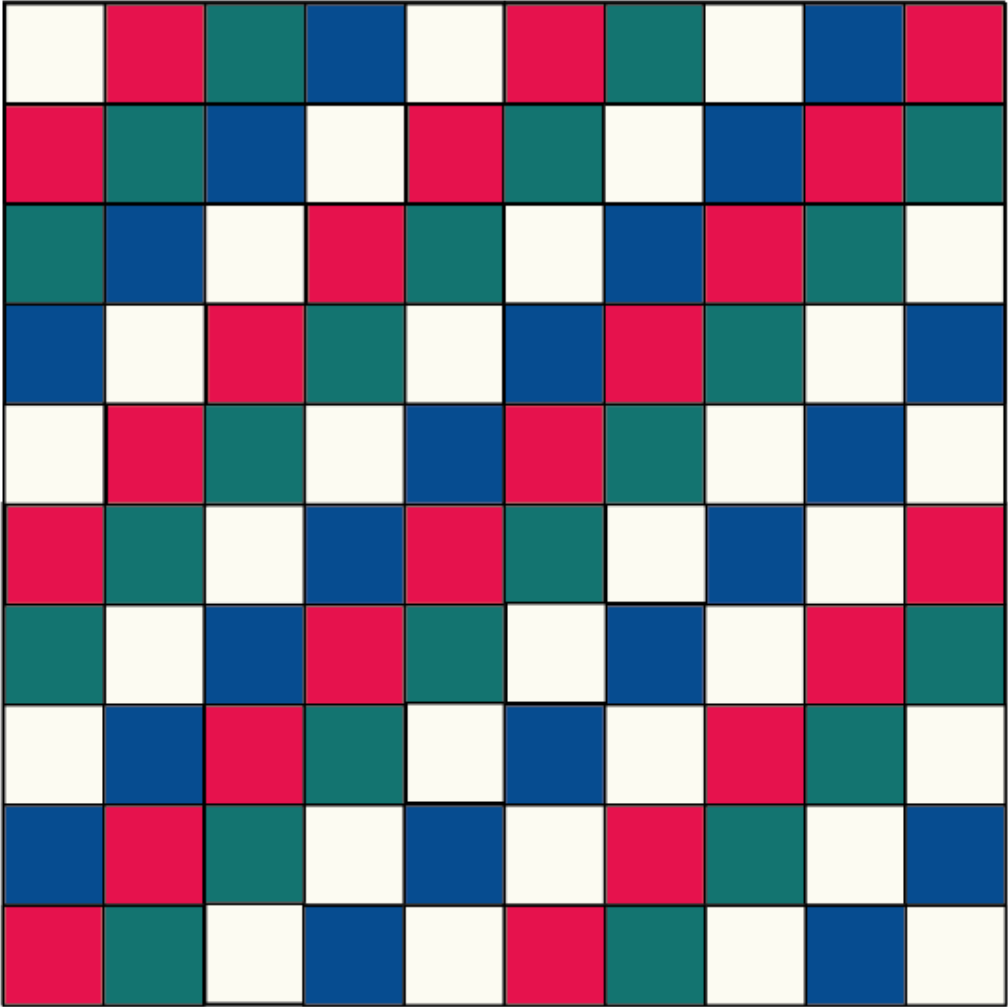
	FICHA TÈCNICA PATCHWORK		CÓDIGO CH.M.001
	COLECCIÓN: Crazy22		TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano		TALLA: M
	PRENDA: Chompa masculina		FICHA Nº: 1
	DESCRIPCIÓN: Técnica Patchwork Pieceo		
DIBUJO PLANO			
			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 43: Ficha técnica patchwork CH.M.001

- Ficha de patronaje.


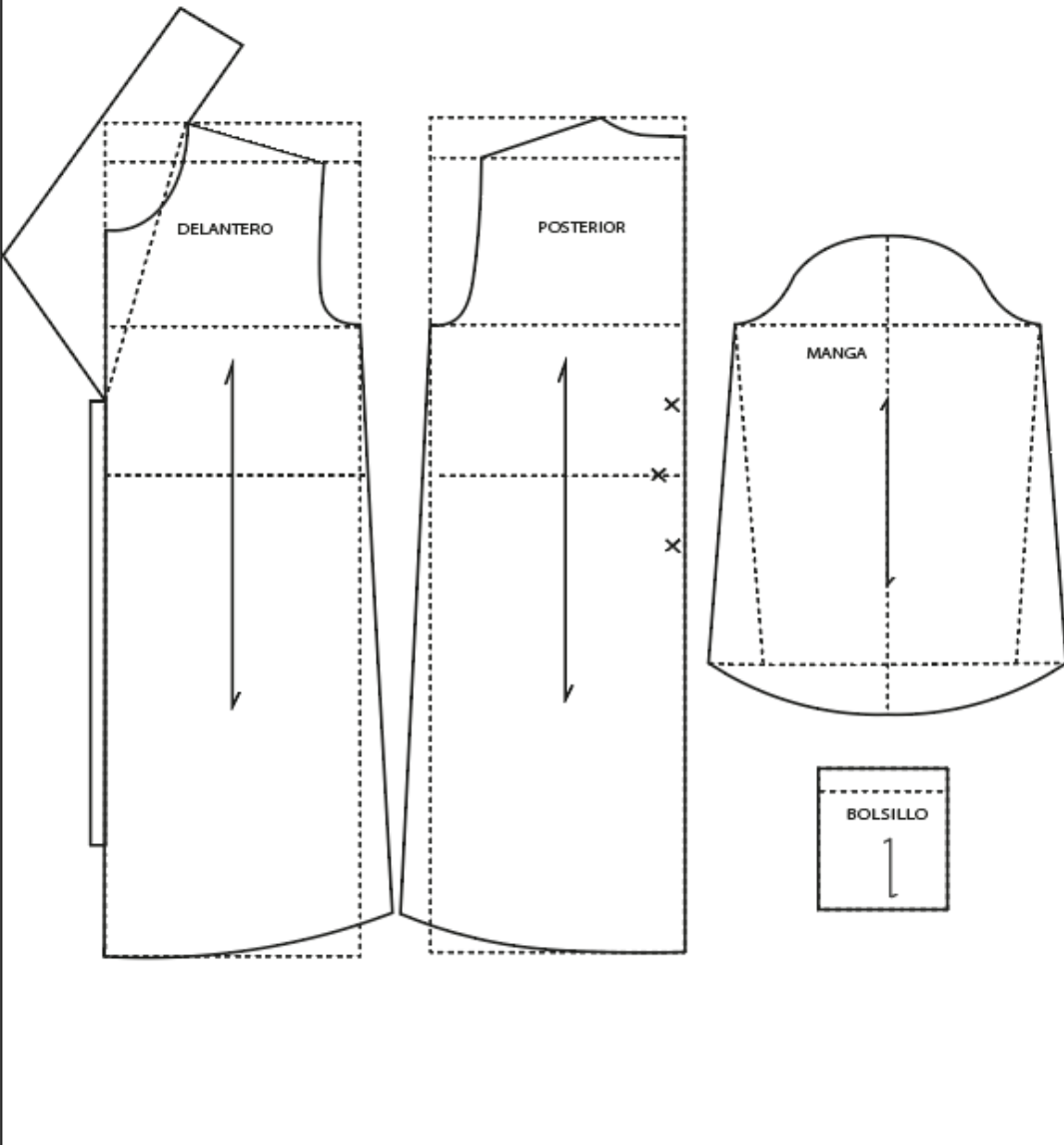
	FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE		CÓDIGO AB.M.004
	COLECCIÓN: Crazy22		TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano		TALLA: M
	PRENDA: Abrigo femenino		FICHA Nº: 4
	DESCRIPCIÓN: Abrigo con mangas semi campanas, bajo semi redondo, sistema de oclusión mediante cierre diente grueso.		
PATRONAJE			
			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 44: Ficha técnica de patronaje abrigo AB.M.004


