



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE
FACULTAD**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

MODA TRASHION

RESIGNIFICACIÓN DE ROPA EN DESUSO A TRAVÉS DEL
DISEÑO EN LA CIUDAD DE CUENCA

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:

DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA

AUTORA:

Inés Marylin Carpio Orellana

DIRECTORA:

Dis. María del Carmen Trelles Muñoz, Mgt.

**CUENCA-ECUADOR
2021**



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE
FACULTAD**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

Moda Trashion

Resignificación de ropa en desuso a través
del diseño en la ciudad de Cuenca

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA

AUTORA:

Inés Marylin Carpio Orellana

DIRECTORA:

Dis. María del Carmen Trelles Muñoz, Mgt.

CUENCA-ECUADOR

2021

Dedicatoria

Este proyecto de graduación va dedicado a mis padres y hermanos, que han sido mi apoyo incondicional siempre, me han brindado su ayuda, comprensión y han creído en mí cada momento y solo gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y cumplir cada una de mis metas.

Agradecimientos

Le agradezco en primer lugar a mi creador y padre celestial que me ha llenado de bendiciones.

A mis padres Ariosto e Inés, que han sido mi aliento cada día de mi vida, a mis hermanos que gracias a su apoyo he podido continuar, en especial Mónica y Diana les debo mucho más que un agradecimiento.

De igual manera a mi tutora la Dis. Maria del Carmen Trelles, que con su sabiduría me supo guiar y acompañar de principio a fin en mi carrera y proyecto de graduación.

Que Dios los bendiga.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	4
Agradecimientos	5
Índice de contenidos	6
Índice de figuras	10
Resumen	12
Abstract	13
Introducción	15

CAPÍTULO 1

1.- CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN	19
1.1.- Ropa en desuso	19
1.1.1.- Contaminación por parte de la industria de la moda	19
1.1.2.- Problemática del “ <i>fast fashion</i> ” Una moda efímera	21
1.1.3.- Ropa en desuso en Cuenca	23
1.1.4.- Significación de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca	23
1.1.5.- Características de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca	25
1.1.6.- Aprovechamiento de la ropa en desuso	26
1.1.7.- Sanitización de prendas en desuso	26
1.1.8.- Reciclaje de la ropa en desuso	29
1.2.- Trashion	31
1.2.1.- Moda sostenible	31
1.2.2.- El “ <i>slow fashion</i> ”	31
1.2.3.- Consumo consciente	32
1.2.4.- Lo “ <i>Trashion</i> ”. <i>Trash + Fashion</i> / Basura + Moda	33
1.2.5.- Noción y características de la moda “ <i>Trashion</i> ”	33
1.2.6.- Referentes de moda “ <i>Trashion</i> ”	34
1.2.7.- De lo “ <i>Trash</i> ” a lo “ <i>Trashion</i> ”. Resignificación	36
1.2.8.- Contribuciones de lo “ <i>Trashion</i> ” al medio ambiente	37
1.3.- Diseño de indumentaria sostenible	38
1.3.1.- ¿Sostenible, sustentable, eco amigable?	38
1.3.2.- Noción de diseño sostenible/ diseño sustentable / eco diseño	38
1.3.3.- Creatividad sostenible	41
1.3.4.- Diseño	42
1.3.5.- El diseño como valor agregado	42
1.3.6.- Resignificar a través del diseño	43
1.3.7.- Diseño de indumentaria	44
1.3.8.- Indumentaria casual	44
1.3.9.- Prendas exteriores	45
1.3.10.- Las tendencias de moda, como herramienta para el diseño de indumentaria	46
1.3.11.- Estrategias creativas de diseño de indumentaria para la reutilización de prendas. Análisis de productos homólogos	47
1.3.12.- La comercialización del diseño de indumentaria	48

CAPÍTULO 2

2.- CAPÍTULO II: PLANIFICACIÓN	53
2.1.- Definición del usuario / beneficiario	53
2.2.- Definición del programa / Brief	53
2.3.- Conceptualización y estrategias creativas	58
2.3.1.- Conceptualización	58
2.3.2.- Estrategias creativas	59
2.3.2.1.- Lluvia de ideas	59
2.3.2.2.- Bocetación	61
2.4.- Definición del plan de negocios	61

CAPÍTULO 3

3.- CAPÍTULO III: ANTEPROYECTO	77
3.1.- Ideación y proceso creativo	77
3.1.1.- Moodboards	77
3.2.- Bocetación	81
3.2.1.- Primera bocetación	81
3.2.2.- Segunda bocetación	83
3.2.3.- Bocetación final	90

CAPÍTULO 4

4.- RESULTADOS	101
4.1.- Diseño final	101
4.2.- Memoria técnica	104
4.3.- Validación de resultados	109
4.4.- Fotografías	110
4.5.- Manual de procesos para el aprovechamiento de prendas en desuso a través del diseño	129
Conclusiones	133
Recomendaciones	133

REFERENCIAS

Bibliografía	136
Bibliografía de figuras	143

ANEXOS

Anexo 1: Formato para entrevista #1	149
Anexo 2: Formato para entrevista #2	149
Anexo 3: Formato para observación a profundidad	149
Anexo 4: Transcripción de entrevista #1	150
Anexo 5: Transcripción de entrevista #2	150
Anexo 6: Transcripción de entrevista #3	151
Anexo 7: Transcripción de entrevista #4	151
Anexo 8: Transcripción de entrevista #5	152
Anexo 9: Transcripción de entrevista #6	152
Anexo 10: Transcripción de entrevista #7	153
Anexo 11: Transcripción de entrevista #8	153
Anexo 12: Transcripción de entrevista #9	154
Anexo 13: Transcripción de entrevista #10	154
Anexo 14: Transcripción de entrevista #11	155
Anexo 15: Transcripción de entrevista #12	155
Anexo 16: Transcripción de entrevista #13	156
Anexo 17: Transcripción de entrevista #14	156
Anexo 18: Transcripción de entrevista #15	157
Anexo 19: Transcripción de entrevista #16	157
Anexo 20: Transcripción de entrevista #17	158
Anexo 21: Transcripción de entrevista #18	158
Anexo 22: Transcripción de entrevista #20	159
Anexo 23: Transcripción de entrevista #21	159
Anexo 24: Transcripción de entrevista #22	159
Anexo 25: Resultados de observación a profundidad	161
Anexo 26: Prendas exhibidas en la tienda “Banana”	165
Anexo 27: Prendas exhibidas en la tienda “Banana”	165
Anexo 28: Prendas exhibidas en la tienda “Banana”	165
Anexo 29: Prendas exhibidas en el Hotel Selina, “Feria mujer”	165
Anexo 30: Prendas exhibidas en el Hotel Selina, “Feria mujer”	166
Anexo 31: Prendas exhibidas en el Hotel Selina, “Feria mujer”	166
Anexo 32: Publicación en la plataforma de Instagram	167
Anexo 33: Publicación en la plataforma de Facebook	168
Anexo 34: Abstract	169

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig 1. <i>Industria Textil, la segunda más contaminante del planeta</i> (Anónimo, 2019).	20
Fig 2. <i>Moda rápida: los problemas de la segunda industria más contaminante</i> (enlace al los líderes, 2018).	22
Fig 3. <i>Ropa usada a la orden</i> (El Diario, 2017).	24
Fig 4. <i>Ropa usada, la opción asequible para estar a la moda</i> (El Telégrafo, 2021).	25
Fig 5. <i>Tabla de peso estimado de ropa</i> (Ministerio de Salud de Neuquén, 2018).	28
Fig 6. <i>Cuadro de comparación de procesos de sanitización</i> (Autoría propia, 2021).	29
Fig 7. <i>Ideas para reciclar ropa para toda la familia</i> (OXFAM, s/f).	30
Fig 8. <i>Slow fashion y la moda sostenible</i> (Wazo, 2018).	31
Fig 9. <i>Convocatoria de artistas: Trashion fashion show</i> (Sonoma Community Center, 2018).	33
Fig 10. <i>Los recicladores de basura</i> (Fisher, 2009).	35
Fig 11. <i>Koko Klim</i> (Quesada, 2019).	39
Fig 12. <i>Diseño sustentable, la difícil misión imposible</i> (Mathieu, 2009).	40
Fig 13. <i>Creatividad sostenible</i> (Micasa, 2015).	42
Fig 14. <i>Carolina Herrera, la dama de la alta costura</i> (Vogue Uk, 2011).	42
Fig 15. <i>Qué es el estilo Smart casual y por qué unirte a él</i> (Summum, 2018).	45
Fig 16. <i>Isabel Marant otoño-invierno 2020-2021</i> (Orient Palms, 2021).	46
Fig 17. <i>Best shops in LA</i> (Magner, 2012).	49
Fig 18. <i>Cromática 1</i> (Autoría propia, 2021).	54
Fig 19. <i>Cromática 2</i> (Autoría propia, 2021).	54
Fig 20. <i>Constantes y variables</i> (Autoría propia, 2021).	55
Fig 21. <i>Tiempos</i> (Autoría propia, 2021).	57
Fig 22. <i>Presupuesto</i> (Autoría propia, 2021).	57
Fig 23. <i>Lluvia de ideas 1</i> (Autoría propia, 2021).	59
Fig 24. <i>Lluvia de ideas 2</i> (Autoría propia, 2021).	59
Fig 25. <i>Lluvia de ideas 3</i> (Autoría propia, 2021).	60
Fig 26. <i>Lluvia de ideas 4</i> (Autoría propia, 2021).	60
Fig 27. <i>Lluvia de ideas 5</i> (Autoría propia, 2021).	60
Fig 28. <i>Lluvia de ideas 6</i> (Autoría propia, 2021).	60
Fig 29. <i>Ejemplo de bocetación</i> (Autoría propia, 2021).	61
Fig 30. <i>Entorno empresarial</i> (Autoría propia, 2021).	62
Fig 31. <i>Mercado potencial</i> (Autoría propia, 2021).	62
Fig 32. <i>Análisis de la competencia</i> (Autoría propia, 2021).	63
Fig 33. <i>Estrategia de precio</i> (Autoría propia, 2021).	64
Fig 34. <i>Estrategia de promoción</i> (Autoría propia, 2021).	65
Fig 35. <i>Distribución de local</i> (Autoría propia, 2021).	65
Fig 36. <i>Lista de implementos</i> (Autoría propia, 2021).	66
Fig 37. <i>Cálculo de implementos</i> (Autoría propia, 2021).	67
Fig 38. <i>Organización en el proceso productivo</i> (Autoría propia, 2021).	67
Fig 39. <i>Tareas y responsabilidades</i> (Autoría propia, 2021).	68
Fig 40. <i>Proyección de ventas</i> (Autoría propia, 2021).	68
Fig 41. <i>Plan de inversión</i> (Autoría propia, 2021).	69
Fig 42. <i>Estructura de costos</i> (Autoría propia, 2021).	70
Fig 43. <i>Calcular la Proyección de Ventas</i> (Autoría propia, 2021).	71
Fig 44. <i>Contribución marginal</i> (Autoría propia, 2021).	72
Fig 45. <i>Punto de equilibrio</i> (Autoría propia, 2021).	72
Fig 46. <i>Flujo de efectivo</i> (Autoría propia, 2021).	73
Fig 47. <i>Actividad de financiamiento</i> (Autoría propia, 2021).	73
Fig 48. <i>Inspiración</i> (Autoría propia, 2021).	77
Fig 49. <i>Usuario</i> (Autoría propia, 2021).	78
Fig 50. <i>Tendencias</i> (Autoría propia, 2021).	79
Fig 51. <i>Homólogos</i> (Autoría propia, 2021).	80
Fig 52. <i>Boceto 1</i> (Autoría propia, 2021).	81
Fig 53. <i>Boceto 2</i> (Autoría propia, 2021).	81
Fig 54. <i>Boceto 3</i> (Autoría propia, 2021).	81
Fig 55. <i>Boceto 4</i> (Autoría propia, 2021).	81
Fig 56. <i>Boceto 5</i> (Autoría propia, 2021).	81
Fig 57. <i>Boceto 6</i> (Autoría propia, 2021).	81
Fig 58. <i>Boceto 7</i> (Autoría propia, 2021).	81
Fig 59. <i>Boceto 8</i> (Autoría propia, 2021).	81
Fig 60. <i>Boceto 9</i> (Autoría propia, 2021).	82

Fig 61. Boceto 10 (Autoría propia, 2021).	82
Fig 62. Boceto 11 (Autoría propia, 2021).	82
Fig 63. Boceto 12 (Autoría propia, 2021).	82
Fig 64. Boceto 13 (Autoría propia, 2021).	82
Fig 65. Boceto 14 (Autoría propia, 2021).	82
Fig 66. Boceto 15 (Autoría propia, 2021).	82
Fig 67. Boceto 16 (Autoría propia, 2021).	82
Fig 68. Boceto 17 (Autoría propia, 2021).	83
Fig 69. Boceto 18 (Autoría propia, 2021).	83
Fig 70. Boceto 19 (Autoría propia, 2021).	83
Fig 71. Boceto 20 (Autoría propia, 2021).	83
Fig 72. Boceto 21 (Autoría propia, 2021).	83
Fig 73. Boceto 22 (Autoría propia, 2021).	83
Fig 74. Boceto 23 (Autoría propia, 2021).	84
Fig 75. Boceto 24 (Autoría propia, 2021).	84
Fig 76. Boceto 25 (Autoría propia, 2021).	84
Fig 77. Boceto 26 (Autoría propia, 2021).	84
Fig 78. Boceto 27 (Autoría propia, 2021).	85
Fig 79. Boceto 28 (Autoría propia, 2021).	85
Fig 80. Boceto 29 (Autoría propia, 2021).	85
Fig 81. Boceto 30 (Autoría propia, 2021).	85
Fig 82. Boceto 31 (Autoría propia, 2021).	86
Fig 83. Boceto 32 (Autoría propia, 2021).	86
Fig 84. Boceto 33 (Autoría propia, 2021).	86
Fig 85. Boceto 34 (Autoría propia, 2021).	86
Fig 86. Boceto 35 (Autoría propia, 2021).	87
Fig 87. Boceto 36 (Autoría propia, 2021).	87
Fig 88. Boceto 37 (Autoría propia, 2021).	87
Fig 89. Boceto 38 (Autoría propia, 2021).	87
Fig 90. Boceto 39 (Autoría propia, 2021).	88
Fig 91. Boceto 40 (Autoría propia, 2021).	88
Fig 92. Boceto 41 (Autoría propia, 2021).	88
Fig 93. Boceto 42 (Autoría propia, 2021).	88
Fig 94. Boceto 43 (Autoría propia, 2021).	89
Fig 95. Boceto 44 (Autoría propia, 2021).	89
Fig 96. Boceto final 1 (Autoría propia, 2021).	90
Fig 97. Boceto final 2 (Autoría propia, 2021).	90
Fig 98. Boceto final 3 (Autoría propia, 2021).	91
Fig 99. Boceto final 4 (Autoría propia, 2021).	91
Fig 100. Boceto final 5 (Autoría propia, 2021).	92
Fig 101. Boceto final 6 (Autoría propia, 2021).	92
Fig 102. Boceto final 7 (Autoría propia, 2021).	93
Fig 103. Boceto final 8 (Autoría propia, 2021).	93
Fig 104. Boceto final 9 (Autoría propia, 2021).	94
Fig 105. Boceto final 10 (Autoría propia, 2021).	94
Fig 106. Boceto final 11 (Autoría propia, 2021).	95
Fig 107. Boceto final 12 (Autoría propia, 2021).	95
Fig 108. Boceto final 13 (Autoría propia, 2021).	96
Fig 109. Boceto final 14 (Autoría propia, 2021).	96
Fig 110. Boceto final 15 (Autoría propia, 2021).	97
Fig 111. Diseño final 1 (Autoría propia, 2021).	101
Fig 112. Diseño final 2 (Autoría propia, 2021).	101
Fig 113. Diseño final 3 (Autoría propia, 2021).	102
Fig 114. Diseño final 4 (Autoría propia, 2021).	102
Fig 115. Diseño final 5 (Autoría propia, 2021).	103
Fig 116. Ficha técnica 1 (Autoría propia, 2021).	104
Fig 117. Ficha técnica 2 (Autoría propia, 2021).	105
Fig 118. Ficha técnica 3 (Autoría propia, 2021).	106
Fig 119. Ficha técnica 4 (Autoría propia, 2021).	107
Fig 120. Ficha técnica 5 (Autoría propia, 2021).	108

RESUMEN

El presente proyecto de investigación aborda como problemática a la contaminación generada gracias al sistema de la moda debido a las grandes cantidades de ropa desechada. Para esto, se ha realizado un análisis de la ropa en desuso, su significado y características, así como del segmento de mercado local. Todo esto con el fin de proponer diseño de indumentaria casual *Trashion* para jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Cuenca, incorporando tendencias de moda y resignificando la ropa en desuso. Además, se propone una guía de procesos para el aprovechamiento de las prendas en desuso a través del diseño.

Palabras clave: Contaminación, moda, moda rápida, ropa en desuso, *Trashion*, moda sostenible, resignificación, diseño de indumentaria.

ABSTRACT

Title of the project :*Trashion*

Project subtitle : Resignification of disused clothing through design in the city of Cuenca.

SUMMARY

This research project addresses as a problem the pollution generated thanks to the fashion system due to the large amounts of discarded clothing. For this, an analysis of disused clothing has been carried out, its meaning and characteristics, as well as the local market segment. All this in order to propose *Trashion* casual clothing design for young people between the ages of 15 and 24 from the city of Cuenca, incorporating fashion trends and re-signifying disused clothing. In addition, a process guide is proposed for the use of disused garments through design.

Keywords: Pollution, fashion, *fast fashion*, disused clothing, *Trashion*, sustainable fashion, resignification, clothing design.

Ver Anexo N° 34

Introducción

La industria textil es el sector de la manufactura que se dedica a la producción de fibras, telas, hilos y todos los productos vinculados con la vestimenta, ya sean de origen natural o artificial. Abarca la fabricación de ropa, accesorios textiles y calzado; y se produce mayormente en industrias a gran escala. La capacidad productiva de esta industria, ha provocado la creación y acumulación innecesaria de prendas de vestir que tienen un tiempo de vida mayor al que se usan, algo que es conocido como el “*Fast fashion*” una tendencia que provoca la contaminación ambiental. En una indagación previa se ha podido observar un notable incremento en las importaciones y en el consumo de ropa en la ciudad de Cuenca, lo que ha provocado una acumulación de prendas que a pesar de tener un tiempo de vida mayor, gracias a lo cambiante del fenómeno moda, se encuentran en desuso.

El presente proyecto de investigación ha buscado aportar con una solución a este problema de contaminación ambiental, aprovechando esta cantidad de ropa en desuso acumulada y desaprovechada, como recurso en el diseño. Se propone una alternativa para este tipo de ropa, con un proyecto de diseño de indumentaria casual *Trashion*, dirigida para jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Cuenca, con el fin de resignificarla en el medio local. El resultado de la investigación es la concreción de indumentaria casual *Trashion*, a partir del reconocimiento del estado actual de las prendas en desuso en la ciudad de Cuenca, estableciendo y registrando los procesos adecuados para el aprovechamiento de estas prendas a través del diseño. El desarrollo y ejecución de una colección de prendas de tercera piel para jóvenes a partir de ropa en desuso, considerando su resignificación en el contexto local como base para la propuesta y finalmente se ha valorado la propuesta a partir de su comercialización, mediante una plataforma digital (facebook e instagram).





