



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD 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 a partir de la reutilización de prendas en la ciudad de Ambato”.**

**Autora:** Espinoza Hidalgo, Karen Viviana.

**Tutor:** Dis. Mg. Sánchez Sailema, Erika Catalina.

**Ambato – Ecuador**

Marzo, 2022

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Integrador sobre el tema: “**Diseño de una colección de indumentaria a partir de la reutilización de prendas**” del/la alumno/a Karen Viviana Espinoza Hidalgo, 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 de 2022

LA TUTORA



.....  
Dis. Mg. Erika Catalina Sánchez Sailema

C.C: 1803470481

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador “**Diseño de una colección de indumentaria a partir de la reutilización de prendas**” 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 de 2022

LA AUTORA



.....  
Karen Viviana Espinoza Hidalgo

C.C: 1850037902

## 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 de 2022

LA AUTORA



.....  
Karen Viviana Espinoza Hidalgo

C.C: 1850037902

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “**Diseño de una colección de indumentaria a partir de la reutilización de prendas en la ciudad de Ambato**” de Karen Viviana Espinoza Hidalgo 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 de 2022

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

---

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

---

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, a Dios, por haberme permitido llegar a esta etapa de mi vida, por haberme dado la paciencia y capacidad necesaria para lograr mis metas y sobre todo por su infinito amor y bondad.

También dedico este trabajo tan arduo y dificultoso en su proceso, a mi familia, ya que, sin su apoyo, colaboración e inspiración no me habría sido imposible llevar a cabo este largo trayecto de mi carrera. A mis padres, Mercedes y Santiago, por haberme apoyado desde el inicio de este largo camino, por sus consejos, por sus valores, por la motivación constante en momentos de angustia, pero más que nada por su amor.

A mis amigas, por ser esas personas que me ofrecieron su disposición de tiempo para apoyarme en todo lo necesario y sin esperar nada a cambio compartieron conmigo sus conocimientos, sus alegrías, y tristezas.

Karen Viviana Espinoza Hidalgo

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser el pilar fundamental en mi vida y a quien siempre he acudido en momentos de dificultad que se me han presentado a lo largo de estos años estudiantiles.

De igual manera a mis padres, quienes han sido mi soporte no solo económico en todos estos años sino también emocional, por ser esa fortaleza e inspiración para superarme día a día.

Karen Viviana Espinoza Hidalgo

## INDICE GENERAL

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO</b> .....	<b>iii</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	<b>iv</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>INDICE GENERAL</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ÍNDICE DE IMAGENES</b> .....	<b>xvi</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xviii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>

### CAPÍTULO I

#### ANTECEDENTES GENERALES

1.1. Tema .....	3
1.2. Antecedentes.....	3
1.3. Justificación .....	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. Objetivo general .....	7
1.4.2. Objetivos específicos.....	7

### CAPÍTULO II

#### MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco.....	8
2.2. Definiciones conceptuales. ....	8



2.2.1. Medio ambiente. ....	8
2.2.2. Ecodiseño. ....	9
2.2.3 Beneficios. ....	9
2.2.4. Consumo responsable. ....	10
2.2.5. Durabilidad de prendas. ....	11
2.2.6. Causas de contaminación. ....	12
2.2.7. Desechos industriales. ....	13
2.2.8. Clasificación de residuos: ....	14
2.2.9. Sostenibilidad. ....	15
2.2.10. Impactos ambientales. ....	15
2.2.11. Diseño. ....	16
2.2.12. Funcional. ....	16
2.2.13. Comercial. ....	17
2.2.14. Conceptual. ....	17
2.2.15. Indumentaria. ....	18
2.2.16. Moda. ....	19
2.2.17. Moda rápida. ....	19
2.2.18. Difusión. ....	20
2.2.19. Reutilización. ....	20
2.2.20. Re significación. ....	21
2.2.21. Rediseño. ....	21
2.3. Marcas referentes y/o aspiracionales. ....	21
2.3.1. IAOS. ....	22
2.3.2. DOCENA ....	22
2.3.3. MITIMITI CLOTHING. ....	23
2.3.4. VERID. ....	24
2.4. Visionario. ....	25

2.4.1. PATAGONIA.....	25
2.4.2. LUMA BAEZ.....	28

### **CAPÍTULO III**

#### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

3.1. Análisis externo. ....	30
3.1.1. Análisis PEST.....	31
3.1.1.1. Entorno político. ....	31
3.1.1.2. Entorno económico. ....	32
3.1.1.3. Entorno social/ cultural. ....	33
3.1.1.4. Entorno tecnológico. ....	34
3.1.1.5. Entorno ambiental. ....	34
3.1.1.6. Entorno legal. ....	35
3.1.2. Tendencias de consumo. ....	35
3.1.3. Segmentación del mercado potencial. ....	36
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia. ....	38
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.....	39
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking) .....	40
3.1.6.1. Mitimiti Clothing. ....	41
3.1.6.2. Remu. ....	41
3.2. Análisis interno. ....	42
3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles. ....	42
3.2.2. Análisis Cadena de valor. ....	44

### **CAPÍTULO IV**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

4.1. Estudio del público objetivo. ....	48
4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista. ....	48
4.2. Selección de la muestra. ....	51

4.3.	Técnicas de estudio.....	52
4.3.1.	Cualitativas.....	52
4.3.2.	Cuantitativas.....	53
4.4.	Metodología de diseño.....	53
4.5.	Elaboración e interpretación de los datos.....	57
4.5.1.	Entrevista.....	57
4.5.2.	Encuesta.....	63
4.6.	Conclusiones.....	71

## **CAPÍTULO V**

### **TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN**

5.1.	Cronograma de producción.....	73
5.2.	Control de calidad.....	74
5.3.	Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto.....	76
5.4.	Requerimientos de mano de obra.....	77
5.5.	Seguridad industrial y medio ambiente.....	77

## **CAPÍTULO VI**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

6.1.	Descripción del producto o servicio.....	80
6.6.1.	Brain storming.....	80
6.2.	Perfil del cliente.....	81
6.2.1.	Moodboard del perfil del cliente.....	82
6.3.	Identidad de marca.....	83
6.3.1.	Concepto.....	83
6.3.2.	Valores de la marca.....	84
6.4.	Uso de la marca.....	92
6.5.	Análisis de color de la propuesta.....	92
6.5.1.	Paleta de color de la propuesta.....	93

6.6.	Tendencia: macro y/o micro tendencia.....	94
6.6.1.	Macrotendencia. ....	94
6.6.2.	Tendencia. ....	95
6.7.	Concepto de la propuesta.....	96
6.8.	Elementos del diseño. ....	101
6.8.1.	Siluetas. ....	102
6.8.2.	Proporción y línea. ....	103
6.8.3.	Función.....	104
6.8.4.	Detalles.....	104
6.8.5.	Estilo.....	104
6.8.6.	Estampados, bordados y acabados, terminados .....	105
6.9.	Materiales e insumos. ....	106
6.10.	Sketch o bocetos. ....	108
6.11.	Fichas técnicas. ....	116
6.12.	Photobook. ....	135
6.13.	Costos de producción.....	146

## **CAPÍTULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

7.1.	Conclusiones.....	151
7.2.	Recomendaciones. ....	151
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....		<b>153</b>
<b>ANEXOS</b> .....		<b>156</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Variable demográfica .....	36
<b>Tabla 2</b> Variable socio económica .....	36
<b>Tabla 3</b> Variable psicografica.....	37
<b>Tabla 4</b> Variable conductual.....	37
<b>Tabla 5</b> Variable geográfica .....	38
<b>Tabla 6</b> Análisis foda.....	41
<b>Tabla 7</b> Análisis cadena de valor.....	44
<b>Tabla 8</b> Población empresas .....	51
<b>Tabla 9</b> Muestra.....	52
<b>Tabla 10</b> Entrevista.....	57
<b>Tabla 11</b> Análisis de datos por categorías .....	59
<b>Tabla 12</b> Edad.....	63
<b>Tabla 13</b> Estado civil.....	64
<b>Tabla 14</b> Reutilización de prendas. ....	65
<b>Tabla 15</b> Uso de prendas elaboradas con materiales alternativos. ....	66
<b>Tabla 16</b> Empresa del sector que se dedique a reutilizar prendas. ....	67
<b>Tabla 17</b> Se debe reutilizar prendas .....	68
<b>Tabla 18</b> Compra de prendas reutilizadas. ....	69
<b>Tabla 19</b> Cuanto está dispuesta a pagar por una prenda reutilizada.....	70
<b>Tabla 20</b> Cronograma.....	73
<b>Tabla 21</b> Control de calidad .....	74
<b>Tabla 22</b> Infraestructura .....	76
<b>Tabla 23</b> Ficha de tendencia e inspiración .....	98
<b>Tabla 24</b> Nueve ámbitos del diseño .....	101
<b>Tabla 25</b> Siluetas .....	103
<b>Tabla 26</b> Materiales .....	106
<b>Tabla 27</b> Insumos .....	108

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Logotipo marca IAOS.....	22
<b>Figura 2</b> Logotipo marca DOCENA .....	23
<b>Figura 3</b> Tienda de ropa Mitimiti .....	24
<b>Figura 4</b> Verónica Díaz, propietaria de la marca Verid .....	25
<b>Figura 5</b> Fundador y propietario Yvon Chouinard.....	27
<b>Figura 6</b> Fundador y propietaria Luma Baez .....	29
<b>Figura 7</b> Logo de la marca luma Báez .....	29
<b>Figura 8</b> Metodología Bruno Munari .....	54
<b>Figura 9</b> Edad .....	63
<b>Figura 10</b> Estado civil .....	64
<b>Figura 11</b> Reutilización de prendas .....	65
<b>Figura 12</b> Uso de prendas elaboradas con materiales alternativos .....	66
<b>Figura 13</b> Empresa del sector que se dedique a reutilizar prendas .....	67
<b>Figura 14</b> Se debe reutilizar prendas .....	69
<b>Figura 15</b> Compraría prendas reutilizadas .....	70
<b>Figura 16</b> Cuánto está dispuesta a pagar por una prenda reutilizada .....	71
<b>Figura 17</b> Moodboard del perfil del cliente.....	82
<b>Figura 18</b> Marca .....	83
<b>Figura 19</b> Logotipo.....	84
<b>Figura 20</b> Ícono .....	85
<b>Figura 21</b> Área de protección .....	85
<b>Figura 22</b> Colores de la marca. ....	86
<b>Figura 23</b> Positivo y negativo .....	87
<b>Figura 24</b> Variables .....	87
<b>Figura 25</b> Fondos de color.....	88
<b>Figura 26</b> Uso recomendado en imágenes .....	89
<b>Figura 27</b> Usos no correctos.....	91
<b>Figura 28</b> Uso de la marca .....	92
<b>Figura 29</b> Paleta de color de la propuesta .....	93
<b>Figura 30</b> Moodboard macrotendencia .....	94
<b>Figura 31</b> Moodboard tendencia. ....	96
<b>Figura 32</b> Moodboard concepto .....	97
<b>Figura 33</b> Silueta triángulo.....	103

<b>Figura 34</b> Silueta rectángulo .....	103
<b>Figura 35</b> Silueta triángulo invertido .....	103
<b>Figura 36</b> Prendas denim recicladas.....	106
<b>Figura 37</b> Prenda jersey reciclada .....	106
<b>Figura 38</b> Conos de hilo .....	108
<b>Figura 39</b> Bocetos prendas superiores.....	109
<b>Figura 40</b> Bocetos prendas inferiores.....	110
<b>Figura 41</b> Ilustración buso.....	111
<b>Figura 42</b> Ilustración pantalón acampanado .....	112
<b>Figura 43</b> Ilustración buso manga corta .....	113
<b>Figura 44</b> Ilustración falda .....	114
<b>Figura 45</b> Dibujo plano buso.....	116
<b>Figura 46</b> Dibujo plano pantalón acampanado.....	117
<b>Figura 47</b> Dibujo plano buso manga corta .....	118
<b>Figura 48</b> Dibujo plano falda .....	119
<b>Figura 49</b> Patronaje buso.....	120
<b>Figura 50</b> Patronaje pantalón acampanado .....	121
<b>Figura 51</b> Patronaje buso manga corta .....	122
<b>Figura 52</b> Patronaje falda .....	123
<b>Figura 53</b> Despiece y escalado buso .....	124
<b>Figura 54</b> Despiece y escalado pantalón acampanado .....	125
<b>Figura 55</b> Despiece y escalado buso manga corta.....	126
<b>Figura 56</b> Despiece y escalado falda.....	127
<b>Figura 57</b> Marcada buso.....	128
<b>Figura 58</b> Marcada falda .....	129
<b>Figura 59</b> Marcada pantalón acampanado.....	130
<b>Figura 60</b> Marcada buso manga corta. ....	131
<b>Figura 61</b> Ruta operacional buso.....	132
<b>Figura 62</b> Ruta operacional pantalón acampanado. ....	133
<b>Figura 63</b> Ruta operacional buso manga corta.....	134
<b>Figura 64</b> Ruta operacional falda .....	135
<b>Figura 65</b> Costos buso.....	146
<b>Figura 66</b> Costos pantalón acampanado.....	147
<b>Figura 67</b> Costos buso manga corta .....	148
<b>Figura 68</b> Costos falda .....	149

## ÍNDICE DE IMAGENES

<b>Imagen 1</b> Primer outfit vista lateral .....	136
<b>Imagen 2</b> Primer outfit vista lateral .....	137
<b>Imagen 3</b> Primer outfit vista posterior .....	138
<b>Imagen 4</b> Primer outfit vista delantera .....	139
<b>Imagen 5</b> Primer outfit vista delantera .....	140
<b>Imagen 6</b> Segundo outfit vista delantera .....	141
<b>Imagen 7</b> Segundo outfit vista lateral .....	142
<b>Imagen 8</b> Segundo outfit vista lateral .....	143
<b>Imagen 9</b> Segundo outfit vista posterior .....	144
<b>Imagen 10</b> Segundo outfit vista delantera .....	145



## RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto integrador se da a conocer el desarrollo de una colección de indumentaria a partir de la reutilización de prendas, las mismas que se manejan con un enfoque de moda sostenible y ecológica. Esta propuesta se planteó debido al daño medio ambiental que ocasionan las prendas al ser constantemente desechadas por diferentes causas. La obtención de los materiales fue por parte de los mismos usuarios con las donaciones de prendas que ellos han hecho.

La metodología que se utilizó para este proyecto fue la propuesta por Bruno Munari, ya que la misma es una guía para la creación de distintos tipos de diseño en base a un problema. Esta metodología facilita la resolución del problema siguiendo pasos o etapas de elaboración; que ayudan a que el diseño pueda ser primeramente verificado para su comprobación de calidad y posteriormente la realización final del mismo con todas las correcciones pertinentes. La metodología proyectual de Bruno Munari tiene un proceso bastante completo para lograr un excelente producto final, en cuanto al contenido y al formato.

Con este proyecto, se da a conocer la importancia del papel de los profesionales de diseño textil e indumentaria en poder aportar y dar solución a la problemática ambiental que existe por la gran cantidad de desechos textiles que produce la industria de la moda. Además de mostrar más opciones de materiales que se pueden utilizar para elaborar prendas, en este caso la reutilización de las mismas que han sido desechadas o ya no tienen ningún otro uso más que el de ser arrojadas a la basura por distintas circunstancias.

**PALABRAS CLAVES:** moda sostenible, reutilización de remanentes, reciclaje de prendas.

## **ABSTRACT**

In this integrative project, the development of a clothing collection based on the reuse of garments will be announced, which will be handled with a sustainable and ecological fashion approach. This proposal was raised due to the environmental damage caused by the garments as they were constantly discarded for different reasons. The obtaining of the materials was by the same users with the donations of garments that they have made.

The methodology that was obtained for this project was the proposal of Bruno Munari, since it is a guide for the creation of different types of design based on a problem. This methodology facilitates the resolution of the problem following the steps or stages of elaboration; that help the design to be first verified for its quality check and later the final realization of the same with all the pertinent corrections. Bruno Munari's project methodology has a fairly complete process to achieve an excellent final product, in terms of content and format.

With this project, the importance of the role of textile and clothing design professionals in being able to contribute and solve the environmental problems that exist due to the large amount of textile waste produced by the fashion industry is made known. In addition to showing more options of materials that can be used to make garments, in this case the reuse of the same that have been discarded or no longer have any other use than being thrown in the garbage for different reasons.

**KEYWORDS:** sustainable fashion, reuse of leftovers, garment recycling.

## INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas más graves que se está viviendo hoy en día en todo el mundo es el daño medioambiental que está sufriendo el planeta debido a las diversas actividades industriales que realiza el hombre, siendo una de ellas la industria de la moda. Los materiales que emplea esta industria, su proceso de obtención y los residuos que genera resultan altamente contaminantes para el medio ambiente. Es por ello que mediante este proyecto se propone la reutilización de prendas como un método sostenible para la elaboración de una colección que sea a partir de las mismas.

En el capítulo I, se estudiará acerca de los antecedentes investigativos realizados con referencia al tema del proyecto sobre el diseño de una colección de indumentaria a partir de la reutilización de prendas para justificar la ejecución de la misma y determinar cuáles son los objetivos que se deben llevar a cabo en el desarrollo del proyecto.

En el capítulo II, se procederá a desarrollar el marco teórico de la investigación con el fin de obtener toda la información pertinente que sustente el proyecto, las definiciones conceptuales acerca de lo concerniente al medio ambiente, la utilización de materiales alternativos, la contaminación de la industria, entre otros; y junto con ello analizar y tomar de referencia otras marcas de moda que tienen productos bajo un enfoque similar.

En el capítulo III, se hará un análisis externo e interno del proyecto a realizar. Se estudiarán los entornos actuales en el ámbito político, económico, social, tecnológico, ambiental y legal. También se encontrará un análisis sobre las tendencias de consumo, el mercado potencial, el sector y mercado de referencia, y por último un análisis de la cadena de valor en la que se desarrollará el producto para de esta forma dar a conocer la factibilidad del proyecto y las situaciones a las que se atiene durante su desarrollo.

En el capítulo IV, se explicará acerca de la metodología que se desarrollará para obtener información sobre el mercado potencial a quien va dirigido el producto. Se dará a conocer los procesos de recolección de datos que se efectuará a través de encuestas y entrevistas realizadas a los posibles clientes con su debido análisis e interpretación de los datos.

En el capítulo V, se analizará todo en cuanto a los recursos que se requieren para el desarrollo del producto, los mismos que son económicos, humanos, materiales, tecnológicos y de infraestructura. Además, se investigará acerca de la seguridad industrial adecuada y seguridad del medio ambiente para la realización de un adecuado proceso de producción.

xxxxx

En el capítulo VI, se desarrollará la propuesta del producto el mismo basado en toda la investigación antes realizada. Se realizará todo el debido proceso de diseño, desde el desarrollo de la marca, el estudio de las tendencias, análisis del perfil del cliente, el concepto de la colección, el proceso de bocetaje, ilustraciones, las fichas técnicas y presentación física del producto final.

# CAPÍTULO I

## ANTECEDENTES GENERALES

### 1.1.Tema

Diseño de una colección de indumentaria a partir de la reutilización de prendas en la ciudad de Ambato.

### 1.2.Antecedentes

De acuerdo a las investigaciones realizadas, existe la reutilización de prendas y el desarrollo de colecciones a raíz de las mismas, además de la reducción de la contaminación ambiental por medio de este método sostenible.

La investigación de Andrea Cristina Gallegos Salazar en relación con “Estudio de prendas y remanentes de la confección para la elaboración de indumentaria”. (2017). Como principal antecedente se ha tomado este proyecto de investigación, ya que la autora plantea y determina que sí se pueden reutilizar las prendas para crear unas nuevas, utilizando remanentes que han sido de gran aporte en el diseño de los vestuarios, ya que se pudo implantar estas nuevas propuestas guiadas por medio de las ilustraciones y fichas. Y argumenta que podría ser una nueva propuesta de empresa para el mercado ya que como no es conocida se podría explotarla y comenzar a dar una vida más larga a estas prendas que constantemente son desechadas, ya que aún no se está buscando la manera de ocuparlas para realizar nuevos diseños.

La investigación de Diana Izarely López Rosillo en relación con el Reciclaje de prendas de vestir somos lo que vestimos y lo que tiramos. (2012). La visión general de este proyecto, denominado “reciclaje de prendas de vestir...somos lo que vestimos y lo que tiramos”, se toma como segundo antecedente ya que tiene por objeto vincular el desarrollo comunitario, el medio ambiente y la salud, para lograr el desarrollo sostenible, a través del diseño de tres líneas de

acción: La creación de un banco de ropa, la conformación de una empresa dedicada a la producción de sillones confortables y el reciclaje de unicel. Primeramente, se desarrolla una metodología para poder diseñar los proyectos sostenibles a través de una campaña de sensibilización sobre el consumo desmedido en la adquisición de prendas de vestir (REDUCIR), (REUSAR) y aquellas que no se puedan reusar serán procesadas para la fabricación de “sillones confortables” conocidos como pufs (RECICLAR).

La investigación de Héctor Gilmer Lozano Gonzales, Julia Beatriz Pelaez Cavero y Laura Stefanny Bernabé Soto en relación con el Diseño de prendas alternativas: proceso y comunicación. (2020). Como tercer eje, se toma de antecedente este artículo en el cual se plantea como objetivo el análisis del proceso de selección y diseño de prendas para su elaboración con materiales alternativos, en el cual se emplea el método de los tres vestidos de Roland Barthes quien da la pauta para la categorización del proceso seguido por los participantes durante su elaboración.

Asimismo, la metodología cualitativa descriptiva les permitió a los autores utilizar como instrumentos la observación y entrevista enfocada realizada dentro del contexto del proceso de elaboración de las prendas y la significación de cada uno de los momentos en que el vestido como diseño, se hace presente pese a que aún no tenga una presencia física como tal. Obtuvieron un cuadro de procesos de cada conjunto diseñado en cuanto a los tres momentos del vestido de Barthes, momentos que estuvieron en la mente de cada equipo de trabajo y el propósito por el cual la prenda es confeccionada, demostrándose que los estudiantes realizaron este método a pesar de no tener conocimiento de ello.

Es así que lo postulado por Barthes como el vestido imagen, el vestido escrito y el vestido real están vinculados sin que exista una acción consciente por parte de los estudiantes durante su elaboración, pero que trasciende a una comunicación individual y social tomando a la prenda como elemento dinamizador del cambio, propuesta en cada uno de los vestidos presentados en público La investigación de Mariana Lucia Rosas Herrera en relación con

Diseño de campaña de reutilización de ropa para disminuir el consumo de prendas de vestir por parte de jóvenes de 20 a 25 años en lima metropolitana. (2020).

Como cuarto antecedente se ha tomado este proyecto de tesis, el cual consiste en una campaña de reutilización de ropa que tiene como fin disminuir el consumo excesivo de esta por parte de los jóvenes. Generar conciencia en los consumidores sobre la cantidad de prendas que poseen y adquieren, dando así mismo opciones fáciles de cómo combinar sus propias prendas, formas de reutilizarlas y reciclarlas. Con el fin que el consumidor encuentre formas de mostrar su propio estilo sin necesidad de adquirir prendas tan continuamente. La autora escoge como público objetivo a los jóvenes ya que son los principales afectados por este problema, son quienes tienen contacto directo con la publicidad y al no poder alejarse o hacer caso omiso de ella, el objetivo del proyecto es darles otras opciones para ellos mismos crearla y su propio estilo. Plantea la realización de posts con opciones de combinaciones de prendas de vestir, prendas básicas y esenciales en el guardarropa y DIY's de cómo personalizar la ropa que se tiene. La investigación de Victoria Harsch en relación con Moda reformulada. (2017).

Como último antecedente se tomó este proyecto de Graduación (PG), el cual trabaja sobre el rediseño de ropa usada, ofreciendo de un modo creativo una propuesta y una forma de rediseñar prendas, con un diseño original y a un costo accesible. Busca tomar ante esta nueva propuesta, elementos creativos y novedosos con el objetivo de mostrar una colección de diseño de autor, con una mirada personal en la construcción del estilo. A pesar de que el punto central de la colección es el reciclado de prendas y la transformación de diferentes tipologías para crear una nueva, esto es sólo una parte del proceso. La línea llamada Fuerzas Opuestas se basa en transformaciones morfológicas y está inspirada en el contraste de características entre lo femenino y lo masculino.

Es por este motivo que el trabajo se enmarca bajo la categoría de Creación y Expresión y sigue la línea temática de Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes. El mismo pertenece a la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria de la Universidad de Palermo.

### **1.3. Justificación**

Se va estudiar acerca del diseño de una colección de indumentaria a partir de la reutilización de prendas en la ciudad de Ambato, porque permitirá conocer el valor que aún se les puede dar a las prendas que se consideran que no tienen más usos y en su mayoría se las desecha sin conocer el impacto medio ambiental que las mismas causan, y de esta manera comprender la importancia de reutilizar y reciclar.

Dentro de la línea de investigación en la que se encuentra el tema sugerido es diseño, materiales y producción con un eje de investigación socio-cultural y de ingeniería empresa, como enfoque temático están nuevas tecnologías, proceso sostenible al servicio del diseño y programa sugerido el reciclaje y reutilización de materiales. Se encuentra dentro de todos estos puntos antes mencionados, ya que al ser un tema en el cual como objetivo es el reciclaje de materiales, que en este caso serían las prendas desechadas y la reutilización de las mismas para crear una colección, estaría encajando en el programa sugerido mencionado.

Además de ser nuevos diseños con materiales desechados (prendas) y la producción de las mismas, convirtiéndose también en un proceso sostenible el cual ayuda al medio ambiente. En cuantas ocasiones no ha pasado que se manda a la basura ropa que puede estar en buenas condiciones y por el simple hecho de gustos quizá el color, la tela, está rota un poco, se destiñó en alguna parte o por ya no estar a la moda es desechada. La reutilización de prendas es una forma de reinterpretarlas y revalorizarlas, dándoles una nueva vida y haciendo más larga la misma, además de ayudar con el medio ambiente, evitando la contaminación que se genera por el desecho de las éstas, desecho que se da por el consumismo excesivo de quienes las compran y luego ya no les sirven.

De acuerdo con el cuerpo vestido, el tema planteado se relaciona con apropiación, esto debido a que, una vez usada una prenda y al ser reutilizada, la misma ya conlleva consigo un pasado y a su vez una historia, esta prenda también en su primera vida ya ha sufrido ciertas transformaciones, estas dependiendo del material con el que hayan sido elaboradas, transformaciones ya sean en textura, color, forma, entre otros; la nueva vida que se les otorgará a estas prendas, harán que el nuevo usuario que las adquiera pueda crear nuevas experiencias,



nuevas ocasiones de uso, una vida totalmente distinta con las mismas, y la identidad de cada una también cambiará dependiendo del usuario.

### **Formulación del problema.**

¿Cómo dar un nuevo uso a las prendas de vestir que son desechadas para reducir la contaminación que las mismas generan e incentivar a las empresas ambateñas y sus consumidores a tomar una práctica más sostenible?

## **1.4.Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

- Diseñar una colección de indumentaria a partir de la reutilización de prendas para reducir la contaminación que las mismas generan e incentivar a las empresas ambateñas y sus consumidores a tomar una práctica más sostenible.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Identificar los problemas de contaminación que causa el desecho constante de las prendas de vestir.
- Diseñar una colección a partir de la reutilización de prendas de indumentaria
- Aplicar la reutilización de prendas como método sostenible para la elaboración de una colección.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1. Marco.**

#### **2.2. Definiciones conceptuales.**

##### **2.2.1. Medio ambiente.**

El término Medio Ambiente se emplea en el contexto de cuestiones relacionadas con el uso de los recursos naturales: comida, vestido, medicinas, agua, energía, ..., la “degradación” del ámbito en que desarrollamos nuestras actividades cotidianas, que va resultando cada vez más “incómodo” para vivir, y la conservación de la “naturaleza”, que sentimos que estamos perdiendo. Todos ellos son temas que afectan muy profundamente a la vida cotidiana de las personas y de las sociedades, y también a su futuro. Precisamente por eso, porque afecta conjuntamente a muchos ámbitos de la sociedad humana, el Medio Ambiente no es sólo objeto de estudio de la ecología, sino de muchas otras disciplinas: economía, psicología, sanidad, sociología, ..., y también es ámbito de decisión de la política, la ética, la moral e incluso de la religión. (de Pablo & de Agar, 2005).