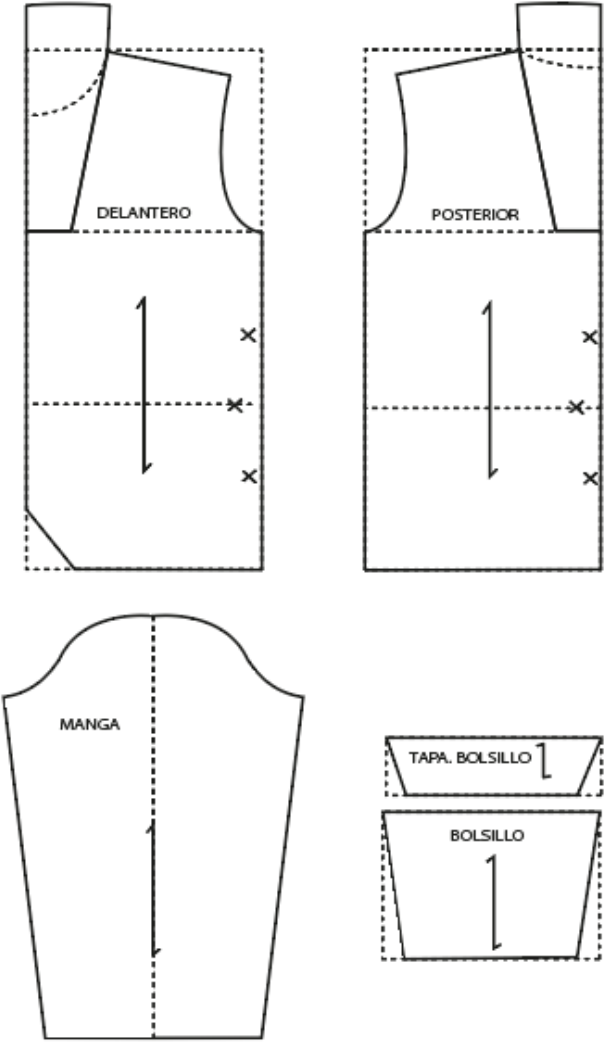
	FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE		CÓDIGO CH.M.001
	COLECCIÓN: Crazy22	TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022	
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano	TALLA: M	
	PRENDA: Chompa masculina	FICHA Nº: 1	
	DESCRIPCIÓN: Chompa con cuello enterizo, mangas amplias, bolsillo canguro, bajo en punta.		
PATRONAJE			
			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 45: Ficha técnica de patronaje chompa CH.M.001

- Ficha de despiece y graduación.