CAPÍTULO 1:
CONTEXTUALIZACIÓN



CAPÍTULO 1

1.- CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN	19
1.1.- Ropa en desuso	19
1.1.1.- Contaminación por parte de la industria de la moda	19
1.1.2.- Problemática del “fast fashion” Una moda efímera	21
1.1.3.- Ropa en desuso en Cuenca	23
1.1.4.- Significación de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca	23
1.1.5.- Características de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca	25
1.1.6.- Aprovechamiento de la ropa en desuso	26
1.1.7.- Sanitización de prendas en desuso	26
1.1.8.- Reciclaje de la ropa en desuso	29
1.2.- Trashion	31
1.2.1.- Moda sostenible	31
1.2.2.- El “slow fashion”	31
1.2.3.- Consumo consciente	32
1.2.4.- Lo “Trashion”. <i>Trash + Fashion / Basura + Moda</i>	33
1.2.5.- Noción y características de la moda “Trashion”	33
1.2.6.- Referentes de moda “Trashion”	34
1.2.7.- De lo “Trash” a lo “Trashion”. Resignificación	36
1.2.8.- Contribuciones de lo “Trashion” al medio ambiente	37
1.3.- Diseño de indumentaria sostenible	38
1.3.1.- ¿Sostenible, sustentable, eco amigable?	38
1.3.2.- Noción de diseño sostenible/ diseño sustentable / eco diseño	38
1.3.3.- Creatividad sostenible	41
1.3.4.- Diseño	42
1.3.5.- El diseño como valor agregado	42
1.3.6.- Resignificar a través del diseño	43
1.3.7.- Diseño de indumentaria	44
1.3.8.- Indumentaria casual	44
1.3.9.- Prendas exteriores	45
1.3.10.- Las tendencias de moda, como herramienta para el diseño de indumentaria	46
1.3.11.- Estrategias creativas de diseño de indumentaria para la reutilización de prendas. Análisis de productos homólogos	47
1.3.12.- La comercialización del diseño de indumentaria	48

1.- CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN

1.1.- Ropa en desuso

Las prendas de vestir que ya han sido usadas y que no son desechadas ya que no han cumplido su ciclo de vida son las que se conoce como ropa en desuso, estas prendas son muchas veces son el resultado de la moda rápida, y que forman una parte importante en la contaminación ambiental; dos temas importantes que se abordarán a continuación.

1.1.1.- Contaminación por parte de la industria de la moda

“La industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo” (Naciones Unidas, 2019, p. 12).

La industria de la moda es el campo de la producción que comprende la creación de prendas de vestir. Esta se conforma de varias etapas para su manufactura, a grandes rasgos podemos indicar: la primera de ellas, la extracción de fibras, las mismas que pueden ser naturales o sintéticas; la segunda la producción de hilos y tejidos; la tercera el diseño de la ropa, que comúnmente son basadas en tendencias; luego la confección de las prendas, el acabado, comercialización y distribución de las mismas. Procesos durante los cuales esta industria es una considerable causante de contaminación ambiental.

En la actualidad, la producción y el consumo masivo y constante de productos textiles ha aumentado notablemente, al igual que los impactos negativos sobre el medio ambiente que tiene como consecuencia este sector. Entre las más relevantes están: el uso exuberante de agua y fertilizantes para la producción de fibras textiles, el desecho de residuos en fuentes de agua, la contaminación de los suelos, el desecho de prendas y la explotación laboral.

El impacto que tiene esta industria sobre el agua es significativo, como menciona Nijman (2019, párr. 2), este sector “es el segundo mayor consumidor de agua; genera alrededor del 20 por ciento de las aguas residuales del mundo y libera medio millón de toneladas de microfibras sintéticas al océano anualmente”. Además, Sustain Your Style (2020, párr. 13) señala que “el 2.6% de toda el agua dulce del planeta se destina a la producción de algodón”. Lo que representa un valioso porcentaje en relación a la cantidad de agua que necesitan los seres vivos, como da a conocer (citado en Salcedo, 2014, p. 77).

Se calcula que la industria textil mundial utiliza 387.000 millones de litros de agua al año. Los procesos de teñido y acabado textil consumen grandes cantidades de agua, hecho que resulta especialmente grave en el caso de países como China, India y Bangladesh (grandes productores textiles), donde el agua es más escasa.

Según Stephen Leahy, periodista ambiental internacional de The Guardian (2020), esta industria es una gran consumidora de agua, uno de los recursos vitales más escasos en varias partes del planeta, al mismo tiempo el autor da a conocer que por ejemplo “el 85 % de las necesidades relacionadas con el agua de toda la población de la India estarían cubiertas con el agua que el país destina a la producción de algodón” (párr. 11).

Por otra parte, la industria de la moda no solo hace uso de este recurso vital para su manufactura, sino que además es responsable de gran parte de la contaminación de la misma. Los productos químicos utilizados en las fábricas para acabados, blanqueamientos, teñidos, entre otros, son arrojados a los ríos sin tratamientos previos, afectando todas las fuentes de agua cercanas. Como se demuestran en los datos de Sustain Your Style (2020, párr. 16) “190.000 toneladas de fibras de micro plástico procedentes de tejidos acaban en los océanos cada año”. Mientras que Salcedo (2014, p. 77) menciona que:



Fig 1. Industria Textil, la segunda más contaminante del planeta (Anónimo, 2019).

Aunque el nivel de sustancias químicas en una prenda es pequeño, el volumen total de ropa que se produce, se vende y se lava genera una enorme cantidad de sustancias químicas que acaban en nuestras aguas. De ahí que la industria textil sea la responsable del 20 % de la contaminación de aguas en la industria global.

De igual importancia, la industria de la moda es responsable de la contaminación y explotación de los suelos, ya que hace uso de fertilizantes para la obtención de fibras como el algodón. Además, para la obtención de fibras sintéticas se utilizan otros compuestos químicos en su mayoría derivados del petróleo, a la vez siendo esta la razón por la que en su producción se emiten grandes cantidades de gases que devienen en el conocido efecto invernadero.

Este tipo de fibras forman prendas que no sean biodegradables, lo que significa que tardarán cientos de años en descomponerse mientras siguen contaminando el medio ambiente. Asimismo, en cada lavado de prendas sintéticas se liberan en el agua aproximadamente 700.000 microfibras, las cuales pueden terminar en los océanos, según un estudio de la Universidad de Plymouth en el Reino Unido.

Los resultados de este estudio mencionado, también dieron a conocer que el acrílico era el peor transgresor, que libera aproximadamente 730.000 pequeñas partículas sintéticas por lavado, lo que representa unas cinco veces más que el poli algodón y un poco más del doble que el poliéster solo. No obstante, “los diferentes tipos de tejidos pueden tener niveles muy diferentes de emisiones” menciona Thompson (2020) profesor de Biología marina a cargo del estudio en la Universidad de Plymouth.

Por otro lado, datos de la UNCTAD demuestran que cada año el equivalente a 3 millones de barriles de petróleo en toneladas de microfibra son tiradas al mar como residuos, siendo un importante porcentaje del total de vertidos en los océanos.

Actualmente, el sistema de producción ha convertido a la ropa en prendas de corto uso y fácil desecho, siendo cada

una de ellas un factor considerable de contaminación. “Por cada kilo de producto acabado (prenda) se emiten 3.6 kg de CO2 equivalente” (Salas y Condorhuaman, 2014, p.130). Mientras que, según los datos de la marca Levi Strauss & Co. (2020) se conoce que “el uso y la eliminación por parte del consumidor representa el 23 por ciento del agua total utilizada y hasta el 40 por ciento del impacto climático durante el ciclo de vida de un par de jeans” (párr. 2). Lo que significa que la industria de la moda es responsable también de la contaminación ambiental aún terminado el proceso de producción de las prendas.

Así lo expresa, Carrillo (2018) para la revista Loginn:

El 60% del impacto ambiental de los productos proviene de la etapa de consumo durante el ciclo de vida del producto; de igual forma, se estima que una cuarta parte de la huella de carbono del ciclo de vida de la ropa proviene de la fase de uso y que la fase posterior al uso, el desperdicio, representa casi dos tercios su ciclo de vida (p. 27).

Finalmente, un gran problema de contaminación que presenta la industria de la moda es el notable aumento en la producción de prendas, que además la calidad de éstas ha disminuido de igual manera, dando como resultado una mayor cantidad de desperdicios. Como da a conocer Sustain your style (2020) “el 5.2% de los residuos de nuestros vertederos son textiles” (párr. 30). En consecuencia, a estos cambios en la industria, surge una nueva problemática denominada “*fast fashion*” o moda rápida.

1.1.2.- Problemática del “*fast fashion*”. Una moda efímera

Se conoce como “*fast fashion*” al modelo de producción de forma acelerada y continua, que minimiza los costos en cada aspecto posible durante su manufactura. Como afirma, Cline (2012) en su libro *Overdressed*: “la mercancía de moda rápida suele tener un precio mucho más bajo que la competencia, operando en un modelo comercial de baja calidad / alto volumen” (párr. 4). Este tipo de producción se deriva del pret-á-porter un modelo de la década de los cincuenta que empezó en Francia, cuando se inició la creación de prendas a gran escala con medidas estándar. Desde entonces se dio la democratización de la moda que no es más que las diferentes clases sociales teniendo acceso a la misma.

Los procesos de producción desde el diseño de las prendas, hasta el momento en que llegan a las tiendas de los principales países es de tan solo días, además muchas de estas prendas no son fabricadas en los mismos lugares en los que se comercializan. Para disminuir los costos, las marcas del “*fast fashion*” fabrican sus productos en países donde la mano de obra es la de más bajo costo, comúnmente en los países en vías de desarrollo, las condiciones de trabajo son precarias y existe explotación laboral.

Bajo las excusas de que las alternativas de trabajo en estos países son escasas, estas industrias se dedican a producir a un costo que cada vez es más bajo, lo que obliga a los dueños de las fábricas a mantener condi-

ciones de trabajo poco dignas Ross y Morgan (2015, p. 3).

Un ejemplo de estas situaciones es la tragedia sucedida en el año 2013, en la ciudad de Dhaka, capital de Bangladesh en la que un edificio de fábricas textiles colapsó provocando el deceso de más de 1000 personas y con más de 2500 heridos a pesar de ya haber tenido una orden de desalojo por las condiciones de la edificación.

El fenómeno del *fast fashion* ha surgido gracias a las grandes industrias textiles, que fabrican prendas modernas de forma continua, y con precios factibles para muchos, provocando en las personas el sentimiento de necesidad de cambiar y portar tendencias cada ciertos periodos cortos de tiempo. Un ejemplo es la marca Zara, que utiliza este método y lanza sus colecciones en periodos de 7 a 30 días. Como manifiesta Singh (2017) “ya no seguimos un calendario de moda de cuatro temporadas, sino que estamos en las 52 micro temporadas de la moda” (párr. 17). Esta forma de producción tiene cada vez más capacidad de responder a la demanda en un reducido tiempo. Martínez (2008) acerca de la moda rápida da a conocer que:

Se ha reducido la distancia entre los diferentes agentes que intervienen en el proceso de fabricación y distribución, acortando el tiempo desde el diseño de

una prenda hasta su llegada a la tienda, creando así el concepto de distribución de ciclo corto (p. 105).

La moda rápida, no solo ha significado el éxito para fines económicos; para Patsiaouras y Fitchett (2012): “además de satisfacer las necesidades básicas, el consumo conspicuo, símbolo de estatus, también contribuye al establecimiento de relaciones sociales y a la estructura de la organización social” (p. 154). Entonces, se plantea que las prendas de vestir comunican el estatus social y cultural de una persona, la pertenencia a un grupo, o prestigio y gracias al modelo de *fast fashion* para muchos es posible cambiar de prendas continuamente, y para la mayoría, poder obtener una aprobación social.

Con el incremento de estas prácticas, ha surgido una tendencia consumista, que además afecta el ciclo de vida de las prendas. En cuanto al consumismo, Botsman y Rogers (2010) manifiestan que es la adquisición sin fin de más cosas en cantidades cada vez mayores como “hiperconsumo”, una fuerza tan fuerte que ahora hay más centros comerciales que las escuelas secundarias en América. En cuanto al consumismo en la moda, “70 millones de toneladas de ropa se consumen cada año en todo el mundo, según la Organización de Naciones Unidas” (Galindo, 2015, párr. 5). Esta tendencia irreflexiva de comprar sin pensar en que, si lo que se adquiere es necesario o no, e incluso si es de su agrado o no.

De igual manera, este nuevo modelo de producción y consumo, deriva en problemáticas de contaminación ambiental, ya que mientras mayor es la cantidad de lo que se produce, más se consume y más se desecha. Mira (2018) da a conocer que:

En el informe Pulse of the Fashion Industry de Global Fashion Agenda y Boston Consulting Group se estima

que, de acuerdo a las tendencias de consumo actuales y las perspectivas de crecimiento, el consumo de agua, las emisiones de CO₂ y la generación de residuos aumentarán entre 50 y 63% a 2030 (párr. 11).

Otro importante factor que influye en la moda rápida es la globalización, un proceso de cambios mundiales: económicos, sociales, políticos, tecnológicos, culturales, entre otros. Para Giddens (1991) es “una suerte de término muy general para referirse a todo un conjunto de cambios que van en muchas direcciones” (p. 28). Este proceso mundial ha tenido mucho peso, debido a que facilita el intercambio de información de un lugar a otro, provocando que cada nueva tendencia se difunda rápidamente, al igual que el comercio exterior.



Fig 2. Moda rápida: los problemas de la segunda industria más contaminante (enlace al los líderes, 2018).

Debido a que se las tendencias de moda cambian con mayor frecuencia, esta industria produce una mayor cantidad de desechos textiles posterior al uso. Y muchos de estos se almacenan o desechan prácticamente nuevos, ya que las micro temporadas impulsan al consumidor a cambiar de ropa o renovar su armario con mayor frecuencia.

1.1.3.- Ropa en desuso en Cuenca

Se considera como ropa en desuso, a las prendas de vestir que las personas han dejado de emplear por diferentes motivos, pero que por su condición aún no se han desechado.

1.1.4.- Significación de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca

La significación es entendida como la acción de construir un significado, es decir el expresar un concepto acerca de un determinado tema. Además, esta acción consiste en interpretar el significado de algo, mediante la idea, imagen o concepto que tenemos sobre el mismo, dependiendo de su contexto.

Para el científico y filósofo Peirce (1839-1914) como el padre de la semiótica, este significado comprende tres elementos: signo, objeto e interpretación.

Un signo, o *representamen*, es una cosa que está en lugar de otra para alguien, en algún sentido o capacidad. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o quizás más desarrollado. Ese signo que crea lo llamo el *interpretante* del primer signo. El signo está en lugar de algo, su *objeto*. Está en su lugar no en todos los sentidos, sino en relación a un tipo de idea, que a veces he llamado la *base* del representamen Peirce (1897, p. 2.228).

De esta manera, el *representamen*, es el signo o elemento material con sus propias características por las que representa algo. El objeto que es representado por el signo y lo convierte en símbolo. Finalmente, el interpretante que es el conocimiento que convierte al signo en un signo.

A su vez, para el autor de la guía "Curso de español como lengua materna (serie de tv: bajo palabra)" Carlos A. Rincón la significación puede ser considerada como un producto social, ya que son las personas quienes la construyen, bajo las características culturales y sociales propias de cada comunidad.

La significación es una construcción humana que nace del proceso signico permitido por la función simbólica del lenguaje, es decir, por esa facultad de representación mediadora de la realidad; nace como

resultado de una triple relación: el hombre, las cosas y los fenómenos; el hombre y su experiencia subjetiva, y el hombre y su interacción con sus semejantes. De esta manera, la significación surge como representación de la realidad, como experiencia subjetiva y como medio de interacción social Rincón (s/f, p. 23).

Por otra parte, el autor menciona que la significación no es una verdad absoluta, que está instaurada y no puede ser cambiada, sino que esta es la interpretación subjetiva de algo. Es una construcción de la realidad que comprende de tres niveles:

Primero, el nivel referencial: este consiste en los conocimientos que hemos adquirido gracias a la experiencia, y que mediante esta nos permiten crear un concepto que transforma esta realidad en un significado.

Segundo, el nivel lógico: en este nivel se les agrega un valor lógico a los significados, mediante las operaciones del pensamiento.

Tercero, el nivel sociocultural: es el resultado de las prácticas de comunicación entre una cultura, revelando su visión del mundo.

Siguiendo estas definiciones, en el año 2021 durante las últimas semanas del mes de enero, se realizó una investigación de campo mediante entrevistas a 20 jóvenes seleccionados bajo criterios de segmentación de: edad (entre 15 a 24 años), sexo (hombres y mujeres), lugar de residencia (de la ciudad de Cuenca), zona de residencia (sector urbano).

En esta se recolectó y analizó datos acerca de la percepción que tienen los individuos de la muestra acerca de la significación de la ropa en desuso. Se indagó en primer lugar si

los jóvenes tienen ropa en desuso o no, su percepción o noción acerca de esta, la cantidad de prendas en desuso que poseen, las razones por las que ya no las usan, el estado en el que se encuentran y el tipo de prendas más comunes.

Como resultado, se logró conocer que la mayoría de estos jóvenes sí poseen ropa en desuso, que para ellos estas son prendas que ya no se usan por diversos motivos, pero que aún se conservan en sus armarios. La mayoría de jóvenes poseen entre 1 a 10 prendas en desuso, otro gran porcentaje de 11 a 20 prendas y en menor cantidad poseen de 21 a 40 prendas. Manifiestan que estas prendas se dejaron de usar por diferentes razones, como, por ejemplo: ser prendas desgastadas, incómodas, manchadas o con algún tipo de daño, pasadas de moda, que no se ajustan a su talla actual o incluso en su mayoría son prendas en buen estado y que se siguen guardando debido a que piensan que en algún momento en el futuro encontrarán un destino adecuado para esas prendas. Las prendas en desuso más comúnmente guardadas por los jóvenes son los pantalones y camisetas.

En la mayoría de los casos, los jóvenes expresaron que aún conservan estas prendas, ya que se plantean objetivos a futuro para ellas, muchos coinciden en que posteriormente le podrán dar un buen uso, ya sea modificándolas, reparándolas, reciclandolas mediante actividades como DIY (*do it yourself*) hazlo tú mismo, donarlas a personas que la necesiten, e incluso volviéndolas a usar en caso de que su apariencia física cambie, por ejemplo, el adelgazar.



Fig 3. Ropa usada a la orden (El Diario, 2017).

Además, se indagó su opinión acerca de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales, a lo cual en su mayoría expresaron que estarían muy dispuestos, además recomendaron que las marcas o diseñadores que realicen prendas hechas a partir de la ropa en desuso deben realizar muy buenos diseños, con precios económicos para una mejor aceptación.

Gracias a estos datos se puede concluir que la significación que se ha instaurado en los jóvenes acerca de la ropa en desuso es que, no es estéticamente agradable, y que, si se utiliza para nuevos objetivos, esta debe ser modificada para mejorar notablemente en su diseño, además de que, al haber sido ya usada anteriormente, esta debe tener un costo mucho menor al de una prenda completamente nueva.

1.1.5.- Características de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca

Como parte de la investigación científica, dentro del contexto de la ciudad de Cuenca, se realizó una investigación descriptiva, de campo, con un enfoque cualitativo, para poder determinar las características de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca. Se emplearon las herramientas de investigación de: entrevistas a negocios de segunda mano, y observación a profundidad de las prendas de los jóvenes entrevistados en el apartado anterior, y de algunas de los emprendimientos entrevistados.

Se analizaron de las prendas, características como las bases textiles, morfología, silueta, textura, cromática, insumos, universo del vestir, tecnologías aplicadas, y finalmente su estado actual.

Los resultados fueron que las prendas que más tienen en desuso son las blusas y vestidos en el caso de las mujeres y los pantalones en el caso de los hombres. Además, se pudo observar que estas prendas en su mayoría se encuentran en buen estado, y son en menor cantidad las que se observan desgastadas o con algún defecto o daño. Esta ropa se convierte en prendas en desuso mayormente debido a que no son prendas de tendencias actuales o porque ya no se ajustan al cuerpo de la persona que la adquirió en primer lugar.

Se reconocen prendas del universo del vestir casual, de diversos colores, perteneciendo en su mayor parte a gamas de colores monocromáticos, y en segundo lugar a colores contrastantes. Las bases textiles más comunes, de texturas lisas y de fibra de algodón, poliéster, polialgodón y solo poliéster y unas pocas con porcentajes de nylon, poliuretano, spandex, elastano, rayón y lyocell. Adicional a esto se observaron gran cantidad de siluetas holgadas, ajustadas, y limitada cantidad de siluetas rectas, con líneas y cortes rectos, con una reducida cantidad de insumos, los más usuales: cierres y botones. Pocas de estas prendas presentan tecnologías aplicadas como los estampados (Ver Anexo 2).