El Medio Ambiente es sobre todo el de la sociedad humana, es el entorno en el que ésta obtiene los recursos que necesita para su subsistencia, incluido el espacio que ocupa y los animales, plantas y paisajes que le gusta saber que existen, y en el que deposita los residuos que ya no necesita. Desde del punto de vista que nos ocupa, el Medio Ambiente se define como algo esencialmente centrado en el hombre, es la fracción de la Naturaleza dentro de la cual se desarrolla la vida de la sociedad. (de Pablo & de Agar, 2005).

### **2.2.2. Ecodiseño.**

El Ecodiseño puede definirse como el conjunto de acciones orientadas a la mejora medioambiental de un producto en la etapa inicial de diseño, mediante la mejora de la función desempeñada, la selección de materiales menos impactantes para su fabricación, la aplicación de procesos de mínimo impacto ambiental, la mejora en el transporte y en el uso del producto, y la minimización de los impactos en la disposición final del producto. (Aranda Uson & Zabalza Bribian , 2010).

El Ecodiseño es una metodología para el desarrollo de productos, útil para prevenir los impactos ambientales y así realizar mejoras en el ciclo de vida desde el proceso de diseño. (Ramirez Juidias & Galan Ortiz , 2006).

El Ecodiseño como metodología de productos se desarrolló hacia principios de los años 90 en Holanda, y tras una rápida difusión a través de diferentes proyectos y programas de capacitación en empresas de Alemania, Bélgica, Reino Unido y Australia se ha consolidado como herramienta clave para una estrategia de Responsabilidad Extendida de los Productores. (Ramirez Juidias & Galan Ortiz , 2006).

### **2.2.3 Beneficios.**

El ecodiseño permitió obtener oportunidades comerciales, así como hacer frente a las amenazas externas. Es decir, permitió: reducir costos de producción, el consumo de productos y recursos, optimizar la calidad y aumentar la vida útil de los productos, seleccionar recursos más sostenibles o con menor consumo energético, buscar la utilización de tecnologías más limpias, y minimizar los costes de manipulación de residuos y desechos y, al mismo tiempo, hizo frente a la normativa gubernamental y atendió a las presiones de los consumidores, entre

otros. Por tanto, el eco-diseño permitió reducir los distintos impactos ambientales de un determinado producto/servicio a lo largo de todo su ciclo de vida. (Balboa & Dominguez Somonte, 2014).

El ecodiseño se consolidó como herramienta clave, con aceptación empresarial, entre las que se pueden señalar: reciclaje de materiales, incremento de la durabilidad del producto, empleo de materiales reciclables, menor consumo energético, rediseño/reacondicionamiento, menor desperdicio en producción, técnicas limpias de producción, reducción en el peso y/o volumen del producto, empleo de materiales o envases más limpios y reutilizables, empleo de menor cantidad de envase. En consecuencia, la perspectiva de desarrollo de ecodiseño como práctica asociada a la producción más limpia es ahora más interesante. (Balboa & Dominguez Somonte, 2014).

#### **2.2.4. Consumo responsable.**

Lo expuesto, conlleva a sugerir que la base de la problemática ambiental es producto del consumo en exceso de recursos que estaría encauzado por: a).-Las grandes empresas multinacionales y el pensamiento capitalista, aunado a ello las políticas de los Estados que se acoplan a este enfoque en la búsqueda de mayor producción y consumo que traerán consigo beneficios económicos para sus países, permitiéndoles fortalecer un mayor desarrollo y poderío desde lo social e individual; b).-Los altos índices de comercialización de distintos productos suntuosos por las grandes transnacionales que han llevado a la población al consumo excesivo; c).-La falta de cultura ambiental que conlleva a elevar los indicadores de consumo por la falta de responsabilidad ambiental ciudadana; d).-La falta de correctivos ante el incumplimiento de las políticas legales y educativas en beneficio del ambiente, que contribuyen al quebranto de las leyes sobre esta materia y; e).-El uso excesivo de recursos y bienes naturales para satisfacer necesidades creadas, las cuales favorecen el desgaste de energía al provocar mayores cantidades de desechos en desuso. (Arias, 2016).

En consecuencia, el concepto de consumo responsable surge hoy por hoy en contra posición a los modos de comportamiento para sensibilizar, educar y, al mismo tiempo, vislumbrar que el consumo y la calidad de vida son elementos directamente proporcionales y que inciden positiva o negativamente en el medio ambiente, según las acciones que se tomen. Con relación a esto, es de vital importancia para el futuro y sostenibilidad del ambiente preponderar el tema como un mecanismo esencial para el desarrollo de los países, fortalecer las instituciones y la familia como núcleos esencial es en la formación del nuevo ciudadano y generar verdaderos cambios en la conservación del ambiente, desarrollando en las instituciones educativas espacios que den apertura a la crítica y a la reflexión del saber referentes a la problemática tratada. (Arias, 2016).

### **2.2.5. Durabilidad de prendas.**

La durabilidad de prendas trata de buscar la manera para que un producto no necesite ser cambiado con rapidez y a la vez ver la manera de reparar cierta prenda si tiene alguna falla. Para lograr estos objetivos primero se debe buscar productos de calidad para la fabricación de prendas y también buscar una confección duradera. También se debe informar al consumidor acerca de cómo cuidar la prenda:

- Se deber lavar una prenda cuando este sucia.
- Utilizar detergente biodegradable o con etiqueta ecológica.
- Seca tu ropa a aire libre.
- Espera a llenar el tambor de la lavadora.
- Intenta no utilizar suavizante.
- Espera a tener varias prendas para planchar.
- Elige un programa de lavadora de ciclo corto.
- Lava con agua fría o a 30 grados.
- Intenta dar una segunda vida a tu prenda antes de tirarla. (Salcedo, 2014).

### **2.2.6. Causas de contaminación.**

Entre las causas más comunes que se encuentran sobre el uso desmedido de los recursos naturales encontramos: demanda de agua y aire, las poblaciones humanas en expansión requieren sistemas de irrigación y agua para las industrias; y esto está agotando hasta tal punto los acuíferos subterráneos que empieza a penetrar en ellos agua salada a lo largo de las áreas costeras en Estados Unidos, Israel, Siria, entre otros, pero sobre todo países con una alta producción industrial y rápida expansión humana. Algunas de las grandes ciudades del mundo están agotando sus suministros de agua y están bombeando agua de lugares cada vez más alejados. (Pérez, 2008).

El mal uso que se le da a la poca agua dulce con la que se cuenta en el planeta, conlleva a que exista una alta demanda de esta. Durante la década de los 80 y a comienzos de la de los 90, algunos países industrializados han tratado mejorar la calidad de su aire reduciendo la cantidad de partículas en suspensión, así como la utilización de productos químicos tóxicos como el plomo, pero las emisiones de dióxido de azufre y de óxidos nitrosos, precursores de la deposición ácida, aún son importantes. Sustancias tóxicas Las sustancias tóxicas son productos químicos cuya fabricación, proceso, distribución, uso y eliminación significan un alto riesgo para la salud humana y el medio ambiente.

La mayoría de estas son productos químicos sintéticos que penetran en el ambiente y duran en él un largo tiempo. En los vertederos de productos químicos se producen concentraciones significativas de sustancias tóxicas. Si éstas filtran al suelo o en el agua, pueden contaminar los suministros de agua, el aire, cosechas e incluso en los animales domésticos, estas sustancias han sido asociadas a defectos congénitos humanos, abortos y enfermedades orgánicas, etc. A pesar de estos riesgos ya conocidos por todas las personas, estos productos siguen siendo fabricados porque muchos de ellos se han vuelto necesarios. “Actualmente, se han fabricado más de 4 millones de productos químicos sintéticos en un periodo de quince años, y se crean de 500 a 1.000 productos nuevos más al año.” (Tablero, 2015).

## **2.2.7. Desechos industriales.**

### **2.2.7.1. Recursos naturales y residuos.**

En el planeta los recursos renovables se están terminando muy rápido, debido a la población sigue creciendo, y los recursos no renovables se siguen explotando y también contaminando el medio ambiente. Los residuos que se generan al explotar los recursos se pueden reciclar y reutilizar ya que por medio de esto se puede contribuir a la conservación del mundo. El principal problema medioambiental que se da en la industria textil son las cantidades de agua que se utilizan para los procesos de elaboración de ciertas prendas, además de la contaminación que causa; también se toma en cuenta el consumo de energía y los residuos en general. (Resitex, 2005).

### **2.2.7.2. Residuos sólidos.**

En las telas y en la confección los residuos son recuperables ya que se puede reciclar y reutilizar para crear nuevas cosas o también para ocuparlos en nuevas propuestas. En ciertas áreas de la confección se usan productos químicos, los cuales deben ser utilizados correctamente logrando separar los desechos que se puedan volver a utilizar. “Toda sustancia química debe ser asumida como un material que requiere manejo especial, a la cual nunca se le debe subestimar su grado de peligrosidad; por lo tanto, en primera instancia, es importante conocerla para saber cómo manejarla: aquello que usted ignora, puede en un momento dado llegar a afectarle”. (Guías para manejo seguro y gestión ambiental de 25 sustancias químicas, 2005). Identificación, clasificación y descripción de los residuos procedentes de la industria textil. (Ramírez, 2008).

### **2.2.7.3. Residuos textiles.**

Los problemas que ocasiona la industria textil son “el vertido de aguas residuales con una alta carga contaminante, los consumos de energía, las emisiones atmosféricas, los residuos sólidos y los olores los cuales llegan a ser molestos si proviene de determinados procesos”. (Resitex, 2005).

#### **2.2.8. Clasificación de residuos:**

1.- Residuos NO peligrosos de envase y embalaje: este tipo de residuos se corresponden principalmente con los productos resultantes del envase y embalaje de las materias primas textiles de diferente naturaleza, (fibras, hilos, tejidos, piezas...).

2.- Residuos peligrosos de envase y embalaje: este tipo de residuos se generan cuando los contenedores, incluyendo el envase y embalaje exterior, de los productos químicos auxiliares, colorantes, pastas de estampación y todo tipo de productos peligrosos se utilizan y consecuentemente se vacían.

3.- Residuos NO peligrosos:

·Residuos textiles (retenidos en filtros de equipos, materias primas y fibras, hilo, tejido, tejidos de punto, fibras sueltas, cortados y cables, etc..).

·Lodos de depuradora textil

·Toners de impresión

4.- Residuos peligrosos:

·Grasas y trapos impregnados de aceite.<sup>59</sup>

·Aceites usados.

·Tubos fluorescentes.



- Fugas accidentales sobre substratos de sepiolita.
- Trapos textiles contaminados con químicos.
- Residuos de disolventes.
- Residuos de equipos eléctricos y electrónicos. (Con metales).
- Baterías. (Vehículos de transporte y equipos).
- Residuos químicos, colorantes, pastas de estampación.” (Resitex, 2005).

Los residuos textiles ocasionan graves daños al medio ambiente, ya que para lograr tener una prenda ya confeccionada y lista para vender debe pasar por varios procesos, en los cuales se utiliza agua en gran cantidad y energía eléctrica, para lograr un mejor aprovechamiento de los desechos textiles se busca el reciclaje y posteriormente la reutilización, que ayuda a aprovechar materia prima que puede ser útil en otros aspectos. (Resitex, 2005).

### **2.2.9. Sostenibilidad.**

El termino sostenibilidad es una palabra de uso muy corriente en el idioma y en su expresión adjetiva, funge para muy diversas situaciones. Sin embargo, de repente empieza a tener un significado muy especial, sobre todo a partir de la aparición del concepto de “desarrollo sostenible”, en 1987, cuando se publica el informe Brundtland, conocido como “nuestro futuro común”, al que ya hemos hecho referencia a espacio en el numeral anterior. (Gómez, 2005).

### **2.2.10. Impactos ambientales.**

Los impactos ambientales son los resultados negativos por el uso inadecuado de recursos. Se puede nombrar a los impactos ambientales que surgen como consecuencia del uso sin medida de los recursos naturales generando como secuelas “el agotamiento de acuíferos, la pérdida de la calidad de los suelos, la escasez de agua, la eliminación de espacios verdes, bosques y humedales, así como especies, la sobrepoblación de espacios urbanos, etc.” (de Pablo

& de Agar, 2005), pero a más de estos también se pueden llamar impactos ambientales “los derivados de la infrautilización de los recursos: pérdida de actividades y productos tradicionales, disminución de posibilidades de usos recreativos, abandono de áreas rurales.”(De Pablo, et. al. 2005 pág. 82). Pero no obstante de estos, los impactos visiblemente más percibidos por la sociedad son los interrelacionados con la contaminación, “ya sea acústica, atmosférica, de suelos, de aguas o paisajística”. (de Pablo & de Agar, 2005).

### **2.2.11. Diseño.**

El diseño es una disciplina intelectual que está integrada en el mundo actual, cuyo objetivo es esa materialización de conceptos para mejorar lo que hay a nuestro alrededor, integrando todas las variables posibles que proceden de la cultura visual junto con otras de otras variables como pueden ser la ciencia o la tecnología. «Los diseñadores suelen recorrer los campos de conocimiento en un sentido horizontal, es decir, acumulan e integran conocimientos de muy distinta índole. Posiblemente sea esto lo que confiere a los diseñadores una percepción singular de la realidad, ya que la mayoría tienen una mente racional y estructurada», por lo que el diseñador debe ser una persona creativa, capaz de poder imaginar soluciones originales para los problemas planteados. (Campi, 2012).

Podríamos decir perfectamente que el diseño es la arquitectura de los objetos que nos rodean, de los libros y periódicos que leemos, de los anuncios que vemos en la calle o de la ropa que llevamos. (Campi, 2012).

### **2.2.12. Funcional.**

Cuando se habla del diseño y su relación con la función de los artefactos, se encuentra una tendencia a establecer que la función, en este caso del vestido, es un concepto ligado a los aspectos cuantitativos, médicos y utilitarios de este artefacto. La revisión de la literatura disponible sobre el concepto de función en el vestido y los métodos de análisis funcional desde y para el diseño, arroja un estado de la cuestión que da cuenta de una comprensión fragmentada

y unos estudios que en ocasiones ignoran sus resultados mutuamente. Estos resultados pueden situarse desde dos vías de indagación:

Funcionalidad de la prenda: los artículos buscan definir al objeto vestimentario de manera global como un sistema, entiéndase vestido, indumentaria, vestuario, ropa, prendas donde se analizan las formas del objeto en relación con el usuario.

Funcionalidad del textil: los textos publicados donde se tratan las funcionalidades de la materia prima con la que será fabricado el vestuario, implican revisiones de ingeniería de materiales y desarrollos como patentes de materiales y textiles. (Fernández, Pastas y Mira, 2019).

### **2.2.13. Comercial.**

Comercial es un adjetivo que refiere a lo vinculado con el comercio o con las personas que se dedican a comprar y/o vender bienes o servicios. El término comercio, por su parte, puede hacer mención a esta actividad o al espacio físico donde se desarrolla. (Pérez y Gardey, 2008).

Como sustantivo, un comercial es una publicidad o un anuncio que transmite un mensaje orientado a captar compradores o usuarios. Los comerciales, en este sentido, se difunden en medios de comunicación como la televisión, la radio o los periódicos. Las características de estos medios determinan cómo será el anuncio (si incluye imágenes, sonidos, videos, etc.). A nivel general, puede decirse que los componentes de un comercial son el nombre de aquello que se desea promocionar, un lema o slogan y una descripción. (Pérez y Gardey, 2008).

### **2.2.14. Conceptual.**

El diseño conceptual es la primera de las diferentes fases del proceso que conlleva crear un producto nuevo. No importa si se trata de la construcción de un edificio, la creación de un

software o la fabricación de un dispositivo, es importante presentar un concepto global antes de continuar.

Si bien esta es la primera fase, la segunda es la del diseño de los esquemas, del bocetaje, podríamos decir. El diseño de conceptos requiere contar con un equipo que sea capaz de convencer al inversor de que el proyecto vale la pena, mientras que con los esquemas estaremos garantizando que el concepto como tal es factible de vender.

Eso no significa que un equipo no sea capaz de determinar la viabilidad antes de intentar vender el concepto. De hecho, a menudo los equipos de diseño están trabajando desde una fase inicial del proyecto, y la etapa conceptual implica reunir información e investigar el mercado en el que se va a mover el producto en cuestión. Muchos planes de proyectos ahora combinan las fases de diseño conceptual y esquemático utilizando el término "concepto" para describir esta etapa del desarrollo del proyecto. (ESDESIGN, 2019).

#### **2.2.15. Indumentaria.**

La indumentaria funcionaría como metáfora de la propia personalidad y de los vínculos que establece el sujeto con su entorno y la sociedad en su conjunto. Se informa un recorrido bibliográfico proponiendo la creación y búsqueda de conceptos ordenadores. La construcción de yuxtaposiciones de conceptualizaciones provenientes de distintas disciplinas que dan cuenta de un fenómeno común, permitiría producir visiones novedosas sobre la temática estudiada. A partir del rastreo bibliográfico realizado se concluye que la indumentaria, en su relación con el cuerpo puede pensarse más que como una metáfora, como una dialéctica. Puede aventurarse que el vestido formaría parte constitutiva de la o las imágenes corporales que se tienen de sí mismo, por lo cual integraría la identidad de los sujetos e intervendría en la regulación de los intercambios sociales que los individuos establecen con otros y con su entorno. (Velazquez, 2014)

### **2.2.16. Moda.**

La Moda según Lipovetsky, se define como una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente. Estos conceptos se encuentran relacionados entre sí y acordes a una sociedad abierta en una cultura en la cual los valores primordiales son el placer, la búsqueda permanente de pertenecer a un grupo y al mismo tiempo ser diferente, y único. Esta exclusividad conlleva a tener o desarrollar un estilo específico. El estilo se define como un modo de expresión básico y distintivo, la relación del estilo con las modas, es del orden de lo general con lo particular. La moda en estos casos toma una posición de imperante y de regidora del mundo del buen gusto, pero, aun así, hay pequeñas modas que se instauran dentro de otras esferas de no tanta envergadura y que son denominadas: estilos. (Lipovetsky, 1990).

La moda es una forma especial de adornar y significar el cuerpo. Esta incide directamente en la identidad individual y colectiva. Se podría decir que es una manifestación de nuestro ser, identidad o estilo, influenciado por una tendencia actual en el mercado. Estas pautas de identidad están íntimamente asociadas a la vestimenta que decidimos llevar, según el contexto, la cultura, y la sociedad a la cual pertenecemos. Son transmisoras de información social y personal, por las cuales logramos hacer juicios de valor a través del vestuario que utilizan. La Moda no es simplemente una manifestación de fatuidad, sino que se convierte en un sistema permanente, como mencionamos anteriormente en una realidad social e histórica. Podemos definir a la Moda, como una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente (Lipovetsky, 1990).

### **2.2.17. Moda rápida.**

Este modelo, se basa en la rapidez, y consiste en surtir y resurtir a los clientes con las diferentes prendas de vestir que marcan la moda, y al mismo tiempo, ha conseguido desarrollar una nueva modalidad de vestir, que une de un lado la dimensión de moda, con un bajo coste

tanto económico como psicológico del consumo. Más fácil de usar y, sobre todo, de dejar de usar, pues en el fondo ha costado poco. (Barreiro, 2008).

#### **2.2.18. Difusión.**

Difusión es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín *diffusio*, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje. (Pérez y Gardey, 2010)

#### **2.2.19. Reutilización.**

Según (Guillén, 2011) la reutilización de prendas de vestir es una forma para contribuir con cuidado ambiental, empresas, micro empresas, dedicadas a la producción de estas pueden adoptar este tipo de actividad para ofrecer a sus clientes, implementando una nueva línea en su empresa la cual ofrece varios beneficios tanto a los consumidores como a sus propietarios, incentivando a sus clientes a que tengan un consumo responsable, “el mismo que evitaría que las prendas terminen en botaderos de basura y esta es otra forma de vestir respetando el medio ambiente y colaborando con un proyecto social” (Guillén, 2011) al reutilizar una prenda de vestir estamos contribuyendo a que a estas no se les dé un uso inadecuado, ya que muchas de estas termina siendo una u tencillo de limpieza o simplemente se quedad guardadas en nuestros armarios sin ninguna utilidad.

Pero la reutilización de prendas va mucho más allá que solo una actividad de simple reciclaje, “La ropa reciclada es un es un nuevo concepto de diseño que utiliza prendas antiguas o que no nos sirven, convirtiéndolas en piezas de diseño exclusivo.”(Romero, 2012 pág. 3), siendo esta la característica principal de estos productos que puede ser otra prenda, un complemento de vestuario entre otras, 48 ya que ninguno de ellos se puede volver repetir por más que se utilice un mismo patrón para elaborarlos.

### **2.2.20. Re significación.**

Es el proceso y el resultado de significar (aquello que actúa como un signo o una representación de algo diferente, o que permite expresar un pensamiento).

La idea de re significación suele utilizarse para nombrar al hecho de darle una nueva significación a un acontecimiento o a una conducta. Esto quiere decir que la re significación supone otorgar un valor o un sentido diferente a algo. (Pérez y Merino, 2014)

### **2.2.21. Rediseño.**

Re es uno de los prefijos más utilizados a instancias de nuestra lengua y que usamos delante de algunas palabras para indicar la repetición de una acción. En este caso entonces un rediseño refiere a la acción de volver a diseñar algo.

El diseño es la actividad creativa a través de la cual una persona idea objetos y elementos útiles, y con una determinada impronta estética, para luego ser fabricados en serie y comercializados en un mercado.

El rediseño de un objeto, de un elemento o lo que fuere se puede efectuar con varias intenciones, una alternativa puede ser mejorar la versión original de ese objeto, hacerlo más atractivo, más actual, incorporarle nuevas funciones si es que ha quedado obsoleto, por ejemplo. Y también el rediseño puede deberse a la insatisfacción que el creador tiene sobre su diseño y entonces decide reelaborarlo de cero. (Ucha, 2015).

### **2.3. Marcas referentes y/o aspiracionales.**

### 2.3.1. IAOS

IAIOS es otra marca textil comprometida con la fabricación de ropa de manera ética y sostenible. Tienen colecciones para hombre, mujer y niños, y comercializan principalmente unos jerseys alegres y coloridos que nos han encantado. También venden camisetas, calcetines y complementos. Incluso ofrecen un jabón ecológico y artesanal para lavar sus prendas. Para hacer sus tejidos emplean hilo reciclado a partir de los retales y telas sobrantes de fábricas, con lo que ayudan a reducir los residuos, evitan el proceso de tintado y ahorran agua. Además, apuestan por la economía circular, fabricando prendas que puedan usarse durante mucho tiempo. Su producción es local y se lleva a cabo en sus instalaciones en Olot, Igualada y Granollers. (Crudo, 2021).

#### Figura 1

*Logotipo marca IAOS*



*Nota. IAIOS, 2021.*

### 2.3.2. DOCENA.

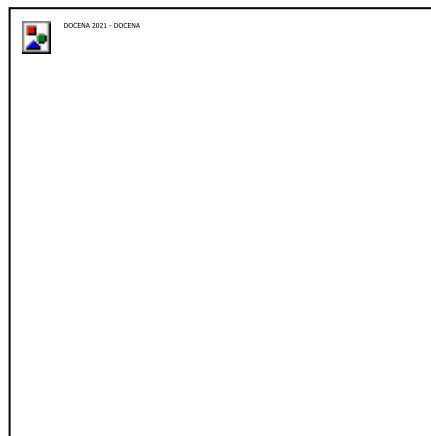
De esta marca de moda chilena (sitio web), aplican el concepto del upcycling o supra reciclaje de forma brillante, creando diseños muy llamativos y rompedores a partir de retales de prendas descartadas. En su tienda online se encuentran chaquetas, vestidos, ponchos,



kimonos e incluso puffs para sentarse. Al utilizar todo tipo de retales para hacer sus prendas, cada una de ellas se convierte en una pieza única. Durante la confección, no solo consiguen dar un segundo uso a los residuos textiles, sino que consiguen ahorrar el agua y la energía que serían necesarias para acometer los procesos de hilado, tejido y tintado. (Crudo, 2021).

## Figura 2

*Logotipo marca DOCENA*



*Nota.* DOCENA, 2021.

### 2.3.3. MITIMITI CLOTHING.

Es el proyecto que ha lanzado en redes sociales la marca de ropa Mitimiti Clothing, que tiene su tienda en Santa Cruz, Galápagos.

“El mundo está cambiando tan rápido, nuestras vidas no son lo mismo que hace un par de meses atrás, y lo hemos sentido en carne propia, y creo que eso despertó más en Joachim (Ampuero) y en mí la necesidad de aportar nuestro granito de arena”, explica Cecilia Falquez, cofundadora, junto a Ampuero, de la marca.

A través de este proyecto, indica, van a reutilizar las prendas. “nosotros con nuestra creatividad las vamos a reconstruir con diseños únicos y originales”. (Falquez Cecilia, y Ampuero Joachim, 2019).

### **Figura 3**

*Tienda de ropa Mitimiti*



*Nota.* El Universo, 2019.

#### **2.3.4. VERID.**

La idea de tener algo propio y la necesidad por generar ingresos para su familia, permitió que Verónica Díaz lance su marca Verid en el mercado. El emprendimiento surgió en el 2012, cuando Díaz decidió radicarse en Cumbayá y crear un negocio propio que le permitiera pasar tiempo con sus hijos y que le generara ingresos laborales. La emprendedora incursionó en el mercado con una boutique en el sector de Cumbayá. Ella viajaba constantemente a EE.UU. para comprar ropa y vender las prendas en el negocio que había posicionado al norte de Quito. Sin embargo, las ventas decrecieron a partir de las restricciones que se implementaron en el país, con la aplicación de salvaguardias para productos importados.

Un curso de costura y confección permitió que la joven empezara a fabricar sus propias prendas de vestir. Estos productos se colocarían en el mercado. Con poca acogida y grandes cantidades de ropa, Díaz creó una variedad de productos para llamar la atención del público. En la actualidad, Verid cuenta con una línea de productos entre los que están alpargatas, accesorios (collares, aretes y pulseras), sacos, pañuelos, blusas, ponchos, bufandas, entre otros. “Lo innovador de la marca es que mis productos son fabricados con prendas de vestir recicladas. Las alpargatas se confeccionan con telas restantes”, (Díaz Verónica, 2019).

#### **Figura 4**

*Verónica Díaz, propietaria de la marca Verid*



*Nota.* Revista Líderes, 2019.

## **2.4. Visionario.**

### **2.4.1. PATAGONIA.**

La historia de la empresa es bastante conocida por el público del aire libre. Especialmente desde que su fundador y propietario Yvon Chouinard, escribió sobre él de una manera bastante detallada en su libro “Let My People Go Surfing”. La compañía inicialmente fue nombrada Chouinard Equipment dedicándose a crear material de escalada. Pitones y excéntricos prioritariamente.