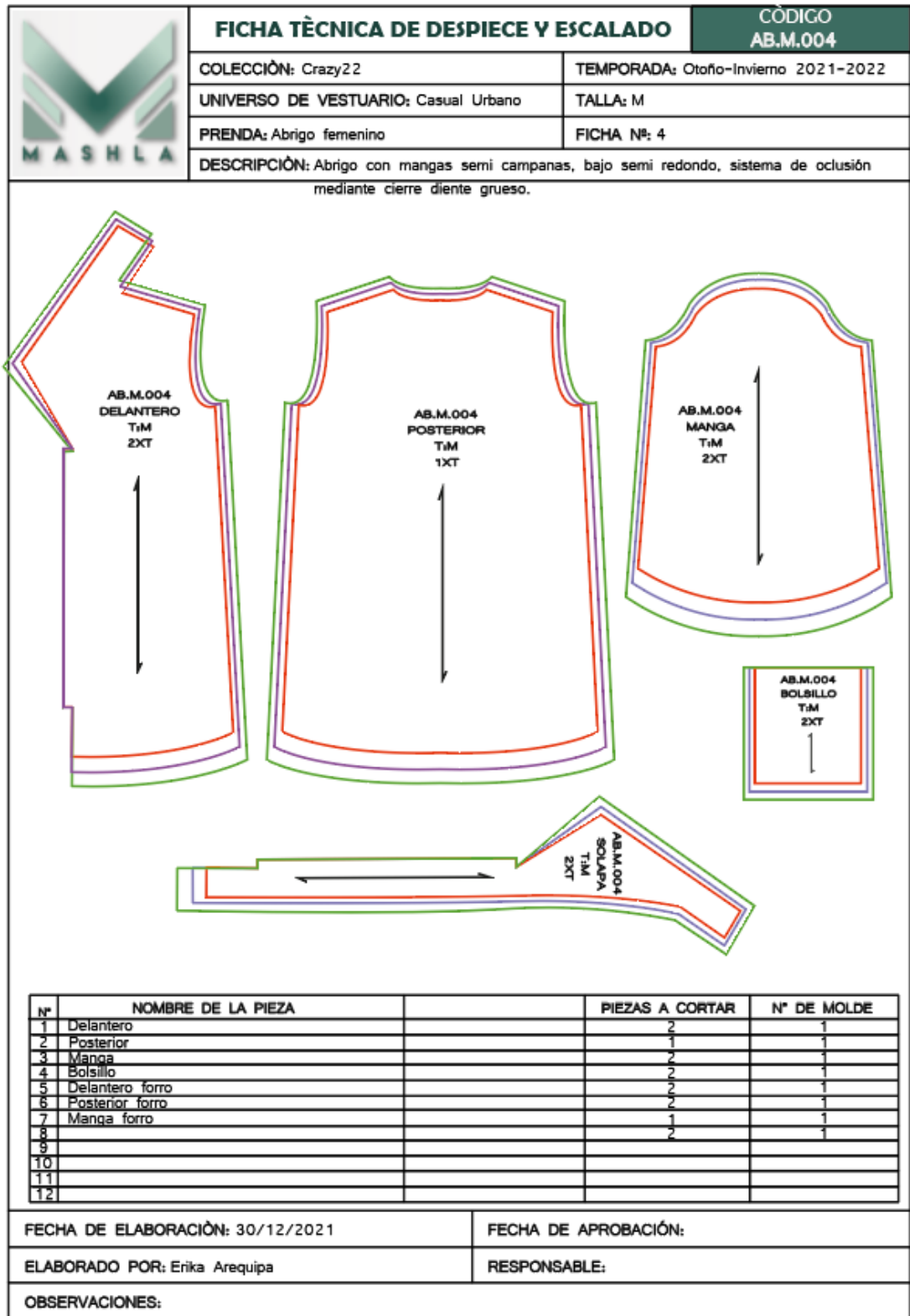


Figura 46: Ficha técnica de despiece y escalado abrigo AB.M.004

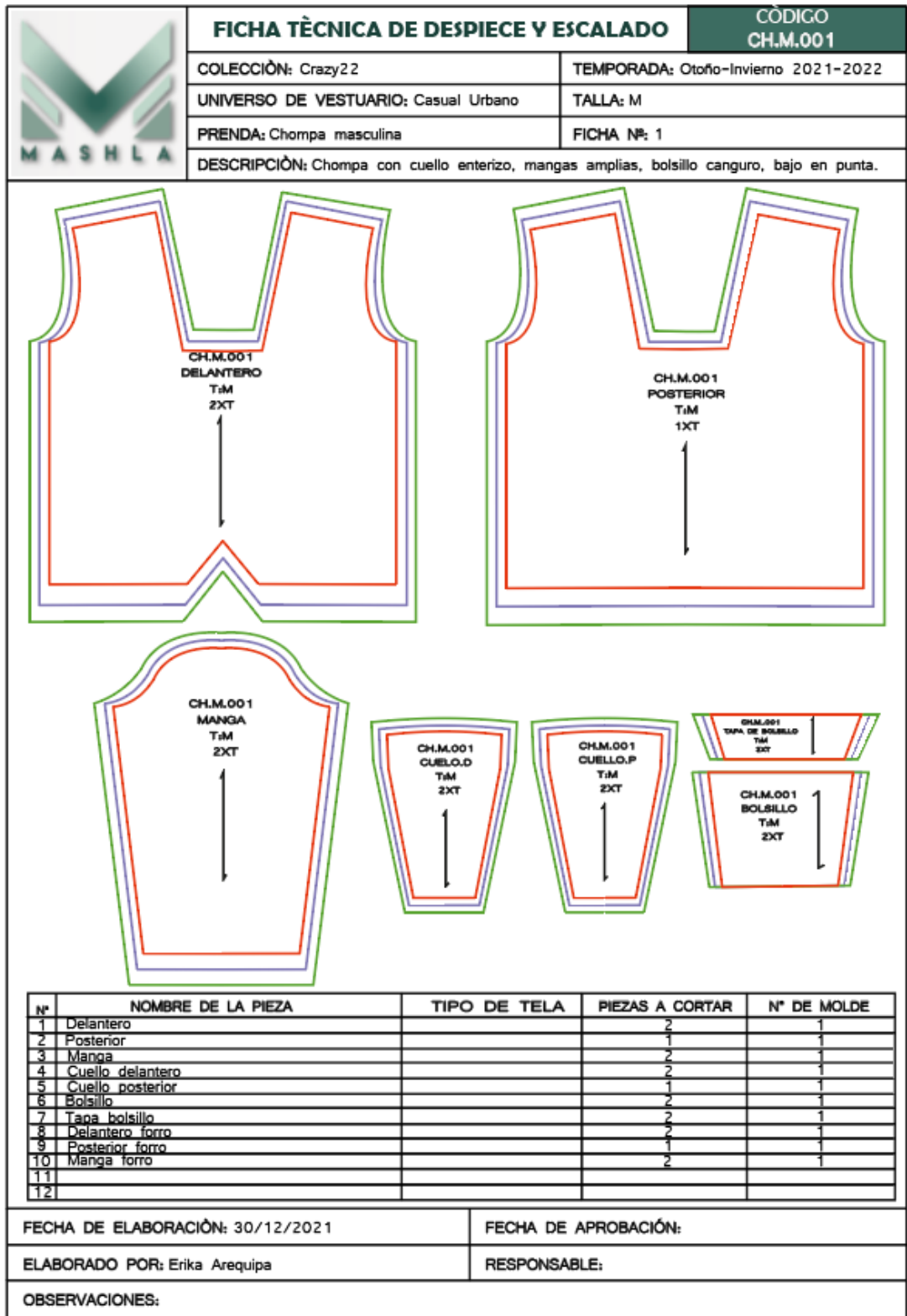


Figura 47: Ficha Técnica de despiece y escalado chompa CH.M.001

- Ficha de ruta operacional.