Las entrevistas a los emprendimientos de ropa usada, dieron a conocer que, casi todas las prendas que se consiguen son en buen estado, y pocas veces con daños o defectos en ellas. Y dieron a conocer que el mayor reto con el que se encontraron al comercializar este tipo de prendas fue la difusión de sus emprendimientos, y que el darse a conocer como marca y sus productos fue la parte más complicada, y ya una vez que las personas tienen conocimiento de estas prendas se ha logrado una buena aceptación (Ver Anexo 3).



Fig 4. Ropa usada, la opción asequible para estar a la moda (El Telégrafo, 2021).

1.1.6.- Aprovechamiento de la ropa en desuso

El aprovechamiento de la ropa en desuso consiste en crear o encontrar y aplicar técnicas de utilización de las mismas, con el propósito de evitar que estas sean desechadas antes de cumplir su ciclo de vida. Para lo cual se ha percibido al reciclaje y a la sanitización de las mismas, como una de las alternativas más eficientes y populares en nuestros días y que se explican a continuación.

1.1.7.- Sanitización de prendas en desuso

Las prendas textiles que han sido utilizadas con anterioridad, conocidas como ropa usada deben someterse a un proceso de higienización previo a su reutilización, para evitar vulnerar la salud de quienes posteriormente emplearán estas prendas, debe realizarse mediante un lavado con agua y distintos agentes químicos que tienen el fin de que su uso sea sanitariamente seguro para las personas, el mismo que es seguido de calor seco o húmedo.

Para este proceso, cómo decreto ejecutivo número 170 en el año 2018, el presidente de la República de Chile y la Ministra de Salud aprueban el Reglamento Técnico RTCR: 494-2018. de Textiles y productos textiles. Ropa usada. Registro y obligatoriedad de sanitización. En el que se expresa:

Las prendas de vestir usadas deben lavarse con agua a temperatura superior a 60 grados Celsius y detergente, con las que debe mantener contacto mediante agitación por 20 minutos, seguida de calor seco o húmedo, a calor alto (según indicación de los equipos utilizados) por al menos 30 minutos, que complementa la eliminación de vectores de riesgo a la salud. Decreto N° 2389 (2018, p.10)

Adicionalmente a esto la Fundación española Aquae, que impulsa la educación y la innovación en un modelo sostenible y de respeto hacia el medio ambiente ha dado a conocer sus recomendaciones para la desinfección de la ropa. Primero recomienda revisar las etiquetas de cada prenda a ser desinfectada, ya que es necesario tomar en cuenta las indicaciones de cuidado del fabricante de cada una. recomienda evitar el uso de lejía y temperaturas altas en la ropa de color, ya que este tipo de prendas requiere un mayor cuidado para su mantenimiento, evitando así su deterioro y decoloración.

Cuando se utilice una máquina de lavado, se aconseja lavar con ciclos largos y abundante agua caliente, recomendando los 60 grados centígrados para asegurar eliminar cualquier tipo de virus o germen. En el caso de las prendas que no soportan más de 30 grados centígrados, recomienda añadir 50 mililitros de vinagre, agua oxigenada, bicarbonato o árbol de té en el compartimiento del suavizante, tomando en cuenta siempre las características de los tejidos de las prendas.

Además, evitar grandes cargas de ropa en cada lavado, ya que cuanto menos ropa, más espacio tendrán las prendas para agitarse correctamente. También aconseja usar un detergente líquido granulado o de alta resistencia. Al terminar cada carga de lavado, aconseja también realizar un lavado de la lavadora con productos específicos para ello, al igual que el compartimiento del detergente.

Por otro lado, el Ministerio de Salud de Neuquén ha desarrollado un manual de procesos de lavandería y manejo de ropa hospitalaria, el mismo que resulta oportuno en las condiciones de pandemia actuales, ya que este tiene como objetivos el minimizar la contaminación microbiana, proporcionar a los usuarios el suministro adecuado de ropa limpia, cuidar al personal que manipula el material textil, proporcionar mayor durabilidad de la ropa hospitalaria, orientar respecto al equipamiento e insumos necesarios para el funcionamiento y servir de guía para los servicios tercerizados de lavadero.

El uniforme de protección necesario para realizar este trabajo debe constar de:

- 1- Uniforme de manga larga, barbijo, cofia y guantes descartables de látex o vinilo.

2- El calzado debe ser cerrado. Se recomienda bota de goma o similar.

3- No usar ningún tipo de accesorio ni en brazos, manos o cuello.

En cuanto a los procesos a realizarse en el sector sucio del lavadero, el manual indica:

1- Uso de elementos de bioseguridad personal indicados anteriormente.

2- Realizar la clasificación de ropa de acuerdo al color, blancos, oscuros y neutros, y revisión de prendas una por una.

3- Se clasifica la ropa manchada con material orgánico para lavadora de prelavado o en lavadero. (Se recomienda prelavado sólo de ropa con manchas de materia orgánica).

4- Pesar la ropa manchada o verificar con la tabla de pesos.

5- Si la lavadora permite, programar sólo el prelavado con agua fría o utilizar el programa “remojo” o un programa de lavado corto de 10 - 15 minutos.

6- Usar jabón biodegradable a razón de 100g por cada 7,5kg. de ropa (1kg. jabón/75kg. ropa).

7- Pesar la ropa sin manchas e introducirla en la lavadora. Para esta ropa solo es necesario el lavado, enjuague y centrifugado, se recomienda: temperatura de 70° C o superior, de 20–25 minutos.

8- Usar jabón biodegradable a razón de 100 g / 7,5 kg. de ropa. Y añadir blanqueador sólo si se observa mucha suciedad.

9- Enjuagar con agua a 70° C para retirar jabón (durante 5 - 10 minutos).

10- Enjuagar con suavizante de 5 a 10 gr por kg. de ropa. Y finalmente centrifugar.

Nota: Si la lavadora tiene, seleccionar un ciclo que incluya lavado a T° superior a 70° por más de 20 minutos, 2 enjuagues y centrifugado.

- En caso de que la temperatura de lavado no llegue a ser superior a 70° durante al menos 20 minutos; luego del lavado se deben realizar tres enjuagues cortos de 5-10 minutos o el más corto que permita la lavadora (pero mayor a 5 minutos) y finalmente centrifugar. (En el 1° enjuague se va a retirar el jabón. En el 2° enjuague: se va a agregar coro especial para ropa de color, de 50 a 150 ppm. Y en el 3° enjuague se agrega el suavizante).
- En el caso de que la ropa esté húmeda se debe introducir 25 – 35% menos de ropa, para evitar sobrecargarlo, ya que la ropa húmeda pesa hasta 30% más que la ropa seca.

Recomendaciones: la ropa de color se procesa igual que el resto, pero separada de la ropa blanca, la ropa de lana se lava con agua fría y se enjuaga sin cloro.

- En cuanto a los blanqueadores, se pueden adicionar blanqueadores no clorados sólo si la ropa está muy manchada, no los clorados ya que son muy agresivos, y podrían fijar algunas manchas a la ropa. (optar por perborato de potasio, productos hidrogenados o productos oxigenados como percarbonato sódico, perborato sódico, peroxiácidos).
- En cuanto al jabón o detergente, este debe ser biodegradable y utilizarse a razón de 1kg. /75 kg. de ropa (13,5 g jabón /kg. ropa). Entre jabón o detergente, el jabón es más natural y menos contaminante, pero deja más residuos. Entre el detergente líquido o en polvo: los polvos son más económicos, pero no se disuelven bien en agua fría, el líquido es más caro, pero se disuelve mejor en agua fría y caliente.
- En cuanto a los suavizantes mejoran la resistencia a la rotura, desgarre y a la abrasión del tejido. Se usa a razón de 5-6gr de suavizante/kg. de ropa. Es conve-

niente que sea ligeramente ácido (PH 4,5 - 6) para neutralizar la alcalinidad de los detergentes.

- En cuanto a la balanza, debe tener las siguientes características: ser digital, de acero inoxidable, con función de suma y de fácil limpieza. Superficie de pesado, mínima de 400mm. x 300mm. Y resistente al agua. Construcción totalmente soldada, sin puntos donde se puedan acumular bacterias y cables internos. Y en caso de no tener una balanza se proporciona de manera provisoria una tabla de peso estimado para la ropa:

Ropa Hospitalaria	Gramos de Peso	Ropa Personal	Gramos de Peso
Sábana 1 plaza	650 g	Camisa	200 g
Funda 1 plaza	150 g	Camiseta	150 g
Toallón	650 g	Medias toalla	100 g
Toalla mano	200 g	Medias	50 g
Chaqueta ambo	200 g	Pullover lana	600 g
Pantalón ambo	300 g	Pullover hilo	450 g
Cubrecamas	800 g	Remera manga corta	150 g
Camisolines	250 g	Remera manga larga	250 g
Zaleas	400 g	Ropa Interior	60 g
Acolchado liviano	1.000 g	Polleras	300 g
Frazada liviana	1.500 g	Pantalón vaquero	750 g

Fig 5. Tabla de peso estimado de ropa (Ministerio de Salud de Neuquén, 2018).

Para el secado de la ropa:

- 1-** Dependiendo de la capacidad de carga en relación a la lavadora, si es igual o menor, introducir de 25 – 35% menos de ropa, ya que la ropa húmeda puede pesar hasta 30% más que la ropa seca.
- 2-** Para frazadas, lana, acolchados y ropa de lana que permita este tipo de secado un ciclo de 30- 35 minutos si fueron centrifugadas, o programas de 40-45 minutos si no lo fueron.
- 3-** Finalizado el ciclo, retirar la ropa de la secadora y colocarla en un canasto o carro de traslado de uso exclusivo para esta actividad.

Finalmente para el planchado:

Se recomienda el uso de planchadoras en el caso de no poseer calandras, planchar a una temperatura superior a 140 grados con las prendas estiradas, hasta eliminar toda la humedad de esta manera.

	Decreto ejecutivo número 2389 de la República de Chile	Fundación Aquae	Organización Cáritas de Monterrey	Ministerio de Salud de Neuquén
Temperatura	+60° C	60° C	+60° C	+70° C
Tiempo	Mínimo 50 min			20 - 25 min
Secado				30 - 35 min
Otra temperatura		30° C	De acuerdo a la etiqueta de la ropa.	De acuerdo a la etiqueta de la ropa.
Tiempo				3 lavados de 5 - 10 min c/u
Productos		50 mililitros de vinagre, agua oxigenada, bicarbonato o árbol de té.	Detergente, vinagre, bicarbonato de sodio con unas gotas de aceite de lavanda o de árbol de té.	Jabón biodegradable, suavizante, blanqueador no clorado.

Fig 6. Cuadro de comparación de procesos de sanitización (Autoría propia, 2021).

1.1.8.- Reciclaje de la ropa en desuso

Para entender el reciclaje de la ropa en desuso se presenta la definición del término de acuerdo a la Real Academia Española (2020), que define el reciclaje como la acción de reciclar, y a su vez a este como someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar (párr. 1). Por su parte la secretaria de Desarrollo Social SEDESOL (2001) expresa que:

El reciclaje se puede definir como un proceso que reintegra al ciclo de consumo los materiales presentes en los residuos sólidos urbanos que ya fueron desechados y que son aptos para elaborar otros productos. Este proceso tiene cada vez más aceptación e importancia en el mundo por sus ventajas económicas, ecológicas, sociales y sanitarias al ser un complemento de los demás métodos convencionales de manejo de residuos sólidos (p. 22).

Entonces basados en estos referentes se puede interpretar al reciclaje como un proceso mediante el cual un elemento vuelve a ser utilizado, ya sea como

materia prima para otro, o en un nuevo producto que puede ser útil para su función inicial o para una diferente. El proceso de reciclaje consta de 3 fases: la primera de recolección y procesamiento de los materiales, la segunda de elaboración del material en nuevos productos y la tercera del comercio y uso del producto final reciclado (SEDESOL, 2001).

El reciclar también muestra ventajas ecológicas no solo al disminuir los desechos de materiales que aún no cumplen su ciclo de vida, sino que, al ser ya una materia prima trabajada, los procesos químicos para la obtención de la misma se eliminan en el proceso, el uso de combustibles fósiles disminuye, entre otros más. Adicional a esto, hay ventajas en el ámbito económico, ya que el producto requiere de menos energía para obtener la materia prima, procesarla y transportarla.



Fig 7. Ideas para reciclar ropa para toda la familia (OXFAM, s/f).

Acerca de la ropa en desuso, Galindo (2015) revela que “en Europa, se desechan seis millones de toneladas de textiles al año. Solo un 25% son reutilizados, la mayoría tras pasar por plantas de reciclaje” (párr. 2). El reciclaje de estas prendas, hoy en día se ha vuelto un tema de interés, ya que es una de las mejores alternativas para aliviar la contaminación ambiental producida por la industria de la moda.

Con respecto a la ropa en desuso y que ya no se guarda, Thredup (2020) da a conocer que “el 73% de la ropa se envía al vertedero o se incinera, el 95% de la cual podría reutilizarse”. Es por esto que el reciclaje de esta ropa en desuso, además

de contribuir al cuidado ambiental, constituye una nueva línea de productos que se insertan nuevamente en el mercado; sin embargo, a pesar de incentivar a un consumo responsable, como menciona Romero (2012) “generalmente se relaciona al reciclaje de ropa con productos toscos y poco elaborados, en vez de con prendas y accesorios que pueden ser exclusivos, deseables y sofisticados” (p. 3).

El reciclaje de ropa en desuso por lo tanto consiste en encontrarle un nuevo uso a la ropa que ya no usamos, evitando que esta siga guardada sin utilidad o ya sea que, al desecharlas, estas prendas terminen en vertederos, esto con el objetivo de reducir la contaminación tanto del agua, suelo y atmósfera, o con la finalidad de beneficiarse de la misma.

Acerca del reciclaje en este ámbito Urruty (2008) expresa que

El reciclaje textil en occidente tiene sus comienzos hace aproximadamente 200 años, cuando un productor textil llamado Benjamin Law inventó en 1813 el primer proceso mecánico para deshacer los tejidos de lana hasta obtener las fibras que los componen, para luego poder procesarlas y hacer nuevos hilados (p. 23).

El reciclaje de la ropa en desuso actualmente es un tema que ha creado conciencia sobre el cuidado del medio ambiente. Muchas marcas reconocidas de ropa como: Ecoalf, Patagonia, Elle Evans, entre otros se han sumado a la tendencia ecológica, que además hoy en día es una obligación que tienen con el planeta, ya que se sabe que la industria de la moda es una de las más contaminantes del planeta.

Hoy en día, estas marcas proponen el reciclaje en su proceso, ya sea produciendo textiles con materiales reciclados, reciclando los diferentes tejidos, creando estrategias para que los clientes devuelvan la ropa que ya no usan y así poderla reciclar, utilizando fibras recicladas o de material reciclado como el plástico, o creando prendas de materiales como el fieltro que luego pueden ser recicladas.

El reciclaje es una tendencia que tiene el objetivo de proteger el medio ambiente, además de beneficiar a los usuarios económicamente al alargar la vida útil de los productos que adquieren, y de esta forma reducir los desperdicios de la basura y preservar los recursos naturales. Por esto, el reciclar la ropa en desuso es un proceso beneficioso tanto para las per-

sonas como para el medio ambiente, así podemos lograr reducir su huella de carbono, eliminar los residuos que provoca al desecharla, disminuir el uso de agua y desviar estos artículos que estaban destinados a ir a los vertederos causando más contaminación.

1.2.- *Trashion*

Este termino se emplea para referirse a los objetos que han sido creados a partir de elementos considerados como basura, pero que son convertidos en arte, joyería o moda, forma parte de las nuevas técnicas de moda sostenible que impulsan a un consumo consiente, que se abordará a continuación.

1.2.1.- Moda sostenible

La moda sostenible es aquella que como su nombre lo indica, se deriva de la industria de la moda, pero con un enfoque de respeto e igualdad económica, social y medioambiental, pensando en su futuro y el de los recursos que se utilizan para la misma. Es denominada también como moda ética o *slow fashion*.

1.2.2.- El “*slow fashion*”

El concepto del *slow fashion* tiene su origen en Londres, y es dado a conocer como un movimiento, gracias a la diseñadora Kate Fletcher en el año 2007. Este no tuvo gran impacto en la sociedad, hasta el año 2013, en el que sucede la tragedia de las fábricas textiles en Dhaka, Bangladesh.

Antanavičiūtė & Dobilaitė (2015) se refieren al *slow fashion* como: “un mercado de desobediencia a la moda rápida, dominante en la industria de la confección, la moda lenta trae una propuesta de moda sostenible basada en colecciones ecológicas y éticas” (p. 56).

El movimiento *slow fashion*, también llamado moda sostenible o ecológica, consiste entonces en todo lo contrario al *fast fashion*, como una resistencia que radica en la fabricación de prendas de calidad, exclusivas, realizadas de forma ética, además bajo criterios de comercio justo y del mismo modo en la adquisición de prendas realizadas con materiales sostenibles, de segunda mano, recicladas, elaboradas por el mismo consumidor, entre otras.

Por otra parte, este movimiento forma parte de la moda sostenible, el cual otorga valor a todos los procesos de producción, los elementos utilizados y a la mano de obra que se emplea para realizar las prendas. Para Thomas (2020, p. 730) con este estilo de elaboración y compra,

Se critica la producción del sistema dominante en la industria, frenando los ciclos de la moda y el sobreconsumo, además de valorar el trabajo de los involucrados en el proceso de producción de piezas vinculadas a los recursos locales y la producción artesanal.



Este concepto es considerado comúnmente también como un estilo de vida, ya que además de dar la importancia adecuada a los procesos de producción, también se ocupa de los hábitos de compras, promoviendo el consumo consiente y no acelerado, priorizando las prendas atemporales y de máxima calidad, rechazando las producciones en masa y priorizando los productos artesanales, además fomentando el reciclaje y la

Fig 8. *Slow fashion y la moda sostenible* (Wazo, 2018).

adquisición de prendas de segunda mano, e incluso donando las prendas que ya no se usan.

A diferencia del *fast fashion* en este modelo de producción se compensa de forma justa en cada etapa de la fabricación de prendas u objetos. Los objetivos principales del *slow fashion* son prevenir el impacto ambiental y social cumpliendo con los criterios de sostenibilidad. En la creación de las prendas priman las fibras orgánicas como algas, bambú, tencel, y así también materiales e insumos como tintes naturales libres de químicos, entre muchos otros.

Según datos de la Fundación Aquae (2020, párr. 8) “actualmente, se está creando un directorio de moda sostenible que ya reúne a más de 100 firmas que son la alternativa a una industria convencional que contamina el entorno y en muchas ocasiones no ofrece condiciones de trabajo dignas”.

Entonces esta nueva modalidad en la industria de la moda, se presenta como una opción diferente, que constituye un concepto que guía las acciones de los productores y consumidores de la moda. Cada vez son más las personas que se unen a esta tendencia y colaboran con la conservación de los recursos ambientales.

1.2.3.- Consumo consciente

La Real Academia Española (2020) define al término consumo como “la acción de consumir” y al término consciente como “dicho de una persona: Que tiene conocimiento de algo o se da cuenta de ello, especialmente de los propios actos y sus consecuencias”. El consumo consciente consiste entonces en seleccionar los productos pensando en su calidad, precio, impacto ambiental y social y, además, en la ética de la empresa que lo produce. Se trata de tener consciencia de las consecuencias de haber adquirido determinado producto, por lo que podemos entender al consumo consciente como una actividad de la cual se tiene conocimiento de sus efectos tanto positivos como negativos en el entorno.

El consumo es una actividad que no se puede detener, pero sí se puede incentivar a que este consumo tenga la menor cantidad de impacto sobre el medio ambiente. De eso se trata el crear consciencia, dando a conocer que es lo que sucede cada vez que se adquiere un producto, ya sean estas consecuencias buenas o malas para el ecosistema y la sociedad.