El Chouinard Equipment tenía algo éxito, a pesar de ser administrada de manera casi de manera casual. Incluso el catálogo de productos se hizo artesanalmente, con grandes retrasos en la entrega durante la temporada de escalada. Al final, todos los empleados de la empresa eran escaladores y en la temporada salían para practicar el deporte. A principios de los años 1970, la empresa ya era la mayor productora de equipo para escalada del mercado estadounidense. Junto con Tom Frost, innovaban en el diseño de sus productos, siendo líder en el mercado con los productos más modernos.

Desde ese momento Yvon Chouinard presenta una preocupación singular con el medio ambiente. El ejemplo más cristalino de esto sucedió cuando Yvon percibió que sus equipos de escalada estaban contaminando la roca de las montañas. Su pitón estaba atrapado en las grietas y lo tuvo que abandonar. Con el crecimiento del deporte, el uso intensivo de su equipo trajo una mayor cantidad de pitones abandonados. Así, el entonces escalador decidió discontinuar la venta del producto, aún, sabiendo que esa línea representaba el 70% de sus ventas. Para compensar las pérdidas, puso en marcha el Piton de aluminio, que podría ser reutilizable y esta fue una gran novedad para la época.

Pocos años después, en un viaje de vacaciones se fue a Inglaterra donde conoció una marca de ropa de rugby. La calidad de las prendas llamó su atención. En la opinión de Yvon Chouinard, las prendas eran ideales para la escalada, pues resistirían a la abrasión de las rocas de Yosemite. A partir de entonces comenzó la línea de ropa, incluso de edición limitada, del Chouinard Equipment. La intuición de Yvon se mostró acertada de nuevo: la línea de ropa se vendió como agua. En la misma temporada hubo una multitud de escaladores que utilizaban la camisa de rugby, con sus características rayas horizontales, en todo el país de América del Norte.

De esta manera la línea de ropa Chouinard Equipment se convirtió en parte del catálogo, con más y más opciones. Con el tiempo chaquetas, camisetas y pantalones comenzaron a ser incorporados al catálogo de productos de la empresa. Llegó la marca de ropa Patagonia, un homenaje al lugar que inspiró Chouinard, cuando realizó el viaje en furgoneta desde San

Francisco para subir el Fitz Roy unos años antes. De hecho, el logotipo de la marca es la imagen icónica de esta montaña.

Recordando, a principios de los años 70's la ropa deportiva outdoor todavía era una novedad poco explorada, pero en ascenso. En el año 1977, el Chouinard Equipment en colaboración con Malden Mills (fabricante original de Polartec y otros productos textiles modernos), obtuvieron un gran éxito cuando pusieron en marcha la primera capa de material sintético para las chaquetas a base de poliéster: El vellón. Junto al equipo, introdujeron el concepto del sistema de capas.

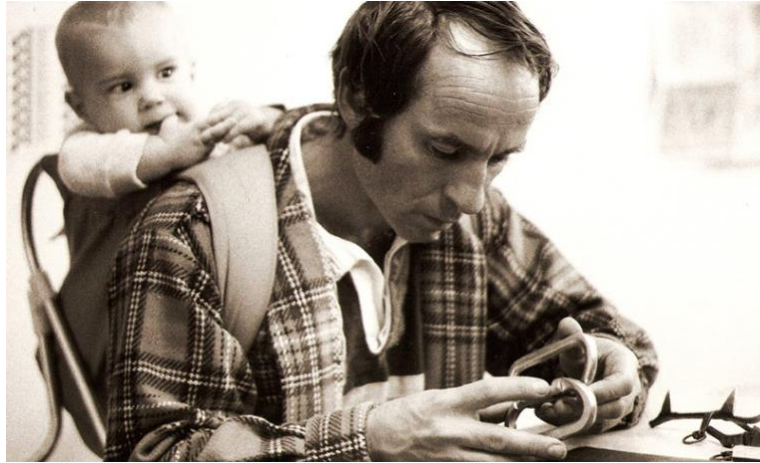
Como consecuencia, fueron lanzados algunos de los productos de la marca más emblemáticos: Synchron y Capilene, entre otros. Fue el inicio de la consolidación del mercado de ropa al aire libre propiamente dicho, como lo conocemos hoy. Pero fue en la década de 1980 que las ventas de ropa al aire libre despegaron, convirtiéndose en un mercado bastante disputado.

En la misma época la marca de Yvon Chouinard buscó hacer algo que muchas marcas aún no habían «descubierto»: los colores. Sus competidores apostaban por la ropa con colores pastel o incluso negro. Pero Patagonia pasó a hacer ropa con colores fuertes, inspirada en las coloridas vestimentas de los pescadores del Atlántico Norte.

Fue más o menos en esta época cuando la marca se separó, eligiendo entre ropa o equipo outdoor. Así, Chouinard Equipment había cerrado, la marca Patagonia se dedicó a la producción de prendas de vestir para el outdoor y Black Diamond del material de montaña.

## **Figura 5**

*Fundador y propietario Yvon Chouinard*



*Nota.* Freeman, 2021.

#### **2.4.2. LUMA BAEZ.**

Diseñadora de indumentaria graduada de Escuela Argentina de Moda (EAMODA). Realizo el programa de formación de líderes para el cambio en el sector textil y de la moda, organizado por el centro textil sustentable y el programa de las naciones unidas para el desarrollo (PNUD).

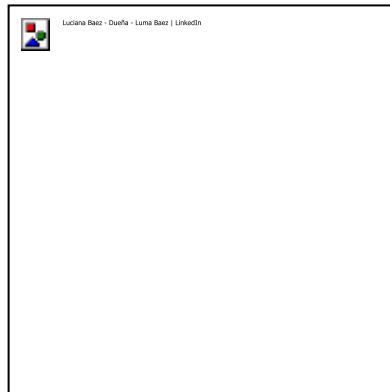
Emprendedora desde los 21 años en el proyecto Remeras4AM y desde el año 2013 en su marca LUMA BAEZ, trabaja diariamente en ambos emprendimientos. Su interés por la sustentabilidad alinea y rige su trabajo y empeño en la producción de indumentaria y el crecimiento de sus proyectos personales.

Actualmente continua su búsqueda y formación en el campo de prácticas sustentables en el mundo textil a través de técnicas naturales, locales y autóctonas.

Estudia fotografía y recorre el país trazando redes para el rescate de la cultura textil y artesanal.

## Figura 6

*Fundador y propietaria Luma Baez*

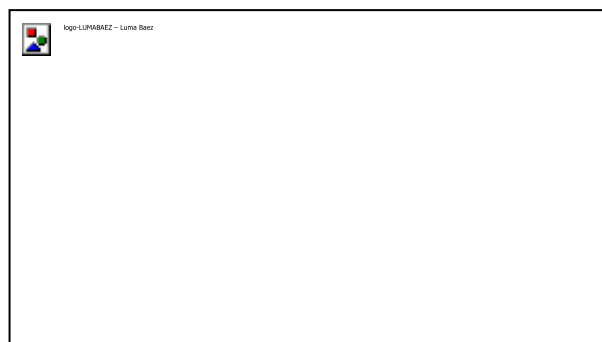


*Nota.* Luma Baez, 2021.

Luma Baez ofrece prendas elaboradas con tejidos reciclados y también prendas elaboradas mediante upcycling, es decir, aprovechando piezas y retales de otras prendas sin necesidad de deshacer completamente sus fibras para generar nuevos tejidos. Su prenda estrella son las camisetas de diseño, pero también podemos encontrar en su tienda vestidos, túnicas, bufandas y otros complementos. Entre los materiales que más utilizan para la fabricación, destacan los retales de poliéster, aunque también tienen líneas en las que emplean fibras naturales. (Baez Luma, 2019).

## Figura 7

*Logo de la marca luma Báez*



*Nota.* Luma Baez, 2021.

## CAPÍTULO III

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 3.1. Análisis externo.

El análisis PEST es una metodología que se basa en algunas variables del contexto externo, las cuales son capaces de definir el escenario en el cual opera la organización. Se trata de un análisis cuyo objetivo implica delimitar los factores que podrían ser relevantes en las tendencias generales, pero, además, nos proporciona una información útil para el proceso de toma de decisiones y en las elecciones estratégicas y operativas de la organización. El análisis puede adoptar una perspectiva enfocada hacia el futuro, con el objetivo de identificar los principales elementos de discontinuidad (o de cambio) que deberán afrontarse. Esta metodología se centra en la evaluación de cuatro variables macro estructurales:

- **Política.** Las dimensiones políticas pueden influir sobre el contexto general y el sector concreto al que pertenece la organización mediante procedimientos legislativos que regulan su funcionamiento.
- **Economía.** La situación económica podrá determinar las decisiones y las estrategias de las organizaciones, condicionando, por ejemplo, la capacidad de acceso al crédito o el gasto de los usuarios, clientes o las propias administraciones.
- **Sociedad.** Las tendencias sociales y culturales, los cambios de comportamiento y de opinión ciudadana con respecto a ciertas cuestiones, junto con transformaciones en la estructura sociodemográfica, pueden tener efectos significativos sobre la demanda y la oferta de bienes y servicios.



- **Tecnología.** Las dinámicas tecnológicas, con la irrupción de la digitalización y las nuevas infraestructuras, pueden modificar radicalmente el entorno en el que opera la organización. (Rosso, 2014).

### **3.1.1. Análisis PEST.**

#### **3.1.1.1. Entorno político.**

En el Ecuador la presencia de la pandemia causada por el COVID-19 ha permitido evidenciar las debilidades políticas y económicas que venían afectando a la población y al Estado desde hace algunos años atrás.

Sin embargo, durante este año luego de las elecciones dadas para obtener un nuevo candidato, el exbanquero Guillermo Lasso tomó las riendas de Ecuador desde el 24 de mayo en medio de una “crisis triple”, enfrentándose a un desafío de reactivar la economía del país. (El telégrafo, 2021).

Claramente hubo cambios políticos con el nuevo presidente, mismos que fueron declarados en el discurso de ceremonia de asunción, dentro de los cuales están la restitución de los valores republicanos, asociados a las libertades, la tolerancia, la cooperación y el pluralismo; la reducción del periodismo amarillista y más comunicación en los medios; libre comercio y regreso de la educación intercultural, entre otros. (Infobae, 2021).

Además de estos cambios estuvo y sigue vigente, la vacunación masiva, denominada como el plan “diplomacia”, se obtuvo como fin a parte del principal que es salvar vidas, la reactivación completa del país.

Desde el mismo mes de septiembre, la mayoría de las actividades económicas empezaron a reactivarse con normalidad, los estudiantes empezaron a regresar progresivamente a las aulas, el transporte público aumentó su aforo al 100% y ciertas actividades de ocio comenzaron a abrir las puertas al público. (Banco mundial, 2021).

### **3.1.1.2. Entorno económico.**

El sector textil y confección aporta cerca del 1% al PIB nacional, pero las limitaciones de producción y distribución por las medidas para evitar los contagios de covid-19 le generaron fuertes estragos. En el 2020 el sector cayó en -9,9% entre enero y septiembre, mientras las ventas se redujeron en -40% entre marzo y diciembre. Junto a ello se perdieron más de 10 mil empleos formales de enero a agosto del 2020. Ante esta situación se ha propuesto un Plan de Mejora Competitiva. (Revista Gestión, 2021).

Los efectos de la crisis sanitaria han logrado una pérdida en la mayoría de los sectores. En el caso del sector textil han sido profundos, ocasionando una contracción importante del sector. La industria textil y de confección es de suma importancia en la economía nacional, representa 5,9% del sector industrial y aporta acerca de un punto porcentual al PIB (0,8%). (Revista Gestión, 2021).

Pero, además, es el sector que tiene más encadenamientos productivos. Javier Díaz, presidente ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), indica que este sector tiene encadenamientos con 33 sectores, convirtiéndose en el más encadenado de todas las industrias. Sin embargo, tuvo fuertes restricciones durante el 2020 por el confinamiento. Esta medida implicó que muchas empresas textiles no puedan producir por un tiempo, pero tampoco podían distribuir sus productos al no ser considerados bienes de primera necesidad. Aquello fue una prueba de liquidez y resiliencia. (Revista Gestión, 2021).

El resultado fue una contracción interanual de -9,9% entre enero y septiembre de 2020 en la fabricación de productos textiles, prendas de vestir, fabricación de cuero y artículos de cuero, siendo el cuarto más afectado del sector industrial. (Revista Gestión, 2021).

El Banco Central estima un crecimiento económico de 3,1% durante 2021, a partir de un buen comportamiento esperado tanto de la recuperación del consumo de hogares, así como del sector externo vía exportaciones e importaciones (véase cuadro 1). El producto interno bruto nominal de 2021 será de 100.816 millones de dólares corrientes y 67.539 millones de dólares constantes. (Revista Opción, 2021).

### **3.1.1.3. Entorno social/ cultural.**

El entorno social en el que todos estamos sumidos debido a la pandemia generada por el COVID-19, la sociedad se ha visto obligada a vivir una “nueva normalidad” la cual está determinada por normas que se deben cumplir como son las de bioseguridad. El estilo de vida llevado durante este tiempo crearon hábitos en las personas, como el distanciamiento social en el ámbito personal, laboral y social; conciencia sobre el cuidado de la salud y el cuidado de la higiene personal; nuevas formas de consumir y la preocupación por el medio ambiente.

Sin embargo, a pesar de estas prácticas como el distanciamiento social, durante este año se han ido minorando en cierta forma, debido a la vacunación masiva y la reapertura de varios lugares, en sí, la reactivación paulatina de las diferentes actividades que se realizaban antes de la pandemia.

Por otra parte, la sociedad que era demasiado consumista ha pasado a tener más conciencia en cuanto al consumo, la parte humana y sobretodo la responsabilidad, además de darse cuenta la importancia de socializar con otros seres. En cuanto al ámbito salud y laboral, ambos deben ir de la mano, manteniendo aun las debidas normas implementadas por el gobierno, para cuidarse y cuidar a la sociedad.

#### **3.1.1.4. Entorno tecnológico.**

Desde el 2020, especialmente por la pandemia del COVID-19, las soluciones tecnológicas han tomado fuerza en las compañías. Durante este año ha sido distinto, expertos han planteado varias tendencias encaminadas a lograr nuevas oportunidades de desarrollo, crecimiento y consolidación de los negocios. (El Universo, 2021).

Por ejemplo, se estima que uno de cada tres compradores eligió por primera vez el canal online para generar sus compras. Esto supone un crecimiento del 800% en visitas a los sitios web y el 44% en órdenes en comparación con 2019. En Latinoamérica, el comercio electrónico avanzó y creció en dos meses lo que hubiera tomado cinco años, y Ecuador cerró el 2020 con un aproximado de \$ 2.300 millones en ventas vía online, según estadísticas de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. (El Universo, 2021).

#### **3.1.1.5. Entorno ambiental.**

Durante este año, más precisamente con la elección y posicionamiento del nuevo presidente de la república, con respecto al medio ambiente Guillermo Lasso a impulsado estrategias para con el mismo.

La idea, según el Gobierno, es implementar una política pública para desarrollar un modelo económico que no solo reduzca la afectación ambiental por las actividades productivas, sino que impulse procesos regenerativos de los recursos. La estrategia incluirá disponer de los denominados fondos verdes para este fin. (Vélez Roger, 2021).

El Primer Mandatario aseguró que Ecuador será el primer país en América Latina en hacer de la transición ecológica una política de Estado. También se declaró como prioridad

nacional el desarrollo sostenible en el Ecuador, entendido como la mejora de la calidad de vida humana, sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas. (Vélez Roger, 2021).

El documento incluye el “desarrollo de incentivos que tengan como objetivo la protección de la naturaleza y ecosistema, reducción de impactos ambientales como gases de efecto invernadero”, y define como prioridad “garantizar el derecho al acceso al agua para las presentes y futuras generaciones”. (Vélez Roger, 2021).

#### **3.1.1.6. Entorno legal.**

Ecuador se enfrenta a una serie de reformas que, de cumplirse, podrían cambiar al menos tres pilares de la economía del país: el sistema laboral, la seguridad social y el esquema de impuestos. Con o sin acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), Ecuador emprenderá en 2021 el camino de al menos tres reformas estructurales clave para la economía. Se trata de la modernización del sistema de recaudación de impuestos, de la actualización de un marco legal laboral que data de 1938 y que ya no se adapta a los nuevos tiempos de una profunda reforma a un sistema de seguridad social que ya no es sostenible. Lo dicen expertos y algunos candidatos presidenciales.

#### **3.1.2. Tendencias de consumo.**

El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado. (Zemanate Karen, 1995).

Entre las nuevas tendencias de consumo podemos incluir sin ningún género de duda el llamado consumo ecológico. Se trata de un fenómeno en auge en las últimas décadas que está

recibiendo una atención especial por parte de distintas líneas de investigación. Desde el análisis social su estudio se ha desarrollado fundamentalmente en el campo de la sociología ambiental y la perspectiva agroecológica (Tendero, 2011; Sevilla Guzmán y Martínez Alier, 2006), así como desde marcos interdisciplinarios que han articulado las relaciones de producción y consumo, y analizado el carácter consumerista del fenómeno (Goodman y Du Puis, 2002; McCarthy y Murphy, 2013).

Por otra parte, no ha sido hasta años muy recientes que el consumo ecológico se ha podido inscribir dentro de una novedosa noción de moda, llamada por algunos autores como “moda ecológica” o “moda sostenible” (Gardetti, 2017; Fledtcher y Tham, 2014). Este enfoque, inspirado en el Movimiento Slow y el Movimiento Ecomoda (críticamente: Tseëlon, 2011; Clark, 2008), parece tener como objetivo la elaboración de un catálogo de “buenas prácticas” orientado a la investigación, a los consumidores, así como a los agentes implicados en el diseño y producción de artículos de moda.

### 3.1.3. Segmentación del mercado potencial.

Para realizar la segmentación de mercado, se determina los siguientes factores de acuerdo a Ocampo (2014).

**Tabla 1**

*Variable demográfica*

<b>VARIABLE DEMOGRÁFICA</b>	
<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriana
<b>Sexo</b>	Femenino
<b>Edad</b>	20-24 años
<b>Etnia</b>	Mestiza

*Nota.* Esta tabla muestra las variables demográficas del mercado potencial de Ambato.

**Tabla 2**

*Variable socio económica*

---

<b>VARIABLE SOCIO ECONÓMICA</b>	
<b>Nivel socio económico</b>	Medio y medio alto
<b>Nivel de estudios</b>	Superior, tercer nivel
<b>Ocupación</b>	Estudiantes, profesionales
<b>Ingresos</b>	Remuneración básica equivalente a \$400 y remuneración básica unificada equivalente a \$800

---

*Nota.* Esta tabla muestra las variables socio económicas del mercado potencial de Ambato.

**Tabla 3**

*Variable psicografica*

---

<b>VARIABLE PSICOGRÁFICA</b>	
<b>Estilo de vida</b>	Está pendiente de sus redes sociales. Realiza actividades deportivas y académicas.
<b>Intereses</b>	Salir los fines de semana con sus amigos, reuniones familiares, estudian entre semana o trabajan.
<b>Gustos</b>	Les gusta verse y vestirse bien para salidas de los fines de semana, para reuniones familiares y para festividades
<b>Personalidad</b>	Calmada, no extravagante, buscan prendas en su mayoría básica o que tengan algún sublimado o estampado pequeño. Buscan prendas que estéticamente se vean bien y se sientan cómodas con ellas

---

*Nota.* Esta tabla muestra las variables psicográficas del mercado potencial de Ambato.

**Tabla 4**

*Variable conductual*

<b>VARIABLE CONDUCTUAL</b>	
<b>Razón de compra</b>	Necesidad
<b>Beneficio que busca</b>	Buena calidad a un precio asequible. Relación funcionalidad y estética.
<b>Nivel de fidelidad de marca</b>	Medio

*Nota.* Esta tabla muestra las variables conductuales del mercado potencial de Ambato.

**Tabla 5** Variable geográfica

<b>VARIABLES GEOGRAFICAS</b>	
<b>Ciudad</b>	Ambato
<b>Provincia</b>	Tungurahua
<b>País</b>	Ecuador

*Nota.* Esta tabla muestra las variables geográficas del mercado potencial de Ambato.

### **3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.**

El sector textil y confección aporta cerca del 1% al PIB nacional, pero las limitaciones de producción y distribución por las medidas para evitar los contagios de covid-19 le generaron fuertes estragos. En el 2020 el sector cayó en -9,9% entre enero y septiembre, mientras las ventas se redujeron en -40% entre marzo y diciembre. Junto a ello se perdieron más de 10 mil empleos formales de enero a agosto del 2020. Ante esta situación se ha propuesto un Plan de Mejora Competitiva. (Revista Gestión, 2021).

Los efectos de la crisis sanitaria han golpeado a la mayoría de los sectores de la economía. En el caso del sector textil han sido profundos, ocasionando una contracción importante del sector. La industria textil y de confección es de suma importancia en la economía



nacional, representa 5,9% del sector industrial y aporta cerca de un punto porcentual al PIB (0,8%). (Revista gestión, 2021).

Este año el sector textil tiene el gran reto de formular nuevos modelos de negocios y estudiar el comportamiento y demanda de los consumidores, para ofrecer productos acordes a las necesidades de la nueva normalidad y nuevas alternativas de prendas.

La industria requerirá producir muchos otros productos para atender la demanda, por lo que el enfoque estará en determinar qué es lo que los clientes requerirán, tomando en cuenta que en el 2021 muchos hogares contarán con menos recursos, no habrá clases presenciales por algunos meses, que varias oficinas todavía no abrirán, y que las tiendas minoristas, distribuidores mayoristas y grandes centros de expendio a nivel nacional, mantendrán restricciones de aforo de personas. (Díaz Javier, 2021).

El objetivo de este año está en insertar a la industria textil ecuatoriana a las grandes cadenas globales de valor, fomentar un cambio de modelo productivo y mejorar las condiciones productivas y de competitividad para incrementar los niveles de exportación son algunos de los objetivos que aspira lograr el proyecto sectorial que llevan en conjunto la AITE, CORPEI y la empresa colombiana INEXMODA. (Revista Vistazo, 2021).

Pese a todo esto, satisfacer las necesidades de los usuarios/clientes, sigue vigente y el requerimiento de indumentaria para mantener un buen estilo de vida, en este caso donde destaque también lo sostenible y lo eco amigable, sin dejar de lado lo estético y funcional.

### **3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial**

Para el análisis y determinación del índice del mercado potencial, es preciso realizar una comparación entre el mercado nacional e internacional. A nivel mundial hay 3.709.876.491

mujeres, de las cuales el 41% se encuentran en el rango de edad de 20-24 años de edad que correspondiente a 1.521.049.361. A nivel nacional, en Ecuador de acuerdo al INEC 2020 hay 8.819.233 mujeres de las cuales el 9% que son el grupo objetivo de acuerdo al rango de edad establecido, son 793.730.7, lo cual indica que el mercado potencial no se encuentra saturado y hay mayor probabilidad que un negocio sea más rentable. (Central Intelligence Agency, 2017)

De acuerdo con el censo elaborado por el INEC en el 2010, en Tungurahua hay 504.583 personas de estas el 9% están entre los 20 - 24 años de edad de las cuales el 51.50% son mujeres. Es decir, a nivel de la provincia existen 23.495 mujeres con este rango de edad.

En la ciudad de Ambato hay 329.856 personas, de las cuales el 65.4% son mujeres, y de acuerdo al rango de edad seleccionado existen 15.302 mujeres, indicando de esta forma el mercado potencial para el presente proyecto.

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

El benchmarking es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales. En algunas ocasiones, las definiciones parecen un mal necesario que no a todos agradan, pero permiten establecer eficientemente una propuesta de partida. Como sucede con muchas definiciones, diferentes puntos de vista aparecen para corregirla o aumentarla de acuerdo a sus propias circunstancias. (Tijerina José, 1999).

Ecuador es un país mega diverso y que al igual que otros países, también conoce acerca de la contaminación que genera la industria textil por todos los procesos que el mismo conlleva, entre ellos la venta masiva de ropa “fast fashion”, a raíz de esto han surgido diseñadores y marcas con métodos sostenibles y creaciones conscientes, diseños que no buscan generar una tendencia de consumo.

### 3.1.6.1. Mitimiti Clothing.

Mitimiti Clothing, es una marca ecuatoriana, que tiene su tienda en Snta Cruz, Galápagos. Esta marca ha desarrollado un proyecto llamado Mitimiti Upcycling Collection.

Este proyecto consiste en dar una segunda vida a las telas que son olvidadas y las prendas que son desechadas para a partir de ellas elaborar nuevas piezas bajo el concepto de moda sustentable.

### 3.1.6.2. Remu.

Remu, es una marca que nació en febrero del 2018, aunque comenzó a crecer desde el 2016. La marca comenzó a raíz del terremoto, cuando todo un país tuvo ese instinto de ayudar y aportar a las personas afectadas por el mismo, sin embargo, en este caso también sirvió para proponer medios sostenibles. Al inicio se dedicaban a vender amacas fabricadas en China, y por la venta de una plantaban un árbol, sin embargo, al darse cuenta que, aunque la intención era buena, ellos no estaban fabricando su propio producto, es por ello que aun no sabiendo nada acerca de la industria de la moda, decidieron elaborar chompas de denim, ya que son una de las prendas más vendidas a nivel mundial. Estas chompas son fabricadas a partir de desperdicios industriales y donaciones de prendas que comúnmente son desechadas.

**Tabla 6**

*Análisis foda*

ANÁLISIS FODA		
I	FORTALEZAS	DEBILIDADES
N	Producto elaborado con materiales reciclados.	Financiamiento limitado
T	Disposición de maquinaria, herramienta e	para aumento de la
E	instalaciones apropiadas	producción.
R		

N O	Conocimiento amplio del proceso de transformación de la materia prima.	Proceso minucioso de fabricación.
	Materia prima nada convencional para este tipo de productos.	Falta de experiencia en la elaboración de este tipo de producto.
	Producto funcional, durable y único.	Poco conocimiento de marketing y publicidad
E	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
X T E R N O	Mano de obra local Disposición del mercado meta por consumir productos amigables con el medioambiente.	No existe cultura de diseño en el consumidor local
	No existe competencia directa Productos en el mercado local a precios muy económicos. Apoyo del gobierno y entidades bancarias para proyectos de emprendimiento	Competencia con productos tradicionales en el mercado de la moda Crisis económica nacional y mundial
		Marca y producto nuevo en el mercado local

*Nota.* Esta tabla muestra el análisis FODA del proyecto a realizarse.

### **3.2. Análisis interno.**

#### **3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles.**

Es indispensable analizar de antemano los recursos que se tiene a disposición y los que se deben ser adquiridos para poder planificar el financiamiento, la compra y la contratación de los mismos teniendo en cuenta las especificaciones requeridas y las más convenientes para poder tener excelentes resultados en todo el proceso de gestión del proyecto en general.

### **Recursos financieros.**

Este recurso vendrá de manos del investigador del proyecto con el apoyo familiar. Esto será necesario para la adquisición de materiales e insumos necesarios para la elaboración del producto. Para los gastos básicos de luz e internet y los gastos de movilidad.

### **Recursos tecnológicos.**

En cuanto a este tipo de recursos se tiene a disposición laptops, teléfonos móviles inteligentes y softwares específicos como Adobe Ilustrador o Adobe Photoshop, que son las herramientas que ayudan a recrear en la pantalla los diseños, que son necesarios para la fase investigativa y conceptual en el desarrollo del diseño del producto.

### **Recursos físicos.**

En este punto, se utilizará la maquinaria que se necesita para la elaboración de las propuestas, en este caso la maquina recta y overlock.

### **Recursos humanos.**

Los recursos humanos son fundamentales en el presente proyecto, es por ellos que se contara con un profesional en diseño textil e indumentaria, un diseñador gráfico, un cortador/a, un patronista y una persona encargada de la confección de las prendas.