	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA		CÓDIGO AB.M.004
	COLECCIÓN: Crazy22		TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano		TALLA: M
	PRENDA: Abrigo femenino		FICHA Nº: 4
	DESCRIPCIÓN: Abrigo con mangas semi campanas, bajo semi redondo, sistema de oclusión mediante cierre diente grueso.		
DIBUJO PLANO			
DELANTERO		ESPALDA	
			
OPERACIÓN	MÁQUINARIA	PUNTADA	P.P.P
DELANTERO Y POSTERIOR			
Unir piezas delanteras en la unión del cuello	Recta	301	8-10
Unir hombros delantero-posterior	Recta	301	8-10
Preparar bolsillos	Recta	301	8-10
Coser bolsillos	Recta	301	8-10
Coser mangas	Recta	301	8-10
Unir costados	Recta	301	8-10
FORRO			
Unir la pieza de solapa al delantero	Recta	301	8-10
Unir hombros delantero y posterior	Recta	301	8-10
Pegar mangas	Recta	301	8-10
Unir costados	Recta	301	
Colocar forro a la prenda			
TODA LA PRENDA			
Coser cierre en el delantero	Recta	301	8-10
Pespuntear cierre y cuello	Plancha		
Planchar La línea de quiebre del cuello	Manual		
Acabados finales			
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:	
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:	
OBSERVACIONES:			

Figura 48: Ficha técnica de ruta operativa abrigo AB.M.004




	FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA		CÓDIGO CH.M.001		
	COLECCIÓN: Crazy22		TEMPORADA: Otoño-Invierno 2021-2022		
	UNIVERSO DE VESTUARIO: Casual Urbano		TALLA: M		
	PRENDA: Chompa msaculina		FICHA Nº: 1		
	DESCRIPCIÓN: Chompa con cuello enterizo, mangas amplias, bolsillo canguro, bajo en punta.				
DIBUJO PLANO					
DELANTERO		ESPALDA			
					
OPERACIÓN		MÁQUINARIA	PUNTADA	P.P.P	
DELANTERO Y POSTERIOR					
Preparar bolsillo y tapa de bolsillo	Recta	301	8-10		
Coser bolsillo y tapa al delantero	Recta	301	8-10		
Unir hombros delantero-posterior	Recta	301	8-10		
Coser cuello delantero y posterior	Recta	301	8-10		
Coser mangas	Recta	301	8-10		
Unir costados	Recta	301	8-10		
FORRO					
Unir hombros delantero y posterior	Recta	301	8-10		
Pegar mangas	Recta	301	8-10		
Unir costados	Recta	301	8-10		
Colocar forro a la prenda	Recta	301			
TODA LA PRENDA					
Coser puños	Recta	301	8-10		
Coser cierre en el delantero	Recta	301	8-10		
Pespuntear cierre y cuello	Recta	301	8-10		
Acabados finales	Manual				
FECHA DE ELABORACIÓN: 30/12/2021		FECHA DE APROBACIÓN:			
ELABORADO POR: Erika Arequipa		RESPONSABLE:			
OBSERVACIONES:					

Figura 49: Ficha técnica de ruta operativa chompa CH.M.001

6.12. Photobook

















6.13. Costos de producción

Tabla 27:

Ficha de costos abrigo AB.M.004

COSTOS VARIABLES				
MATERIALES DIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL
Mermas textiles	-	-	-	-
Tafeta (forro)	metros	\$ 1,00	1,5	\$ 1,50
Pellón (entretela)	metros	\$ 2,50	0,5	\$ 1,25
Hilos	unidades	\$ 2,00	1	\$ 2,00
Cierre	unidades	\$ 0,45	1	\$ 0,45
		TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS		\$5,20
MANO DE OBRA DIRECTA				
MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN INTERNA				
CARGO	SALARIO	VALOR/HORA	TIEMPO TOTAL FABRICACIÓN	VALOR TOTAL
Diseño	\$ 600	\$ 3,75	3	\$ 11,25
Corte	\$ 425	\$ 2,60	1	\$ 2,60
Confección del textil	\$ 425	\$ 2,60	4	\$ 10,40
Confección de la prenda	\$ 425	\$ 2,60	2	\$ 5,20
		TOTAL DE MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN INTERNA		\$ 29,45
MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL	
Etiqueta	\$ 0,15	1	\$ 0,15	
Empaque	\$ 0,75	1	\$ 0,75	
		TOTAL DE MATERIALES INDIRECTOS		\$ 0,90
		TOTAL DE COSTOS VARIABLES		\$ 35,55
COSTOS FIJOS				
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS		\$ 300,00
Servicios de un diseñador gráfico	\$ 100,00	MINUTOS POR MES		9600
Servicios básicos	\$ 35,00	VALOR MINUTO		\$ 0,07
Arriendo	\$ 140,00			10

		TIEMPO TOTAL FABRICACIÓN		
Internet	\$ 25,00	TOTAL COSTO FIJO UNITARIO		\$ 0,70
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 300,00			
	COSTO VARIABLE.UNI	COSTO FIJO UNITARIO		COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN
	\$ 29,45	\$ 0,70		\$ 30,15
	PRECIO DE VENTA			
	IVA 12%	\$ 3,62		
	UTILIDAD %30	\$ 9,05		
	PVP	\$ 42,81		
	PUNTO EQUILIBRIO	22 mensuales		

Tabla 28:

Ficha de costos chompa CH.M.001

COSTOS VARIABLES				
MATERIALES DIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL
Mermas textiles	-	-	-	-
Tafeta (forro)	metros	\$ 1,00	1,5	\$ 1,50
Hilo	unidad	\$ 2,00	1	\$2,00
		TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS		\$ 3,50
MANO DE OBRA DIRECTA				
MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN INTERNA				
CARGO	SALARIO	VALOR/HORAS	TIEMPO TOTAL FABRICACIÓN	VARLOS TOTAL
Diseño	\$ 600	\$ 3,75	3	\$ 11,25
Corte	\$ 425	\$ 2,60	1	\$ 2,60
Confección del textil	\$ 425	\$ 2,60	3	\$ 7,80
Confección de la prenda	\$ 425	\$ 2,60	2	\$ 5,20
		TOTAL DE MANO DE OBRA CON FABRICACIÓN INTERNA		\$26,85
MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN		COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR TOTAL
Etiqueta		\$ 0,15	1	\$ 0,15
Empaque		\$0,75	1	\$ 0,75
		TOTAL DE MATERIALES INDIRECTOS		\$ 0,90
		TOTAL DE COSTOS VARIABLES		\$ 31,25
COSTOS FIJOS				
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS		\$ 300,00
Servicios de un diseñador gráfico	\$ 100,00	MINUTOS POR MES		9600
Servicios básicos	\$ 35,00			\$ 0,07