Asimismo, Fabi, Lourenço y Silva (2010), señalan que se puede considerar al consumo consciente como “el acto o decisión de compra o uso de servicios, bienes industriales o naturales, realizado por un individuo, teniendo en cuenta el equilibrio entre la satisfacción personal, las posibilidades ambientales y los efectos sociales de tu decisión” (p. 6). Vale destacar entonces que el consumo consciente no solo se trata del acto de adquirir conociendo sus consecuencias, sino de la influencia que tiene este conocimiento sobre su decisión de compra.

Así pues, de acuerdo a Roberts (1996), “los consumidores con conciencia ecológica son aquellos que compran productos y servicios que perciben que tienen un impacto positivo (o menos negativo) en el medio ambiente” (párr. 18). A través de esta consciencia se pueden crear consumidores responsables, pero esto depende de las características que influyen en él como la cultura, el estilo de vida del consumidor, la capacidad adquisitiva, la ética, así como la educación y la sociedad a la que pertenece.

Desde el punto de vista del Ministerio de Medio Ambiente de España en resolución #2135 (2016, p. 103):

El consumidor consciente sabe que puede ser un agente transformador de la sociedad a través de su acto de consumo. [...] el consumidor consciente valora las iniciativas de responsabilidad social y ambiental de las empresas, dando preferencia a las empresas más comprometidas con la construcción de la sostenibilidad a través de sus prácticas diarias.

En cuanto al discurso sobre el medio ambiente, este ha aumentado actualmente y conseguir información es cada vez más accesible para todos, gracias a esto las personas tienen más conocimiento sobre el efecto de su consumo en el entorno. Así lo respalda Galindo (2015, párr. 9), quien afirma que “un 45% de los consumidores busca activamente ropa respetuosa con el medio ambiente”.

De este modo el consumo consciente puede considerarse como un importante paso hacia el cambio en la industria de la moda, generando importantes cambios en la actitud y comportamiento del consumo en las personas, mediante la consciencia ambiental.

1.2.4.- Lo “*Trashion*”. *Trash + Fashion / Basura + Moda*

Trashion puede ser considerado como una técnica que consiste en crear o innovar artículos a partir de la basura, generalmente se utiliza el término en lo referente a productos de arte, pero también abarca a productos de indumentaria, joyería, adornos, entre otros, que a continuación se presentan sus características y algunos referentes de esta nueva moda.

1.2.5.- Noción y características de la moda “*Trashion*”

Trashion es una filosofía y una ética que abarca el ambientalismo y la innovación. Hacer objetos tradicionales con materiales reciclados puede ser trashion, al igual que hacer moda de vanguardia a partir de desechos o chatarra. Surge del deseo de aprovechar al máximo los recursos limitados Emgin (2012, p. 64- 65).

Este término tiene su origen en Nueva Zelanda, fue utilizado inicialmente en el año 2004, pero ganó popularidad un año después. Originalmente empezó como una nueva forma de reducir los desechos que contaminan el medio ambiente, refiriéndose a prendas de alta costura generadas para pasarelas de moda o concursos. Muchas veces es considerado como una forma de reciclaje y actualmente engloba a artículos realizados con materiales reciclados. El término está compuesto por la unión de las palabras *trash* en inglés que se traduce al español como basura y la palabra *fashion* que se traduce como moda, algo conocido como un acrónimo.

Adicional a esto, para poder comprender el tema de *trashion* es necesario conocer cada uno de sus términos por separado. En lo referente a *trash* que se traduce como basura, la Real Academia Española (2020) define al término como “Residuos desechados y otros desperdicios” por lo tanto, esto se puede interpretar como una cualidad que adquiere cualquier producto, cuando es desechado. Esto debido a que se cree que la vida de un producto termina cuando este ya no es deseado y deja de ser útil para quien lo posee, por lo que es destinado a terminar en un vertedero, adquiriendo la condición de desperdicio o basura. Para Bernache (2006, p. 24) “el término de basura tiene que ver con el sistema de manejo administrativo y técnico, con una percepción que los define como algo inservible, que no tiene mayor utilidad y que por tanto debe eliminarse”. Entonces se le denomina basura a los elementos que ya no cumplen con la funcionalidad para la que fueron creados, y por lo cual están destinados a eliminarse.

Por otro parte, el término moda hace referencia al “gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos” Real Academia Española (2020, párr. 2). La moda



Fig 9. Convocatoria de artistas: *Trashion* fashion show (Sonoma Community Center, 2018).

es entonces una preferencia para actuar, adquirir, y sobre todo vestir, que tienen la mayoría de personas en un momento determinado. De igual manera, Veneziani (2007, p. 36) considera que:

La moda es una de las expresiones más directas de la cultura. Porque cuando el cambio ocurre, también cambia la vestimenta. Se refleja en la moda e inmediatamente en la publicidad. Ella es la expresión de lo que sucede en el presente, es un reflejo de las costumbres de la época.

Entonces la moda no solo es una forma de actuar de la sociedad, sino que también tiene la capacidad de expresar y reflejar la realidad de la misma en un cierto tiempo. Para Veblen et al (1985, p.55):

La moda se ha de considerar como un sistema distintivo para la provisión de prendas. La moda es comprendida como un sistema histórico y geográfico específico para la producción y organización del vestir, que surgió en el transcurso del siglo XIV en las cortes europeas, especialmente en la corte francesa de Luis XIV, y que se desarrolló con el auge del capitalismo mercantilista.

En efecto, esta apareció cuando la alta sociedad buscaba diferenciarse del resto de las clases sociales, ya que eran los únicos con acceso a las nuevas telas y prendas confeccionadas. Hoy en día es un sistema que define la imagen y estilo de las personas.

En cuanto a lo abordado con anterioridad es posible inferir que la moda *trashion* demuestra que tanto las prendas, objetos, productos, o cualquier elemento que ya no se usa y están destinados a ir a un vertedero se pueden trabajar y lograr convertirlo en un producto de moda.

Mediante el *upcycling* o *trashion*, los residuos pueden experimentar un renacimiento y, por tanto, una segunda oportunidad de ser utilizados y reintegrados a los procesos de intercambio o identificación. Por lo tanto, no solo se purifica el medio ambiente mediante el *upcycling*, sino que las personas involucradas en el *trashion*, como diseñadores y usuarios, también se ennoblecen en virtud de su compromiso con la naturaleza y la humanidad (p. 65).

El objetivo de esta técnica es aprovechar la mayor cantidad de recursos posible para crear nuevos objetos con valor a partir de los ya existentes, generalmente su nuevo costo y valor depende de la creatividad y las habilidades del artista que lo crea.

1.2.6.- Referentes de moda “*Trashion*”

La contaminación de la industria de la moda ha logrado que muchas personas, marcas, artistas y diseñadores empiecen a crear conciencia sobre lo que le hacemos al planeta con el desarrollo de la industria de la moda. Entre ellos se encuentran empresas y personajes creativos mundialmente reconocidos y cada vez se suman muchos más a esta nueva alternativa de cuidado ambiental denominada *Trashion*.

Entre ellos tenemos en primer lugar, la marca Elvis y Kresse que trabaja desde el año 2005 recuperando los materiales desechados como: las mangueras contra incendios obtenidas en Londres, las velas de los botes, bolsas de café, paracaídas, y actualmente reciben los remanentes de las producciones de la marca Burberry, los mismos que son utilizados como materia prima para crear accesorios de lujo para hombres, mujeres y para el hogar. Además, dirigen el 50% de sus ganancias a organizaciones benéficas que se relacionan con los materiales reciclados.

En segundo lugar, la casa de diseño Monsoon Vermont creada en el año 2006, se dedica al diseño y creación de bolsas, maletas, carteras y artículos como sombrillas y zapatillas, a partir de paquetes plásticos, mismos que son reciclados de la basura y recolectados por habitantes de las zonas marginales de Jakarta en Jamaica, conocidos como carroñeros y confeccionados por los mismos moradores del sector, disminuyendo la contaminación ambiental y generando de esta manera empleos.

De igual manera la marca Escama Studio, con sede en California y Brasil, la cual trabaja con artesanos locales de Brasilia, que realizan cien por ciento a mano cada bolso, a partir de aluminio reciclado de la basura, el mismo que es pulido y trabajado con tejidos de *crochet* para crear diseños únicos. Escama Studio trabaja en asociación con productores de las comunidades menos favorecidas de Brasil, busca promover el desarrollo sostenible y el comercio justo.

Otra marca considerada como un referente de moda *Trashion* es KaCaMa, misma que está ubicada en Hong Kong y conformada por un equipo de diseñadores que trabajan especialmente con productos desechados. Tienen el objetivo de ayudar a proteger el medio ambiente y respaldar a los negocios locales de artesanías y cultura. Ofrece piezas de arte completamente únicas y hechas a mano con materiales reciclados o desechados.

Además, entre estos tenemos a Pentatonic, una marca de diseño y tecnología, que expresa que su misión además de reciclar y darle una nueva vida a los materiales que utilizan para sus productos, también garantizan que cada nueva vida



Fig 10. *Los recicladores de basura* (Fisher, 2009).

de esos materiales será mejor que la precedente. Trabajan creando y diseñando productos sostenibles capaces de ser reciclados varias veces. Esta marca se centra en los accesorios de moda y de hogar. Adicional a esto, colabora con otras marcas para promover la economía circular y mejorar sus prácticas de cuidado ambiental.

Después está Anekdot, una marca de ropa interior ubicada en Berlín, la misma que es conocida por fabricar sus productos a mano, y garantizar su calidad. También es considerada como una marca de reciclaje, ya que trabaja con los remanentes de otras producciones, por lo que cada producto es original e irreplicable. Trabaja con artesanos calificados y ofrece cadenas de suministro transparentes.

The *Renewal Workshop*, una marca de ropa que reciben las prendas que aun no cumplen su ciclo de vida, pero que son rechazadas por otros por tener defectos menores en los cierres, o cortes, descosidos, entre otros, y las convierte en prendas renovadas, minimizando los desperdicios textiles.

Finalmente está Patagonia, una marca de ropa deportiva sostenible que se distingue por emplear plástico reutilizable. o poliéster reciclado en sus prendas, es una de las mas relevantes del mercado desde el año 1994, en el que lanzó su primera chaqueta elaborada de botellas de plástico recicladas.

Por otra parte, entre los diseñadores considerados como referentes de la moda *Trashion* se encuentra Vivienne Westwood, una conocida diseñadora que se ha destacado dentro de la moda ecológica. En asociación con Ethical Fashion Initiative que trabaja con cadenas de suministro éticas, ha lanzado su colección *Handmade with love*. Una colección totalmente *Trashion*, trabajada con materiales reciclados, como lienzos, carteles desechados, latón y remanentes de cuero, que forman piezas de diseño únicas.

Otro gran referente es Francis Sollano de Filipinas, conocido internacionalmente como el artista de la basura, seudónimo

que se debe a que trabaja con materiales reciclados, crea esculturas, retratos y moda, entre otros productos que son creados con basura industrial y residencial, materiales que no es tóxicos y tampoco orgánicos, además crea instalaciones y campañas de concienciación sobre el cambio climático, inspirando la sustentabilidad.

Finalmente como un importante referente de la moda *Trashion* está el diseñador José Otero, un argentino que se dedica al diseño y creación de corbatas, corbatines y moños realizados con latas de bebidas. Creó su primera corbata en el año 1995 con una tradicional lata roja de Coca Cola, y desde entonces se ha dedicado a realizar estos productos que utilizan de dos a tres cuerpos de latas de bebidas y una tapa, y destinando las bases de las mismas para crear panderetas y sonajeros.

1.2.7.- De lo “Trash” a lo “Trashion”. Resignificación

Para entender el método por el cual un elemento pensado como basura (*trash*) pasa a ser considerado como una forma de arte o moda (*trashion*), es necesario conocer el proceso de resignificación. Esto puede ser entendido como una reinterpretación social mediante la cual se le otorga un nuevo significado o un cambio de contexto a algo que ya está instaurado en la sociedad. Una postura que se sustenta en la definición de Molina (2013, p. 45) quien sostiene que la resignificación se puede considerar como:

Un proceso de reinención o recreación de significaciones, en el campo individual o colectivo, que cuando se consuma en su expresión más radical puede dar lugar a una redefinición de una situación, lo cual implica la institución de una nueva realidad.

Cabe señalar, que para lograr una resignificación es necesario tener conciencia del concepto previo del elemento, la estrategia de cambio mediante la cual se le otorgará un nuevo significado, en este caso la transformación de basura al arte, la coherencia de su contenido que consiste en agregarle valor y finalmente la interacción en el nuevo contexto cuando pasa a denominarse un elemento de la moda *trashion*.

Según Brabàndere (2015) existen dos tipos de cambio: el primero, el de la realidad, la cual sufre cambios continuamente, ya que esta no es estática. El segundo es el de la percepción, que puede ser considerado como resignificación y en este influye la realidad también, implica un cambio en las experiencias vividas y por ende un cambio en el significado que el sujeto le da.

A su vez, mediante este proceso de resignificación se hace posible la existencia de nuevas oportunidades en el mercado, creando nuevos productos a partir de los ya existentes, planteando nuevos modelos de percepción de materiales, derribando estereotipos sobre los mismos, y que además mediante esta técnica logran fortalecer la sostenibilidad en la industria de la moda.

La resignificación además consiste en crear nuevas perspectivas o formas de concebir un objeto que anteriormente no poseía valor, y que, mediante una intervención de diseño y arte, toma una nueva perspectiva por sus actuales características. Entonces, lo que en la moda *trashion*, se considera como transformación, adecuación, reparación o innovación, entre otras técnicas, forman parte del proceso de resignificar, ya que mediante estos se otorga o agrega valor al elemento en cuestión y se consigue dar lugar a una nueva definición a estos elementos que han sido considerados como basura anteriormente.

1.2.8.- Contribuciones de lo “*Trashion*” al medio ambiente

“Un Medio Ambiente de alta calidad es aquel en el que existe un conjunto variado de recursos y es posible usar la mayoría de ellos de una manera diversa y sostenible” De Pablo, et. al. (2005, p. 82).

Como menciona el autor, dentro de las contribuciones de la moda *trashion* para un medio ambiente de mejor calidad, está la reutilización de prendas de vestir, lo que representa una forma de favorecer al mismo. Constituye un nuevo modelo de responsabilidad social e innovación sostenible, ya que impulsa y coopera en la creación de nuevos patrones de consumo y reducción de los impactos ambientales.

La moda *trashion* nos permite darle una segunda vida a la ropa, y de esta manera, en primer lugar, reducir la emisión de gases a la atmósfera, producidos por el uso de los combustibles fósiles, en todos los procesos de producción, que posteriormente generan estos gases de efecto invernadero, mismos que son responsables del calentamiento global. En segundo lugar, ayuda a disminuir la contaminación de suelos y agua, resultado de la cantidad de vertido de aguas residuales que contienen pesticidas que son resistentes a la degradación, ya que, si se disminuye la producción de ropa, así como la cantidad de agua que se usa para estos procesos de manufactura.

A su vez esta nueva moda ayuda a evitar el cultivo y producción excesiva de fibras textiles, tanto vegetales como el algodón, lino, cáñamo, entre otros, que además provocan el agotamiento de los suelos. Y otras como la lana que es extraída de diversos animales que muchas veces son sometidos a modificaciones genéticas para aumentar su producción, y en muchos de los casos a maltratos.

De igual manera se colabora a la disminución del uso de fertilizantes y sustancias químicas, las mismas que están presentes en todos los procesos de manufactura de la industria textil, lo que refiere una reducción de la huella medioambiental.

En el caso de los residuos textiles, la moda *trashion* favorece su disminución, ya que, al hacer uso de prendas asignadas a los vertederos como desechos, se aminora el impacto que tienen en el medio ambiente. La Asociación Ibérica de Reciclaje Textil (s.f, párr. 12), da a conocer que, “por persona, cada año se genera entre 10 y 14 kilos de ropa usada, que mayoritariamente acaban en vertederos. Tan solo 1.5 a 2.5 kilos se depositan en contenedores de ropa”.

Además de todos estos beneficios directos sobre el medio ambiente, esta nueva forma de hacer diseño *trashion*, colabora en la sensibilización de un modelo de consumo más sostenible. Siendo así, una importante forma de cooperación con el cuidado y preservación del medio ambiente.

1.3.- Diseño de indumentaria sostenible

El diseño de indumentaria sostenible es aquel que abarca la creación de nuevas prendas textiles, basadas en principios de sostenibilidad tanto económica, social y ecológica.

1.3.1.- ¿Sostenible, sustentable, eco amigable?

Son consideradas como propuestas de producción, diseño o consumo ecológicas, necesarias para la preservación del medio ambiente. Junto a la creatividad sostenible se piensan indispensables de examinar, al analizar un diseño de indumentaria sostenible, que se profundizará a continuación:

1.3.2.- Noción de diseño sostenible/ diseño sustentable / eco diseño

Para entender al diseño sostenible es necesario conocer la definición de diseño, para esto la Unión Europea expone al término de la siguiente manera:

El diseño es una herramienta para llevar a cabo la innovación. Es a partir de esta noción expandida de diseño que es difícil dar una descripción exacta del término diseño. Es la actividad de concebir y desarrollar un plan para un producto, servicio o sistema nuevo o mejorado significativamente que asegure la mejor interfaz con las necesidades, aspiraciones y habilidades del usuario y que tome en cuenta aspectos de sustentabilidad ambiental, social y económica (Danish Design Committee, 2020).

Es entonces el diseño un plan o proyecto que dispone o estructura elementos para crear o mejorar un objeto o producto innovador y que responda a las necesidades y propósitos del usuario. Además, en este intervienen diferentes factores necesarios para que este se pueda denominar como un buen diseño.

El buen diseño no debe identificarse con la técnica del aspecto exterior. La particularidad del producto debe ponerse de manifiesto mediante un diseño oportuno. La función del producto y su manejo deben ser visibles para ofrecer una clara lectura al usuario Design Zentrum (1979, p. 51).

En cuanto al término sostenible, este aparece por primera vez, en el Informe Brundtland realizado por las Naciones Unidas (1987), en el que se firmó un compromiso para un desarrollo sostenible, definiéndolo como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones” (p. 22). En este informe se vinculó al término con el progreso social, desarrollo económico y al uso consciente de los recursos.

Además, la Real Academia Española (2020) define al término sostenible así: “Especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente” (párr. 2). Por otra parte, Chavez (2016) menciona que “la sostenibilidad en moda busca encontrar un equilibrio entre lo que producimos, lo que consumimos y la naturaleza” (p. 201).

El término sostenibilidad cubre 3 dimensiones: la primera sobre la viabilidad económica, la segunda de la igualdad o justicia social y la tercera de la estabilidad ambiental.

En la revista *Modaes.es*, se afirma que para ser sostenible es necesario seguir 10 pasos importantes:

- El primero manifiesta que desde los propietarios o directivos de la empresa deben tener los ideales de sostenibilidad; como respalda Peña (2016, p. 45): “Si el empresario, los accionistas o los altos ejecutivos de una empresa, no creen en la sostenibilidad, lo que significa y lo que implica, la empresa siempre antepondrá otras prioridades”.
- Segundo, que el diseño no debe ser pensado para un único objetivo, sino que se tendrá que pensar en cómo se podrá reutilizar o cuántas vidas útiles se le podrán dar.
- Tercero, la materia prima que se seleccione para la producción puede ser elegida entre materiales reciclados, de procedencia orgánica, o el uso de sustancias químicas menos agresivas.
- Cuarto, acerca de la tejeduría y curtiduría, a pesar de que en sus procesos aún no se ha podido eliminar el uso de sustancias químicas tóxicas, se puede disminuir la huella ambiental de transporte, sustituir los materiales por otros que están más próximos.
- El quinto paso consiste en la confección, en esta etapa la mano de obra es imperativa, para lograr una sustentabilidad las condiciones laborales del personal deben ser adecuadas, seguras y éticas.



Fig 11. *Koko Klim* (Quesada, 2019).