### 3.2.2. Análisis Cadena de valor.

La cadena de valor es una herramienta de análisis que permite ver hacia adentro de la empresa, en búsqueda de una fuente de ventaja en cada una de las actividades que se realizan. (Porter Michael, 1986).

El concepto de cadena de valor de una compañía muestra el conjunto de actividades y funciones entrelazadas que se realizan internamente. La cadena empieza con el suministro de materia prima y continua a lo largo de la producción de partes y componentes, la fabricación y el ensamble, la distribución al mayor y detal hasta llegar al usuario final del producto o servicio. (Quintero Johana y Sánchez José, 2006).

**Tabla 7**

*Análisis cadena de valor*

<b>Actividades de apoyo</b>	<b>Infraestructura</b>					<b>MARGEN</b>
	Actividades de dirección general, contabilidad, planificación, asuntos legales y gubernamentales, sistemas de información, control de calidad					
	<b>Recursos humanos</b>					
	Actividades que corresponden en la selección, promoción y distribución del personal dentro de la organización					
<b>Actividades primarias</b>	<b>Desarrollo tecnológico</b>					
	Actividades correspondientes al conocimiento, procedimientos, capacitaciones, tecnología					
	<b>Adquisiciones</b>					
Actividades que intervienen en la compra de materias primas, materiales, suministro, insumos						
<b>Logística interna</b>	<b>Operaciones</b>	<b>Logística externa</b>	<b>Marketing y ventas</b>	<b>Servicios</b>		
	Proceso y transformación			Mantener y aumentar el		

Entrada y del producto	Distribución	Publicidad	valor del
manejo de final.	Almacén	por redes	producto
materiales.	Transporte.	sociales.	luego de la
Inventarios.		Promociones.	venta.
Transporte.			

*Nota.* Esta tabla muestra el análisis de la cadena de valor según Quintero y Sánchez, 2006.

### **3.2.2.1.Eslabón de investigación y desarrollo.**

El eslabón de investigación es la parte fundamental para el proceso de diseño, después de la recopilación de datos importantes se redirige al desarrollo, el desglosamiento de la información que va a implementada en la colección.

### **3.2.2.2.Eslabón de abastecimiento de materiales y materia prima.**

En cuanto a la materia prima se buscarán materiales alternativos que sean factibles para la elaboración de las propuestas, como son prendas usadas que ya no van a tener otro fin más que el ser desechadas en la basura, las mismas se obtendrán de los usuarios de la ciudad de Ambato. Después de la obtención se realizará el debido control de calidad, para saber en qué condiciones se encuentran las mismas y garantizar si son factibles para la elaboración de los productos.

Además de las prendas para su reutilización, se necesitará insumos como botones, cierres, hilo, entre otros, mismos que se los puede encontrar en bazares de la ciudad o tiendas de insumos.

### **3.2.2.3.Eslabón de producción.**

Para la producción del producto se llevará a cabo en la propiedad de la autora del proyecto, el cual se encuentra dotado de implementos adecuados para la confección de las prendas. Para que producto final sea de excelente calidad se debe llevar a cabo varios pasos para garantizar la producción:

- **Patronaje** de acuerdo al diseño material se procede a elaborar la mordería bajo esquemas de patronaje para marroquinería.
- **Corte.** De acuerdo al tipo de material a cortar.
- **Confección;** que parte del dibujo de modelo y especificaciones técnicas y de confección contenidas en fichas técnicas de cada modelo.
- **Revisión de calidad** con la finalidad de aprobar o corregir aquellos productos que tengas fallas.
- **Empaque y bodega** adecuada de acuerdo al producto y su tamaño para ser transportado a bodega de donde se distribuirá posteriormente al almacén o directamente al cliente.

### **3.2.2.4.Eslabón de comercialización.**

En el eslabón de comercialización se toma en cuenta las actividades que impulsaran el área de publicidad, su fuerza de ventas, promoción de acuerdo al mercado meta y desarrollo de propuestas comerciales innovadoras.

En la actualidad uno de los métodos más usados para dar a conocer y promocionar un producto es a través de las redes sociales, ya que las mismas comunican de manera más rápida y a una gran cantidad de personas, abarcando la mayor parte del público objetivo. Además, se pueden subir imágenes y poner la descripción de los productos que en este caso serían las



prendas de la colección, receptando comentarios acerca de las mismas y logrando tener una mejor comunicación entre el usuario y diseñador.

Para un futuro se planea en adquirir un local en donde se establezca una tienda física, esto con el objetivo que los clientes y usuarios puedan ir al lugar y observar los productos de manera física y real del mismo, que verifiquen que lo que se vende de manera online es el mismo producto que se está ofreciendo de manera física, además de generar confianza en los mismos.

## CAPÍTULO IV

### MARCO METODOLÓGICO

#### 4.1. Estudio del público objetivo.

El público objetivo del proyecto que se está realizando está conformado por mujeres de 20 a 25 años de edad que radican en la ciudad de Ambato con un nivel económico medio o medio alto. Se ha optado por este target debido al hecho que son personas con un nivel económico más seguro, en condiciones de invertirlo en prendas de indumentaria ecológica, por el hecho de ser reutilizadas. Además, según el rango de edad establecido, son mujeres que en su mayoría han determinado ya su estilo de vestimenta y por ende tienen la madurez y la seguridad de decidir en adquirir una prenda con un diseño no tan tradicional, algo fuera de lo que comúnmente ya existe en el mercado local.

##### 4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista.

##### 4.1.1.1. Modelo de entrevista.



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

#### Objetivo.

Recolectar información acerca del manejo que tiene cada empresa respecto a los desechos de las prendas, la misma que ayudara con el desarrollo del proyecto de titulación.

#### Información general

Nombre el entrevistado: .....

Empresa: .....

Preguntas.

1. ¿Cuál es el segmento de mercado que maneja?

.....  
.....

2. ¿Cuál es su línea de vestuario?

.....  
.....

3. ¿Cuántas colecciones lanza usualmente al año?

.....  
.....

4. De las prendas que no se logran vender, ¿Cuál es el uso que les da?

.....  
.....

5. ¿Cuál es el porcentaje de saldos de prendas que tiene la empresa anualmente?

.....  
.....

6. Las prendas que están en saldo y no pueden ser utilizadas, ¿Cuál es el estilo que se les da?

.....  
.....

7. ¿Conoce acerca del impacto ambiental que pueden generar las prendas desechadas?

.....  
.....

8. ¿Consideraría crear colecciones a partir de la reutilización de prendas?

.....  
.....

#### 4.1.1.2. Modelo de encuesta.



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

**Objetivo:** recolectar información, la misma que ayudara con el desarrollo del proyecto de titulación.

#### **Preguntas.**

##### **Edad**

- 20-25 años .....
- 26-30 años .....
- 31-40 años .....
- 41 en adelante .....

##### **Género**

- Soltera .....
- Casada .....
- Divorciada .....
- Unión libre .....

##### **Estado civil**

#### **4. ¿A reutilizado alguna vez una prenda?**

- Si .....
- No .....

#### **5. ¿Consideraría utilizar prendas con materiales alternativos?**

- Si .....
- No .....

#### **6. ¿Conoce alguna empresa del sector que se dedique a reutilizar prendas de vestir?**

- Si .....
- No .....

#### **7. ¿Considera que se debería reutilizar las prendas?**

- Si .....
- No .....

**8. ¿Compraría prendas que son reutilizadas?**

Si .....

No .....

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda reutilizada?**

\$10-\$15 .....

\$20-\$25 .....

\$30-\$40 .....

Cualquier precio .....

**4.2. Selección de la muestra.**

Según la guía comercial cámara de comercio Ambato existen 42 empresas de calzado y ropa registradas, de las cuales se tomará las 18 empresas que son de ropa. Se tomará de acuerdo al criterio de muestreo que será la línea de vestuario a solamente 5 empresas que fabrican ropa deportiva y jean.

**Tabla 8**

*Población empresas*

---

**TABLA DE POBLACIÓN (EMPRESAS)**

---

<b>AMBATO</b>	<b>ROPA</b>	<b>DEPORTIVA Y JEAN</b>
<b>42 empresas</b>	18 empresas	5 empresas

---

*Nota.* Esta tabla muestra las empresas de confección de ropa deportiva y jean de la ciudad de Ambato según la cámara de comercio de la misma.

Según el censo poblacional realizado por el INEC en el 2010, menciona que en la provincia de Tungurahua existen 23.495 mujeres de 20 a 25 años de edad. Utilizaremos estos

datos en conjunto con otros como son el estado civil y la etnia a la que pertenecen para elaborar el cálculo de muestreo.

**Tabla 9**

*Muestra*

---

**TABLA DE POBLACIÓN**

---

<b>TUNGURAHUA</b>	<b>AMBATO</b>	<b>POBLACION FEMENINA</b>	<b>MUESTRA</b>
<b>504.583</b>	329.856	29.687	368
<b>habitantes</b>	habitantes		

---

*Nota.* Esta tabla muestra la población de la provincia de Tungurahua y ciudad de Ambato según INEC 2010.

### **4.3. Técnicas de estudio.**

#### **4.3.1. Cualitativas.**

El enfoque cualitativo tuvo su origen en Max Weber, (1864 – 1920 ) también dentro de las ciencias sociales, esta corriente reconocía que además de la descripción y medición de las variables sociales deberían de considerarse los significados subjetivos y el entendimiento del contexto donde ocurre el fenómeno.

Esta investigación es cualitativa debido a que permite conocer con claridad cuales prendas se pueden reutilizar, si son adecuadas o no para crear una nueva prenda a partir de estas, además de conocer que problemas pueden existir sino se implementan soluciones como estas para reducir la contaminación ambiental.

### 4.3.2. Cuantitativas.

El enfoque cuantitativo en las ciencias sociales se origina en la obra de Auguste Comte (1798 – 1857) y Emile Durkheim (1858 – 1917). Ellos proponían que el estudio sobre los fenómenos sociales requería de ser científico, es decir, susceptible de ser adquirido a través de la aplicación del método científico y sostenían que todos los fenómenos se podían medir, a esta corriente se le llamo Positivismo, la piedra angular de la ciencia según el positivismo es el dato observable, positivo.

Es una ayuda para realizar una medición controlada de los resultados del estudio, evaluar la contaminación que generan estas prendas desechadas, para establecer porcentajes de las mismas, además de ayudar a esclarecer de mejor manera de cómo manejar la reutilización de estas prendas.

### 4.4. Metodología de diseño.

Bruno Munari, este diseñador italiano (1907 – 1998) industrial / gráfico plantea un método proyectual basado en la resolución de problemas. Esta metodología evita el inventar la rueda con cada proyecto y plantea sistematizar la resolución de problemas.

**Problema:** contaminación ambiental que existe por la cantidad de prendas que son desechadas por parte de los usuarios de la ciudad de Ambato.

**Definición del problema:** prendas desechadas por parte de los usuarios de la ciudad de Ambato, falta de estrategias que den solución a este problema que causa daños medio ambientales.

**Componentes del problema:** contaminación ambiental, desechos textiles, falta de estrategias, reutilización de prendas, maquinaria, prendas innovadoras.

**Recopilación de datos:** entrevistas realizadas a las empresas de confección de la ciudad de Ambato para conocer cuál es el uso que les dan a las prendas cuando no son comercializadas

y encuestas a los usuarios para conocer su punto de vista con respecto al desecho de las prendas y reutilización de las mismas.

**Análisis de datos:** triangulación e interpretación de datos. Por parte de las empresas que han sido entrevistadas, las mismas en su mayoría no desechan las prendas, más bien las reutilizan y les dan un nuevo uso como hacerlas guape o donarlas; respecto a las encuestas, los usuarios si han reutilizado por lo menos una vez las prendas y estarían dispuestos a comprar prendas reutilizadas, los mismo también afirman no conocer empresas que vendan o apliquen este método sostenible de la reutilización de prendas y que comercialicen las mismas.

**Creatividad:** reutilización de prendas, es decir el reciclaje y renovación de las mismas, crear nuevos diseños utilizando a las prendas como materia prima, empleando combinación de formas y texturas.

**Materiales y tecnología:** en cuanto a materiales están las prendas para reutilizar, insumos en este caso solamente hilos, agujas, botones; y con respecto a tecnología la maquinaria necesaria, como la maquina recta y overlock, además de una computadora con los programas ilustrador y Photoshop para el diseño de los prototipos.

**Experimentación:** elaboración de bocetos para determinar la colección y prendas a realizarse.

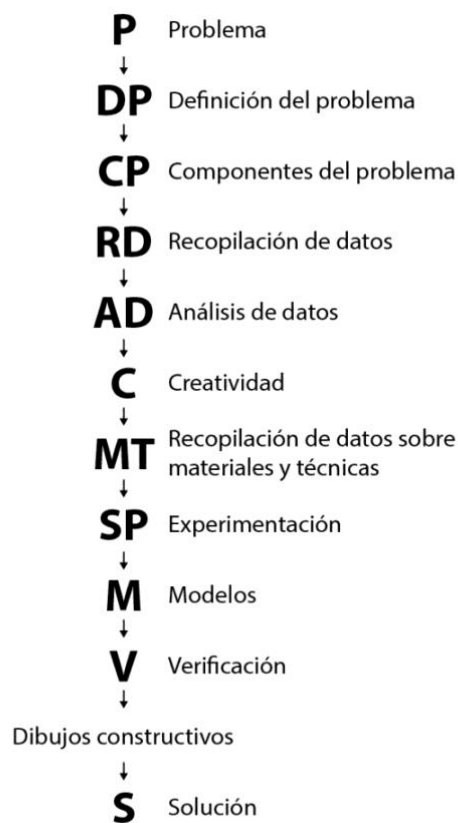
**Modelo:** elaboración de los prototipos finales.

**Verificación:** prototipos finales.

## **Figura 8**

Metodología Bruno Munari





*Nota.* Metodología Proyectual a un problema de diseño.

### **Modelo de economía circular.**

El principal interés de la economía circular es reconstituir y regenerar, es decir, dar el máximo uso posible a los productos y a los materiales de los que están compuestos (Cerdá y Khalilova, 2016). Por definición, la economía circular consiste en lograr un ciclo continuo de desarrollo que preserve los recursos naturales y disminuya los daños medioambientales (Cerdá y Khalilova, 2016).

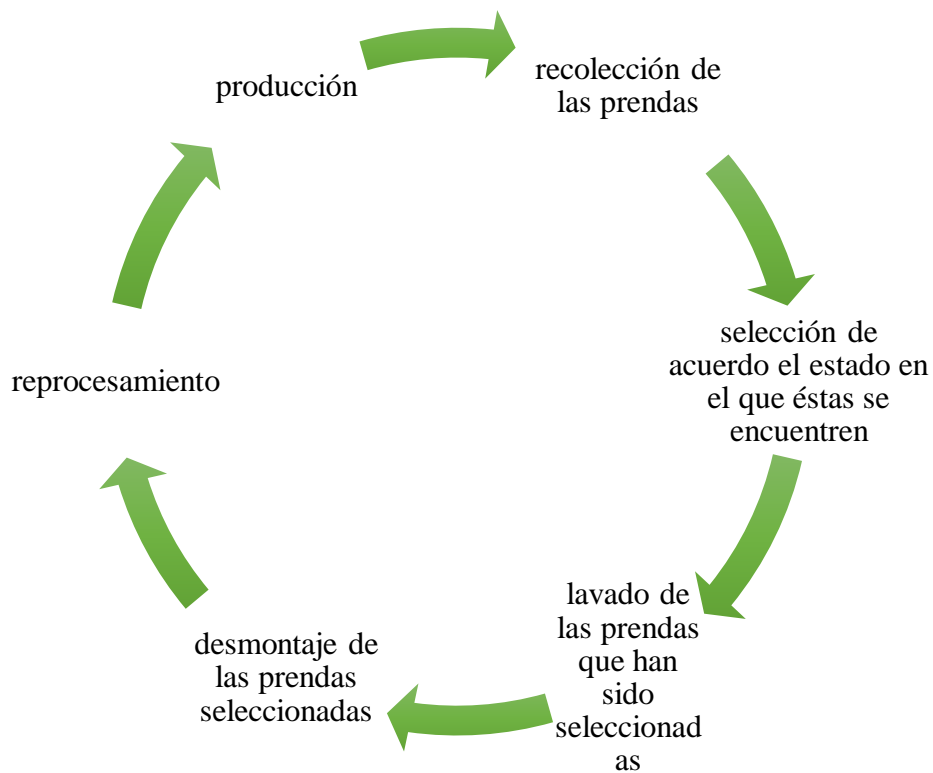
El concepto de economía circular es mucho más amplio que el hecho de reducir desechos, reciclar artículos y reutilizar materiales; se apoya en los principios de la escuela ecologista, con el objetivo de lograr un cambio estable que reste las consecuencias negativas en

el ecosistema que provocan los humanos. Se trata de que los propios residuos se conviertan en la materia prima necesaria para la fabricación de nuevos productos, ahorrando en gran medida, recursos energéticos (Lett, 2014).

### Procesos de la economía circular que maneja el proyecto.

**Figura 9**

*Etapas de la economía circular*



*Nota.* Este gráfico muestra las etapas que forman parte del proceso de la economía circular que se maneja en el proyecto.

**Recolección de prendas:** como primer paso se tiene la recolección de las prendas, que es la materia prima con la que se van a elaborar los nuevos productos, las prendas son donaciones por parte de los usuarios de la ciudad de Ambato.

**Selección de acuerdo al estado de las prendas:** en este punto se seleccionó aquellas prendas de acuerdo al color, textura, estructura y fallas que las mismas puedan tener.

**Lavado de las prendas:** una vez que se ha realizado la debida selección de las prendas, las mismas proceden a ser lavadas, con el fin de limpiar cualquier impureza que las mismas tengan.

**Desmontaje de las prendas:** en este punto, las prendas según sea el nuevo diseño que vayan a tener, se las desmonta para un mejor uso del textil.

**Reprocesamiento:** una vez desmontadas las prendas, se inicia con el reprocesamiento o reelaboración de las mismas para la obtención de nuevos productos.

**Producción:** por ultimo ya una vez obtenida la materia prima y cumpliendo con los pasos anteriores, se inicia la producción de la colección, iniciando desde el bocetaje, seguido por patronaje, corte y confección y presentación de los prototipos finales.

#### 4.5.Elaboración e interpretación de los datos.

##### 4.5.1. Entrevista.

**Tabla 10**

*Entrevista*

CATEGORÌA	SUBCATEGORÌA	ENUNCIADO	VARIABLES
Técnica (diseño)	Identidad y esencia de la empresa y su marca.	Solidez de la empresa y su marca en cuanto a línea de vestuario, segmento de mercado e identidad grafica corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre de la empresa.</li> <li>– Línea de vestuario.</li> <li>– Segmento de mercado.</li> <li>– Colecciones que lanza anualmente.</li> </ul>
	Manejo de colecciones.		

Ambiental	Desechos textiles que causan contaminación.	Problema medio ambiental que causan las prendas que son desechadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Porcentaje de saldos.</li> <li>– Uso que se les da.</li> <li>– Estilo que se les da.</li> <li>– Conocimiento acerca del tema.</li> <li>– Creación de colecciones a partir de prendas reutilizadas.</li> </ul>
-----------	---	---	--

*Nota.* Esta tabla muestra la interpretación de datos de la entrevista realizada a las empresas de la ciudad de Ambato.

**Tabla 11**

*Análisis de datos por categorías*

CATEGORIA	SUB CATEGORIA	VARIANTE	EMPRESA 1	EMPRESA 2	EMPRESA 3	EMPRESA 4	EMPRESA 5	SINTESIS INTEGRAL
Técnica (diseño)	Identidad y esencia de la empresa y su marca	Nombre de la empresa	Vaz Clothes	Tarco Sport	Cupido-oficio 11	Piscis Sport	Boman Sport	Manejo en su mayoría de un segmento de mercado objetivo.
		Segmento de mercado	18 a 50 años	Todo publico	25 a 45 años	Todo publico	Público adulto	
		Línea de vestuario	Deportivo y casual	Deportivo	Jean wear, uniformes médicos	Sportwear	Deportivo	
	Manejo de colecciones	Colecciones que lanza anualmente	2 colecciones aprox.	4 a 5 colecciones	12 colecciones	4 colecciones aprox.	17 colecciones	Cada empresa lanza las colecciones que desea al año.
Ambiental	Desechos textiles que causan contaminación	Porcentaje de saldos	No tiene una cantidad exacta, pero si documentan.	10%	Menos del 10%	15%	2 a 3%	El porcentaje de saldos en cada empresa no es alto, es decir que en su mayoría se vende todo.

Uso que se les da	Ninguno.	Ponen ofertas temporadas comerciales y cuando están discontinuadas guardan para donaciones. Solo las vuelven a vender cuando están en un estado óptimo de venta con el fin de recuperar lo invertido.	en temporadas y quedan que son mínimos, vuelven a ofrecer esas prendas, pero a un menor precio, estas prendas salen a la venta después de pasar por dos colecciones.	Tratan de vender todas y los saldos que quedan que son mínimos, vuelven a ofrecer esas prendas, pero a un menor precio, estas prendas salen a la venta después de pasar por dos colecciones.	Se las remata.	Se vende todo generalmente.	Si se da un uso a las prendas en saldos, no las desechan como tal, sin embargo el uso no es la reutilización para crear nuevas prendas.
Estilo de las prendas usadas	Realizan no guaipe.	Realizan guaipe.	El desperdicio que queda donan a tapicerías para que puedan rellenar muebles, tratan de evadir el tema de la contaminación y aplicar la	El desperdicio que queda donan a tapicerías para que puedan rellenar muebles, tratan de evadir el tema de la contaminación y aplicar la	Se las promociona en un precio más económico.	No realizan nada ya que tienen saldos pequeños.	Las empresas no les dan un uso diferente más que el de reciclar para guaipe o donaciones.

---

economía  
verde.

---

Conocimiento del tema	Si.	No tienen conocimiento.	Están conscientes de la contaminación que genera el denim, por todo el proceso que este conlleva que son 36 procesos y cada uno tiene un contaminante, sin embargo, las empresas al estar consciente de esto se manejan con químicos que	No.	Si.	Las mayor parte de las empresas si tienen conocimiento acerca del tema.
-----------------------	-----	-------------------------	--	-----	-----	---

---

			tienen bases naturales.		
Creación de colecciones a partir de las prendas reutilizadas	Si.	Si.	Si, y si lo hacían en el año 2017, usaban los hilos, las telas y hacían calzado. Hoy en día hacen bolsos y los obsequian.	Si.	Muy complejo por área deportiva, por que el usuario está en constante actividad física y las prendas se desgastan más que las otras líneas deportivas. Todas las empresas estarían dispuestas a crear colecciones a partir de prendas que ya no se usen.

*Nota.* Esta tabla muestra la interpretación de datos de la entrevista realizada a las empresas de la ciudad de Ambato.



## 4.5.2. Encuesta.

### 1. Edad

**Tabla 12**

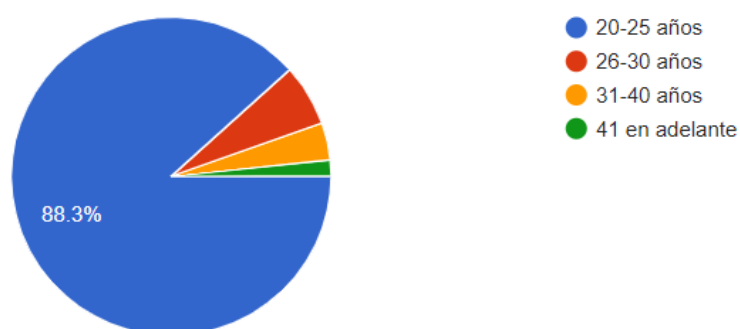
*Edad.*

Opción	N <sup>a</sup> encuestadas	%
20-25 años	325	88.3 %
26-30 años	23	6.3 %
31-40 años	14	3.8 %
41 en adelante	6	1.6 %

*Nota.* Esta tabla muestra la cantidad y porcentaje de datos obtenidos de la encuesta.

**Figura 10**

*Edad*



*Nota.* El gráfico representa el porcentaje de rango de edad que tienen las usuarias.

**Análisis e interpretación.**

Mediante esta pregunta se pudo determinar que el 88.3% de las mujeres encuestadas están dentro de un rango de edad entre los 20-25 años, el 6.3% entre los 26-30 años, un 3.8% entre los 31-40 años y el 1.6% de 41 en adelante. Se concluye así, que la colección se va a enfocar en el rango de edad que prima que es de 20-25 años.

## 2. Estado cívil

**Tabla 13**

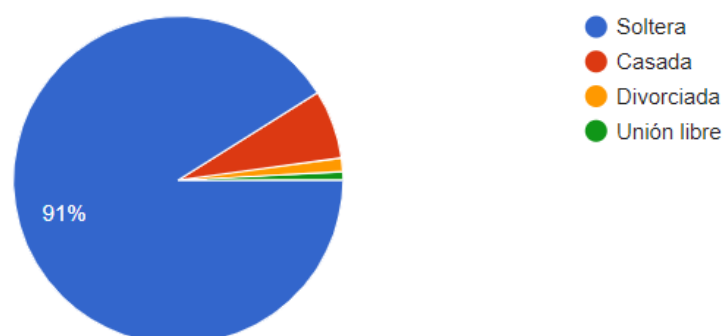
*Estado civil.*

Opción	N <sup>a</sup> encuestadas	%
Soltera	335	91 %
Casada	25	6.8 %
Divorciada	5	1.4 %
Unión libre	3	0.8 %

*Nota.* Esta tabla muestra la cantidad y porcentaje de datos obtenidos de la encuesta.

**Figura 11**

*Estado civil*



*Nota.* El gráfico representa el estado civil en el que se encuentran las usuarias.

### Analisis e interpretación.

Con respecto al estado civil en el que se encuentran las mujeres, el 91% son solteras, el 6.8% son casadas, el 1.4% son divorciadas y el 0.8% se encuentran en union libre. Estos datos dan como resultado que en su mayoría son solteras y la colección se enfocara en las mismas.

### 3. ¿A reutilizado alguna vez una prenda?

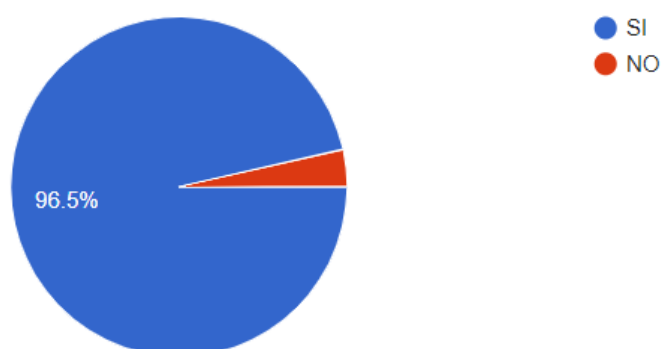
**Tabla 14** *Reutilización de prendas.*

Opción	N <sup>a</sup> entrevistadas	%
Si	355	96.5 %
No	13	3.5 %

*Nota.* Esta tabla muestra la cantidad y porcentaje de datos obtenidos de la encuesta.

### Figura 12

*Reutilización de prendas*



*Nota.* El gráfico representa el porcentaje de usuarias que si han reutilizado prendas.

### Analisis e interpretación.

Segun el analisis de esta grafica, el 96.5% de las mujeres encuestadas han reutilizado alguna una prenda mientras que el 3.5% no lo ha hecho. Esto nos indica que en su mayoria, si reutilizan las prendas y tienen un practica sostenible, aunque se desconoce cual es el uso que se les da a las mismas.