		VALOR MINUTO		
Arriendo	\$ 140,00	TIEMPO TOTAL FABRICACIÓN		9
Internet	\$ 25,00	TOTAL COSTO FIJO UNITARIO		\$ 0,63
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$ 300,00			
	COSTO VARIABLE.UNI	COSTO FIJO UNITARIO		COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN
	\$ 26,85	\$ 0,63		\$ 27,48
	PRECIO DE VENTA			
	IVA 12%	\$ 3,30		
	UTILIDAD %30	\$ 8,24		
	PVP	\$ 39,02		
	PUNTO EQUILIBRIO	24 mensuales		

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- Una vez concluida la investigación, en relación sobre la cantidad de mermas textiles que generan las empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi, no se pudo determinar una cantidad exacta de mermas textiles que son generadas y desechadas por dichas empresas. En las entrevistas realizadas a las empresas se mencionó un aproximado de 3 a 4 lonas que equivalen a (78 y 117 kilos aproximadamente) de mermas textiles que generan al mes. Sin embargo, cabe mencionar que, la mayoría de las empresas analizadas desconocen la cantidad exacta de mermas textiles que generan, por lo tanto, se puede concluir que estas empresas, no llevan un control, ni un manejo adecuado de las mismas. Así mismo, se puede concluir que el tema de los desechos que genera el sector, no se considera un aspecto importante dentro de la Provincia, debido a que no existen organismos legales que realicen el seguimiento sobre la cantidad de desechos que generan estas empresas, a pesar de que el Sector textil-Confecciones-Moda a nivel mundial es el principal contaminante del planeta.
- A partir de la investigación y gestión realizada a las empresas del sector textil y de confección de Cotopaxi se pudo lograr una red de contactos con las empresas del sector textil y de confecciones de la Provincia, lo que permitió obtener las mermas textiles, las mismas que se emplearon para la construcción de un textil. Para ello se emplearon diferentes bases textiles con texturas y colores, lo que generó una base textil, en la que se incorporaron técnicas del patchwork (pieceo, cabaña de troncos, estrella y *crazy*).
- En el desarrollo de una colección de indumentaria se realizó un testeo a los consumidores, con el objetivo de conocer aspectos importantes, como gustos y preferencias para incluir dentro del desarrollo de una colección de indumentaria. Así mismo, se indagó con los usuarios, a partir del proceso de

bocetaje, cuáles fueron los diseños más aceptados para, posteriormente construirlos.

7.2. RECOMENDACIONES

- Se sugiere que, a través del Gobierno Central o Local, se propongan políticas públicas respecto al reciclaje y manejo de las mermas textiles, esto con el fin de que se dé un estricto cumplimiento, por parte de los trabajadores del sector textil y de confección del país, con el fin que las empresas cumplan con un correcto y manejo de residuos textiles que son generados por dichas empresas.
- Se recomienda que las empresas del sector textil y de confecciones incorporen un sistema de reciclaje de mermas textiles que permitan clasificarlas por el tipo de fibra y tejido, con el objetivo de organizar, recolectar y destinar las mermas textiles para la construcción de nuevos productos.
- Se sugiere motivar alianzas con empresas y diseñadores para crear colecciones de indumentaria sostenible, incorporando como principal materia prima las mermas textiles que generan las empresas del sector textil y de confecciones del país.
- Se recomienda realizar una investigación minuciosa a marcas de moda del país sobre el manejo de estrategias y planes de sostenibilidad que realizan para disminuir la contaminación que genera el sector moda, con el propósito de determinar si este o similares proyectos tienen posibilidades de ser difundidos en el mercado de la moda en el país.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, A., Akamine, J., Bambarén, J., Ynga, S., & Zevallos, M. (2021). *DecoPatch: implementación de la técnica patchwork como pilar de un negocio decorativo sostenible*. Obtenido de Repositorio Académico UPC: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/655516>
- Armattura. (2020). *Macrotendencias otoño/invierno 2020/2021: Distópico*. Obtenido de Armattura Magazine: <https://armattura.com/2020/02/27/macrotendencias-otono-invierno-2020-2021-distopico/>
- Banco Central del Ecuador. (30 de Septiembre de 2020). *La economía ecuatoriana decreció 12,4% en el segundo trimestre de 2020*. Obtenido de Banco Central del Ecuador : <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuadoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Brañez, M., Gutiérrez, R., Pérez, R., Uribe, C., & Valle, P. (12 de Julio de 2018). *Contaminación de los ambientes acuáticos generados por la industria textil*. Obtenido de Revista Campus : <https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/rc/article/view/1369/1519>
- Cardona, E. (26 de Agosto de 2020). *LA CONTAMINACIÓN TEXTIL EN EL ECUADOR Y SU BUROCRACIA*. Obtenido de Kiki: <https://lifestylekiki.com/moda-estilo-tendencias-cultura-ecuador/moda-sustentable-ecuador-17/>
- Ceballos, H. (2017). *Organización y administración de la industria textil de la provincia de Cotopaxi*. Obtenido de Repositorio UTPL: http://dSPACE.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/17675/1/Cevallos_Mej%c3%ada_Hilda_Elizabeth.pdf
- Coba, G. (2 de Enero de 2021). *Los negocios estarán marcados por estos nuevos hábitos de consumo*. Obtenido de PRIMICIAS: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/cambios-habitos-consumo-negocios-2021/>
- Comisión Mundial Sobre el Medio Ambiente, C. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Naciones Unidas.
- Crespi, M., Droguet, M., & Gutiérrez, M. (2003). *Las emisiones atmosféricas generadas por la industria textil*. Obtenido de Upcommons: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/2753/7/EMISIONESATMOSFERICAS.pdf>