- Sexto, acerca del almacenaje y distribución, se debe disminuir la huella de carbono del transporte, evitando al máximo o por completo el uso de aviones para el traslado de mercancía.
- Séptimo, para el punto de venta, reducir el consumo de agua y energía, aprovechando la luz y clima natural.
- Octavo, las reposiciones de productos, evitando el fast fashion.
- Noveno, acerca de la comunicación, en Dossier (2016, p. 46) “muchas veces se hacen las cosas bien y no se comunican porque, simplemente, lo importante es hacerlo bien sin tener que comunicarlo”.
- Por último, el reciclaje, en esta fase se involucra el consumidor, incentivando el reciclaje o reutilización del producto mediante estrategias de intercambio o beneficios, entre otras opciones.

Basados en estas reseñas, se puede inferir al diseño sostenible como una estrategia de creación para productos innovadores, que cumple con las necesidades del presente, y que no compromete los recursos para las generaciones siguientes, desde la ideación del mismo hasta que finaliza su

vida útil. Así lo respalda Carrasco (2017, p. 21) acerca del diseño sostenible en el ámbito textil, “toda pieza de ropa o complemento que respete el medioambiente, la salud humana, a sus trabajadores y que potencie el uso de materiales sostenibles, la reutilización de los ya existentes y la producción local”.

Por otro lado, en cuanto a la sustentabilidad Padilla (2009, p. 13) manifiesta que:

La sustentabilidad es un término ligado a la acción del hombre en relación a su entorno. Dentro de la disciplina ecológica, la sustentabilidad se refiere a los sistemas biológicos que pueden conservar la diversidad y la productividad a lo largo del tiempo.

De la misma forma, otra definición de este término se presenta como un "área que planifica todo tipo de diseño con el fin de satisfacer las necesidades del hombre sin comprometer el medio ambiente, para que las generaciones futuras no sean afectadas, y de esta forma, garantizar la continuidad de la humanidad" Mara Steiner (2011, p. 29).

Entonces cuando se habla de sustentabilidad en el marco de lo económico, social y ambiental, se refiere a que determinado elemento tiene la facultad de poderse mantener, sin agotar los recursos que dispone para esto. La sustentabilidad está combinada con la sustentabilidad ecológica y sustentabilidad socioeconómica, las mismas que consisten en mantener un equilibrio entre la necesidad del ser humano y la conservación de los recursos naturales. (Guerreo, 2015).

Apoyados en estas definiciones, el diseño sustentable se puede entender como una práctica de invención o innovación que responde a las demandas del usuario sin disponer de los recursos no renovables. En muchos casos, el diseño sostenible y diseño sustentable hacen referencia a lo mismo.

Con respecto al eco-diseño, Rieradevall (1999, p.3), menciona que este consiste en:

Acciones orientadas a la mejora ambiental del producto en la etapa inicial de diseño, mediante la mejora de la función, selección de materiales menos impactantes, aplicación de procesos alternativos, mejora en el transporte y en el uso, y minimización de los impactos en la etapa final de tratamiento.

El ecodiseño entonces está relacionado con la innovación en procesos de producción con mínimo impacto ambiental, que consistan en un uso responsable de los recursos. Además, Competitiveness and Innovation Framework (2013, p. 4) afirma que puede ser "cualquier forma de innovación con el objetivo de avanzar hacia la meta del de-

sarrollo sostenible, mediante la reducción de los impactos ambientales sobre el medio y el uso más eficiente (y responsable) de los recursos naturales, incluida la energía".

El propósito del ecodiseño es disminuir el impacto ambiental de un artículo, en todas las etapas de su ciclo de vida, desde la obtención de la materia prima, fabricación, uso, y hasta su eliminación, además se considera como una alternativa para disminuir el precio que paga el medio ambiente por su elaboración. También consiste en el análisis de su ciclo de vida conocido con las siglas (ACV). Acerca de esto, Aranda (2010, p.10) indica que "el análisis de ciclo de vida (ACV) permite además valorar si la mejora de un elemento no causa detrimento de otro".

Resumiendo lo planteado, los términos diseño sostenible, diseño sustentable y eco diseño, son semejantes en el ámbito de la ecología, todos están direccionados hacia la innovación en los procesos de producción, con el objetivo de que estos sean más amigables y conscientes con el medio ambiente.



Fig 12. *Diseño sustentable, la difícil misión imposible* (Mathieu, 2009).

1.3.3.- Creatividad sostenible

La definición de creatividad por la Real Academia Española (2020, párr. 1) es señalada como la “capacidad de creación. Facultad de crear”. El término sostenible, expuesto anteriormente como una acción que satisface las necesidades de las personas pero que no compromete al medio ambiente. Entonces, la creatividad sostenible se puede inferir como la habilidad de crear sin comprometer la estabilidad del medio ambiente.

La creatividad puede ser una valiosa herramienta para generar nuevas ideas para el desarrollo y evolución de una sociedad sostenible, siendo parte de todas las disciplinas que busquen soluciones y alternativas ecológicas. Consiste en pensar de forma original y práctica para desarrollar objetos físicos, ideas o conceptos, crear estrategias o buscar soluciones a problemas. Se desarrolla de forma espontánea, y se caracteriza por la libertad de jugar con las reglas y por poseer la sensibilidad a nuevas perspectivas, y muchas veces posee un impacto revolucionario.

“La creatividad es una emergencia en acción de un producto relacional nuevo, manifestándose por un lado la unicidad del individuo y por otro los materiales, hechos, gente o circunstancias de su vida” Rogers (1959, p. 37).

La creatividad no solo se trata de crear, también puede abarcar la innovación y la optimización en varios aspectos, en este caso priorizando los materiales renovables. Crear estrategias de lucha contra el cambio climático, de mejoras para la calidad de vida de las personas, de protección y conservación de los ecosistemas, de reducción de residuos. Además de crear técnicas para la reducción de residuos, una producción sostenible y consumo responsable. Proponer procesos en los que se prioricen los materiales renovables, reciclables y biodegradables. También puede consistir en crear métodos para reducir la huella de carbono de los productos existentes o la emisión de gases contaminantes a la atmósfera. O en el ámbito económico para un desarrollo amigable con el medio ambiente.

Orville (2019), ex Subdirector General de Planificación Estratégica de la UNESCO y miembro de la Academia Mundial de Arte y Ciencia, dentro de este marco señala que la creatividad no solo implica alternativas y posibilidades, sino

que impulsa a la sociedad:

La creatividad está en el corazón de la sostenibilidad. La creatividad se basa en prácticas sociales, económicas, ambientales y culturales sostenibles. Puede significar cualquier cosa, desde la capacidad de la humanidad para transformarse hasta abordar problemas específicos... La creatividad es un tipo especial de recurso renovable y talento humano. Implica transformar ideas, imaginación y sueños en realidad, a menudo mezclando tradición e innovación. La capacidad creativa depende del pensamiento creativo, es decir, la capacidad de generar o reconocer ideas, alternativas o nuevas posibilidades que pueden ser útiles para resolver problemas, comunicarnos con los demás y también entretenernos a nosotros mismos y a los demás... La creatividad impulsa a la sociedad hacia la sostenibilidad a través de su capacidad de imaginar y visualizar (p. 68).

Hoy en día, la creatividad está tomando una nueva dirección hacia la sostenibilidad, es así un tema en tendencia. Como manifiesta Puigverd (2020) un experto en economía circular “El futuro del diseño pasa por pensar sus productos para el reciclaje, para que en el futuro sean fácilmente reutilizables y pensando en sus posibles vidas útiles una vez sea desechado” (p. 45).

Además, a través de la creatividad sostenible es posible promover la conciencia social. Puede estar presente tanto en los creadores de productos, como en los consumidores de los mismos, todo con el objetivo de proponer nuevas estrategias para una sociedad que se pueda desarrollar sin agotar los recursos de la naturaleza. “La UNESCO ha demostrado que la economía creativa es hoy en día una potente fuerza transformadora en el mundo” Directora General de la UNESCO (citado en Bokova, 2020, párr. 6). Esta fortaleza puede ser aprovechada para cambiar la forma en la que utilizamos los recursos del planeta.

Las marcas nos seducen para que compremos más y más. El ‘lo quiero’ acaba prevaleciendo en la gran mayoría de los casos, por mucha conciencia ecológica que tengan algunos consumidores. Lo que está ca-

lando más es el concepto de moda sostenible, también en el mundo del lujo. Ser sostenible está bien, porque no contaminamos, no explotamos a niños y, además, nos permite seguir siendo consumistas Galindo (2015, párr. 1).



Fig 13. *Creatividad sostenible* (Micasa, 2015).

Entonces también desde la perspectiva de una sociedad consumista, a través de la creatividad tenemos la posibilidad de cambiar y crear nuevos productos que estén direccionados hacia el cuidado del medio ambiente. Acerca del consumo sostenible, el Ministerio de Medio Ambiente de Norway (1994, citado en Folgueira, 2018) expone que este consiste en “el uso de bienes y servicios que responden a las necesidades básicas y aportan una mejor calidad de vida, minimizando el uso de recursos naturales, materiales tóxicos y emisiones de residuos y contaminantes a lo largo del ciclo de vida, para no comprometer las necesidades de las generaciones futuras” (pp. 23-24).

“La creatividad es una habilidad que existe no solo en las artes y la cultura. Hay creatividad tecnológica, creatividad científica, creatividad social, creatividad política y, no menos importante, creatividad empresarial” Orville (2019, p. 68). Por lo tanto, la creatividad sostenible es cualquier creación o innovación que implique un desarrollo en equilibrio con el medio ambiente y los recursos del mismo.

1.3.4.- Diseño

En la actualidad, el diseño como disciplina posee varias definiciones o conceptos. Según la perspectiva de Wong (1991), el diseño no se trata solamente de un acto mediante el cual se logra embellecer un objeto, sino que va mucho más allá, ya que contempla la parte formal de los objetos y su función. Es por esto que se lo puede considerar como un valor adicional en la configuración de los objetos, que se tratará a continuación.

1.3.5.- El diseño como valor agregado

Se considera como valor agregado a los diversos factores que diferencian de manera positiva a unos productos de otros. La palabra valor, hace referencia a la utilidad de un objeto específico, lo que se conoce como valor de uso. Además, también se puede referir a la capacidad de adquirir o comprar bienes.

Mediante el diseño es posible modificar la forma, la complejidad, la tecnología y las características de los diferentes objetos, incluso se puede transformarlos en otros mejores y ser considerado como un valor agregado, si mediante este se logra la innovación de dichos productos. Este valor depende de los recursos involucrados.

El diseño como trabajo intelectual aporta un valor intangible a los objetos, este puede intervenir desde la transformación de la materia prima, hasta la creación de bienes o productos. En muchos de los casos es este trabajo intelectual, el que



Fig 14. *Carolina Herrera, la dama de la alta costura* (Vogue Uk, 2011).

eleva el valor económico de un objeto, dependiendo de los conocimientos, habilidades y destrezas de quien diseña, e incluso este puede ser mayor que el trabajo físico. Siendo está en una relación directa con la cualidad innovadora.

El diseño puede estar direccionado a diferentes categorías para lograr agregar valor a un elemento, entre estas están: La primera categoría es la del valor estético, Doria (2011, p.1) expresa que “el diseño es esencia, instante sublime, construcción de imagen realizada a través de un filtro estético y poético que va más allá de su simple descripción”. Entonces, para la autora el diseño es considerado como una herramienta que permite construir o mejorar entre otras características, el aspecto estético de un objeto. Además, manifiesta que:

En el entorno del diseño es muy importante el factor psicológico para conseguir el propósito que se busca como objetivo principal: crear fantasías y seducir al consumidor, donde el diseñador toma decisiones claves sobre un color, una forma, un tamaño, una imagen, una textura (p. 5).

Entonces, según la autora este valor diferenciador, posee influencia sobre la conducta y comportamiento de los consumidores ya que mediante este se pueden producir sensaciones que atraen a los consumidores, hacia determinado objeto. Pero este es un valor subjetivo.

La segunda categoría es la del valor ergonómico. Esto se refiere a la comodidad y seguridad del usuario, que facilitan el desempeño humano en determinadas actividades y se percibe mediante el sistema de: usuario- objeto- entorno. La Asociación Española de Ergonomía (2020, párr. 2) afirma que “la ergonomía es el conjunto de conocimientos de carácter multidisciplinar aplicados para la adecuación de los productos, sistemas y entornos artificiales a las necesidades, limitaciones y características de sus usuarios, optimizando la eficacia, seguridad y bienestar”. Por lo tanto, esto significa que el valor ergonómico se desarrolla con un enfoque hacia el usuario.

Otra de las categorías del diseño como valor agregado es la del valor práctico o utilitario. Este se fundamenta en las necesidades del usuario y responde a las mismas, ya que se diseña con el objetivo de cumplir con determinadas tareas según la necesidad del usuario.

Y finalmente, el diseño desarrollado hacia el valor productivo. Mediante el cual se planifica el aprovechamiento eficiente de los recursos, durante diversos procesos de producción o manufactura.

Conforme a lo expuesto, se puede concluir que el diseño como proceso creativo, mediante el cual se manejan las texturas, formas, colores, estructuras, siluetas; está dirigido hacia estos valores que logra incrementar o agregar valor a los productos. Se perciben en términos prácticos e influye directamente en el valor de cambio y en la satisfacción de los usuarios o consumidores quienes buscan nuevos conceptos o experiencias a partir de sus características, función, estética, o valores ecológicos en los productos.

1.3.6.- Resignificar a través del diseño

Para entender cómo el diseño puede resignificar los objetos, primero es necesario conocer que el diseño también funciona como un método para la resolución de problemas, ya que genera soluciones y respuestas a las necesidades de los consumidores, y al mismo tiempo influye en la percepción de mensajes, ya sea creando una conexión entre el consumidor y el producto o interviniendo en él para causar un impacto positivo. “Diseñar es un proceso de adaptación del entorno objetual a las necesidades físicas y psíquicas de los hombres de la sociedad” Löbach (1981, párr. 1).

Además, el diseño tiene la capacidad de funcionar como una estrategia o herramienta para configurar la percepción de los diferentes elementos y construir una realidad social que influye en el juicio, creencias, y conducta de las personas. Simons (1996, p. 111) en su libro *The Sciences of the Artificial* afirma que “todo el que diseña lo hace con el ánimo de cambiar situaciones existentes en otras preferidas”.

Las referencias que tenemos de los objetos vienen instauradas por las circunstancias de su uso, su estado y su conexión con el usuario. El diseño puede transformar la forma estética y funcional de dichos objetos, mediante las decisiones que toma el diseñador, y mediante su intervención este puede aportar mejoras en condiciones de calidad, procesos, materiales e innovación.

Entonces se puede asociar al diseño con el proceso de re-

significación ya que este permite cambiar e innovar diferentes objetos. De esta manera un producto que fue creado para una función práctica o funcional, simbólica o estética determinada, puede tomar una diferente dirección gracias al diseño.

El diseño además posee un gran impacto en la sociedad, ya que es una disciplina que permite mejorar estéticamente, transformar la información, y esto a su vez afecta las actitudes y decisiones de la sociedad.

Esta resignificación se puede dar mediante una nueva disposición de los elementos que componen dicho producto, o cuando este empieza a tener otro uso, y estos cambios a su vez crean diferentes percepciones en las personas, sobre este producto.

1.3.7.- Diseño de indumentaria

El diseño de las prendas de vestir se realiza dependiendo de diferentes factores, entre ellos las tendencias de moda, los gustos o necesidades del usuario, la ocasión de uso entre otros. Llegando así a abordar en el siguiente apartado a la indumentaria casual y a las prendas exteriores como parte de ello.

1.3.8.- Indumentaria casual

El término indumentaria de acuerdo a la Real Academia Española (2019, párr. 1), se define como la “vestimenta de una persona para adorno o abrigo de su cuerpo”.

Por otro lado, acerca de la indumentaria casual hace referencia a prendas de vestir de carácter informal, es decir que se pueden adaptar a varios contextos de la vida cotidiana. Este universo del vestuario emerge en los años 60 como parte del inicio de la intervención de la mujer en el mundo laboral, la capacidad de consumo de los jóvenes de la época y los nacimientos posguerra. Aparecen prendas versátiles que pueden mezclarse con otras o entre sí y además ser apropiadas para diferentes ocasiones y actividades (Barceló, 2020).

Las prendas casuales básicas que deben poseer tanto mujeres como hombres, según Jaramillo (2010) son:

Debe existir una variedad de camisas, camisetas, pantalones, faldas, suéteres, sudaderas y chaquetas, porque guardan siluetas fluidas que otorgan un aspecto “suelto y comfortable”, además pueden armar conjuntos entre ellas, la tipología de detalles como puños, largos, cuellos, ya dependerá de cada usuario y mercado de tendencias (p. 59).

Las características de la indumentaria casual son uso de fibras sintéticas, artificiales o naturales, pero las más comunes son las que están hechas de algodón puro o mezclado con otras fibras como el nylon. Los colores más frecuentes son

los neutros, con siluetas más relajadas, pero con cortes. Se caracteriza por la simplicidad, naturalidad y sobre todo la comodidad, pero sin descuidar los detalles. Además, permite transmitir el estilo propio y la personalidad.



Fig 15. Qué es el estilo Smart casual y por qué unirte a él (Summum, 2018).

De la misma forma, Riviere (1996, citado en Cooper, 2018), afirma que: “la moda casual es un estilo que se utiliza en la vida cotidiana, sin importar el horario o el lugar. Es posible combinar los atuendos dependiendo del evento o situación” (p. 26).

Entonces la indumentaria casual consta de prendas de fácil acceso, ya que son creadas de forma masiva. A su vez se dividen en 4 subcategorías: el casual *jean wear*, este look como base comprende un pantalón jean, pero puede variar a chaquetas, shorts o vestidos cortos, pero de base textil denim. Estas prendas pueden ser combinadas con casacas, camisas, camisetas, blusas o accesorios.

Por otra parte, según la Escuela Europea Des Arts (2019), “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” (párr. 3). Por lo tanto, está creada esencialmente para ser práctica y cómoda, es fácil de usar y se adapta a las diferentes situaciones.

El *casual sport wear*, que comprende prendas para hacer deporte o actividades que requieran movimientos corporales, pero que tienen acabados de prendas más formales.

Otra subcategoría es el casual deportivo, el cual es apropiado para hacer deportes. Estas prendas comúnmente tienen una gran variedad de cortes y formas que compaginan con las combinaciones de color. Otra, es el casual elegante que consta de prendas adecuadas para ocasiones especiales, ya sean salidas hasta presentaciones importantes, consta de prendas de diversas texturas combinadas con zapatos más formales y accesorios. La última, el casual *chic*, consta de prendas con diseños sencillos y clásicos con cortes más atrevidos y es ideal para el ocio, pero también para un día de oficina.

Se puede inferir, por estos conceptos, que la indumentaria casual no está sujeta a especificaciones de su uso, sino que tiene la capacidad de adecuarse a las necesidades del usuario y formar parte del atuendo tanto como para hombres y mujeres, en cualquier ocasión.

1.3.9.- Prendas exteriores

Como parte de la vestimenta se incluyen diferentes categorías o tipologías del vestir, los mismos que se definen por su morfología, material, función, ubicación en relación al cuerpo, entre otras condiciones. Según su clasificación en base a la relación interior- exterior, estas prendas pueden ser: prendas interiores, prendas de primera piel, prendas de abrigo intermedio y prendas exteriores (Saltzman, 2004).

Las prendas exteriores son las que se exponen al medio y cubren a las demás prendas, tienen la función de ejercer abrigo y protección al cuerpo, de los elementos del medio como el clima. Estas prendas pueden ser sacos, casacas, sobretodo, impermeables, entre otros.