**4. ¿Consideraría utilizar prendas elaboradas con materiales alternativos?**

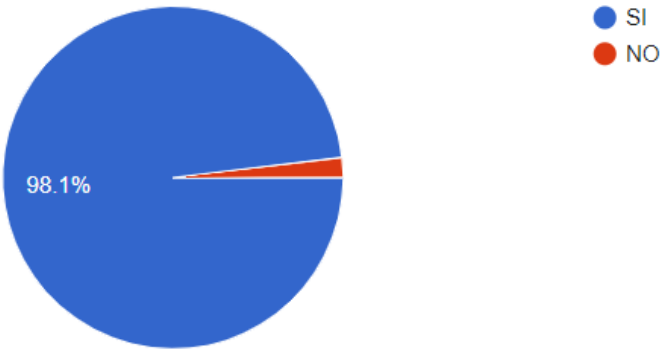
**Tabla 15** *Uso de prendas elaboradas con materiales alternativos.*

Opción	Nª entrevistadas	%
Si	359	98.1 %
No	7	1.9 %

*Nota.* Esta tabla muestra la cantidad y porcentaje de datos obtenidos de la encuesta.

**Figura 13**

*Uso de prendas elaboradas con materiales alternativos*



*Nota.* El gráfico representa el porcentaje de usuarias que usarían prendas elaboradas con materiales alternativos.

**Analisis e interpretacion.**

De acuerdo a la grafica, se puede observar que el 98.1% de las mujeres consideraria utilizar prendas elaboradas con materiales alternativos mientras que el 1.9% esta en desacuerdo. Con esto se determina que el utilizar materiales alternativos en una prenda según los resultados de esta pregunta, si tendrian una buena aceptacion en el mercado.

**5. ¿Conoce alguna empresa del sector que se dedique a reutilizar prendas de vestir?**

**Tabla 16**

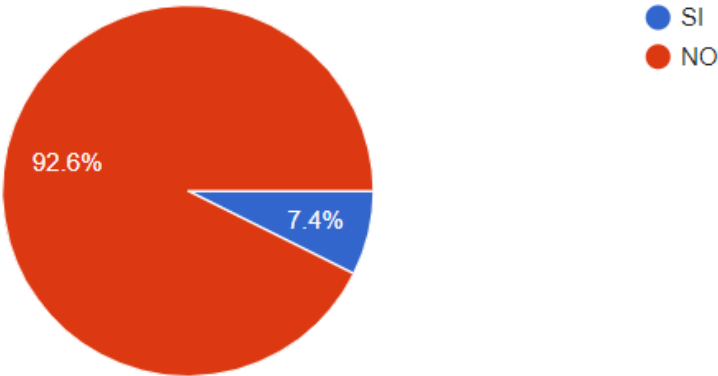
*Empresa del sector que se dedique a reutilizar prendas.*

Opción	N <sup>a</sup> entrevistadas	%
Si	339	92.6 %
No	27	7.4 %

*Nota.* Esta tabla muestra la cantidad y porcentaje de datos obtenidos de la encuesta.

**Figura 14**

*Empresa del sector que se dedique a reutilizar prendas*



*Nota.* El gráfico representa las empresas que las usuarias conocen o no que reutilicen prendas.

## **Analisis e interpretacion.**

Segùn los datos porcentuales, el 92.6% de las mujeres encuestadas desconocen de la existencia de alguna empresa que se dedique a la reutilizacion de prendas. Mientras que el 7.4% indico que si conoce sobre este dato. Estos datos muestran que las empresas en caso de si reutilizar prendas, las mismas no se dan a conocer por ello o que en realidad no existen empresas que sean eco amigables y utilicen la reutilizacion como un metodo sostenible.

### **6. ¿Considera que se debería reutilizar las prendas?**

**Tabla 17**

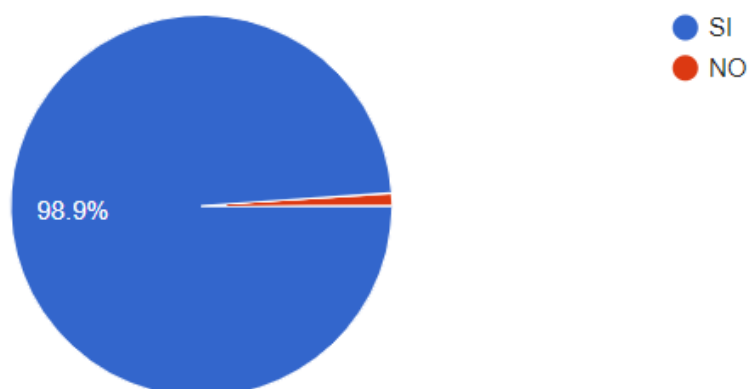
*Se debe reutilizar prendas*

Opción	N <sup>a</sup> entrevistadas	%
Si	364	98.9 %
No	4	1.1 %

*Nota.* Esta tabla muestra la cantidad y porcentaje de datos obtenidos de la encuesta.

**Figura 15**

*Se debe reutilizar prendas*



*Nota.* El gráfico representa si las usuarias consideran que se debe reutilizar prendas.

**Analisis e interpretacion.**

De acuerdo al grafico se puede interpretar que la mayoría de mujeres encuestadas considera que las prendas que ya no se usan de deben reutilizar, con un 98.9% a favor y un 1.1% en contra.

**7. ¿Compraría prendas que son reutilizadas?**

**Tabla 18**

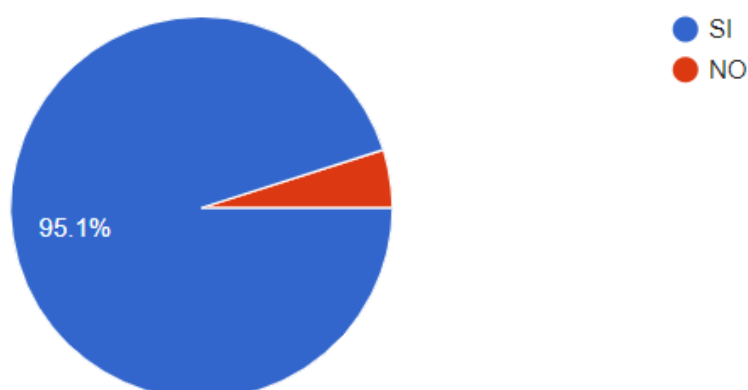
*Compra de prendas reutilizadas.*

Opción	N <sup>a</sup> entrevistadas	%
Si	350	95.1 %
No	18	4.9 %

*Nota.* Esta tabla muestra la cantidad y porcentaje de datos obtenidos de la encuesta.

**Figura 16**

*Compraría prendas reutilizadas*



*Nota.* El gráfico representa si las usuarias comprarían prendas reutilizadas.

**Analisis e interpretacion.**

El 95.1% de las mujeres encuestadas compraría prendas reutilizadas y el 4.9% indicaron que no. Estos datos muestran que hay una aceptación por parte de la mayoría de mujeres con respecto a la venta de prendas reutilizadas, ya que estarían dispuestas a comprar las mismas.

**8. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una prenda reutilizada?**

**Tabla 19**

*Cuanto está dispuesta a pagar por una prenda reutilizada.*

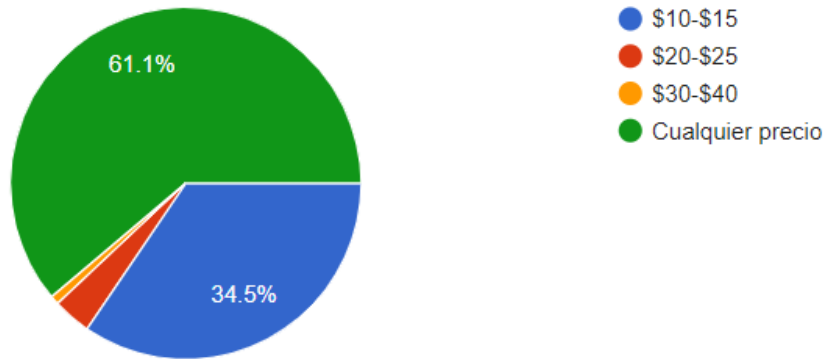
Opción	N <sup>a</sup> entrevistadas	%
\$10-\$15	127	34.5 %
\$20-\$25	13	3.5 %
\$30-\$40	3	0.8 %
Cualquier precio	225	61.1 %



*Nota.* Esta tabla muestra la cantidad y porcentaje de datos obtenidos de la encuesta.

### **Figura 17**

*Cuánto está dispuesto a pagar por una prenda reutilizada*



*Nota.* El gráfico representa la cantidad a pagar por una prenda reutilizada.

### **Análisis e interpretación.**

En cuanto al precio que estarían dispuestas a pagar las mujeres que fueron encuestadas, el 61.1% reveló que cualquier precio estaría bien, el 34.5% indicó que pagarían de 10-15 dólares, el 3.5% podrían pagar de 20-25 dólares y el 0.8% mostró su disposición de pagar de 30-40 dólares.

### **4.6. Conclusiones.**

Como resultado de las entrevistas, se concluye según las necesidades del cliente lo siguiente: en su mayoría las empresas conocen acerca del impacto ambiental que genera la industria textil y por ende tratan de minimizar esto, es decir no desechando las prendas o mermas textiles que produce la empresa sino dándole otro uso a las mismas.

También se obtiene como conclusión que las empresas a pesar de no desechar las prendas, no las reutilizan para crear unas nuevas, es decir que no las renuevan, sin embargo, todas estarían dispuestas a crear colecciones con las mismas.

Por otro lado, según las encuestas realizadas, en primer lugar, se determinó tanto el segmento de mercado al que va estar dirigido la colección como también el estado civil en el que se encuentran las usuarias.

La mayoría de las mujeres encuestadas dieron a conocer que, si han reutilizado las prendas, pero los datos no especifican cual es exactamente el uso que se les da a las mismas, no obstante, con este resultado se puede determinar que si hay la practica sostenible.

En cuanto a la aceptación que tendrían las prendas a partir de la reutilización, es alta, ya que en su mayoría no solo utilizaría estas prendas sino también las compraría, sin embargo, al no existir o conocer alguna empresa que se dedique a la reutilización y elaboración de nuevas prendas a partir de este método, no podrían adquirir las mismas.

Por último, se pudo determinar la disponibilidad económica de las personas para poder invertir en este tipo de producto de moda sostenible, ya que el proceso que requiere el mismo al ser un poco más largo aumenta el costo del mismo. Con esto, se llegó a la conclusión que más de la mitad estaría dispuesto a pagar el precio que sea.

## CAPÍTULO V

### TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

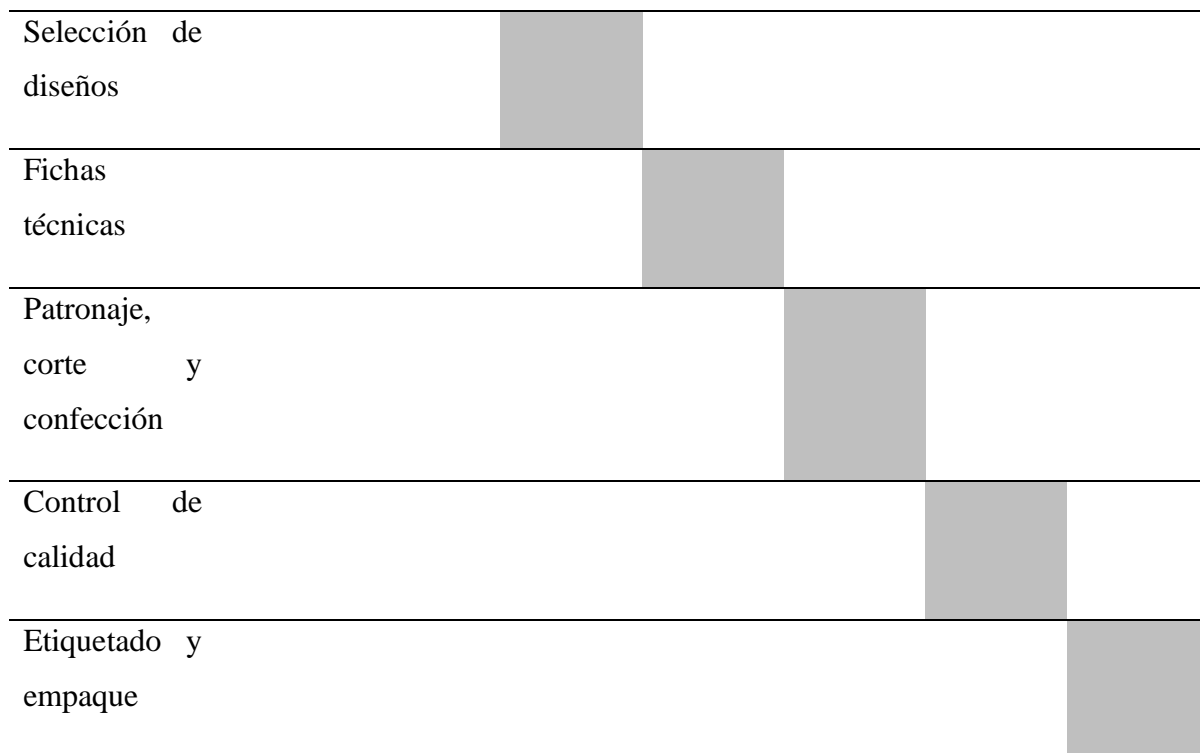
#### 5.1. Cronograma de producción.

Para el proceso de producción se debe elaborar un cronograma de actividades con el que se organizará de mejor manera la elaboración del producto, así también para concretar fechas y saber cuánto tiempo se debe invertir en cada actividad, para finalizar de manera oportuna su fabricación.

**Tabla 20**

*Cronograma*

TIEMPO	DICIEMBRE					ENERO	
	SEMANA 29-05	SEMANA 06-12	SEMANA 13-19	SEMANA 20-26	SEMANA 27-31	SEMANA 1-3	SEMANA 4-10
Estudio de tendencias							
Desarrollo de concepto de la propuesta							
Estudio y selección de materiales e insumos							
Realización de bocetos							



*Nota.* Esta tabla muestra el cronograma de producción para el desarrollo del proyecto.

## 5.2. Control de calidad.

El control de calidad debe realizarse constantemente en cada una de las etapas de pre-producción, producción y post-producción ya es más factible encontrar errores y resolver problemas durante el proceso antes que desechar todo el producto terminado asegurando que se cumpla con todos los requerimientos de calidad.

**Tabla 21**

*Control de calidad*

ETAPAS	ACTIVIDADES	IMPLEMENTOS
--------	-------------	-------------

PRE PRODUCCIÓN	<p>Investigación de tendencias</p> <p>Desarrollo de bocetos para la colección.</p> <p>Elaboración de fichas técnicas.</p> <p>Patronaje.</p> <p>Preparación de los textiles y materiales que se van a utilizar en la confección.</p>	<p>Computador, libros.</p> <p>Hojas de papel, lápices de color, marcadores, cartulinas, etc.</p> <p>Pliegos de papel kraft, reglas de patronaje, lápices, borradores.</p> <p>Tijeras, cortar los moldes de papel.</p> <p>Preparar y verificar que el textil sea apropiado y tener a la mano implementos como: tijeras de tela, tiza, cinta métrica, reglas de patronaje y un lápiz.</p>
PRODUCCIÓN	<p>Corte de las piezas de cada prenda que se va a confeccionar.</p> <p>Ensamble de las piezas.</p> <p>Etiquetar, planchar y preservar en un lugar apropiado.</p>	<p>Ubicar los moldes de papel sobre la tela y cortar.</p> <p>Se etiquetará en máquina recta, se empacará y se guardará en un lugar apropiado para que las prendas no se dañen.</p>
POST PRODUCCIÓN	<p>Acabados, revisar todos los accesorios.</p> <p>Pulidos de los accesorios.</p> <p>Control de calidad y verificar posibles imperfecciones.</p>	<p>El producto se empacará en una bolsa con la marca de la empresa para su distribución.</p>

---

Verificar que cada producto  
tenga su respectiva etiqueta.  
Distribución del producto

---

*Nota.* Esta tabla muestra el control de calidad desde la preproducción hasta la producción.

### **5.3. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto.**

Para la elaboración de las prendas es necesario una correcta distribución de los equipos y la infraestructura ya que si al adecuar de manera correcta las instalaciones, se pudo ofrecer un mejor servicio para promover la buena imagen a las usuarias y optimizar los recursos, evitando demoras y accidentes de trabajo.

**Tabla 22**

*Infraestructura*

INFRAESTRUCTURA	EQUIPO
<b>Área de investigación y diseño</b>	Computador
	Impresora
	Escritorio
<b>Área de producción</b>	Hilos
	Agujas
	Tijeras
	Patrones o moldes
	Mesas

	Sillas
	Maquinas
<b>Acabados</b>	Pulidoras
<b>Control de calidad y empaquetado</b>	Etiquetas
	Empaques
<b>Marketing y ventas</b>	Computador
	Página web para la venta de los productos

*Nota.* Esta tabla muestra la infraestructura y los equipos que son parte del proyecto.

#### **5.4.Requerimientos de mano de obra.**

El proyecto incluye un personal adecuado para las distintas funciones a realizarse en el proyecto entre ellos:

- Una diseñadora de diseño textil e indumentaria encargada de las propuestas de las prendas y selección de los materiales apropiados.
- Un diseñador gráfico, quien será el encargado del desarrollo del manual de marca, las etiquetas y los empaques.
- Una costurera encargada de la confección de las prendas.

#### **5.5.Seguridad industrial y medio ambiente.**

La seguridad industrial es una actividad Técnico Administrativa, encaminada a prevenir la ocurrencia de accidentes, cuyo resultado final es el daño que a su vez se traduce en pérdidas. (Kayser, 2007).

Las medidas de seguridad industrial que se considerarán dentro de la etapa de producción del proyecto en curso estarán basadas según determinados artículos del “Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo” del Ecuador.

### **Para el empleador.**

- Acatar todas las medidas necesarias para prevenir riesgos que afecten la salud y bienestar de los trabajadores en el taller.
- Conservar en buen estado las máquinas, herramientas, materiales y las instalaciones de taller para un trabajo seguro
- Otorgar a los trabajadores de forma gratuita la indumentaria adecuada con los complementos de protección personal, como protectores faciales, mandiles, orejeras de seguridad, mascarillas.
- Instruir a los trabajadores acerca de los riesgos en las diferentes zonas de trabajo y las medidas que se deben tomar para la prevención.
- Suspender las operaciones que señalen riesgos inminentes de accidentes si es que No presentarse en estado de embriaguez al lugar de trabajo.
- Colocación de la señalización adecuada en las áreas de trabajo.
- Disponer de buena iluminación natural y artificial en cada área del taller.

### **Para el trabajador.**



- Deben participar en el control de prevención de riesgos y manutención de higiene en las áreas de trabajo.
- Utilizar de forma correcta los complementos de protección personal.
- Dar a conocer a su superior de las averías y riesgos que adviertan determinada maquina o proceso un accidente de trabajo.
- No introducir bebidas alcohólicas en las instalaciones.
- No presentarse en estado de embriaguez al lugar de trabajo.
- Usar la debida protección al momento de utilizar sustancias inflamables.

En cuanto al medio ambiente se promueve el reciclaje y reutilización de prendas para la reducción de desechos textiles que causan daños al mismo, y fomentando la realización de nuevas prendas que tengan una vida útil más larga.

## CAPÍTULO VI

### DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### **6.1.Descripción del producto o servicio.**

El vestirse es una de las primeras necesidades básicas que tiene el ser humano, pues una prenda de vestir tiene como principal función la protección del cuerpo ante cualquier clima.

Las prendas de vestir deben otorgar resistencia, confortabilidad y durabilidad, además de otras características como son lo estético y funcional, de acuerdo al diseño y valor agregado que se les da, las mismas pueden ser versátiles, con el fin de poder realizar varias combinaciones ya sea por el textil o cromática que estas posean.

Para esta colección, se propone realizar un estudio acerca del perfil de consumidor con el que va a trabajar y satisfacer las necesidades que el mismo tenga, los productos serán innovadores y únicos, basados de acuerdo al estudio de las tendencias.

Al ser una colección a base de prendas reutilizadas, se hará un análisis previamente de las mismas para que las prendas nuevas sean totalmente funcionales, ergonómicas y estéticamente se vean bien.

#### **6.6.1. Brain storming.**

En el presente proyecto se desarrollará una colección de indumentaria con materiales reciclados, en este caso prendas que ya no tienen otro uso más que el de ser desechadas, la aplicación de los principios de diseño para crear prendas que sean innovadoras.

Para que el producto sea comercial, se analizara la tendencia, el estilo, preferencias y gustos que predominen en el público objetivo y satisfacer sus necesidades. Gracias al previo estudio de los mismos a través de las encuestas y entrevistas, se determinó los elementos que van a ser útiles para la realización de la colección.

La colección se rige a altos estándares de calidad no solo en materia prima, sino también en su elaboración para crear un vínculo sentimental con el consumidor de tal manera que se gane la fidelidad por la marca. De igual forma las prendas al ser elaboradas a partir de otras reutilizadas, estarán ayudando al medio ambiente, ya que es un método sostenible que es el principal concepto en el que se basa el proyecto.

## **6.2. Perfil del cliente.**

El público objetivo del proyecto que se está realizando está conformado por mujeres de 20 a 25 años de edad que radican en la ciudad de Ambato con un nivel económico medio. Se ha optado por este target debido al hecho que son personas con un nivel económico estable, en condiciones de invertirlo en prendas de indumentaria ecológica, por el hecho de ser reutilizadas. Además, según el rango de edad establecido, son mujeres que en su mayoría han determinado ya su estilo de vestimenta y por ende tienen la madurez y la seguridad de decidir en adquirir una prenda con un diseño no tan tradicional, algo fuera de lo que comúnmente ya existe en el mercado local.

### **Contemporáneo.**

Está al día y se interesa por lo que a diario pasa en el mundo, tiene un perfil dinámico, versátil, actual, adopta fácilmente nuevas alternativas para estar en constante evolución, mantiene un equilibrio entre lo clásico y las nuevas propuestas que dosifica para crear y

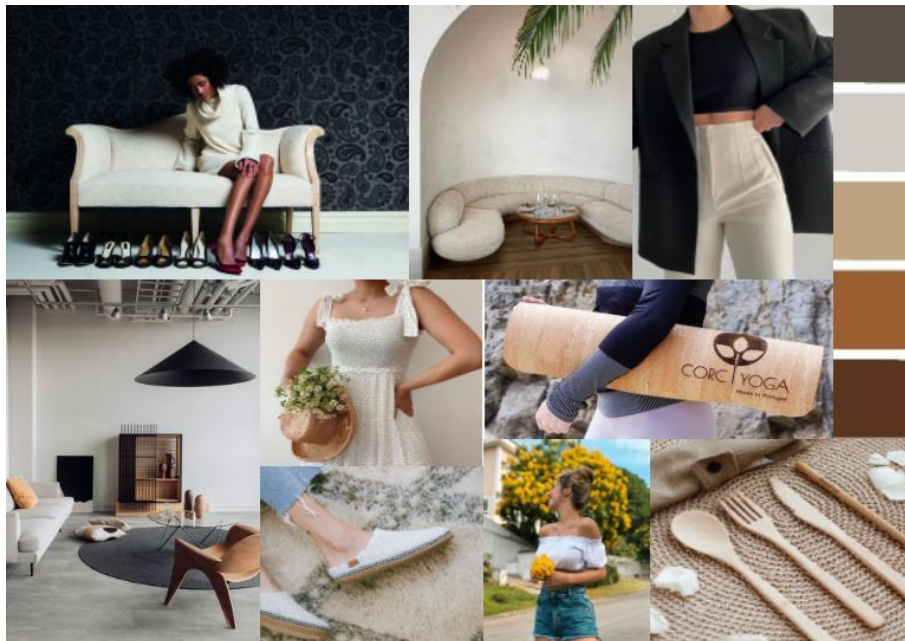
mantener su propio estilo. Se adapta a lo nuevo, su vida es activa, independiente, el concepto confort, comodidad, armonía siempre lo acompañan. (Rincon, 2013 ).

Su día a día es muy intenso lleno de múltiples actividades, son muy dedicados al trabajo, su enfoque en la vida es más por su desarrollo personal y profesional que por la familia, a la hora de elegir donde pasar su tiempo libre buscan sitios que le propicien nuevas sensaciones. Su cuerpo y figura es parte integral de su vida, pero no la destaca, prefiere sólo sentirse bien y sano. Sus alimentos son ricos en vitaminas, nutrientes alimenticios y energéticos. Su espacio es amplio lleno de luz, mezcla elementos de distintas épocas o culturas que al ubicarlos armonizan con su estilo, sus muebles son funcionales livianos y pocos, prefiere maderas naturales y al elegir tapicerías prefiere colores planos, tiene pocos adornos, cada elemento decorativo se rige más por su gusto y deseo que por la aprobación de otros, su hogar es tan diverso como su propia vida. (Rincon, 2013 ).

### 6.2.1. Moodboard del perfil del cliente.

**Figura 18**

*Moodboard del perfil del cliente*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

### **6.3. Identidad de marca.**

#### **Figura 19**

*Marca*



*Nota.* Portada del manual de marca corporativa.

#### **6.3.1. Concepto.**

Release es una marca de moda sostenible que forma parte del cambio por un medio ambiente libre de contaminación, que sea más sano y mejor. Las prendas elaboradas están hechas con prendas que han sido reutilizadas con el fin de reducir el impacto ambiental que estas generan.

Esta marca además es amigable, empática y respetuosa con el consumidor, ya que está constantemente pendiente de sus necesidades. Tiene una personalidad austera o sencilla, pues los detalles de las prendas son básicos, sin nada extravagante, los cuales son representativos en la misma. Además de elaborar productos que van a tener una vida útil más larga.

Por tanto, permite ofrecer un estilo de vida diferente, más consiente, cómodo y responsable; mientras que se promueve la importancia de reciclar y reutilizar, al utilizar prendas que son elaboradas a partir de otras que ya se habían dado por inservibles, todo esto contribuyendo a la disminución de la contaminación ambiental y aportando en la potenciación de un desarrollo local sostenible.

## **Figura 20**

*Logotipo*



*Nota.* Logotipo en su variable vertical de la marca.

### **6.3.2. Valores de la marca.**

- Responsabilidad ambiental.
- Respetuosa.
- Transparente.
- Empática.

- Compromiso.

### **El ícono.**

El identificador se construye tomando en cuenta el concepto de marca, el mismo que indica un nuevo estilo de moda, reutilizando prendas de vestir para reducir el impacto ambiental.

### **Figura 21**

*Ícono*



*Nota.* El gráfico muestra como dio forma al icono de la marca.

### **Área de protección.**

Se ha establecido un área de protección en torno al identificador. Esta área deberá estar exenta de los elementos gráficos que lleguen a interferir en la percepción y lectura de la marca. La construcción del área de respeto queda determinada por la medida “X”.

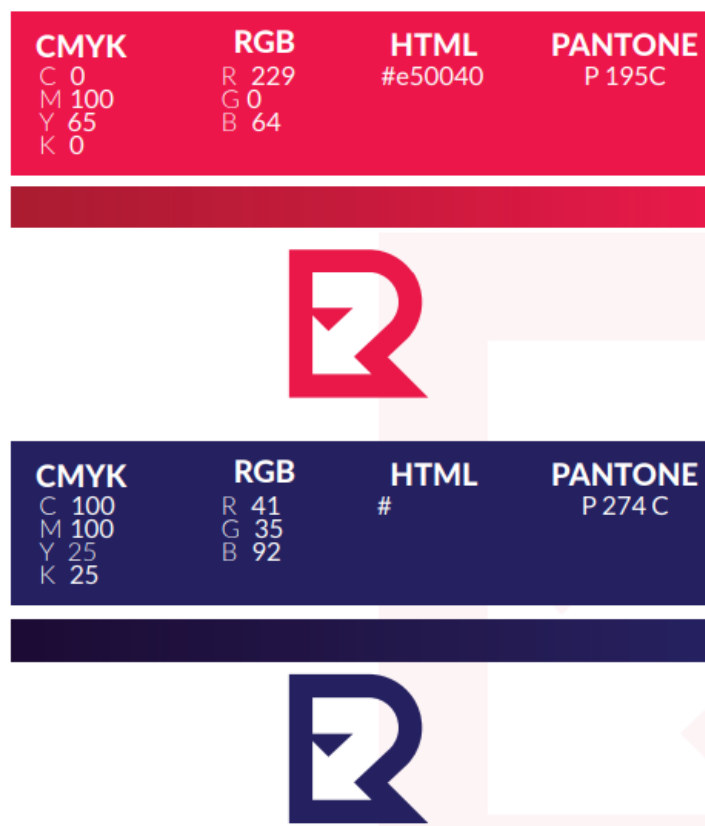
### **Figura 22** *Área de protección*



*Nota.* El gráfico muestra las dimensiones que debe tener el logotipo de la marca.