- Díaz, G. (2012). *El cambio climático*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87024179004.pdf>
- Dueñas, N. (2018). *Análisis de prefactibilidad para exportación hacia Estados Unidos y Francia mediante marketing ecológico como medida para disminuir la contaminación textil caso: Remu Apparel 2018*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15605>
- El Universo. (9 de Marzo de 2021). *Tendencias de las empresas y los cambios tecnológicos en la nueva realidad*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/larevista/tecnologia/tendencias-de-las-empresas-y-los-cambios-tecnologicos-en-la-nueva-realidad-nota/>
- FEDEXPOR. (2 de Febrero de 2020). *TENDENCIAS DE CONSUMO 2020*. Obtenido de FEDEXPOR: <https://www.fedexpor.com/tendencias-de-consumo-2020/#Sustentabilidad>
- Fernández, P. (2014). *La exploración de la técnica del patchwork en la indumentaria femenina contemporánea*. Obtenido de Instituto Politécnico de Castelo Branco: <https://repositorio.ipcb.pt/handle/10400.11/2229>
- Flores, D., & Zapata, F. (2016). *Método de fotocatalisis aplicando para el tratamiento de aguas residuales de una industria textil*. Obtenido de Repositorio Universidad Central del Ecuador : <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6959>
- Ghezzi, P., & Vannucci, R. (2015). *Ecodiseño en el sector textil. Unidad 8: Procesos de reciclaje en la industria textil*. Obtenido de ECOSIGN: http://www.ecosign-project.eu/wp-content/uploads/2018/09/TEXTILE_UNIT08_ES_Lecture.pdf
- Gwilt, A. (2014). *Manuales de diseño de moda: Moda Sostenible*. Barcelona : Editorial Gustavo Gill.
- Henao, S. (21 de Mayo de 2007). *La indumentaria como identificador social: un acercamiento a las culturas juveniles*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194220390009.pdf>
- Hernández, A. (1996). *Medio ambiente y desarrollo*. Obtenido de Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Republica_Dominicana/ccp/20120801053408/medioamb.pdf
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial Cotopaxi*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf>

- INEC. (2021). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo Y Subempleo* . Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos : https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021_Mercado_Laboral.pdf
- Menón, S. (18 de Noviembre de 2020). *Sostenibilidad en la moda: Desafiando la cultura del desecho* . Obtenido de FTC: <https://www.ftcftcftc.com/fashion/sustainability-in-fashion-challenging-waste-culture>
- Municipio de Latacunga. (2014). *Ordenanza para la contaminación y protección de los rios y afluentes hídricos del cantón Latacunga*. Obtenido de Municipio de Latacunga: https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/Ordenanzas/1_113_ordenanza_descontaminacion_proteccion_rios_afluentes_hidricos_canton_latacunga.pdf
- NEXTLAB. (2020). *Ser Humano* . Obtenido de NEXTLAB INSTITUTE: <https://nextlab.lafayette.com/tendencias/ser-humano/>
- Orduz, Y. (30 de Julio de 2013). *Perfil de Consumidor de Inexmoda*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/157076557/Perfiles-de-Consumidor-de-Inexmoda>
- Quezada, D. (2015). *Reutilización de residuos de fabricación de indumentaria* . Obtenido de Universidad del Azuay : <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4782>
- RUA CARLOTA. (2021). *RUA CARLOTA*. Obtenido de Acerca de RUA CARLOTA: <https://www.ruacarlotita.com/pages/about>
- Sicilia, P. (18 de Enero de 2017). *La Guía del Estilo: La Silueta* . Obtenido de <https://pilarsiciliafashionplace.wordpress.com/2017/01/18/la-guia-del-estilo-la-silueta/>: <https://pilarsiciliafashionplace.wordpress.com/2017/01/18/la-guia-del-estilo-la-silueta/>
- Takao, A. (2012). *Patchwork, memoria y solidaridad: diseño textil para el trabajo colectivo creativo en personas mayores*. Obtenido de Estudios Em Design: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/156>
- UNEP. (14 de Marzo de 2019). *La Alianza de la ONU para la Moda Sostenible abordará el impacto de la "moda rápida"*. Obtenido de UNEP : <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/la-alianza-de-la-onu-para-la-moda-sostenible-abordara-el>

- Vanegas, V. (2020). *Universidad del Azuay* . Obtenido de Diseño con remanentes textiles indumentaria canina : <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10002>
- Vilchis, C. (1998). *Metodología del Diseño, Fundamentos Teóricos* . Obtenido de DOKUMEN: <https://dokumen.tips/documents/metodologia-del-diseno-fundamentos-teoricos-luz-del-carmen-vilchispdf.html>
- VITNIK, G. (6 de Agosto de 2018). *La industria y la problemática ambiental*. Obtenido de GENERACIÓN VITNIK: <http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematica-ambiental/>
- VOGUE. (27 de Julio de 2020). *JJVintage* . Obtenido de VOGUE: <https://www.vogue.com/article/jj-vintage-nike-merch-patchwork-tanks>
- Yance, C., Solís, L., Burgo, I., & Hermida, L. (2017). *La importancia de las Pymes en el Ecuador* . Obtenido de Eumed Net: <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>

ANEXOS



“UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO” FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA



INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Tema: Diseño de una colección de indumentaria aplicando la técnica patchwork, para reducir el impacto ambiental que generan las empresas del sector textil de Cotopaxi.

Entrevista a empresas del sector textil y de confecciones de Cotopaxi

ENTREVISTA 1

Fecha: 29/10/2021

Nombre de la empresa: Sandy sport

Nombre del gerente de la empresa: Sandra Pumashuta

Ubicación: Calle Calixto Pino y Sánchez de Orellana-Latacunga

Teléfono: 0983251385

1. ¿Cuál es la cantidad de producción de indumentaria que generan al mes?

La producción de indumentaria que se confecciona es de 800 prendas al mes.

2. ¿Qué tipo de tejido emplea para la producción de indumentaria, tejido plano o de punto?

Se emplea dos tipos de tejido, el de punto para ropa deportiva, y el tejido plano para ropa casual, uniformes y también ropa deportiva.

3. ¿De los textiles naturales, artificiales y sintéticos, cuales son los textiles que más se desechan?

El textil que más se utiliza para confeccionar indumentaria es el textil sintético.

4. ¿Cuál es la cantidad de mermas textiles que son desechadas al mes?

4 sacos grandes de mermas textiles.

5. ¿Por qué motivo son desechados dichas mermas textiles?

Son desechadas porque ya no sirve para cortar ninguna pieza.

6. ¿Cuál es el destino final de las mermas textiles que son desechadas por la empresa?

Una vez recogidas las mermas textiles en un saco son desechadas en la basura.

7. ¿La empresa posee algún sistema de reciclaje?

Se recicla solo mermas textiles de punto para luego hacer guaípe.

8. ¿Cuál es el aporte que la empresa hace para conservar el medio ambiente?

Recicla mermas textiles de punto, para generar guaípe.