Son prendas confeccionadas de diferentes tipos de tecnologías, diseños, formas, cromáticas y tamaños, están en constante evolución y son susceptibles a los cambios, sin dejar la parte estética y atractiva de la prenda de lado. Según Evan (2016), estas prendas exteriores pueden ser:

Chaquetas, que van desde el cuello hasta la cintura o hasta la mitad del muslo, con abertura delantera y mecanismo de cierre para la misma; abrigos que van desde el cuello hasta el muslo o más abajo, presentan abertura frontal, mangas rectas y mecanismo de cierre; las resistentes al agua, que presentan forro, y repelen el agua; las visiblemente reves-

tidas en su interior o exterior, laminados, engomados de plástico, u otros revestimientos; las de abrigo o rendimiento recreativo que brindan protección contra el clima, mecanismos de ajuste, refuerzo en codos, hombros y puños, cierre delantero impermeable, capucha o cuello ajustable, faldón o dobladillo protector, tecnología de control de olores y costuras selladas; y finalmente la ropa de plástico, compacto, en respaldo de tela e impermeables.

1.3.10.- Las tendencias de moda, como herramienta para el diseño de indumentaria

Las tendencias de moda son estilos que se manifiestan a través de la ropa, y que están presentes en varios lugares, por un determinado tiempo. En la actualidad las tendencias de moda son diversas y en gran cantidad, debido a que los gustos son cambiantes y cada vez con mayor velocidad. De estas, generalmente se toman las de mayor impacto y se clasifican por décadas, siendo las más importantes, las que representan cada una de ellas en la historia.

Acerca de la moda, Beaton (1990, p. 349) manifiesta que:

“La moda es la expresión sutil y mudable de cada época. Sería insensato que nuestro espejo social devolviera siempre la misma imagen. Lo importante, en último término, es comprobar si esa imagen corresponde realmente a lo que sentimos que es”.

En base a este autor, se puede afirmar que mediante las tendencias de moda las sociedades pueden comunicar, representar o expresar una realidad. En efecto, son consideradas como tendencia de moda, aquellas prendas que tienen una aprobación masiva en determinado contexto y tiempo. Estas pueden tener influencias culturales, artísticas, sociales y religiosas, tanto en formas, siluetas, estilos, colores, y materiales que son plasmados por los diseñadores de moda en la creación de las prendas para cada temporada.

Así también esta afirmación se respalda en Veneziani (2007, p. 36) quien considera que:

La moda es una de las expresiones más directas de la cultura. Porque cuando el cambio ocurre, también cambia la vestimenta. Se refleja en la moda e inmediatamente en la publicidad. Ella es la expresión de lo que sucede en el presente, es un reflejo de las costumbres de la época.

Como parte del proceso de diseño, se busca la inspiración

en diversas fuentes, para luego plasmarlas en las colecciones y es el público final quien decide si acepta o no estos diseños, como tendencia. Estas propuestas primero se muestran en las pasarelas de las grandes firmas de moda, luego son adoptados y adaptados por las marcas de moda rápida, y posteriormente son observadas en las calles. Estas tendencias pueden venir marcadas por el color que se presentó en dichas pasarelas de moda, los materiales que utilizaron para la creación de esas colecciones, o las texturas, formas y siluetas que se mostraron de manera repetitiva.



Fig 16. Isabel Marant otoño-invierno 2020-2021 (Orient Palms, 2021).

Como plantea Postner (2013, p. 30) “con frecuencia, consciente o inconscientemente, adquirimos prendas en función de lo que visten nuestros semejantes, nuestros amigos, nuestros colegas o la gente famosa”, siendo así que estas decisiones tomadas por una mayoría, son consideradas como tendencias. De esta forma se configura una especie de presión social, que guía a las personas en sus decisiones de consumo.

Para Saviolo & Testa (2014, p. 9) “la moda es inspiración, creatividad, intuición. Pero también organización, estrategia, gestión. Y estos dos ámbitos, aparentemente discordantes, deben convivir y conjuntarse para asegurar el éxito de una idea empresarial”. Es entonces que las tendencias de moda constituyen una importante herramienta para el diseño de indumentaria; como mencionan los autores, estas le proporcionan información útil para su desarrollo y aseguran su éxito mediante la aceptación en el mercado.

1.3.11.- Estrategias creativas de diseño de indumentaria para la reutilización de prendas. Análisis de productos homólogos

“La ropa reciclada es un nuevo concepto de diseño que utiliza prendas antiguas o que no nos sirven, convirtiéndolas en piezas de diseño exclusivo” Romero (2012 p. 3).

Hoy en día existen varias marcas y diseñadores que se encargan de recolectar y rediseñar las prendas usadas, creando nuevos productos innovadores, con materiales que han sido descartados antes, considerándolos diseños exclusivos como menciona el autor.

Una de estas marcas que utiliza estrategias creativas para la reutilización de prendas es Remu Apparel, una marca ecuatoriana que tiene como objetivo reducir los desperdicios textiles, trabajando con mujeres de áreas marginales del país. A pesar de que su idea inicial en el 2016 era vender hamacas, ahora se dedican a la creación de chompas de jean realizadas con materiales reciclados de otras producciones del Ecuador. Esta marca tiene como principal motivación la reducción de la mayor cantidad de desperdicios, demostrando el valor de estos materiales desechados, además de generar empleos dignos para las mujeres de áreas rurales del Ecuador. Junto a esto ofrecen la opción de personalización de la prenda a los clientes.

Agustina Comas, diseñadora uruguaya radicada en Sao Paulo Brasil, y graduada en diseño textil y moda en la Escuela Universitaria Centro de Diseño de Montevideo, realiza prendas nuevas, a partir de piezas descartadas, utiliza la técnica del *upcycling* para recuperar y transformar productos descartados, y de esta manera insertarlos en el mercado. Su marca denominada Comas, por su apellido, fue creada en el año 2005, trabaja principalmente en camisas de hombre, las mismas que pasan por sus procesos de diseño para transformarse en faldas, vestidos y blusas para mujer. Sus creaciones empiezan con la selección de las piezas que han sido descartadas en controles de calidad

de las fábricas, además de los residuos de sus producciones, luego identifica y selecciona las mejores telas de acuerdo a sus criterios de diseño, experimenta la creación y el diseño libre con cada prenda. Con 5 años de funcionamiento es capaz de crear 40 prendas al mes, con un trabajo que promete un futuro más sostenible. Comas ha desarrollado un nuevo sistema tecnológico, denominado "Método Comas de Upcycling Root", el cual sirve para escalar con precisión la transformación de piezas y desechos textiles en nuevos productos; este sistema utiliza herramientas de modelado, corte, medidas, datos técnicos, etc., junto a otras nuevas.

1.3.12.- La comercialización del diseño de indumentaria

La comercialización es el "conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor" Universidad de Buenos Aires, Argentina, (s.f. p. 2). La comercialización del diseño de indumentaria incluye entonces la forma de vender un producto y las estrategias o decisiones que se emplean para que el producto de diseño llegue al usuario.

La Secretaría de Economía de México (2010, párr. 1) expresa que:

"comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelven atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal"

Para lograr la comercialización de cualquier producto es necesario planificar las herramientas de venta necesarias, como: un plan de negocio en el que se realizan estudios de mercado y competencia, para poder definir el precio, promoción y forma de distribución más adecuada para dicho producto. Además, realizar un análisis de la competencia para aprovechar sus debilidades y aplicar sus fortalezas y un marketing orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores.

Según González (2018), las estrategias de comercialización son 4, también conocidas como las 4p del marketing empresarial: estrategias de producto, precio, plaza y promoción.

Estrategias de producto: Estas estrategias definen el producto o servicio propio, con el fin de diferenciarlo de los de la competencia.

Estrategias de precio: En estas se define el precio del producto, tomando en cuenta los costos variables y fijos de la producción. Se plantean promociones, descuentos, entre otros, que logren atraer al cliente. O de manera diferente se puede optar por definir un precio elevado para situar al producto como uno de calidad.

Estrategias de plaza o distribución: En estas estrategias se asegura que el producto sea accesible al consumidor, se define si la forma de venta será directa al cliente, el canal de distribución, que puede ser físico o en línea, o si se dispondrá de distribuidores.



Fig 17. *Best shops in LA* (Magner, 2012).

Estrategias de promoción: estas se dirigen a definir la imagen del producto o servicio, marca, logotipo y los medios de difusión que se emplearán para que el mensaje de los beneficios del producto, llegue al cliente, como publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, redes sociales, entre otros. Se consideran los costos de estas estrategias y se determinan las más adecuadas para lograr impactar al público objetivo.



CAPÍTULO 2:

PLANIFICACIÓN



CAPÍTULO 2

2.- CAPÍTULO II: PLANIFICACIÓN	53
2.1.- Definición del usuario / beneficiario	53
2.2.- Definición del programa / Brief	53
2.3.- Conceptualización y estrategias creativas	58
2.3.1.- Conceptualización	58
2.3.2.- Estrategias creativas	59
2.3.2.1.- Lluvia de ideas	59
2.3.2.2.- Bocetación	61
2.4.- Definición del plan de negocios	61

2.- CAPÍTULO II: PLANIFICACIÓN

2.1.- Definición del usuario / beneficiario

Como usuarios del producto de diseño a proponerse se han determinado a los jóvenes de 15 a 24 años de edad, residentes en la ciudad de Cuenca, de estado civil solteros. Son estudiantes de colegio o de universidad; de clase media, económicamente dependientes de sus padres. Su estilo de vestir es algo urbano y casual, les gusta destacar entre sus amigos con su vestimenta. Principalmente prefieren las prendas que respondan a sus necesidades de comodidad y versatilidad, que les brinden confianza al usarlas. Les gusta la comida rápida, las golosinas, pero también las frutas, y consumen una dieta variada. Disfrutan del aire libre, la naturaleza y los paisajes del medio. Llevan un estilo de vida que se puede considerar saludable, hacen ejercicio regularmente ya que les gusta los deportes como el fútbol, vóley y atletismo. En cuanto a su personalidad, son personas abiertas a nuevas experiencias y aventuras, extrovertidos, comunicativos y espontáneos. Son jóvenes positivos y les gusta reunirse, salir e interactuar con sus amigos. Siempre están atentos a las tendencias de moda, pero son consumidores conscientes y prefieren los productos de calidad y durabilidad. Además, tienen presente los procesos de cuidado ambiental como: el reciclaje, la reutilización de materiales, reducción de desechos, entre otros. Y los empiezan a integrar en su estilo de vida. Tienen conciencia acerca del medio ambiente y los peligros de la contaminación que provocan los seres humanos. Están interesados en temas de sostenibilidad, protección animal y nuevas técnicas de producción.

2.2.- Definición del programa / Brief

Descripción del proyecto de diseño

El último proyecto corresponde al proyecto de graduación, desarrollado por la estudiante Marilyn Carpio de octavo ciclo, Paralelo "B" de la Carrera de Diseño Textil y Moda de la Universidad del Azuay. Este proyecto implica el diseño y creación de una colección de prendas exteriores, creadas a partir de prendas en desuso, de estilo casual, dirigida al mercado de jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Cuenca.

Antecedentes

En una indagación previa se ha observado un notable crecimiento en las importaciones y el consumismo de ropa en la ciudad de Cuenca, debido al modelo de producción masiva provocado por la actual moda rápida, uno de los principales responsables de que la industria textil sea la segunda más contaminante del mundo. Como consecuencia de este notable problema, surge la idea de hacer uso de las prendas que aún no han cumplido con su ciclo de vida; con el fin

de evitar que estas se desaprovechen, o terminen en los vertederos de la ciudad. Se ha propuesto diseñar y realizar prendas exteriores creadas a partir de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca, con el fin de motivar a la población a adquirirlas y usarlas, derribando los estereotipos que tienen las personas acerca de estas prendas.

Anteriormente se han realizado propuestas de colecciones de indumentaria, para diferentes sectores del mercado. Llegando a la concreción y presentación de prototipos de solamente uno de los conjuntos pertenecientes a las colecciones. Además, se poseen conocimientos previos de patronaje y confección de prendas tanto básicas como experimentales; instrucción previa en tres niveles de gestión y uno de fotografía.

Target

- Género: Masculino y femenino
- Edad: 15 a 24 años
- Ubicación geográfica: Cuenca
- Perfil del usuario/cliente: Jóvenes de 15 a 24 años de edad residentes en la ciudad de Cuenca, de estado civil solteros; estudiantes de colegio o de universidad; de clase media, económicamente dependientes. Su estilo de vestir es urbano y casual. Prefieren las prendas que respondan a sus necesidades de comodidad y versatilidad. Llevan un estilo de vida considerablemente saludable, son positivos y les gusta interactuar con sus amigos. Son jóvenes atentos a las tendencias de moda, pero son consumidores conscientes y activos en el cuidado medio ambiental.

Objetivos

Diseñar prendas exteriores enmarcadas en la indumentaria casual, basados en tendencias actuales, para jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Cuenca.

Mensaje

Procuremos que nuestros hábitos de consumo no dejen huella. Y si lo hacen que sea verde, porque nuestro futuro no es desechable, es reusable y reciclable como nuestra ropa.

Cromática

Colores condicionados por la materia prima:

Pantone 7632 C, Pantone 155 C, Pantone black C, Pantone 236 C



Fig 18. Cromática 1 (Autoría propia, 2021).

Colores condicionados por las tendencias:

Pantone Dark blue C, Pantone 514 C, Pantone Cool gray C.



Fig 19. Cromática 2 (Autoría propia, 2021).

Materiales

- Prendas en desuso como materia prima.
- Telas anti fluidas para confección de forros.
- Insumos para el rediseño de las prendas (cierres, botones, sesgos, entre otros).

Tecnologías aplicadas

- Costuras para el nuevo armado de las prendas.
- Bordados artesanales para detalles tomados de la inspiración.
- Tinturados para recuperación de telas.

Constantes y variables

Condicionantes	Siluetas	Morfología	Cromática	Materiales/ Insumos	Tecnologías
Inspiración: Naturaleza	Holgadas	Formas y cortes orgánicos		Cintas decorativas	Bordados artesanales sublimados
Usuario: Jóvenes	Rectas	Formas orgánicas	Contrastantes	Prendas en desuso	Bordados artesanales sublimados
Tendencias: Comodidad	Holgadas Rectas	Formas orgánicas	Colores neutros	Bases textiles ligeras	sublimados

Fig 20. Constantes y variables (Autoría propia, 2021).

Competencia

Como competencia indirecta se han tomado a las marcas de la ciudad de Cuenca, que comercializan prendas en desuso; y como competencia directa a las marcas que trabajan con prendas en desuso y que realizan rediseño con ellas.

Indirecta:

- El armario
Es una marca de venta de ropa de segunda mano online, que se promociona y comercializa sus prendas mediante Instagram, en la cual cuenta con más de cinco mil seguidores hasta el momento, ofrece todo tipo de prendas, pero se direcciona mayoritariamente a la venta de prendas exteriores, de marcas reconocidas mundialmente. El estilo que maneja la marca es Street y Vintage.
- We love second Hand
Es una marca de ropa de segunda mano, con tienda física ubicada en Juan Jaramillo 4-81, Mariano Cueva, Cuenca, Ecuador. Promociona sus prendas mediante redes sociales de Facebook, Instagram y mediante su página web. Ofrece compras, ventas, cambios y devoluciones en sus prendas. Pagos en efectivo y con tarjetas de crédito. No maneja un estilo predeterminado en las prendas que ofrece, y son de diversos tipos.

- **Esperanza Thrift Shop**
Es una organización benéfica sin ánimo de lucro. Recibe y comercializa prendas usadas, y destina sus fondos al Hogar Esperanza, ubicado en la calle Juan Montalvo 8-18 y Mariscal Sucre Cuenca, Ecuador.
- **Usse vintage**
Es una marca de ropa de segunda mano, con estilo Vintage, se promociona y comercializa por Instagram, y la forma de pago es mediante transferencia bancaria, y envíos por servientrega. Además, exhibe algunas de sus prendas en galerías de diseñadores cuencanos.
- **My Green Closet Consignment Exchange Store**
Es una marca que comercializa artículos de marcas reconocidas, tanto nuevos como usados, mediante redes sociales Instagram y Facebook, pagina web y tienda física ubicada en la calle Chorreras y Yanacocha Cuenca. Realiza envíos a nivel nacional mediante servientrega para compras en línea. Ofrece todo tipo de prendas y artículos en excelente estado para hombres, mujeres y niños.
- **K Armario Thrift Shop**
Es una marca que comercializa ropa nueva y usada, de marcas reconocidas en el mercado. Maneja un estilo de prendas casuales de moda actual, únicamente femeninas. Realiza sus ventas y promociona sus prendas mediante Instagram y hace envíos a todo el país.
- **2SHINE Thrift Store**
Es una marca que comercializa prendas nuevas y usadas, de estilo street wear. Comercializa y promociona sus prendas mediante Instagram realizando envíos locales y nacionales. Además, exhibe sus prendas en eventos y exposiciones locales.
- **Pal´ uso**
Es una marca que comercializa prendas de segunda mano, de estilo casual y semi formal. Trabaja únicamente mediante su cuenta de Instagram en la que cuenta con más de cinco mil seguidores, así comercializa sus prendas, con envíos a nivel nacional mediante Servientrega o transporte interprovincial.
- **Anaqueel**
Es una marca que comercializa prendas y objetos de segunda mano, reciclados. Además, exhibe en su

showroom prendas elaboradas por diseñadores locales, el mismo que está ubicado en la Av. 12 de abril y Agustín Cueva. Maneja redes sociales como Facebook e Instagram con 13.9 mil seguidores, para su promoción y comercialización, además de una página web. Realiza envíos a nivel nacional. Las prendas que maneja son de estilo Street y Vintage.

Directa

- **Bpolar Studio**
Es un taller artesanal y estudio creativo que realiza personalización y Upcycling de prendas, trabaja con cita previa, pagina web y mediante redes sociales de Facebook e Instagram con más de quinientos seguidores actualmente. Ofrece cursos artesanales, accesorios varios, entre otros. Para la personalización de las prendas, trabaja en conjunto con sus clientes, los cuales traen sus prendas y juntos proponen un diseño ya sea de pintura, confección, rearmado de prendas, entre otras técnicas de intervención textil.
- **Bang desing**
Es una marca de ropa de segunda mano y *slow fashion*, realizan modificaciones en las prendas, accesorios hechos a mano, entre otros. Manejan un estilo classy. Trabaja en conjunto con la marca Bpolar Studio y comercializa junto a esta, mediante showroom en el centro histórico de Cuenca, redes sociales Facebook e Instagram con más de seiscientos seguidores actualmente y realiza envíos nacionales.

Etapas

- Etapa de ideación
- Etapa de proceso creativo
- Etapa de bocetación
- Diseño final
- Etapa de experimentación
- Etapa de concreción
- Presentación

Tiempos

Etapa de ideación	7 días
Etapa de proceso creativo	7 días
Etapa de bocetación	14 días
Diseño final	7 días
Etapa de experimentación	7 días
Etapa de concreción	21 días
Presentación	7 días
Total:	70 días

Fig 21. *Tiempos* (Autoría propia, 2021).

Presupuesto

Etapa de ideación	-Computadora -Programa de ilustrador -Internet	\$0 \$0 \$40
Etapa de proceso creativo	-Computadora -Programa de ilustrador -Internet	\$0 \$0 \$0
Etapa de bocetación	-Computadora -Programa Sketchbook -Tableta Gráfica	\$0 \$0 \$0
Diseño final	-Computadora -Programa Sketchbook -Tableta gráfica	\$0 \$0 \$0
Etapa de experimentación	-Prendas en desuso -Telas -Insumos -Tijeras de telas -Máquina de coser recta + Máquina overlook + Máquina recubridora -Hilos	\$80 \$40 \$30 \$20 \$0 \$15
Etapa de concreción	-Prendas en desuso -Telas -Insumos -Tijeras de tela -Máquina de coser recta + Máquina overlook + Máquina recubridora -Hilos	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0
Presentación	-Computadora -Sesión de fotos -Internet	\$0 \$100 \$0
Presupuesto total		\$325

Fig 22. *Presupuesto* (Autoría propia, 2021).

Elementos obligatorios para la presentación del proyecto de diseño de indumentaria

- Documento escrito de la situación actual de las prendas en desuso en la ciudad de Cuenca.
- Procesos para el aprovechamiento de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca.
- 25 propuestas de diseño a nivel boceto,
- 15 bocetos finales, de las cuales 5 propuestas son concretadas
- Cuentas en redes sociales para la promoción y comercialización de los productos
- Registro fotográfico de las 5 propuestas
- Informe escrito de la valoración y recomendaciones.
- En caso de continuar en situación de pandemia, se realizarán simulaciones 4D de los 15 bocetos finales.