### Figura 23

*Colores de la marca.*



*Nota.* Colores representativos de la marca.



**Variantes y otros usos.**

**Figura 24**

*Positivo y negativo*



**Figura 25**

*Variables*



*Nota.* El gráfico muestra las variables que se pueden usar de la marca.

**Figura 26**

*Fondos de color*



*Nota.* El gráfico muestra el uso de colores recomendados como fondo de la marca.

## Figura 27

*Uso recomendado en imágenes*





**Figura 28**

*Usos no correctos*



*Nota.* Está prohibido aplicar efectos 3D, extracciones y biselados para la reproducción del identificador en medios impresos y digitales. Si está permitido en dummies, rótulos, placas metálicas y letras corpóreas.

#### 6.4. Uso de la marca.

**Figura 29**

*Uso de la marca*



#### 6.5. Análisis de color de la propuesta.

El análisis de color de la propuesta, está basado en las prendas reutilizadas, en este caso al ser en su mayoría prendas en denim, en la paleta de color va a predominar el tono azul, el cual está dentro de los denominados tonos fríos. En base a este contexto de color, se ha tomado

los tonos dark wash que son los correspondientes al índigo crudo, carbón y los tonos oscuros que no lleguen al negro. También los tonos medios que son un intermedio entre los tonos oscuros y claros, y es uno de los que más funcionan y se usan para looks casuales.

### 6.5.1. Paleta de color de la propuesta.

**Figura 30**

*Paleta de color de la propuesta*



*Nota.* Paleta de color obtenida según las prendas que han sido recicladas.

## **6.6.Tendencia: macro y/o micro tendencia.**

### **6.6.1. Macrotendencia.**

Conocida también como tendencia de larga duración ya que comprende un lapso de 10 a 20 años. Son tendencias globales que perduran en el tiempo, se impone como un estilo de vida y afectan al futuro de los negocios. WGSN es la principal empresa y líder mundial en el pronóstico de tendencias dentro de la industria de la moda. Determinan los temas que predominaran en los próximos años, su efecto, el modo en que las marcas producen las necesidades y demandas del consumidor, ayudando así a las marcas a crear productos innovadores con un potencial global (WGSN, 2020).

Según la WGSN, para el nuevo año 2022 está vigente una macro tendencia denominada el consumidor del futuro, el contexto de esta macro tendencia se centra en el público, qué querrá comprar y cómo crear los productos adecuados es más importante que nunca. Cambiar los productos que son de corto plazo y realizar nuevos que sean a mediano plazo. (Bell, 2021).

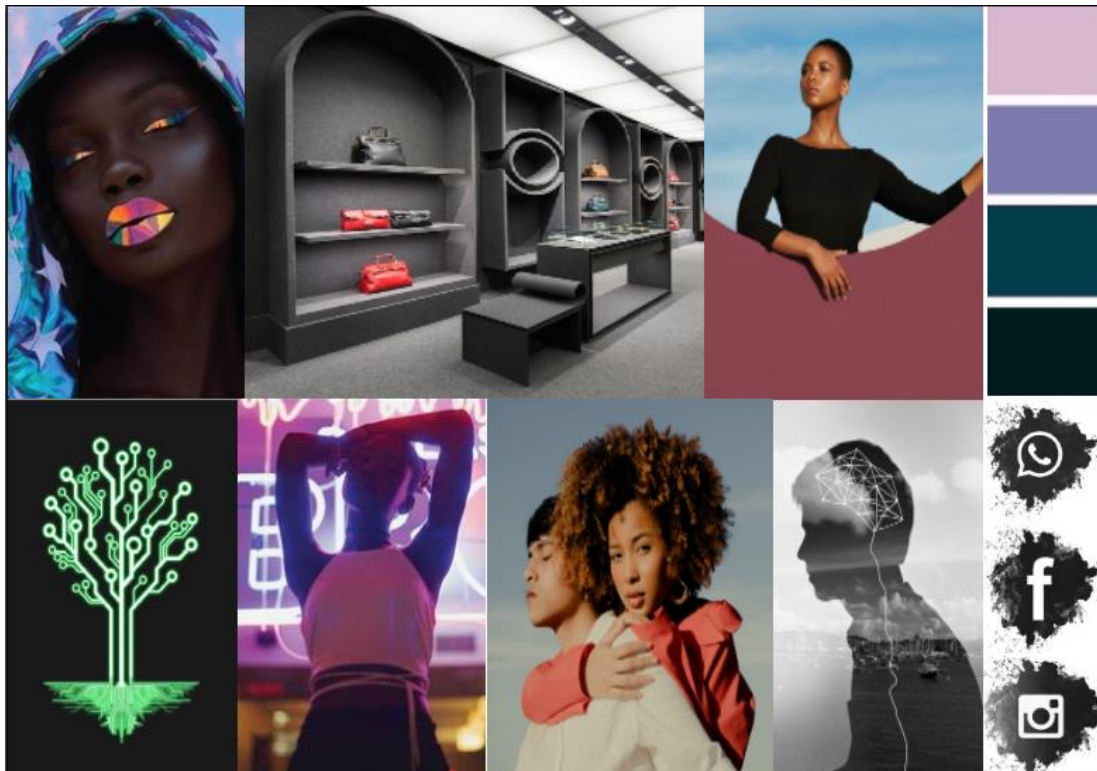
Tras la pandemia de coronavirus, la cual ha sido el mayor cambio global que se ha visto en mucho tiempo, ha impulsado la evolución de varias actitudes. Las industrias se han visto forzadas a adaptarse, pues nos enfrentamos a una realidad que exige flexibilidad, resiliencia y, sobretodo, creatividad –tanto al público como a los negocios.

La innovación es la que debe prosperar en momentos de grandes crisis como este, en donde los diseñadores, creadores, especialistas en marketing y estrategia, compradores deben responder a estos desafíos. (Bell, 2021).

### **Figura 31**



## Moodboard macrotendencia



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

### 6.6.2. Tendencia.

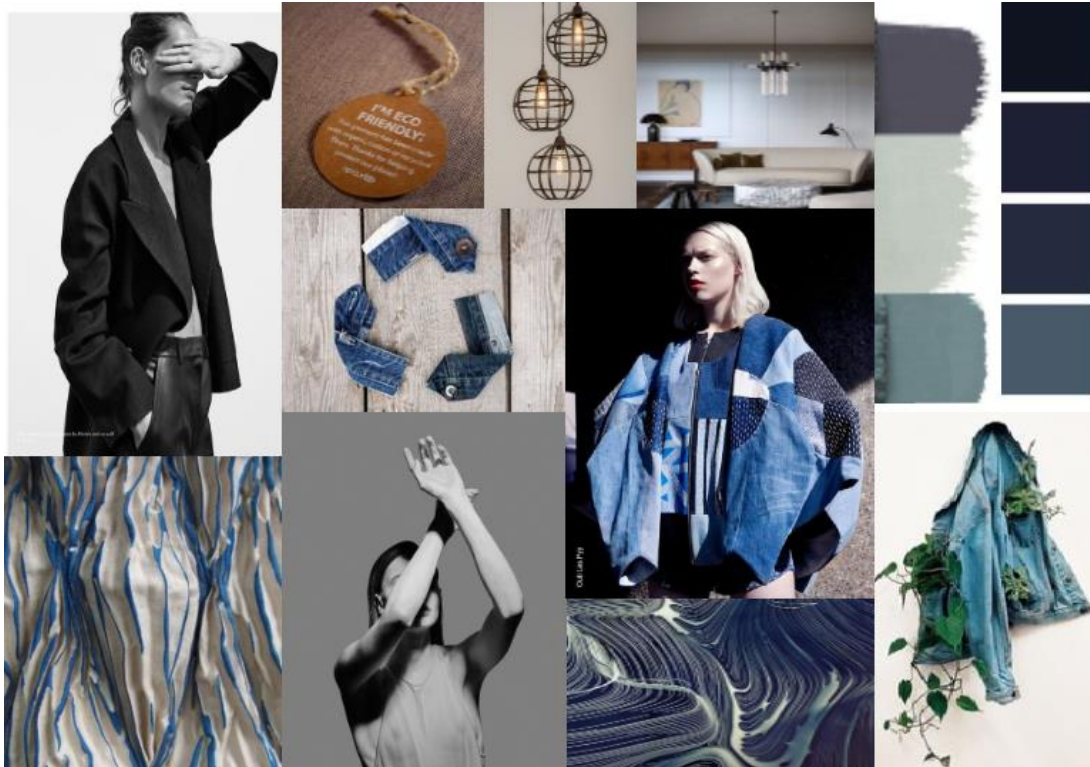
La tendencia es la denominada moda pasajera, son a corto plazo y con carácter más local. Cambian cada temporada con el fin de promover el consumo y ya en la siguiente se considera demodé, aunque vuelven como tendencia en otras temporadas por la ciclicidad de la moda.

**Resourceful:** ve la moda desde un enfoque más sencillo, natural y sostenible. La creatividad muestra su estado más puro y los colores y detalles sobrios hacen acto de presencia. Predominan los materiales exquisitos y el lujo artesanal. Se aprecia una estética sofisticada pero reutilizada y casera al mismo tiempo. Gran importancia de la temática campestre en looks desgastados con texturas orgánicas y flores silvestres. Es un estilo alegre donde se presume

también de la temática náutica y el resort vacacional. Sin duda, atemporalidad y sostenibilidad en estado puro.

### Figura 32

*Moodboard tendencia.*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

### 6.7. Concepto de la propuesta.

Nombre de la colección: “Conectividad”.

El concepto se basa principalmente en la conexión del usuario con el medio ambiente. En los últimos años el desperdicio textil y acumulación de prendas en los vertederos gracias a la llamada “*fast fashion*” o moda rápida, ha generado grandes daños en el ecosistema, es por ello que la finalidad de esta colección es rescatar la parte sostenible que pueden tener aquellas prendas que ya no se usen y dándoles una nueva vida, aquí los usuarios podrán percatarse de

que sus prendas aún pueden servirles y además mediante este método sostenible y eco amigable estarían ayudando al medio ambiente.

La necesidad de cuidar y tratar de preservar el medio ambiente es algo ineludible que formará parte del pensamiento en este nuevo estilo de ropa y la conexión del usuario hacia el mismo.

De esta manera, se tiene a las mismas prendas como elemento principal de inspiración que darán origen a las propuestas. La estilización de sus formas y la simplicidad serán claves para cada uno de los diseños. Estas líneas y formas conjugadas con tonos azules y gastados darán origen a prendas únicas. Los materiales, las texturas y los colores propios de las prendas llevará a cada persona a sentirse en armonía con ellas sin perder la sofisticación, la simplicidad y el buen gusto. Lo simple es lo más compuesto y lo sobrio demanda carácter.

### Figura 33

*Moodboard concepto*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Tabla 23**

*Ficha de tendencia e inspiración*

FICHA DE TENDENCIA E INSPIRACIÓN			
Colección: conectividad	Universo de vestuario: casual	Clientes: mujeres que busquen productos eco amigables y únicos	
Temporada:	Nivel de mercado: pret a porter	Elaborado: Karen Espinoza	
		Fecha: 17/02/2021	

MACRO TENDENCIA Y TENDENCIA
-----------------------------

Macro tendencia: Según la WGSN, para el nuevo año 2022 está vigente una macro tendencia denominada el consumidor del futuro, el contexto de esta macro tendencia se centra en el público, qué querrá comprar y cómo crear los productos adecuados es más importante que nunca. Cambiar los productos que son de corto plazo y realizar nuevos que sean a mediano plazo. (Bell, 2021).

Tendencia: **Resourceful:** ve la moda desde un enfoque más sencillo, natural y sostenible. La creatividad muestra su estado más puro y los colores y detalles sobrios hacen acto de presencia. Predominan los materiales exquisitos y el lujo artesanal. Se aprecia una estética sofisticada pero reutilizada y casera al mismo tiempo. Gran importancia de la temática campestre en looks desgastados con texturas orgánicas y flores silvestres. Es un estilo alegre donde se presume también de la temática náutica y el resort vacacional. Sin duda, atemporalidad y sostenibilidad en estado puro.

USUARIO	CONTEXTO	SIMBOLISMO
Mujeres de 20 a 25 años de edad.	Ciudad de Ambato; Zona urbana: clima templado.	Conexión, sostenibilidad, conexión con el medio ambiente.

PERFIL DEL CONSUMIDOR CONTEMPORÁNEO	ÁMBITO SOCIAL	INSPIRACIÓN
--	---------------	-------------

Estilo del consumidor: casual.	Nivel económico medio o medio alto, personas con estudios superiores económicamente activas e independientes.	Nombre: prendas desechadas.
--------------------------------	---	-----------------------------

FUNCIÓN	ESTÉTICO	TÉCNICO
---------	----------	---------

Ocasión de uso: fines de semana.	Silueta/forma: rectangular, triangulo, triangulo invertido.	Materiales: prendas recicladas.
----------------------------------	---	---------------------------------

Tipología de prendas: falda, pantalón, blusas, busos.	Proporción y línea: Mantienen la proporción del cuerpo tiene líneas que se moldean a la silueta del cuerpo de la usuaria, comenzando con proporciones menores en la base para ir aumentando a la altura del cuello, simetría, repetición de módulos, las mismas que añaden movimiento y ritmo visual a un objeto plano, dando lugar a la silueta.	Insumos: botones de metal, hilo
---	---	---------------------------------

Funcionalidad: Movilidad	Detalles clave: holanes, mangas abombadas, mezcla de prendas y texturas	Tipos de acabados: desgaste de las prendas.
-----------------------------	---	---

Comodidad	Textura: lisas, suaves y duras.	
Durabilidad	Color: colores fríos	Maquinaria: Se utilizará la Maquina recta y overlock para el ensamble de las prendas.

### FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS DE DISEÑO

Elementos (forma):	Principios:	Articulación de planos.
Punto	Repetición de los círculos	Planos con
Línea	Uniones, radiaciones y gradaciones de módulos y similitudes con detalles	combinaciones de color y textura.
Elementos visuales	Interrelaciones:	Uniones de los planos mediante el ensamble y la superposición de textiles para la composición de las prendas.
Figuras: geométricas y orgánicas	Interrelación de formas súper posición de piezas cosidas distanciamiento en detalles. Unión de las formas generan la forma general de la prenda.	
Tamaño: figuras grandes, medianas y pequeñas		
Color: colores fríos, azules y celestes.		
Textura: lisas y suaves.		

*Nota.* Esta tabla muestra la tendencia e inspiración aplicados para la elaboración del proyecto.

## **6.8.Elementos del diseño.**

Esta colección gira alrededor de un conjunto de elementos o componentes imprescindible, que define la orientación creativa que toma la misma. Además, ayuda transformar las ideas en las formas y detalles de las prendas y tener una comprensión profunda de la colección y del concepto que se desarrolla.

Entre estos elementos, destaca la forma que permite establecer una comunicación efectiva entre el diseñador y el cliente/usuario, ya que ofrece en el mercado lo que ellos necesitan. Es decir, que, a través de la forma, se resalta la idea que se desea transmitir al público, para que sea fácilmente reconocida y se pueda comprender el tipo de símbolos que se emplea para tener contacto visual con las usuarias, las cuales distinguen casi inmediatamente el diseño al mostrar diversas señales gráficas en las prendas elaboradas.

Otro elemento del diseño corresponde a la línea que equivale a una clase de grafismo, representada generalmente por una secuencia de puntos, que permiten conectar un trayecto de un punto hasta otro, estas se dibujan considerando la textura, el estilo, el color y el grosor.

Esto implica la necesidad de identificar otro elemento importante del diseño que es la textura, que puede desarrollarse mediante la creación de varios patrones para lograr el desarrollo las prendas, en un ámbito tridimensional y realista, ya que esta permite apreciar el nivel de profundidad de la forma.

Además de ello, se distingue el color que implica la decisión final de la usuaria al momento de escoger las prendas que va a comprar, ya que este debe transmitir confianza, seguridad, suavidad, serenidad y ser atractivo a la vista de los demás, siendo este muy importante el momento de elaborar el diseño final de cada prenda.

***Tabla 24*** *Nueve ámbitos del diseño*

## LOS NUEVE ÁMBITOS DEL DISEÑO

Usuario	Contexto	Sociedad
Mujeres de 20 a 25 años de edad.	Ciudad de Ambato con clima variable.	Mantienen un punto de equilibrio entre la tradición y la innovación, construyendo su nueva actitud y apariencia incorporando la moda, la evolución cultural y social a su estilo personal.
Función	Simbolismo	Materialidad
Prendas casuales, versátiles en su uso, protege el cuerpo, permite su movilidad, comodidad y durabilidad.	Sostenibilidad.	Materiales: prendas recicladas.  Insumos: botones, hilos
Estilo	Morfología	Inspiración
Casual	Mezcla de siluetas, rectangular, triangulo y triangulo invertido.	Prendas desechadas, desgaste medio ambiental.

*Nota.* Esta tabla muestra los nueve ámbitos del diseño para la elaboración del producto final.

### 6.8.1. Siluetas.

Como diseñador es necesario conocer las proporciones del cuerpo humano para la ilustración de moda, la misma que debe tener armonía y estética en sus formas y siluetas para lograr una mejor apreciación del diseño de las prendas. También el conocimiento en cuanto a



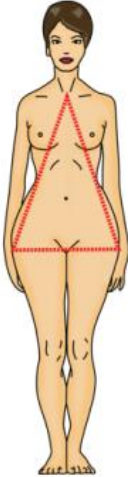
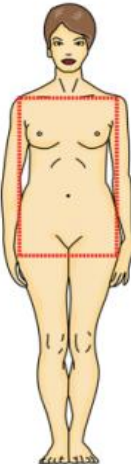

datos antropométricos que permite la creación de prendas que se ajusten de acuerdo a las necesidades de la sociedad.

Saltzman (2004) define la silueta “como la forma que surge al trazar el contorno de una figura”. Cuando se crea un contorno, se crea una nueva forma en que el interactúa con un espacio dentro y fuera del cuerpo, el primero se relaciona con el espacio que se crea entre el cuerpo y el textil, y el segundo, con el modo que este contorno interactúa con el espacio y temporalidad del ambiente que lo rodea. (Saltzman, 2004).

Los tipos de silueta que estarán presente en la colección serán las siluetas triángulo que se caracteriza porque la parte superior es más estrecha que la parte inferior, la silueta rectángulo, en la cual los hombros y las caderas están alineados y triángulo invertido la cual se caracteriza por tener hombros amplios y tórax pequeño. (Mongrovejo & Vásquez , 2013).

**Tabla 25**

*Siluetas*

TRIÁNGULO	RECTÁNGULO	TRIÁNGULO INVERTIDO
<p><b>Figura 34</b> <i>Silueta triángulo</i></p> 	<p><b>Figura 35</b> <i>Silueta rectángulo</i></p> 	<p><b>Figura 36</b> <i>Silueta triángulo invertido</i></p> 

*Nota.* Esta tabla muestra las siluetas que se usaron en las prendas.

### **6.8.2. Proporción y línea.**

Las líneas que presentarán los diseños serán líneas rectas y orgánicas, se usarán para dar forma a cada una de las prendas de la colección. Este tipo de líneas darán una apariencia sinuosa, estilizada para otorgar una delicada feminidad a las prendas, además que den una estructura a las mismas.

La asimetría también será un concepto que predominará en la colección para determinar los diseños con el fin de salir de las formas tradicionales existentes y darle un concepto más moderno, natural y dinámico. Esto se logrará a través del uso de las líneas diagonales y la disposición de los elementos que componen cada diseño, teniendo en cuenta que cada una de sus partes guarden relación con el todo.

### **6.8.3. Función.**

La presente propuesta tiene como objetivo poder satisfacer al cliente objetivo, mediante diseños innovadores, únicos y con materiales alternativos, en este caso reciclados. La inspiración es tomada de las prendas que van a ser reutilizadas, es decir los detalles que las mismas posean y también de la tendencia escogida. Además, las prendas son producidas para concientizar el cuidado del medio ambiente.

### **6.8.4. Detalles.**

Entre los detalles usados en la propuesta está la utilización de diferentes formas y técnicas como el patchwork, efectos especiales como el desgaste, superposición de texturas, volanes y voluminidad en mangas.

### **6.8.5. Estilo**

La moda casual es un término global que se utiliza para describir una imagen informal y desenfadada, donde la funcionalidad y la comodidad marcan la norma. Es un código “relajado” pues no cuenta con reglas como lo tendría una etiqueta formal.

El estilo de la propuesta será casual, ya que es un estilo que no se rige por códigos de etiqueta, sino más bien es informal, caracterizado por usar prendas versátiles, funcionales y cómodas, ideales para cualquier ocasión.

El código casual tiene como premisa: la comodidad, la simpleza y la naturalidad. Todo esto sin dejar de cuidar los detalles. Es decir, la idea es recrear un look “sin esfuerzo”, pero en el que utilizamos prendas básicas en buen estado combinadas con buen gusto.



#### **6.8.6. Estampados, bordados y acabados, terminados**

- Las prendas están elaboradas con prendas 100% recicladas para su reutilización, por lo tanto, los acabados que tienen las mismas determinan la materialidad que tiene el producto.
- Los acabados serán los mismos que ya tenían las prendas, ya que al ser de denim las mismas ya tienen su debido proceso.
- Las prendas van a estar combinadas, es decir, tendrán una composición de diferentes texturas.
- Los colores que estarán presentes son basados en el color inicial de las prendas, ya que no tendrán ninguna otra modificación de los mismos.

## 6.9. Materiales e insumos.

**Tabla 26**

### Materiales

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	USOS Y CIUDADOS	REFERENCIA
Denim	Prendas recicladas de denim (jeans)  Acerca del textil:  Nombre: denim  Estructura: tejido plano  Referencia comercial: jean  Proveedor: comercial  Costo: 5 dólares	<p>Lavado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lavar cuidadosamente con agua tibia 30 C.</li> </ul> <p>Planchado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Planchar a temperatura media.</li> </ul> <p>Blanqueado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>No usar cloro.</li> </ul> <p>Secado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Puede secarse a maquina.</li> <li>Secar colgado.</li> <li>Secar a sombra.</li> </ul> <p>Lavado en seco:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>No lavar en seco.</li> </ul>	<p><b>Figura 37</b> Prendas denim recicladas</p> 
Jersey	Prendas recicladas de jersey (pantalón)  Acerca del textil:  Nombre: jersey  Estructura: tejido de punto	<p>Lavado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lavar unicamente con agua fria.</li> <li>No colgar las prendas al derecho.</li> <li>No exponer al sol directamente sino bajo sombra, en</li> </ul>	<p><b>Figura 38</b> Prenda jersey reciclada</p> 

---


Referencia	especial cuando son
comercia: jersey	con colores fuertes.
algodón	<ul style="list-style-type: none"><li>• No se debe tender las prendas sujetas de los bordes inferiores, hay que extender o colgar de las sisas para que no se deformen.</li></ul>
Proveedor: comercial	<ul style="list-style-type: none"><li>• No usar secadora.</li></ul>
Costo: 14 dólares	

Planchado:

- Prendas de algodón (interlock, jersey, rústico, friza, ribb, etc.) planchado normal.
- Prendas de poliéster/algodón se plancha a temperatura media, es recomendable usar plancha a vapor.
- Prendas sintéticas (deportivo con o sin friza, set de poliester, draifit, piqué, interlock fantasía): planchar a baja temperatura para evitar el satín en las telas. Es recomendable usar plancha a vapor.

**Tabla 27** *Insumos*

INSUMOS	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA
Hilo	Hilo de poliéster algodón	<b>Figura 39</b> <i>Conos de hilo</i>



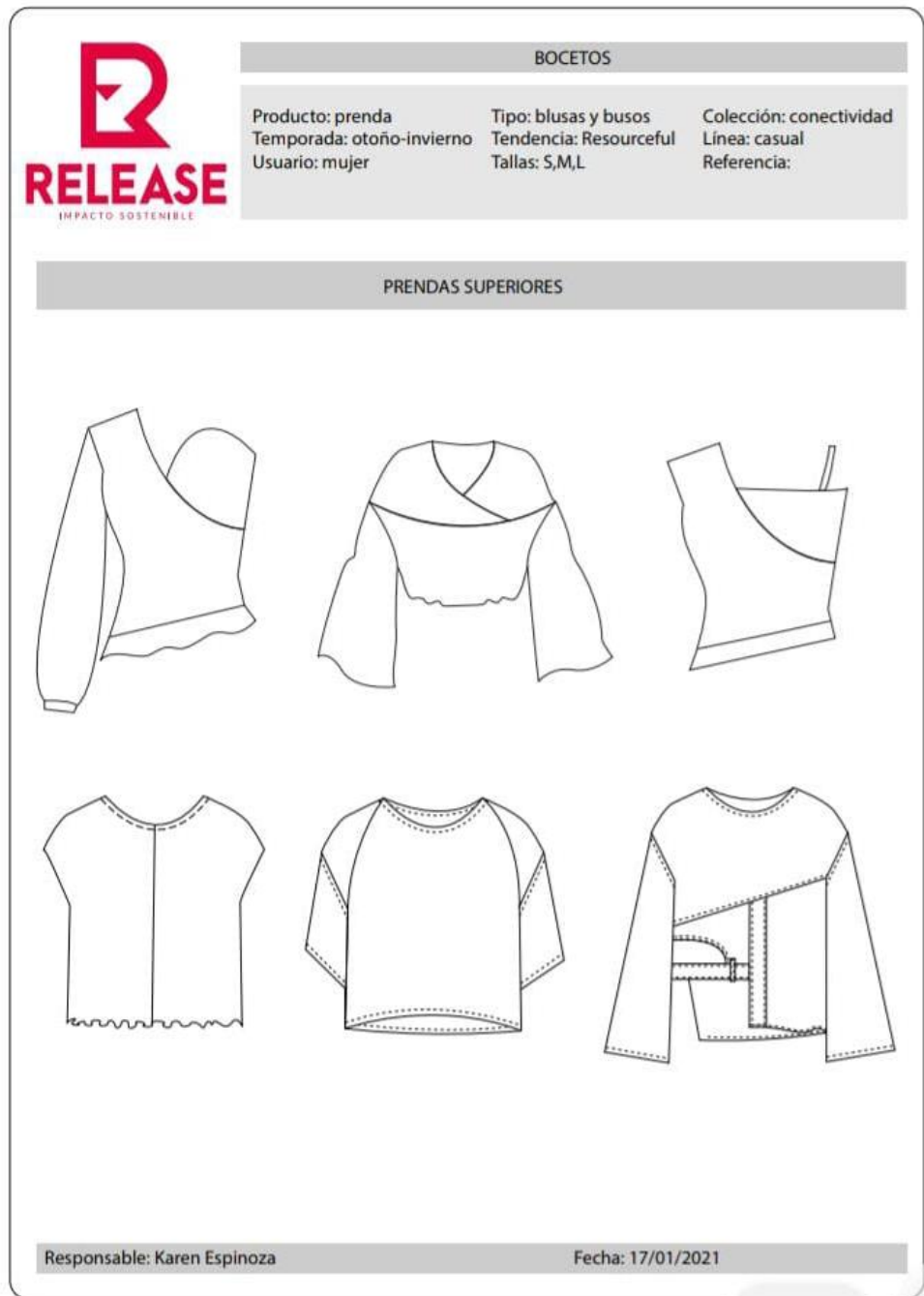
A photograph showing five spools of thread. There are four spools of blue thread and one spool of white thread. The spools are arranged in a small cluster on a light-colored surface.