ENTREVISTA 2

Fecha: 29/10/2021

Nombre de la empresa: Imagen

Nombre del gerente de la empresa: Francisca Veintimilla

Ubicación: Calle 2 de Mayo y Juan Abel Echeverría-Latacunga

Teléfono: 0980296335

1. ¿Cuál es la cantidad de producción de indumentaria que generan al mes?

La producción de indumentaria mensual es de 600 prendas al mes.

2. ¿Qué tipo de tejido emplea para la producción de indumentaria, tejido plano o de punto?

Se emplea en su gran mayoría tejido plano.

3. ¿De los textiles naturales, artificiales y sintéticos, cuales son los textiles que más se desechan?

El textil que más se utiliza para la producción es el textil sintético.

4. ¿Cuál es la cantidad de mermas textiles que son desechadas al mes?

4 sacos grandes de mermas textiles.

5. ¿Por qué motivo son desechados dichas mermas textiles?

Porque son retazos de telas que ya no sirven para la confección

6. ¿Cuál es el destino final de las mermas textiles que son desechadas por la empresa?

Los desechos textiles finalmente terminan en la basura.

7. ¿La empresa posee algún sistema de reciclaje?

La empresa no implementa ningún tipo de sistema de reciclaje.

8. ¿Cuál es el aporte que la empresa hace para conservar el medio ambiente?

En particular no tiene ningún aporte.

ENTREVISTA 3

Fecha: 29/10/2021

Nombre de la empresa: Confecciones Molina

Nombre del gerente de la empresa: Delia Calvopiña

Ubicación: Calle 2 de Mayo y Juan Abel Echeverría-Latacunga

Teléfono: 0993353861

1. ¿Cuál es la cantidad de producción de indumentaria que generan al mes?

La producción de indumentaria que se confecciona es de 300 prendas al mes.

2. ¿Qué tipo de tejido emplea para la producción de indumentaria, tejido plano o de punto?

Se emplea un tejido plano para la confección de ropa formal y casual.

3. ¿De los textiles naturales, artificiales y sintéticos, cuales son los textiles que más se desechan?

El textil que más se utiliza y por ello se desechan son más textiles sintéticos, y una minoría de textiles naturales.

4. ¿Cuál es la cantidad de mermas textiles que son desechadas al mes?

Se desecha un aproximado de 3 sacos grandes de mermas textiles.

5. ¿Por qué motivo son desechados dichas mermas textiles?

Porque son retazos textiles pequeños que ya no se puede utilizar.

6. ¿Cuál es el destino final de las mermas textiles que son desechadas por la empresa?

Las mermas textiles son desechadas a la basura.

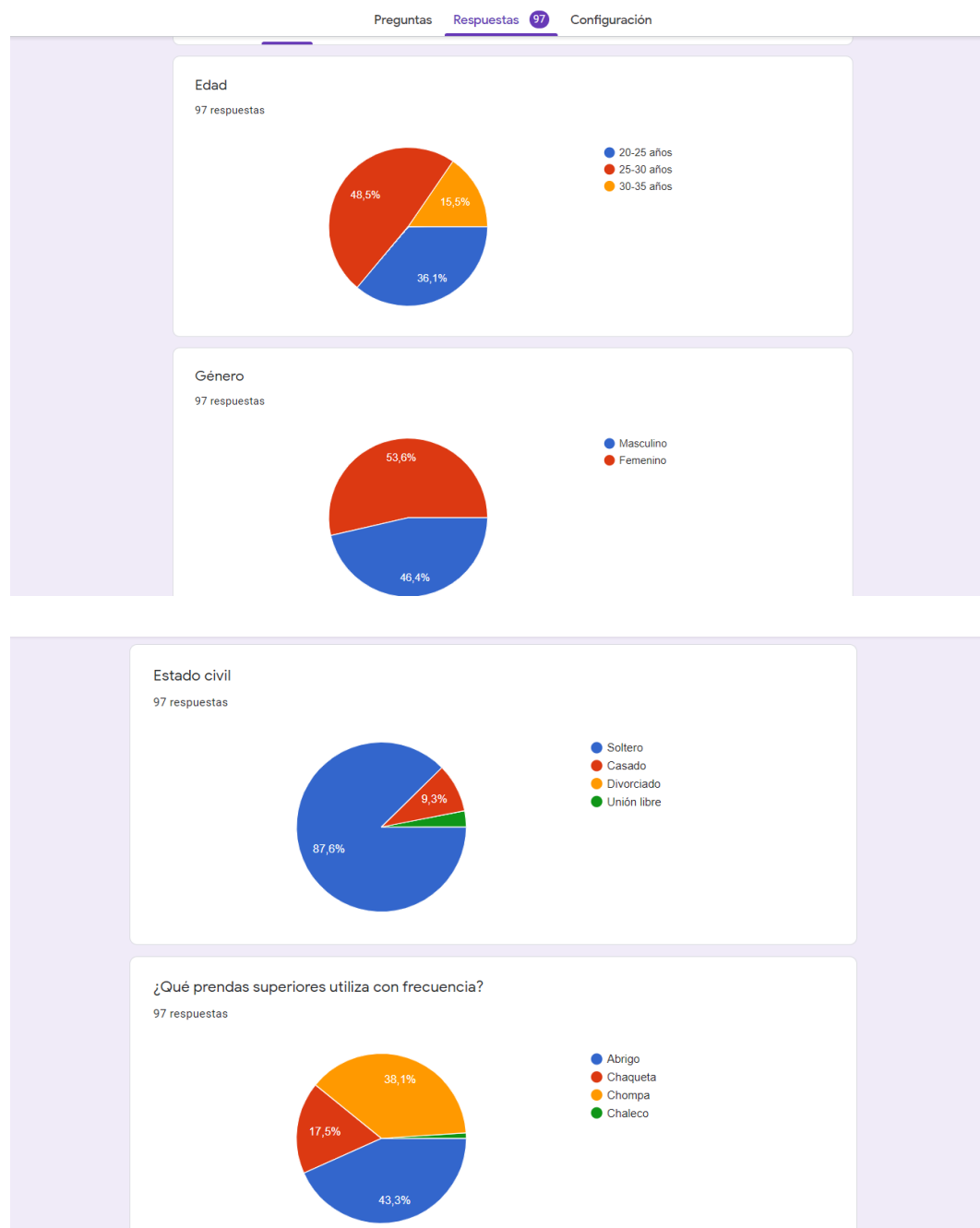
7. ¿La empresa posee algún sistema de reciclaje?