Aprobaciones

En todas las etapas del proyecto se realizará de 2 a 3 revisiones por cada una, por la Dis. María del Carmen Trelles directora del proyecto.

2.3.- Conceptualización y estrategias creativas

Se desarrolla un proceso creativo aplicando las técnicas de diseño aprendidas a lo largo de la formación académica, que conforman la propuesta de diseño.

2.3.1.- Conceptualización

Equilibrio es una colección que busca transmitir el deseable estado de la naturaleza, de armonía y estabilidad entre los seres vivos y el planeta. Mediante el planteamiento de una colección de prendas exteriores, enmarcadas en lo casual, para jóvenes de 15 a 24 años, de clase media de la ciudad de Cuenca. En esta propuesta la naturaleza representa todo lo que existe, se produce o modifica en el mundo sin la intervención del ser humano. Esta ha sido abordada desde la expresión de lo maravilloso de sus elementos y biodiversidad representados a partir de siluetas, formas, gama de colores, materiales y tecnologías propuestas.

A continuación, se presenta una colección con siluetas holgadas, cortes y formas orgánicas mediante las que se transmiten la diversidad de los elementos

que componen la naturaleza, dispuestos en diferentes partes de las prendas. Los colores neutros y luminosos, que se contrastan, y los colores cálidos y fríos que se complementan entre sí, resaltando los distintos protagonistas de la naturaleza. Se han generado bases textiles de diversas texturas y composiciones, mediante la combinación de prendas para formar nuevos diseños, y que por su apariencia y comportamiento se complementan representando la esencia de la naturaleza y su multiplicidad. Las tecnologías textiles de costura, bordado y tinturado, aplicadas en las propuestas de la colección, como como un recurso preciso para fusionar gráficas y materiales que remiten asimismo al encuentro entre los componentes de la naturaleza, todos estos diseños basados en tendencias actuales que los convierten en productos únicos, conscientes y de calidad.

2.3.2.- Estrategias creativas

2.3.2.1.- Lluvia de ideas

Se emplea la técnica de lluvia de ideas que ayuda a organizar ideas rápidas, y generar estrategias que facilitarán el proceso de diseño.



Fig 23. Lluvia de ideas 1 (Autoría propia, 2021).

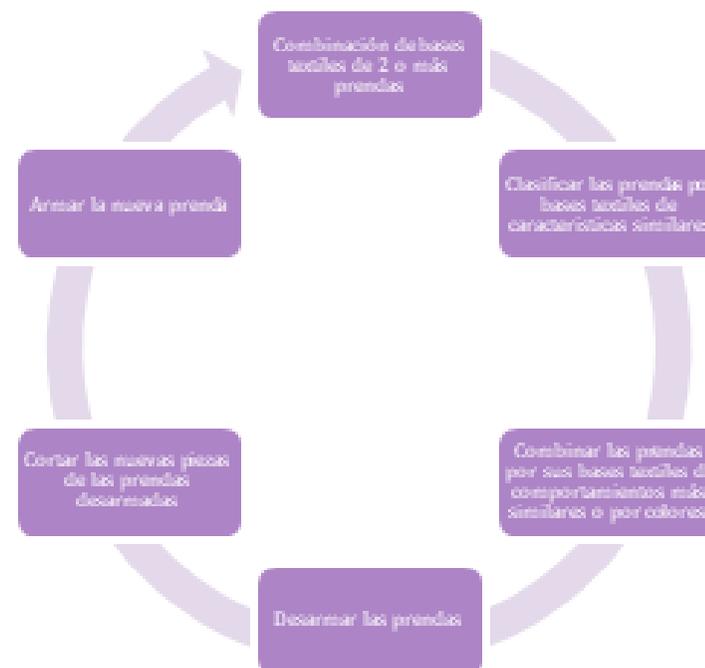


Fig 24. Lluvia de ideas 2.(Autoría propia, 2021).

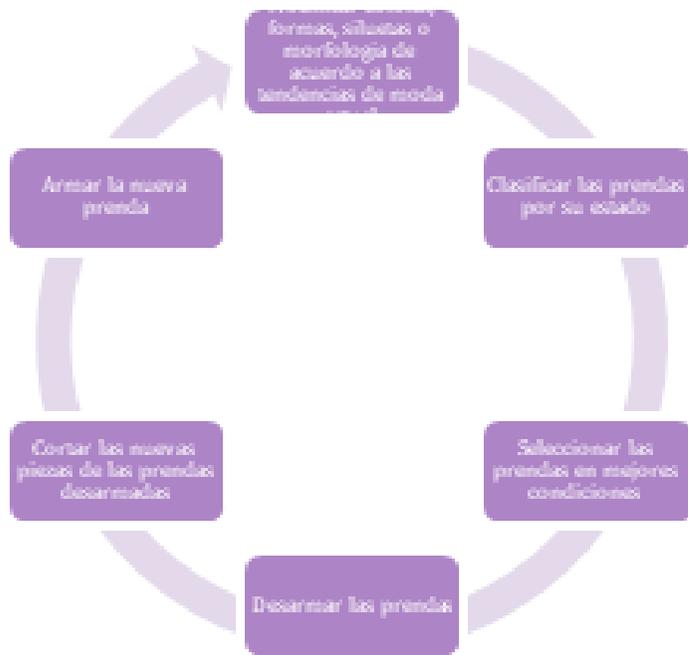


Fig 25. Lluvia de ideas 3 (Autoría propia, 2021).



Fig 26. Lluvia de ideas 4 (Autoría propia, 2021).



Fig 27. Lluvia de ideas 5 (Autoría propia, 2021).

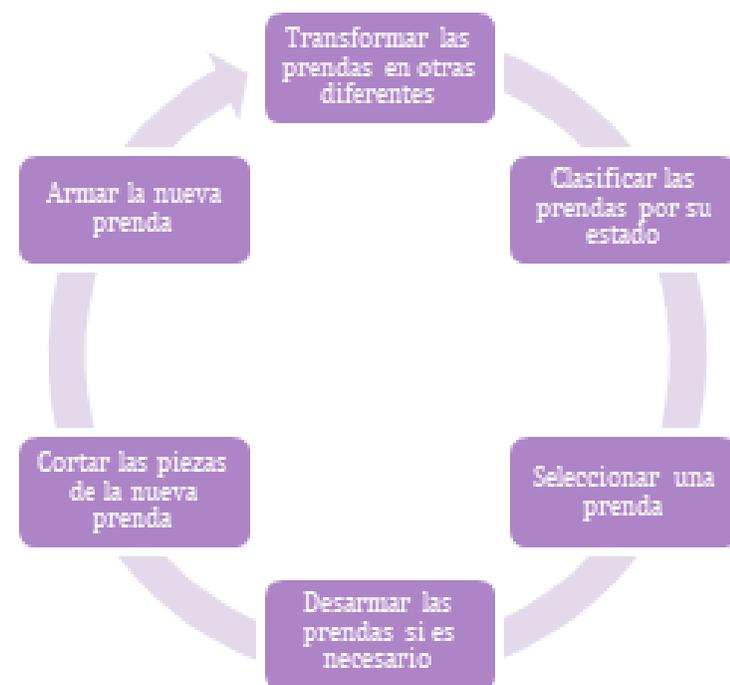


Fig 28. Lluvia de ideas 6.(Autoría propia, 2021).

2.3.2.2.- Bocetación



Fig 29. Ejemplo de bocetación (Autoría propia, 2021).

2.4.- Definición del plan de negocios

Nombre de la Idea de Negocio: Moda *Trashion*. Re significación de ropa en desuso a través del diseño en la ciudad de Cuenca.

Razón Social: Resurface.

Nombre Comercial: Resurface. Palabra que se traduce del idioma inglés, como resurgir o volver a emerger.

Planteamiento estratégico: La empresa Resurface busca posicionarse en el mercado textil juvenil cuencano como una empresa diferente que brinde a sus clientes comodidad, calidad y sentido de pertenencia al usar las prendas producidas como modelos únicos y a su vez ayudar al medio ambiente concientizando a las personas sobre el empleo de la ropa usada.

Visión del negocio: La visión de Resurface es ser la marca de prendas exteriores líder a nivel nacional, que sea reconocida principalmente por la calidad de cada una de sus prendas, la ética en sus procedimientos y por promover el consumo sostenible creando conciencia ambiental en cada uno de sus clientes. Brindando prendas originales y únicas siempre.

Misión del negocio: La misión de Resurface es crear una empresa de diseño de prendas eco amigables que contribuyan a la disminución de la contaminación ambiental provocada por la industria de la moda, manteniendo costos competitivos en el mercado, y ofreciendo prendas con diseños de calidad para los jóvenes.

Objetivos del negocio:

- Posicionarse en el mercado local como una marca de calidad, líder en el mercado del diseño de ropa eco amigable.
- Vender un 15% más cada mes durante el primer año.
- Destacar en el mercado con modelos innovadores y diferentes.

Breve descripción del negocio: Es una empresa comercial que ofrece principalmente prendas exteriores, creadas a partir de las prendas en desuso de la ciudad de Cuenca.

Está dirigida a los jóvenes entre 15 a 24 años de edad, se desarrolla en la ciudad de Cuenca, y su diferencial es la conciencia ecológica y social, al trabajar con prendas que podrían estar destinadas a los vertederos, además brindan protección a los usuarios.

Análisis del mercado

Análisis del entorno empresarial

Anaqueel	Se pueden realizar convenios, para que las prendas de la marca Resurface se exhiban en su showroom, ubicado en en la Av. 12 de abril y Agustín Cueva.
• Bpolar Studio	Se podrían realizar alianzas para que la marca aplique técnicas artesanales a las prendas diseñadas por la marca Resurface.

Fig 30. Entorno empresarial (Autoría propia, 2021).

Análisis del mercado potencial

CONCEPTO	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	35.359
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	8840
Establecer la cantidad que compran por período	1 al mes
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	5

Fig 31. Mercado potencial (Autoría propia, 2021).

Segmento de mercado: público objetivo: Jóvenes de 15 a 24 años de la ciudad de Cuenca.

Ventaja competitiva:

- Liderazgo en costes: Mediante estrategias que permitan reducir los costes sin disminuir la calidad del producto. En este caso la empresa sustituirá las tecnologías aplicadas, de mayor costo por unas de menor, pero de igual calidad. Logran obtener los costes de producción más bajos que los competidores, y poder ofrecer el precio más bajo del mercado.
- Diferenciación: Disponer de diseños basados en tendencias, de la mejor calidad.

Análisis de la competencia

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la eligen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				
Anaqueel	x			Jóvenes Millennials Generación Z Estrato social medio	Por ser productos de diseñadores locales. Estilo Street y Vintage	-Facebook -Instagram -Showroom Av. 12 de abril y Agustín Cueva.	De \$15 a \$55
Bpolar Studio			x	Jóvenes Millennials Generación Z Estrato social medio y bajo	Trabaja con técnicas artesanales	-Facebook -Instagram	De \$7 a \$25
Bang design		x		Jóvenes Millennials Generación Z Estrato social medio y bajo	Maneja un estilo Classy en sus prendas	-Facebook -Instagram -Showroom	De \$4.99 a \$22.99
We love second Hand	x			Mujeres jóvenes y adultas Estrato social medio	Ofrece diversidad de prendas y estilos.	-Facebook -Instagram -Tienda física en Juan Jaramillo 4-81, Mariano Cueva -Página web	De \$4.99 a 34.99
My Green Closet Consignment Exchange Store	x			Jóvenes, niños y adultos Estrato social medio	Ofrece prendas de marcas reconocidas, en excelente estado.	-Facebook -Instagram -Tienda física en Chorreras y Yanacocha -Página web	De \$10 a \$30

Fig 32. Análisis de la competencia (Autoría propia, 2021).

Estrategias de mercadeo

Estrategia de producto o servicio:

- Precios Premium: Los precios son más altos que el de los competidores para productos que buscan posicionarse como únicos y exclusivos. El objetivo de esta estrategia es transmitir el valor que aporta el producto a los usuarios.
- Servicio postventa: los compradores podrán traer sus prendas las veces que necesiten arreglos en sus prendas adquiridas, totalmente gratis.

- Precio emocional: se hace uso de la psicología del consumidor. Por ejemplo, cuando se oferta un producto en \$9.99 en vez de una cantidad cerrada como \$10.
- Servicio: se promoverá a que los usuarios reconozcan los productos como amigables con el medio ambiente, mediante etiquetas de código QR que direccionen a páginas sobre conciencia ambiental.
- Beneficios: Los clientes podrán entregar prendas en desuso como parte de pago por otras nuevas. (su valor dependerá del estado de la prenda).

Estrategia de precio

¿Cuál será el precio del producto?	De \$35 a \$40
¿Cómo se ha determinado el precio?	Costos: (Materia prima: telas hilos botones cierres, Mano de obra directa: empleados, Costos indirectos de fabricación: publicidad, empleados en áreas administrativas) + costos fijos: servicios básicos, renta + porcentaje de ganancia (15% más de los costos)
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Precio de introducción al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios El estado y apariencia de la tela de las prendas que se usen para los nuevos diseños.	

Fig 33. Estrategia de precio (Autoría propia, 2021).

Estrategia de distribución (plaza).

- En el corto plazo la distribución se enfocará en la venta de manera directa, principalmente para reducir costos.
- Se utilizarán redes sociales para promocionar los productos. Y anuncios pagados en Facebook, Instagram, Tik tok, Google (palabras clave) para llegar al público objetivo.
- De acuerdo al número de compra y la ubicación del cliente se recargará el valor de la entrega.

Estrategia de Promoción

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Para promocionar el negocio se utilizarán las redes sociales con el apoyo de influencers a manera de impulsores de los productos.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	De un 2 al 10% de las ventas se destinará para la promoción.
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Se realizarán publicaciones constantes de los productos disponibles, los procesos de su manufactura y datos importantes como su procedencia, etc.	

Fig 34. Estrategia de promoción (Autoría propia, 2021).

Estudio técnico de la producción

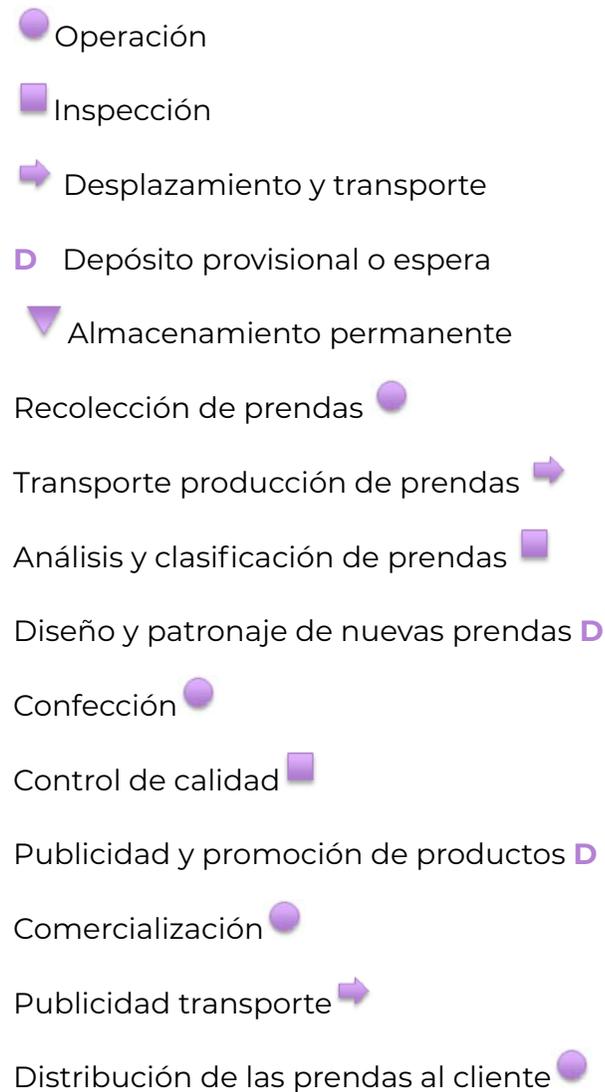
Características de la localización: Inicialmente el emprendimiento no tendrá un espacio o lugar físico como punto de venta. Debido a las irregularidades producto del coronavirus se considera que el optar por un local para la venta va a incurrir en costos muchos de los cuales se convertirán en irrecuperables. Por lo tanto, se ha optado por utilizar el marketing digital como redes sociales para llegar a los clientes. Se tendrá una tienda digital en la cual se exhibirán los productos con sus respectivas información acorde a sus características y detalles para que los clientes puedan adquirir los productos y se les ofrecerá un envío a domicilio dependiendo de su localidad (dentro de la ciudad) gratis y fuera de la provincia con un recargo adicional.

Bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo).

<ul style="list-style-type: none"> • Hombre • Chompas • Casacas • Camisetas • Abrigos • Sacos
<ul style="list-style-type: none"> • Mujer • Chompas • Casacas • Camisetas • Abrigos • Sacos

Fig 35. Distribución de local (Autoría propia, 2021).

Diseñar el diagrama de Operaciones en Proceso de la elaboración de su producto o servicio.



Listado de las máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.

Maquinaria	Cantidad (Unidades Requeridas)
Maquina de coser recta	1
Maquina de coser overlook	1
Maquina de coser recubridora	1
Equipos y Herramientas	Cantidad (Unidades Requeridas)
Tijeras de tela	2
Ciortador de tela o cutter	1
Base de corte	1
Reglas de patronaje	1
Corta hilos	1
Abridor de costura	1
Cinta metrica	1
Maniquí	1
Tizas sastre	5
Alfileres	10
Agujas de maquina de coser	2
Centro de planchado	1

Fig 36. Lista de implementos (Autoría propia, 2021).

Realizar el cálculo de Materiales y/o Materias Primas que usarán en el proceso productivo.

Materia Prima Insumos	Cantidad Unidades Requeridas	Unidades a Producir	Necesidad de Materiales
Prendas en desuso	100	5	1 u
Telas	50	5	1 m
Hilos	6	5	2 u
Insumos	20	5	3 u

Fig 37. Cálculo de implementos (Autoría propia, 2021).

Listado de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

- Lira telas
- Distribuidora Salamea
- Lira insumos
- Almacenes gogo

Organización de las personas en el proceso productivo.

Listado de las personas que se necesitan para producir la cantidad de bienes o servicios detallados en este Plan de negocio.

Puesto de Trabajo	Número
Diseñador	1
Patronista	1
Costurera	1
Administrador	1

Fig 38. Organización en el proceso productivo (Autoría propia, 2021).

Enumerar las tareas según las responsabilidades de cada uno.

Puesto de Trabajo	Tareas del puesto	Experiencia mencionada en la Idea de Negocio u Otra
Diseñador	Diseño de prendas	Si
Patronista	Patronaje	Si
Costurera	Corte y confección	Si
Administrador	Compras de materiales y venta de prendas	Si

Fig 39. Tareas y responsabilidades (Autoría propia, 2021).

Estudio económico

Determinar la proyección de ventas en unidades.

N°	Producto	Precio del producto o servicio	Períodos						Total
			1	2	3	4	5	...	
1	Chompa	29	2	4	4	5	5		20
2	Casaca	31	2	4	4	5	5		20
3	Abrigo	30	2	4	4	5	5		20
4	Blazer	29	2	4	4	5	5		20
5	Saco	31	2	4	4	5	5		20

Fig 40. Proyección de ventas (Autoría propia, 2021).

Plan de inversión con los datos obtenidos.