*Nota.* Esta tabla muestra los materiales e insumos usados para la elaboración de los productos.

## 6.10. Sketch o bocetos.

Figura 40

*Bocetos prendas superiores*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 41**

*Bocetos prendas inferiores*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.



**Figura 42**

*Ilustración buso*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 43**

*Ilustración pantalón acampanado*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 44**

*Ilustración buso manga corta*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 45**

*Ilustración falda*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Gráfico 46**

*Ilustración colección*

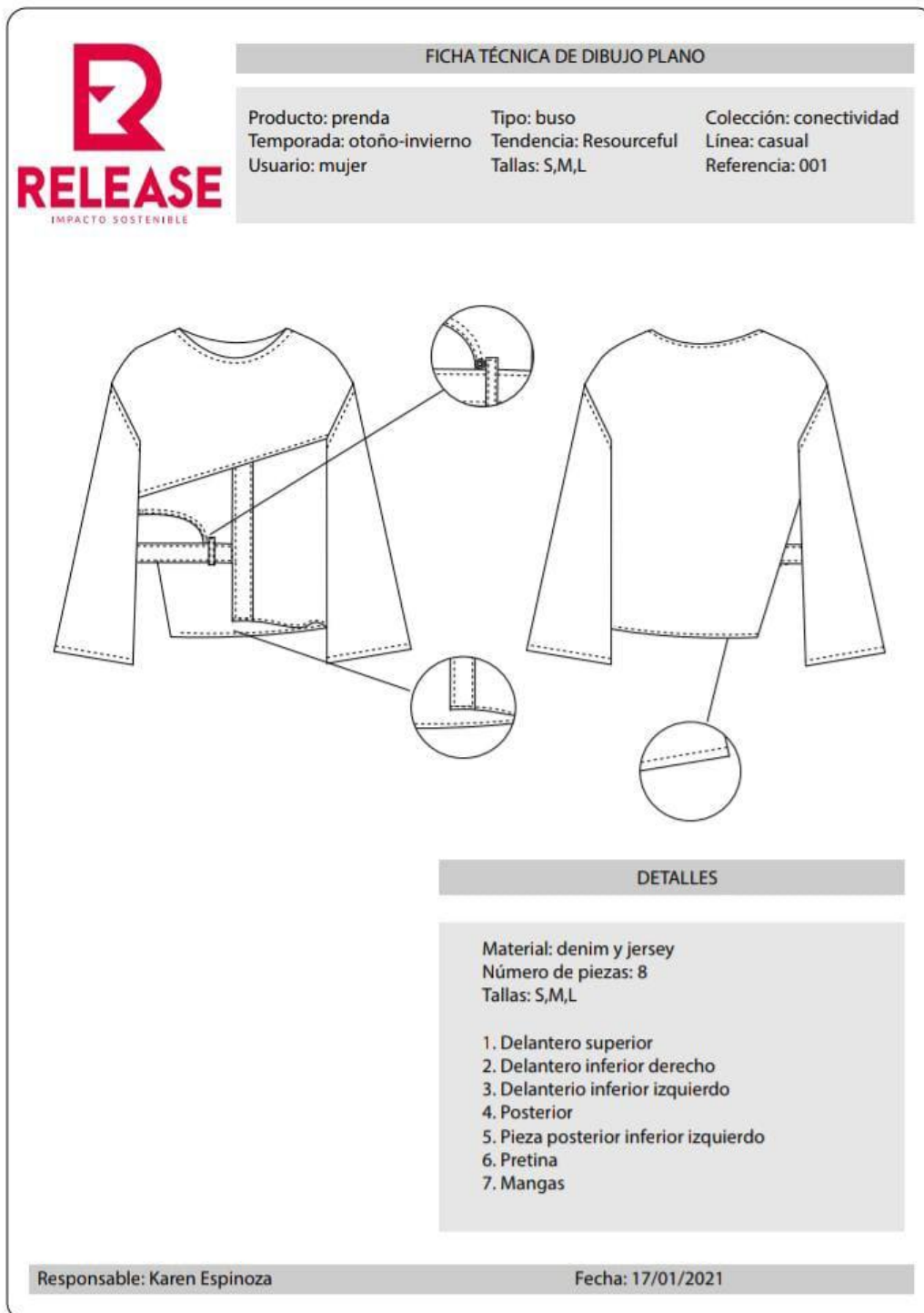


*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

## 6.11. Fichas técnicas.

Figura 47


*Dibujo plano buso*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

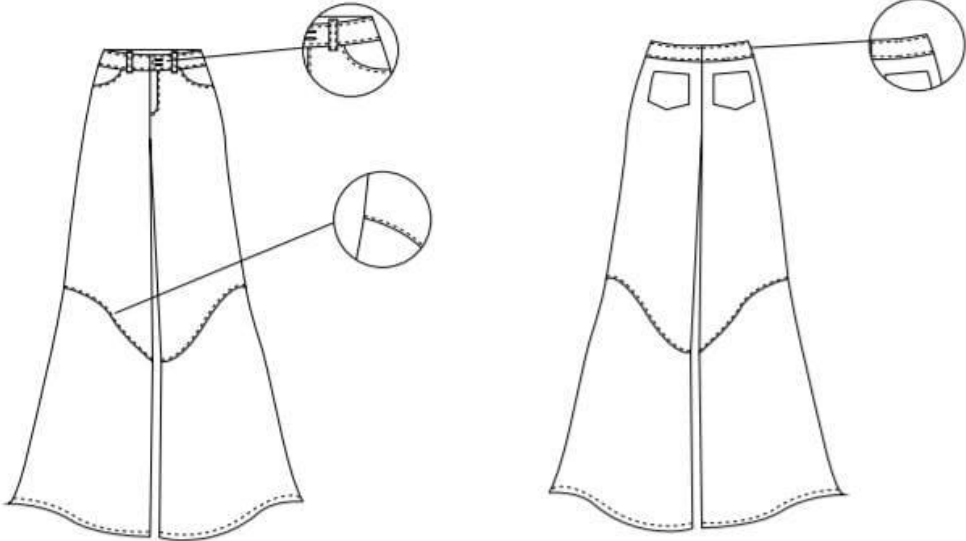
Figura 48

Dibujo plano pantalón acampanado



### FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO

Producto: prenda	Tipo: pantalon acampanado	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 002



### DETALLES

Material: denim  
Número de piezas: 10  
Tallas: S,M,L

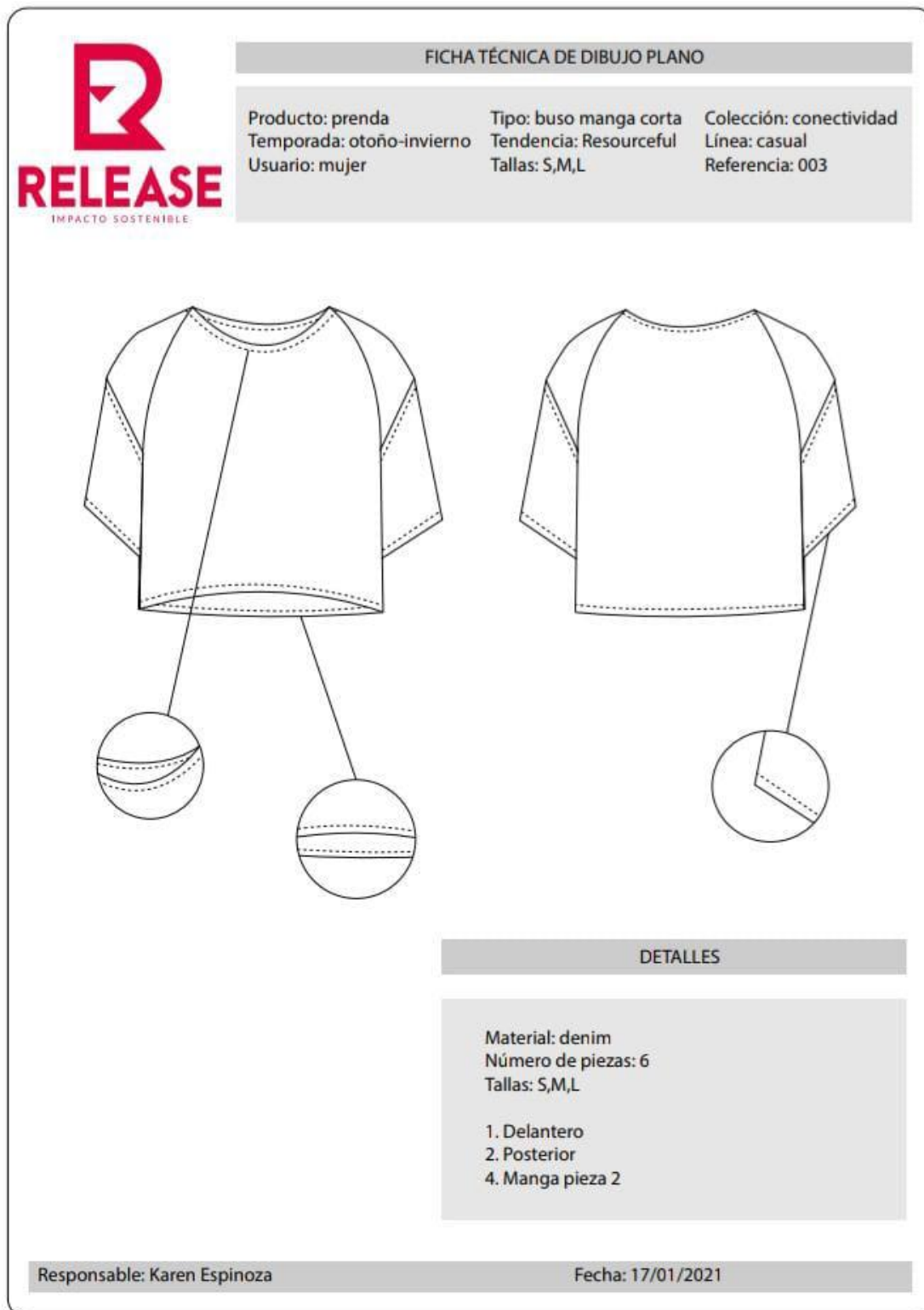
1. Delantero pieza superior
2. Delantero pieza inferior
3. Bolsillo delantero
4. Vista
5. Falso vista
6. Forro bolsillo
7. Posterior pieza superior
8. Posterior pieza inferior
9. Bolsillo posterior
10. Cotilla

Responsable: Karen Espinoza      Fecha: 17/01/2021

Nota. Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 49**

*Dibujo plano buso manga corta*

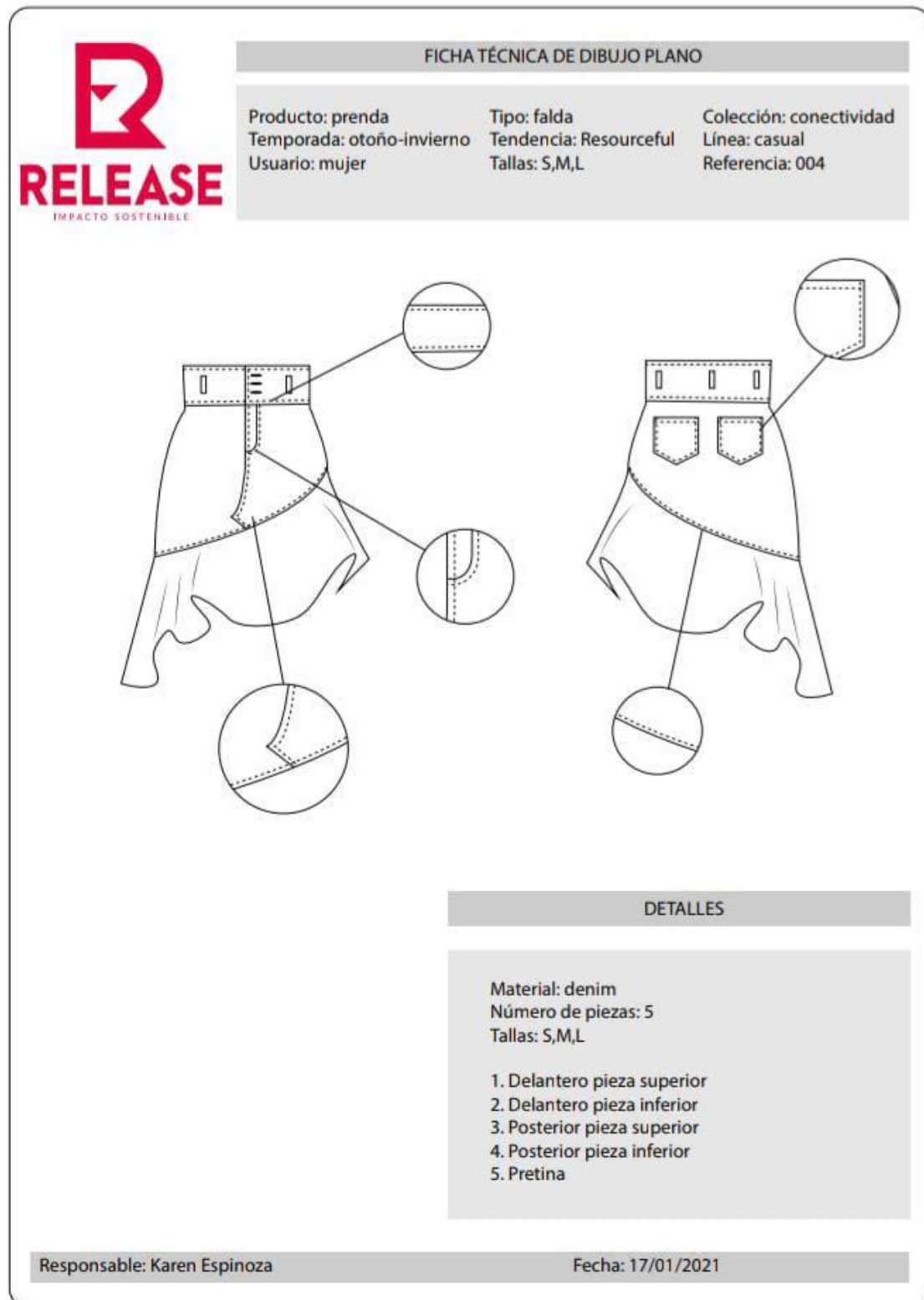


*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.



**Figura 50**


*Dibujo plano falda*



*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

Figura 51

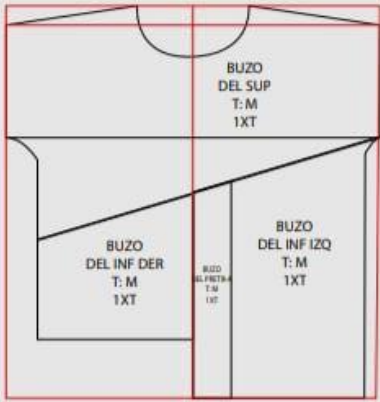
Patronaje buso



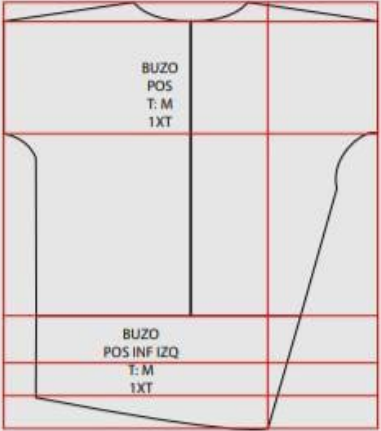
### FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Producto: prenda	Tipo: buso	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 001

#### DELANTERO



#### POSTERIOR



#### OBSERVACIONES


Las costuras deben ser acorde al textil que se utilice, en este caso se dejara 1 cm de costura en el tejido plano (denim) y 0,5 cm en el tejido de punto (jersey)

Responsable: Karen Espinoza      Fecha: 17/01/2021

Nota. Elaborado por la autora del proyecto.

Figura 52

Patronaje pantalón acampanado



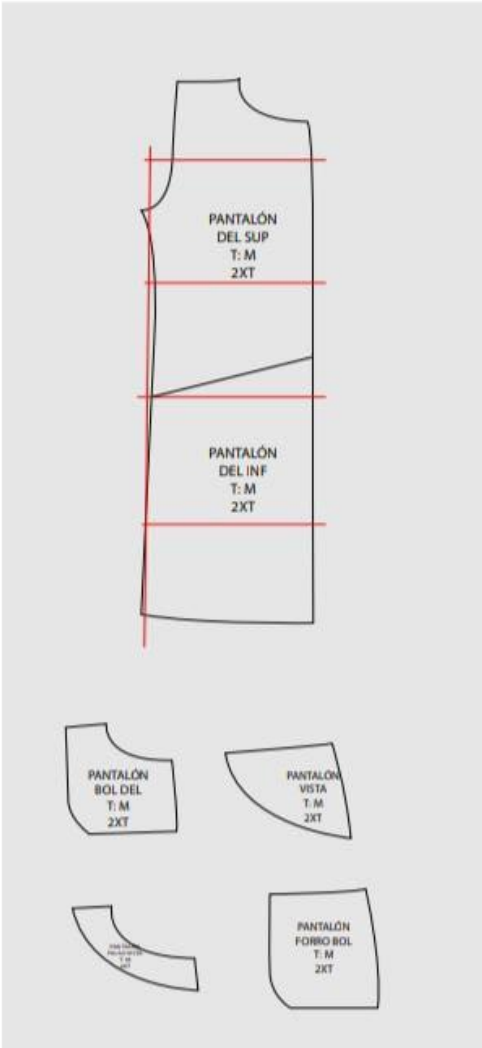
**RELEASE**  
IMPACTO SOSTENIBLE

FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

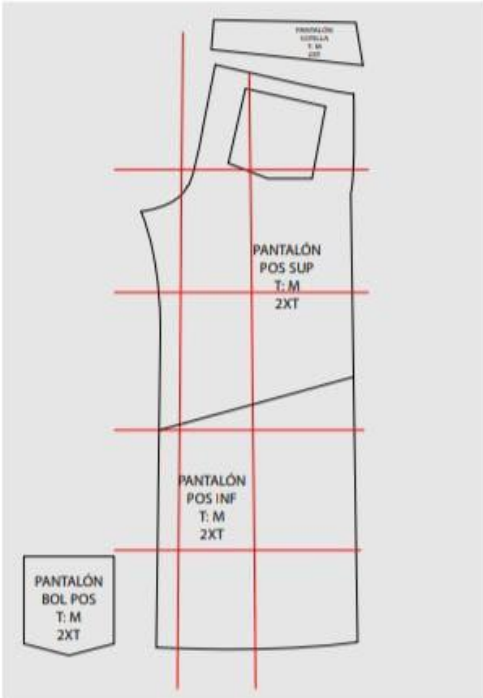
Producto: prenda	Tipo: pantalon acampanado	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 002

Nota.

DELANTERO



POSTERIOR



OBSERVACIONES

Las costuras deben ser acorde al textil que se utilice, en este caso se dejara 1 cm de costura por ser un textil plano.


Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 53**

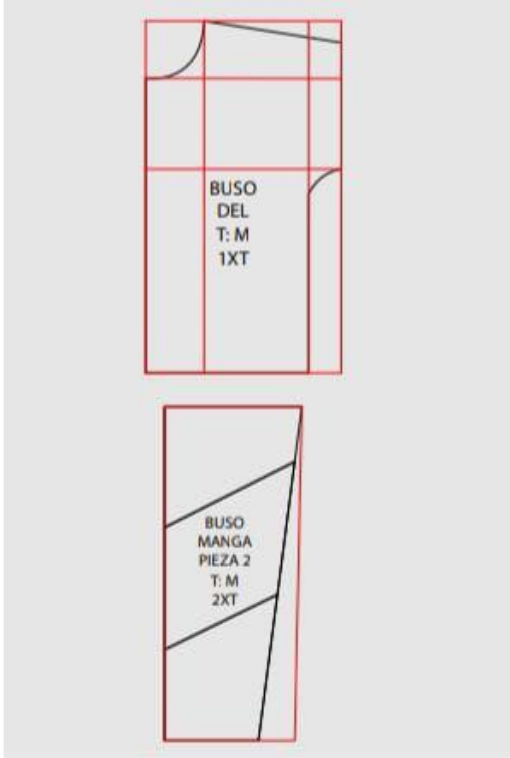
*Patronaje buso manga corta*



### FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE

Producto: prenda	Tipo: buso manga corta	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 003

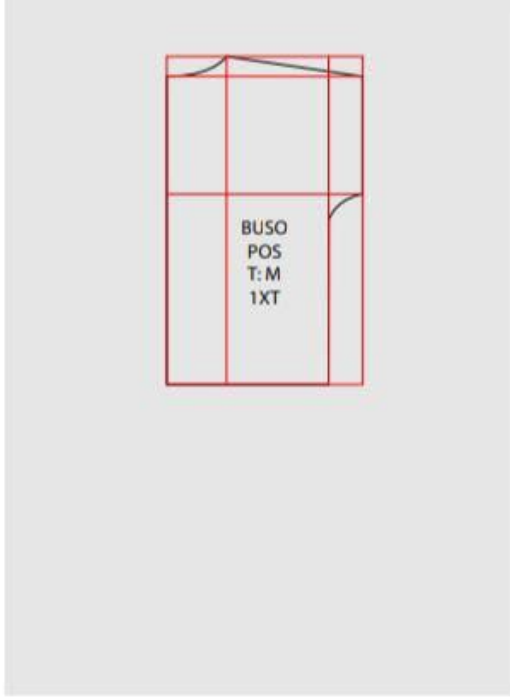
#### DELANTERO



BUSO DEL  
T: M  
1XT

BUSO MANGA  
PIEZA 2  
T: M  
2XT

#### POSTERIOR



BUSO POS  
T: M  
1XT

#### OBSERVACIONES


Las costuras deben ser acorde al textil que se utilice, en este caso se dejara 1 cm de costura en el tejido plano (denim) y 0,5 cm en el tejido de punto (jersey)

Responsable: Karen Espinoza      Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 54**

*Patronaje falda*

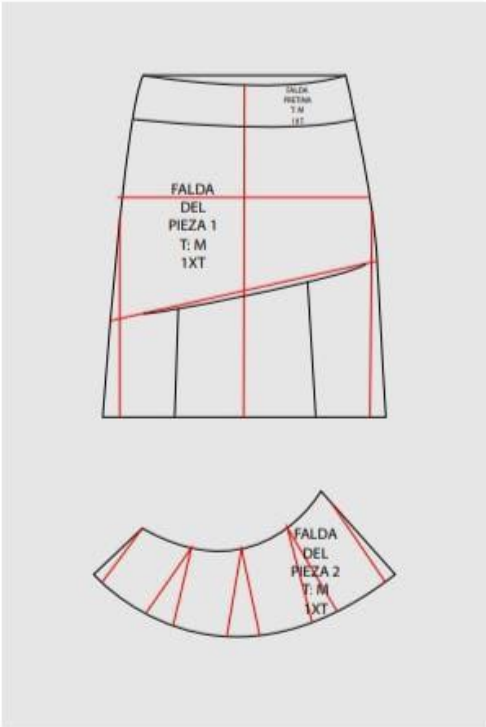


**RELEASE**  
IMPACTO SOSTENIBLE

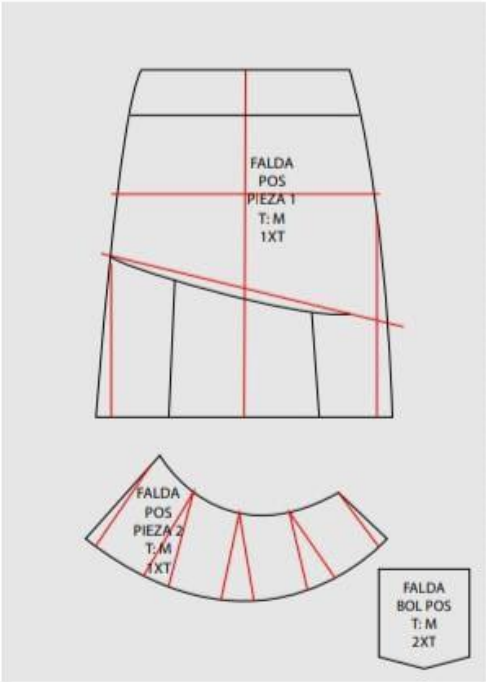
**FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE**

Producto: prenda	Tipo: falda	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 004

**DELANTERO**



**POSTERIOR**



**OBSERVACIONES**

Las costuras deben ser acorde al textil que se utilice, en este caso se dejara 1 cm de costura por ser un textil plano.

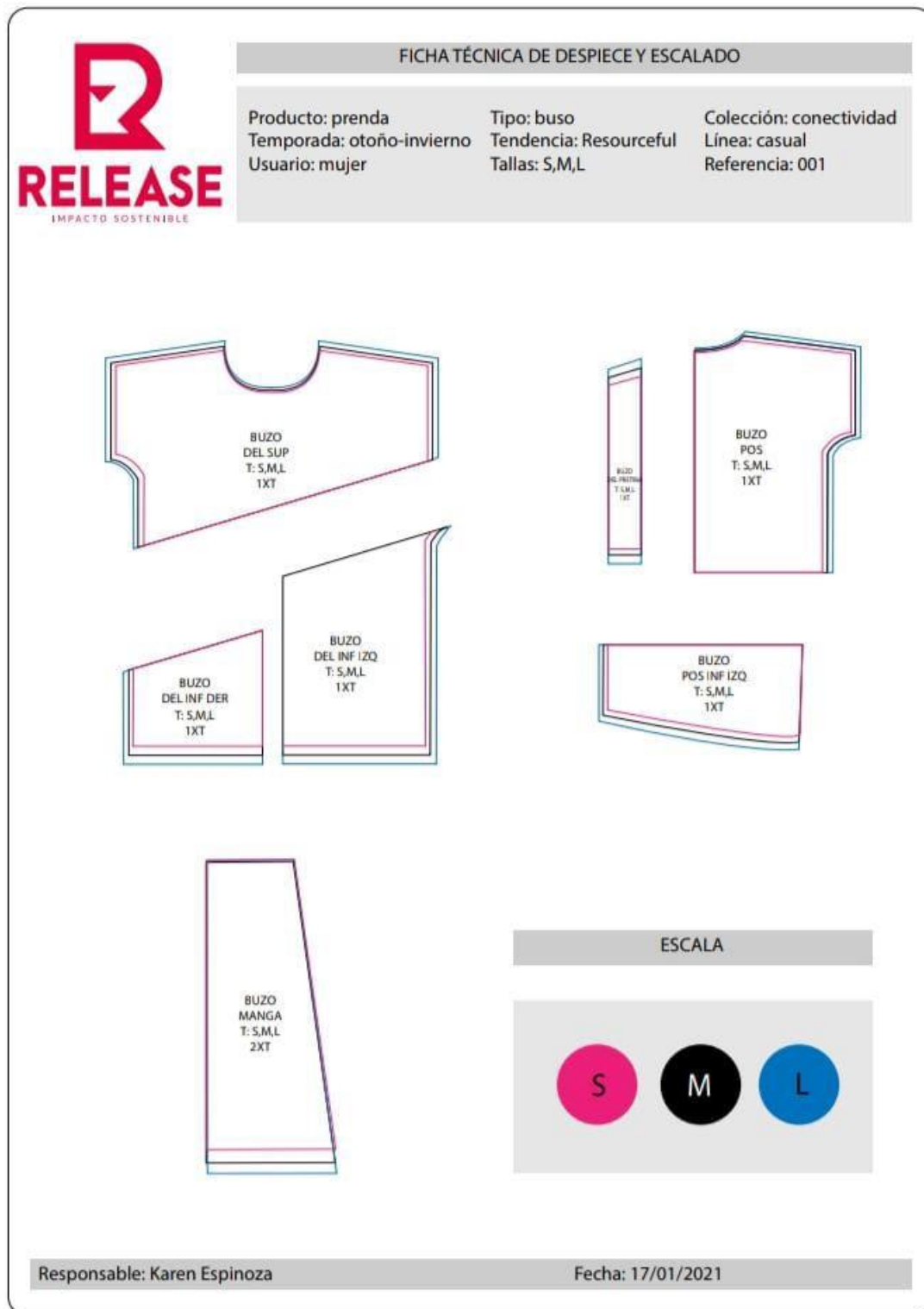
Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

Figura 55

Despiece y escalado buso



Nota. Elaborado por la autora del proyecto.