No posee ningún sistema de reciclaje

8. ¿Cuál es el aporte que la empresa hace para conservar el medio ambiente?

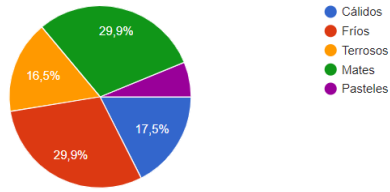
Ninguno.

Encuesta a la muestra de la población



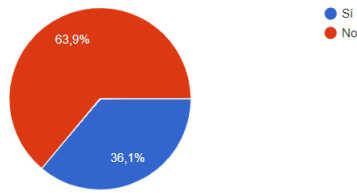
¿Qué colores prefiere para sus prendas?

97 respuestas



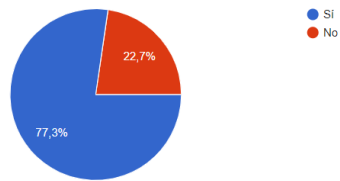
¿ Tiene usted conocimiento sobre la técnica patchwork aplicada en la indumentaria?

97 respuestas



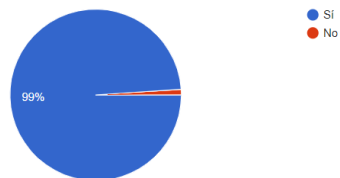
¿ Conoce usted las consecuencias que causa el sector textil al medio ambiente?

97 respuestas



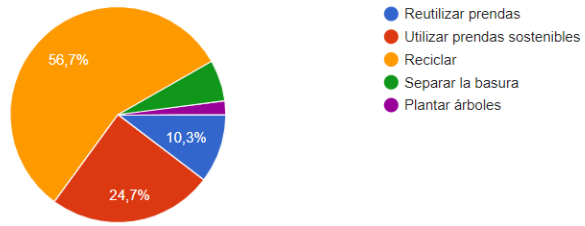
¿ Es importante para usted el cuidado del medio ambiente?

97 respuestas



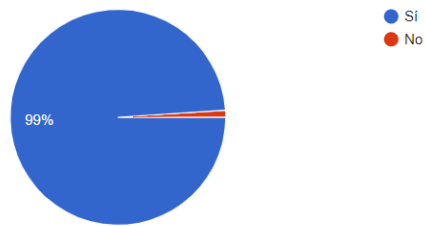
¿Qué estrategias practica usted para cuidar y conservar el medio ambiente?

97 respuestas



¿Le gustaría adquirir prendas amigables con el medio ambiente?

97 respuestas



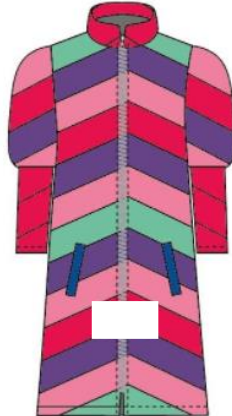
Encuesta a usuarios de las propuestas a materializar

De los tres diseños de abrigos que se muestran en la imagen, elegir uno de su preferencia tomando en cuenta el diseño, estética y funcionalidad.

DISEÑO 1



DISEÑO 2



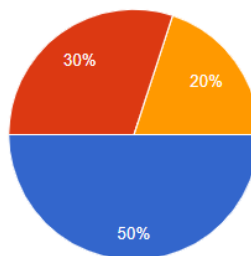
DISEÑO 3



- Diseño 1
- Diseño 2
- Diseño 3

De los tres diseños de abrigos que se muestran en la imagen, elegir uno de su preferencia tomando en cuenta el diseño, estética y funcionalidad.

10 respuestas



- Diseño 1
- Diseño 2
- Diseño 3

De los tres diseños de chompas que se muestran en la imagen, elegir uno de su preferencia tomando en cuenta el diseño, estética y funcionalidad.

DISEÑO 1



DISEÑO 2



DISEÑO 3

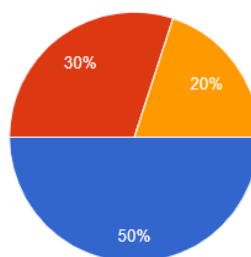


- Diseño 1
- Diseño 2
- Diseño 3

De los tres diseños de chompas que se muestran en la imagen, elegir uno de su preferencia tomando en cuenta el diseño, estética y funcionalidad.



10 respuestas



- Diseño 1
- Diseño 2
- Diseño 3

Manual de estilos de la marca MASHLA

MANUAL DE ESTILOS



IDENTIFICADOR

Siempre que sea posible y como uso principal del logotipo se presentará la marca de la forma escrita.





CROMÁTICA



= 3A5F55



= 899F95



= C3D7CC



ESCALA DE GRISES



= D0D0D0



= 929292



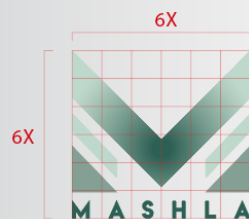
= 575756

CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN



Para la construcción del isotipo en el identificador se realizaron trazos con líneas que forman la imagen. Debe respetarse la estructura en todo momento.

ÁREA DE PROTECCIÓN



Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X", siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página.

El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X.



USOS CORRECTOS

Para un adecuado uso de marca, es necesario hacer caso a la guía aquí mencionada para poder tener una correcta visualización del logotipo.

Evitar en la medida de lo posible el uso del logotipo sobre un fondo de color que no sea el corporativo; sin embargo para cuestiones de Merchandising y publicidad puede utilizarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

En ningún momento está permitido utilizar el logotipo en su versión gris sobre fondo de color.



USOS INCORRECTOS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

Lemon/Milk

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@. \$%&'()*= ? : ; @ # -

HELVETICA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@. \$%&'()*= ? : ; @ # -

TIPOGRAFÍA

La tipografía elegida para el logotipo fue seleccionada por su facilidad de lectura, lo cual facilita la pregnancia del logotipo en la mente de las personas.

la tipografía secundaria se utilizará cuando se presente información adicional.



CONTROL DE PROPORCIÓN

Se establece un tamaño mínimo que puede utilizarse el emblema sin perder su legibilidad en medios impresos y digitales.



TRAMAS PERMISIBLES

Corresponde a la tonalidad del emblema, con su uso del 100% al máximo y 25% como mínimo en el uso de diferentes aplicaciones.