Figura 56

Despiece y escalado pantalón acampanado

**RELEASE**  
IMPACTO SOSTENIBLE

**FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO**

Producto: prenda	Tipo: pantalon acampanado	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 002

PANTALÓN CINTA  
T: S,M,L  
2XT

PANTALÓN POS SUP  
T: S,M,L  
2XT

PANTALÓN DEL SUP  
T: S,M,L  
2XT

PANTALÓN POS INF  
T: S,M,L  
2XT

PANTALÓN DEL INF  
T: S,M,L  
2XT

PANTALÓN BOL DEL  
T: S,M,L  
2XT

PANTALÓN FORRO BOL  
T: S,M,L  
2XT

PANTALÓN VISTA  
T: S,M,L  
2XT

PANTALÓN BOL POS  
T: S,M,L  
2XT

**ESCALA**

S M L


Responsable: Karen Espinoza      Fecha: 17/01/2021

Nota.

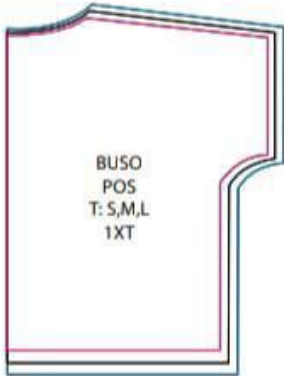
Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 57**

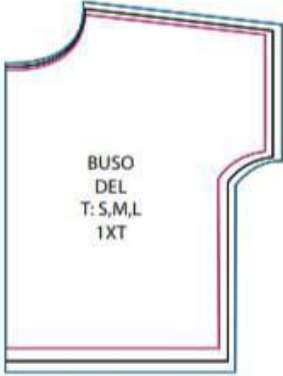
*Despiece y escalado buso manga corta*




FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO		
Producto: prenda	Tipo: buso manga corta	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 003



BUSO  
POS  
T: S,M,L  
1XT




BUSO  
DEL  
T: S,M,L  
1XT



BUSO  
MANGA  
PIEZA 2  
T: S,M,L  
2XT

ESCALA



Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.



Figura 58

Despiece y escalado falda

**RELEASE**  
IMPACTO SOSTENIBLE

**FICHA TÉCNICA DE DESPIECE Y ESCALADO**

Producto: prenda	Tipo: falda	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 004

FALDA DEL/POS PIEZA 1  
T: S,M,L  
1XT

FALDA DEL/POS PIEZA 2  
T: S,M,L  
1XT

FALDA BOL POS  
T: S,M,L  
2XT

FALDA PRETINA  
T: S,M,L  
1XT

**ESCALA**


S M L

Responsable: Karen Espinoza      Fecha: 17/01/2021

Nota. Elaborado por la autora del proyecto.

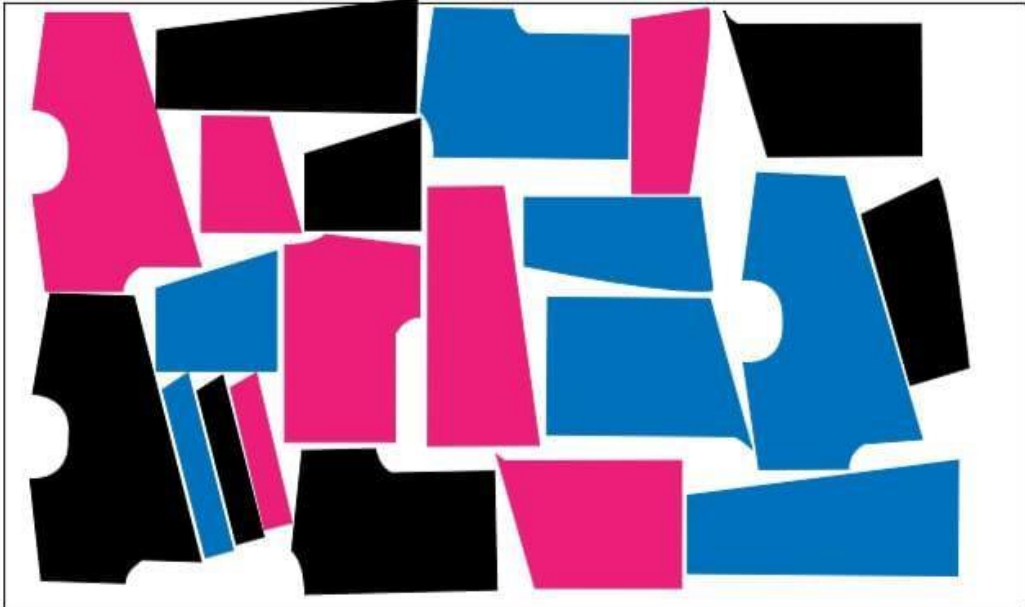
**Figura 59**

*Marcada buso*



**RELEASE**  
IMPACTO SOSTENIBLE

FICHA TÉCNICA DE MARCADA		
Producto: prenda	Tipo: buso	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 001



Responsable: Karen Espinoza      Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 60**

*Marcada falda*



FICHA TÉCNICA DE MARCADA		
Producto: prenda	Tipo: falda	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 004




Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

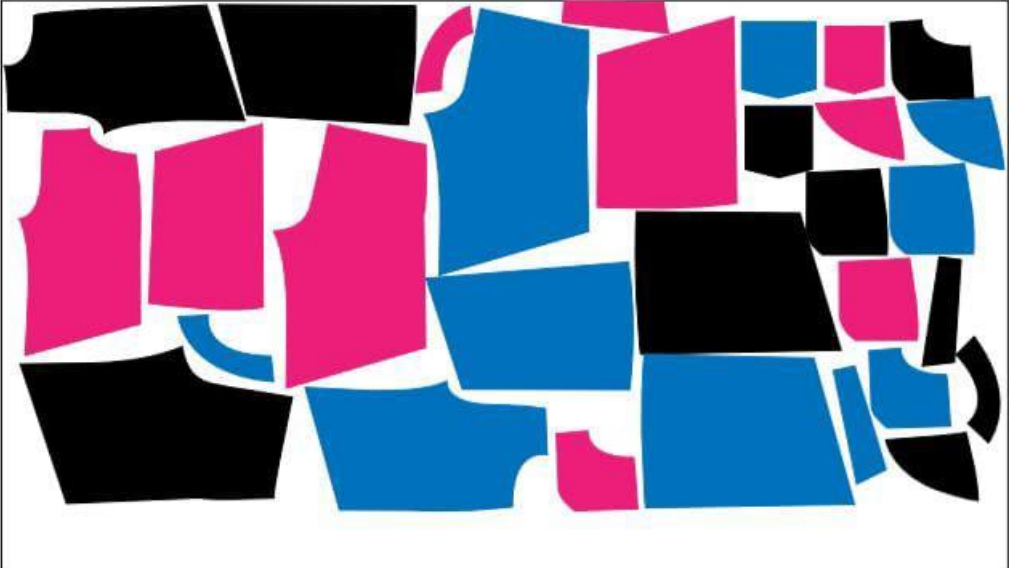
*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 61**

*Marcada pantalón acampanado*



FICHA TÉCNICA DE MARCADA		
Producto: prenda	Tipo: pantalón acampanado	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 002



Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 62**

*Marcada buso manga corta.*



FICHA TÉCNICA DE MARCADA		
Producto: prenda	Tipo: buso manga corta	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 003



Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 63**

*Ruta operacional buso*



FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA		
Producto: prenda	Tipo: buso	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 001




Nº	OPERACION	PIEZAS	MAQUINA
1	FILETEAR PIEZAS	TODAS	OVER 505
2	UNIR DEL SUP Y DEL INF DER	DEL Y DEL INF DER	REC 301
3	PEGAR PRETINA A DEL IF IZQ	PRETINA Y DEL INF IZQ	REC 301
4	UNIR DEL INF IZQ	DEL SUP Y DEL INF IZQ	REC 301
5	UNIR POS Y POS INF IZQ	POS Y POS INF IZQ	REC 301
6	PEGAR MANGAS	MANGAS	REC 301
7	PULIR HILOS		MAN
8	PLANCHAR		MAN

Responsable: Karen Espinoza
Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 64**

*Ruta operacional pantalón acampanado.*



**FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA**

Producto: prenda	Tipo: pantalon acampanado	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 002




Nº	OPERACION	PIEZAS	MAQUINA
1	FILETEAR PIEZAS	TODAS LAS PIEZAS	OVER 505
2	UNIR COSTADOS	DEL Y POS	REC 301
3	CERRAR MANGAS	MANGAS	REC301
4	COLOCAR ELASTICO MANGA	MANGAS	REC 301
5	PEGAR MANGAS	DEL, POS Y MANGAS	REC 301
6	COLOCAR ELASTICO EN LA PARTE SUPERIOR	DEL, POS Y MANGAS	REC 301
7	COLOCAR ELASTICO EN LA PARTE INFERIOR	DEL Y POS	REC 301
8	PULIR HILOS		MAN
9	PLANCHAR		MAN

Responsable: Karen Espinoza
Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**Figura 65**

*Ruta operacional buso manga corta*



FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA

Producto: prenda	Tipo: buso manga corta	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 003



N <sup>a</sup>	OPERACION	PIEZAS	MAQUINA
1	FILETEAR PIEZAS	DEL, POS Y MANGAS	OVER 505
2	UNIR PIEZAS DE LA MANGA	MANGAS	REC 301
3	PEGAR MANGAS	MANGAS	REC 301
4	CERRAR COSTADOS	DEL, POS, MANGAS	REC 301
5	COLOCAR PUÑOS	MANGAS	REC 301
6	PEGAR CUELLO	CUELLO	REC 301
7	SUBIR BAJOS	DEL Y POS	REC 301
8	PULIR HILOS	TODA LA PRENDA	MAN
9	PLANCHAR	TODA LA PRENDA	MAN


Responsable: Karen Espinoza
Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.




**Figura 66**

*Ruta operacional falda*



FICHA TÉCNICA DE RUTA OPERATIVA		
Producto: prenda	Tipo: falda	Colección: conectividad
Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 004



N <sup>a</sup>	OPERACION	PIEZAS	MAQUINA
1	FILETEAR PIEZAS	DEL Y POS	OVER 505
2	UNIR PIEZA 1 Y PIEZA 2	DEL Y POS	REC 301
3	PEGAR BOLSILLOS	POS	REC 301
4	UNIR COSTADOS	DEL Y POS	REC301
5	PEGAR PRETINA	PRETINA	REC 301
6	DOBLADILLAR	DEL Y POS	REC 301
7	PULIR HILOS		MAN
8	PLANCHAR		MAN

Responsable: Karen Espinoza
Fecha: 17/01/2021

*Nota.* Elaborado por la autora del proyecto.

**6.12. Photobook.**

**Imagen 1**

*Primer outfit vista lateral*



**Imagen 2**

*Primer outfit vista lateral*



**Imagen 3**

*Primer outfit vista posterior*



**Imagen 4**

*Primer outfit vista delantera*



**Imagen 5**

*Primer outfit vista delantera*



**Imagen 6**

*Segundo outfit vista delantera*



**Imagen 7**

*Segundo outfit vista lateral*





**Imagen 8**

*Segundo outfit vista lateral*



**Imagen 9**

*Segundo outfit vista posterior*




**Imagen 10**

*Segundo outfit vista delantera*



**6.13. Costos de producción.**

**Figura 67**

FICHA TÉCNICA DE COSTOS				
		Producto: prenda	Tipo: buso	Colección: conectividad
		Temporada: otoño-invierno	Tendencia: Resourceful	Línea: casual
		Usuario: mujer	Tallas: S,M,L	Referencia: 001
COSTOS VARIABLES				
MATERIALES DIRECTOS				
Descripción	Unidad de compra	Costo por unidad	Cantidad requerida	Valor Total
Hilo	Cono	\$2,50	80 mts	\$0,04
<b>TOTAL</b>				<b>\$0,04</b>
MANO DE OBRA DIRECTA				
MANO DE OBRA CON FABRICACION INTERNA				
Cargo	Salario	Valor/Minuto	Tiempo Total Fabricación	Valor Total
Patronista	400	0,04	60 min	\$2,40
Cortador	400	0,04	15 min	\$0,60
Confeccionista	400	0,04	60 min	\$2,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$5,40</b>
MATERIALES INDIRECTOS				
Descripción	Valor unitario		Valor Total	
Empaque	\$0,50		\$0,50	
<b>TOTAL</b>			<b>\$0,50</b>	
<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>				<b>\$5,94</b>
COSTOS FIJOS		VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS		
Descripción	Valor Mensual	COSTOS FIJOS		
Agua	\$10	MINUTOS POR MES		
Luz	\$22	VALOR POR MINUTO		
Internet	\$28	TIEMPO TOTAL DE FABRICACION		
Profesional en D.T.I.	\$600	TOTAL COSTO FIJO UNITARIO		
Diseñador gráfico	\$600			
Arriendo	\$400			
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.660</b>			
COSTO VARIABLE	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN		
\$5,94	\$4,60	\$10,54		
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO				
Costo variable		\$5,94		
Costo fijo unitario		\$4,60		
IVA 12%		\$1,26		
Utilidad 40%		\$4,21		
PVP		\$16,01		
Punto de equilibrio		165 prendas		
Responsable: Karen Espinoza			Fecha: 17/01/2021	

Nota. Elaborado por la autora del proyecto.

### Figura 68

Costos pantalón acampanado



### FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Producto: prenda      Tipo: pantalón acampanado      Colección: conectividad  
 Temporada: otoño-invierno      Tendencia: Resourceful      Línea: casual  
 Usuario: mujer      Tallas: S,M,L      Referencia: 002

COSTOS VARIABLES				
MATERIALES DIRECTOS				
Descripción	Unidad de compra	Costo por unidad	Cantidad requerida	Valor Total
Hilo	Cono	\$2,50	160 mts	\$0,08
Botones		\$0,35	4 botones	\$1,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$1,48</b>

MANO DE OBRA DIRECTA				
MANO DE OBRA CON FABRICACION INTERNA				
Cargo	Salario	Valor/Minuto	Tiempo Total Fabricación	Valor Total
Patronista	400	0.04	40Min	\$1.60
Cortador	400	0.04	15Min	\$0.60
Costurera	400	0.04	40Min	\$2.40
<b>TOTAL</b>				<b>\$4,60</b>

MATERIALES INDIRECTOS		
Descripción	Valor unitario	Valor Total
Empaque	\$0.50	\$0.50
<b>TOTAL</b>		<b>\$0.50</b>

<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$6,58</b>
----------------------------------	---------------

COSTOS FIJOS	
Descripción	Valor Mensual
Agua	\$10
Luz	\$22
Internet	\$28
Profesional en D.T.L.	\$600
Diseñador gráfico	\$600
Arriendo	\$400
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,660</b>

VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$1,660
MINUTOS POR MES	2,380
VALOR POR MINUTO	\$0.04
TIEMPO TOTAL DE FABRICACION	95Min
<b>TOTAL COSTO FIJO UNITARIO</b>	<b>\$3,80</b>

COSTO VARIABLE	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN
\$6,58	\$3,80	\$10,38

PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	
Costo variable	\$6,58
Costo fijo unitario	\$3,80
IVA 12%	\$1,24
Utilidad 40%	\$4,15
PVP	\$15,77
Punto de equilibrio	180 prendas

Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

Nota. Elaborado por la autora del proyecto.

### Figura 69

Costos buso manga corta



### FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Producto: prenda      Tipo: buso manga corta      Colección: conectividad  
 Temporada: otoño-invierno      Tendencia: Resourceful      Línea: casual  
 Usuario: mujer      Tallas: S,M,L      Referencia: 003

COSTOS VARIABLES				
MATERIALES DIRECTOS				
Descripción	Unidad de compra	Costo por unidad	Cantidad requerida	Valor Total
Hilo	Cono	\$2,50	50 mts	\$0,025
<b>TOTAL</b>				<b>0,025</b>

MANO DE OBRA DIRECTA				
MANO DE OBRA CON FABRICACION INTERNA				
Cargo	Salario	Valor/Minuto	Tiempo Total Fabricación	Valor Total
Patronista	400	0.04	30Min	\$1.20
Cortador	400	0.04	10Min	\$0.40
Costurera	400	0.04	40Min	\$1.60
<b>TOTAL</b>				<b>\$3,20</b>

MATERIALES INDIRECTOS		
Descripción	Valor unitario	Valor Total
Empaque	\$0.50	\$0.50
<b>TOTAL</b>		<b>\$0.50</b>

<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$3,725</b>
----------------------------------	----------------

COSTOS FIJOS	
Descripción	Valor Mensual
Agua	\$10
Luz	\$22
Internet	\$28
Profesional en D.T.I.	\$600
Diseñador gráfico	\$600
Arriendo	\$400
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,660</b>

<b>VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$1,660</b>
<b>MINUTOS POR MES</b>	<b>2,380</b>
<b>VALOR POR MINUTO</b>	<b>\$0.04</b>
<b>TIEMPO TOTAL DE FABRICACION</b>	<b>80 Min</b>
<b>TOTAL COSTO FIJO UNITARIO</b>	<b>\$3,20</b>

COSTO VARIABLE	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN
\$3,725	\$3,20	\$6,925

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	
Costo variable	\$3,72
Costo fijo unitario	\$3,20
IVA 12%	\$0,83
Utilidad 40%	\$2,76
PVP	\$10,51
Punto de equilibrio	244 prendas

Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

Nota. Elaborado por la autora del proyecto.

Figura 70



FICHA TÉCNICA DE COSTOS

Producto: prenda      Tipo: falda      Colección: conectividad  
 Temporada: otoño-invierno      Tendencia: Resourceful      Línea: casual  
 Usuario: mujer      Tallas: S,M,L      Referencia: 004

COSTOS VARIABLES				
MATERIALES DIRECTOS				
Descripción	Unidad de compra	Costo por unidad	Cantidad requerida	Valor Total
Hilo	Cono	\$2,50	100 mts	\$0,05
Botones		\$0,35	3 botones	\$1,05
<b>TOTAL</b>				<b>\$1,10</b>

MANO DE OBRA DIRECTA				
MANO DE OBRA CON FABRICACION INTERNA				
Cargo	Salario	Valor/Minuto	Tiempo Total Fabricación	Valor Total
Patronista	400	0.04	30Min	\$1.20
Cortador	400	0.04	15Min	\$0.60
Costurera	400	0.04	40Min	\$1.60
<b>TOTAL</b>				<b>\$3,40</b>

MATERIALES INDIRECTOS		
Descripción	Valor unitario	Valor Total
Empaque	\$0.50	\$0.50
<b>TOTAL</b>		<b>\$0.50</b>

<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$5,00</b>
----------------------------------	---------------

COSTOS FIJOS	
Descripción	Valor Mensual
Agua	\$10
Luz	\$22
Internet	\$28
Profesional en D.T.I.	\$600
Diseñador gráfico	\$600
Arriendo	\$400
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,660</b>

VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS	\$1,660
MINUTOS POR MES	2,380
VALOR POR MINUTO	\$0.04
TIEMPO TOTAL DE FABRICACION	85 Min
<b>TOTAL COSTO FIJO UNITARIO</b>	<b>\$3,40</b>

COSTO VARIABLE	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN
\$5,00	\$3,40	\$8,40

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	
Costo variable	\$5,00
Costo fijo unitario	\$3,40
IVA 12%	\$1,00
Utilidad 40%	\$3,36
PVP	\$12,76
Punto de equilibrio	214 prendas

Responsable: Karen Espinoza

Fecha: 17/01/2021

Nota. Elaborado por la autora del proyecto.



## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1. Conclusiones.

Luego de haber culminado el trabajo de investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Se ha podido identificar los problemas de contaminación que causan las prendas de vestir al ser constantemente desechadas; debido al modelo de producción moda rápida o *fast fashion*, el mismo que es el principal modelo de negocio que afecta al medio ambiente, a causa de la contaminación que genera al ser las prendas desechadas.
- El modelo producción *fast fashion* antes mencionado, en la ciudad de Ambato también forma parte de la problemática, ya que, de acuerdo con los resultados a través de las entrevistas, las empresas sacan un mínimo de 4 colecciones y un máximo de hasta 12 colecciones por año, lo que demuestra que existe un gran consumo de prendas por parte de los consumidores y por ende un gran desecho de las mismas.
- Luego de realizar el proceso de diagnóstico, se ha diseñado una colección casual reutilizando prendas de vestir, con el fin de generar una nueva alternativa para evitar el constante desecho de las mismas y ayudar de esta forma al medio ambiente.
- El desarrollo de la colección fue posible realizar a partir de la donación de prendas por parte de los usuarios, esta alternativa se convierte parte de las nuevas propuestas de moda circular, las mismas que contribuyen al proceso de reutilización y reciclaje.

#### 7.2. Recomendaciones.

- Se sugiere que tanto los profesionales de diseño, así como los empresarios se aplique dentro de las empresas estrategias para la preservación del medio ambiente, así mismo

las prendas que no logren ser comercializadas, sean incorporadas dentro de la moda circular para el proceso de reciclaje y reutilización de las mismas.

- Es importante que los diseñadores apliquen conceptos eco amigables con el fin de contribuir a la preservación del medio ambiente.
- Se recomienda realizar control de calidad de las prendas para poder brindar un producto de calidad a los usuarios.
- Se sugiere la reutilización de prendas como método sostenible, pueda ser implementado por lo menos como una colección al año.
- Se recomienda incentivar también a los consumidores a no desechar constantemente las prendas y aplicar métodos sostenibles como el reciclaje y reutilización de las mismas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aranda Uson, A., & Zabalza Bribian, I. (2010). *Ecodiseño y análisis del ciclo de vida*. Zaragoza .
- Arias, B. N. (2016). *El consumo responsable: educar para la sostenibilidad ambiental*. Aibi, 29-34.
- Balboa, C. H., & Dominguez Somonte, M. (2014). *Economía circular como marco para el ecodiseño: el modelo ECO-3*. 82-89.
- Bell, A. (2021). *El consumidor del futuro 2022*. WGSN.
- Barreiro, A. (2008). *La moda rápida: última transformación del sistema de la moda*. Universidad A Coruña.
- Campi, I. (2012). *¿Que es el diseño?* Barcelona: Gustavo Gili.
- Cardona, E. (2020). *La contaminación textil en Ecuador y su burocracia*. <https://lifestylekiki.com/moda-estilo-tendencias-cultura-ecuador/moda-sustentableecuador-17>
- Cardona, E., y Carrillo, J. (2020). *Moda sostenible ecuatoriana que viaja por el mundo*. <https://lifestylekiki.com/moda-estilo-tendencias-cultura-ecuador/moda-sostenible-ecuatoriana-que-viaja-por-el-mundo/>
- Carrillo, A. (2021). *Tendencias de las empresas y los cambios tecnológicos en la nueva realidad*. <https://www.eluniverso.com/larevista/tecnologia/tendencias-de-las-empresas-y-los-cambios-tecnologicos-en-la-nueva-realidad-nota/>
- Crudo, E. (2021). *Marcas que hacen ropa con materiales reciclados*. <https://www.enestadocrudo.com/marcas-ropa-materiales-reciclados/>
- de Pablo, C. L., & de Agar, P. M. (2005). *La Ecología y sus aplicaciones: La Ciencia de la Ecología*. Madrid.
- El Comercio. (2021). El Gobierno modifica el Ministerio del Ambiente y anuncia plan para la transición ecológica en Ecuador. <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/lasso-ministerio-ambiente-ecologia-ecuador.html>

El Universo. (2020). *Marca ecuatoriana propone moda sustentable y solidaria*. <https://www.eluniverso.com/larevista/2020/05/03/nota/7830021/marca-ecuatoriana-propone-moda-sustentable-solidaria/>

Escobar, M. (2021). 2021: *la oportunidad de cambiar la estructura de la economía ecuatoriana*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/oportunidad-cambiar-estructura-economia-ecuatoriana-reformas/>

Fernandez, C., Pastas, C., y Mira, J. (2019). *¿Es Posible Cuantificar Las Funciones Del Vestido? una pregunta por los métodos de análisis funcional en el diseño*. ModaPalavra e-periódico / DOSSIÊ.

Gallegos, A. (2017). Estudio de prendas y remanentes de la confección para la elaboración de indumentaria.

García, S. (2021). *Ecuador: situación macroeconómica en 2020 y perspectivas 2021*. <https://opcions.ec/portal/2021/01/11/ecuador-situacion-macroeconomica-en-2020-y-perspectivas-2021/>

Gilmer, H., Pelaez, J., y Bernabé, L. (2020). Diseño de prendas alternativas: proceso y comunicación.

Gómez, L. (2005). *El concepto de sostenibilidad ecológica: Génesis y límites*. Colombia.

Kayser, B. (2007). Higiene y seguridad industrial. 1-42.

López, D. (2012). Reciclaje de prendas de vestir somos lo que vestimos y lo que tiramos.

Lucero, K. (2021). *El sector textil, un puntal de la industria que busca levantarse*. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-textil-un-puntal-de-la-industria-que-busca-levantarse>

Mongrovejo, P., & Vásquez, S. (2013). *Antropometría, silueta y tallaje de la mujer*.

Munari, B. (1983). *Como nacen los objetos*. Gustavo Gili.

Naciones Unidas. (2019). El costo ambiental de estar a la moda. <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>

Perez. (2008). *Causas de contaminación ambiental*.

- Perez, J., y Merino, M. (2014). *Definición de resignificación*.  
<https://definicion.de/resignificacion/>
- Ramirez Juidias, E., & Galan Ortiz, L. (2006). *El ecodiseño como una herramienta básica de gestión industrial*. Academia , 7.
- Resitex . (2005). *Alternativas para la reducción del volumen de residuos en el sector textil mediante medidas de minimización*. Navarra: LIFE05 ENV/E/000285.
- Revista Líderes. (2018). Prendas de vestir con telares reciclados.  
<https://www.revistalideres.ec/lideres/prendas-telares-reciclados-disenos-exclusivos.html>
- Rincon, A. (2013 ). Perfiles de consumidor . *SlideShire* , 1-57.
- Rosas, M. (2020). Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Empresarial.
- Rosso, R. (2014). ANÁLISIS PEST DEL SECTOR DENTAL. *Key Stone*, 216-222.
- Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Saltzman, A. (2004). *El Cuerpo Diseñado - Siluetas*.
- Uson, A. y Zabalza, I. (2010). *Ecodiseño y análisis del ciclo de vida*. Prensas universitarias de Zaragoza.
- Velazquez, E. (2014). *un recorrido bibliográfico por los conceptos sujeto-sociedad, cuerpo, indumentaria y sus interrelaciones*. Interdisciplinaria.

**ANEXOS**

**Redes conceptuales.**