Rubro	Valor Unit.	Unidad. Requeridas	Inversión Total
1. Activo Fijo			
Terrenos y/o Infraestructura			
Maquinarias y Equipos			
Máquinas de coser recta	370	1	370
Máquinas de coser overlock	610	1	610
Máquinas de coser recubridora	620	1	620
Herramientas			
Tijeras de tela	20	2	10
Reglas de patronaje	20	1	20
Centro de planchado	100	1	100
Cortador de Tela o Cúter	35	1	35
Base de corte	16	1	16
Tijera corta hilos	1	1	1
Abridores de costuras	1	1	1
Cinta métrica	1	1	2
Alfileres	0.5	10	5
Tizas sastre	0.5	5	2.5
Muebles y Enseres			
Maniquí	100	1	100
Mesa de cortar	50	1	50
Total Activos Fijos			1942.5
2. Gastos Pre Operativos			
Pago de sueldos	400	1	400
Proveedores	40	3	120
Renta local	300	1	300
Total, de Gastos Pre Operativos.			820
3. Capital de Trabajo			
Línea de crédito	6000	1	6000
Total de Capital de Trabajo			6000
TOTAL			9582

Fig 41. Plan de inversión (Autoría propia, 2021).

Determinación de la Estructura de costos.

Producto representativo: Casaca

Unidad de costos:

Periodo de estimación: mensual

Volumen de producción por periodo: 10

Rubro	Valor Unit.	Unid. requeridas por prenda	Unid. Requeridas Totales	Costo Total	
				FIJO	VARIABLE
1. Costos directos					
Materiales					
Prendas en desuso	1	2	20		20
Telas antilfluido	6	1	10		60
Insumos	0.5	3	15		15
Mano de Obra					
Diseñador y Patronista	40	1	1	40	
Costurera	100	1	1	100	
Gastos de fabricación					
Electricidad	10		1	10	
Agua	10		1	10	
				160	95
Total Costos Directos				255	
2. Costos Indirectos					
Gastos Administrativos					
Gastos de Ventas					
Publicidad	30		1		30
Transporte	5		1		5
Total Costos Indirectos	35				
TOTAL					103

Fig 42. Estructura de costos (Autoría propia, 2021).

Determinar El costo Total Unitario de producción.

$$CTU = CFU + CVU$$

Costo total variable 95

Costo total fijo 160

CT → Costo total = costo total fijo + costo total variable = 160 + 95 Con 10 productos

CFU → Costo fijo unitario = 160/10 productos al mes = 16

CVU → Costo variable unitario = 95/10 productos al mes = 9,5

CTU = costo total unitario → 16 + 9,5 = 27,5

Ahora se puede calcular el Precio de Venta Unitario – PVU

$$27,5 + 10\%(CTU) \rightarrow 27,5 + (27,5 \cdot 0,1) = 30,25$$

Calcular la Proyección de Ventas.

N°	Producto	Precio del producto o servicio	Períodos					Total \$
			1	2	3	4	5	
1	Chompa	29	58	116	116	145	145	580
2	Casaca	31	62	124	124	155	155	620
3	Abrigo	30	60	120	120	150	150	600
4	Blazer	29	58	116	116	145	145	580
5	Saco	31	62	124	124	155	155	620
	TOTAL		300	600	600	750	750	3000

Fig 43. Calcular la Proyección de Ventas (Autoría propia, 2021).

Margen de Contribución y Punto de Equilibrio.

Contribución Marginal = Precio venta - Costo Variable Unitario

N°	Producto	Precio del producto o servicio	Costo Variable Unitario	Contribución marginal
1	Chompa	29	9,5	19,5
2	Casaca	31	9,5	21,5
3	Abrigo	30	9,5	20,5
4	Blazer	29	9,5	19,5
5	Saco	31	9,5	21,9

Fig 44. Contribución marginal (Autoría propia, 2021).

Punto de equilibrio = costo fijo total/ margen de contribución = cantidades

Punto de equilibrio = S/. = cantidades x precio de venta

N°	Producto	Precio del producto o servicio	Costo Variable Unitario	Costo Fijo Total	Contribución marginal	Punto de Equilibrio en Cantidades	Punto de Equilibrio en \$
1	Chompa	\$ 29	9,5	160	19,5	8,2 = 8 unid	8 unid * 29 = \$232
2	Casaca	\$ 31	9,5	160	21,5	7,44 = 7 unid	7 unid * 31 = \$217
3	Abrigo	\$ 30	9,5	160	20,5	7,8=8 unid	8 unid * 30 = \$240
4	Blazer	\$ 29	9,5	160	19,5	8,2 = 8 unid	8 unid * 29 = \$232
5	Saco	\$ 31	9,5	160	21,5	7,44 = 7 unid	7 unid * 31= \$217

Fig 45. Punto de equilibrio (Autoría propia, 2021).

Con toda la información que se maneja, ahora se puede elaborar el flujo de caja del negocio.
Flujo de efectivo

CONCEPTO	PERÍODOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
INGRESOS (A)						
VENTAS	300	600	600	750	750	
EGRESOS (B)	255	255	255	255	255	
ACTIVO FIJO						
TERRENOS E INFRAESTRUCTURA						
MAQUINARIA Y EQUIPOS	1600					
HERRAMIENTAS	192.5					
MUEBLES Y ENSERES	150					
GASTOS PRE OPERATIVOS						
MATERIA PRIMA / INSUMOS	95	95	95	95	95	
MANO DE OBRA	140	140	140	140	140	
COSTOS INDIRECTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
GASTOS DE VENTAS	35	0	35	0	35	
SALDO ANTES DE IMPUESTOS (A-B)	45	345	345	495	495	
IMPUESTOS	5,4	41,4	41,4	59,4	59,4	
SALDO ECONÓMICO (C)	39,6	303,6	303,6	435,6	435,6	

Fig 46. Flujo de efectivo (Autoría propia, 2021).

Actividad de financiamiento

Aporte de capital					
Préstamos	2500				
Amortización					
Neto actividad de financiamiento (D)	2500				
Incremento neto de efectivo (C+D)	2539.6	303.6	303.6	435.6	435.6
Efectivo al inicio del periodo	2539.6				
Efectivo al final del periodo	2539.6	303.6	303.6	435.6	435.6

Fig 47. Actividad de financiamiento (Autoría propia, 2021).





CAPÍTULO 3:

DISEÑO



CAPÍTULO 3

3.- Capítulo III: Anteproyecto	77
3.1.- Ideación y proceso creativo	77
3.1.1.- Moodboards	77
3.2.- Bocetación	81
3.2.1.- Primera bocetación	81
3.2.2.- Segunda bocetación	83
3.2.3.- Bocetación final	90

Usuario

En el moodboard de usuario (ver figura 49), se han plasmado jóvenes de la ciudad de Cuenca seleccionados por su personalidad y estilo de vida, para quienes irán dirigidas las propuestas de diseño.



Fig 49. Usuario (Autoría propia, 2021).

Tendencias

En el moodboard de tendencias se han seleccionado prendas actuales tomadas de las colecciones de: Moncler pret a porter otoño-invierno 2020-2021; Raf Simons ready to wear primavera 2021 y Alexander McQueen pret a porter primavera 2021. Se evidencian detalles que aportaran en las propuestas de diseño como: cuellos altos, acolchados, mangas holgadas y colores contrastantes.



Fig 50. Tendencias (Autoría propia, 2021).

Homólogos

En el moodboard de homólogos se han plasmado propuestas de diseño de marcas como: *Trashion Factory*, *Meiloumi*, *Casa Margiela* y *Zala Hrastar*, las mismas que han realizado sus propuestas empleando prendas en desuso, y aplicando diferentes técnicas de diseño.



Fig 51. Homólogos (Autoría propia, 2021)

3.2.- Bocetación

3.2.1.- Primera bocetación



Fig 52. Boceto 1 (Autoría propia, 2021). **Fig 53.** Boceto 2 (Autoría propia, 2021). **Fig 54.** Boceto 3 (Autoría propia, 2021). **Fig 55.** Boceto 4 (Autoría propia, 2021).



Fig 56. Boceto 5 (Autoría propia, 2021). **Fig 57.** Boceto 6 (Autoría propia, 2021). **Fig 58.** Boceto 7 (Autoría propia, 2021). **Fig 59.** Boceto 8 (Autoría propia, 2021).

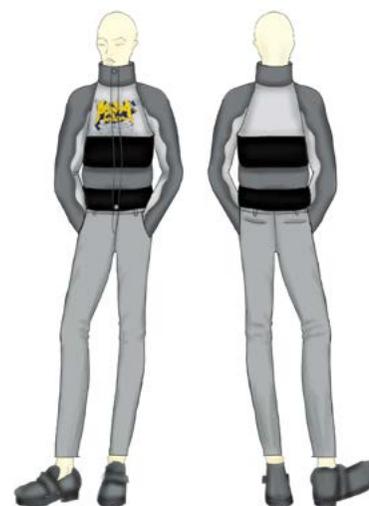


Fig 60. Boceto 9 (Autoría propia, 2021). **Fig 61.** Boceto 10 (Autoría propia, 2021). **Fig 62.** Boceto 11 (Autoría propia, 2021). **Fig 63.** Boceto 12 (Autoría propia, 2021).

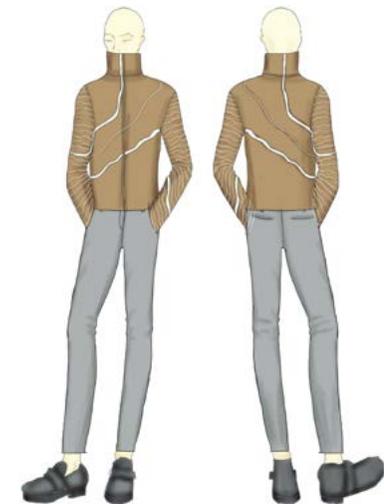
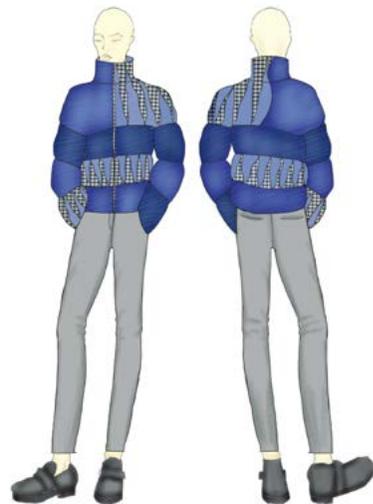


Fig 64. Boceto 13 (Autoría propia, 2021). **Fig 65.** Boceto 14 (Autoría propia, 2021). **Fig 66.** Boceto 15 (Autoría propia, 2021). **Fig 67.** Boceto 16 (Autoría propia, 2021).



Fig 68. Boceto 17 (Autoría propia, 2021). **Fig 69.** Boceto 18 (Autoría propia, 2021). **Fig 70.** Boceto 19 (Autoría propia, 2021). **Fig 71.** Boceto 20 (Autoría propia, 2021).

3.2.2.- Segunda bocetación



Fig 72. Boceto 21 (Autoría propia, 2021).

Fig 73. Boceto 22 (Autoría propia, 2021).



Fig 74. Boceto 23 (Autoría propia, 2021).



Fig 75. Boceto 24 (Autoría propia, 2021).



Fig 76. Boceto 25 (Autoría propia, 2021).



Fig 77. Boceto 26 (Autoría propia, 2021).



Fig 78. Boceto 27 (Autoría propia, 2021).



Fig 79. Boceto 28 (Autoría propia, 2021).



Fig 80. Boceto 29 (Autoría propia, 2021).



Fig 81. Boceto 30 (Autoría propia, 2021).

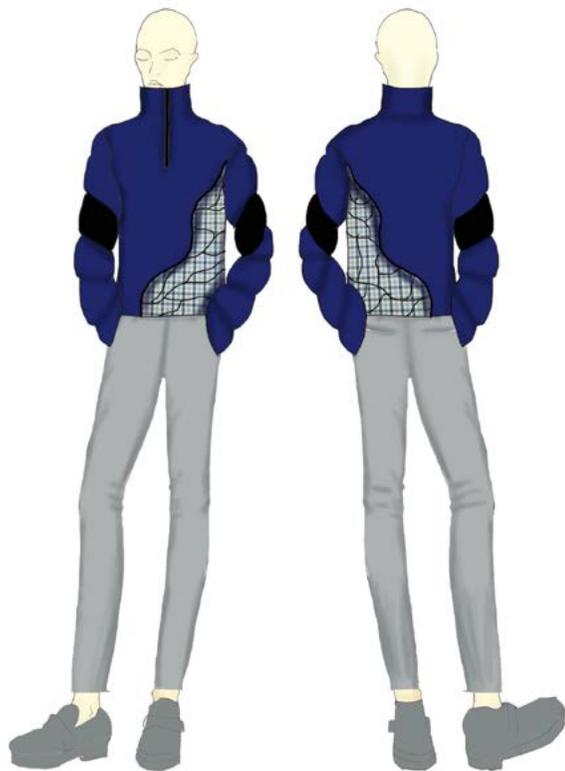


Fig 82. Boceto 31 (Autoría propia, 2021).



Fig 83. Boceto 32 (Autoría propia, 2021).



Fig 84. Boceto 33 (Autoría propia, 2021).

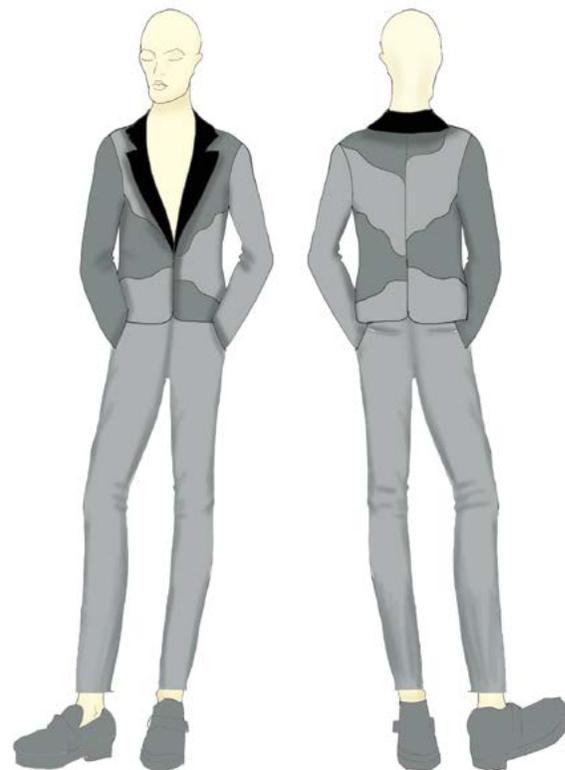


Fig 85. Boceto 34 (Autoría propia, 2021).



Fig 86. Boceto 35 (Autoría propia, 2021).

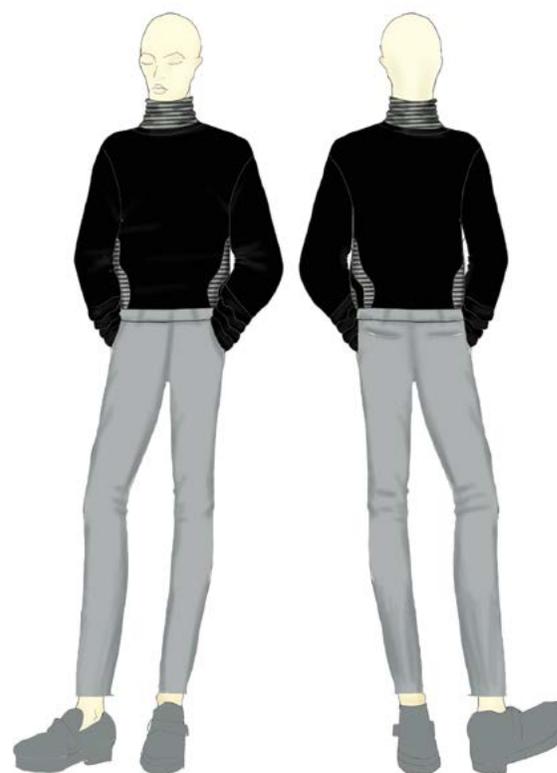


Fig 87. Boceto 36 (Autoría propia, 2021).

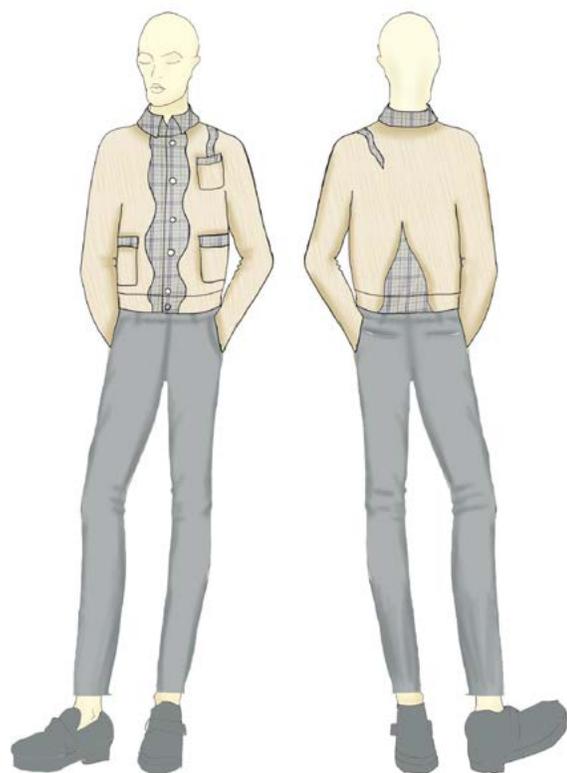


Fig 88. Boceto 37 (Autoría propia, 2021).



Fig 89. Boceto 38 (Autoría propia, 2021).



Fig 90. Boceto 39 (Autoría propia, 2021).

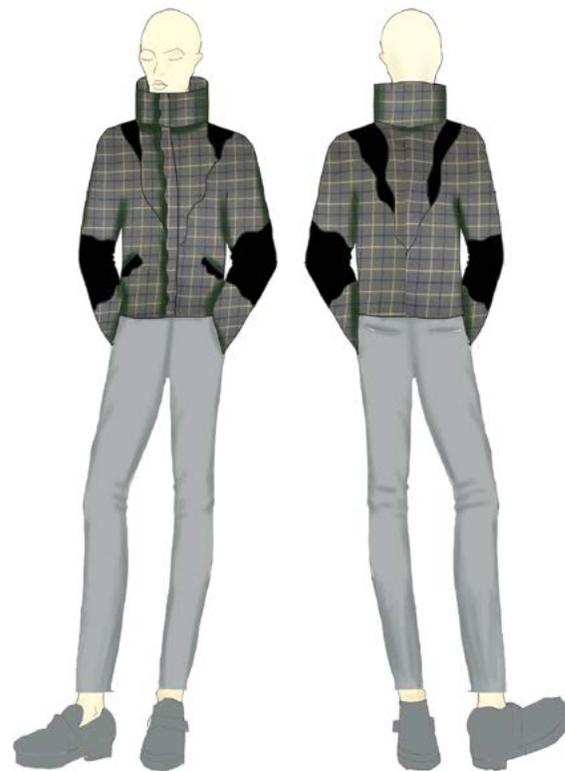


Fig 91. Boceto 40 (Autoría propia, 2021).



Fig 92. Boceto 41 (Autoría propia, 2021).



Fig 93. Boceto 42 (Autoría propia, 2021).



Fig 94. Boceto 43 (Autoría propia, 2021).



Fig 95. Boceto 44 (Autoría propia, 2021).

3.2.3.- Bocetación final



Fig 96. *Boceto final 1* (Autoría propia, 2021).



Fig 97. *Boceto final 2* (Autoría propia, 2021).



Fig 98. *Boceto final 3* (Autoría propia, 2021).



Fig 99. *Boceto final 4* (Autoría propia, 2021).



Fig 100. *Boceto final 5* (Autoría propia, 2021).



Fig 101. *Boceto final 6* (Autoría propia, 2021).



Fig 102. *Boceto final 7* (Autoría propia, 2021).



Fig 103. *Boceto final 8* (Autoría propia, 2021).



Fig 104. *Boceto final 9* (Autoría propia, 2021).



Fig 105. *Boceto final 10* (Autoría propia, 2021).



Fig 106. *Boceto final 11* (Autoría propia, 2021).



Fig 107. *Boceto final 12* (Autoría propia, 2021).



Fig 108. *Boceto final 13* (Autoría propia, 2021).



Fig 109. *Boceto final 14* (Autoría propia, 2021).

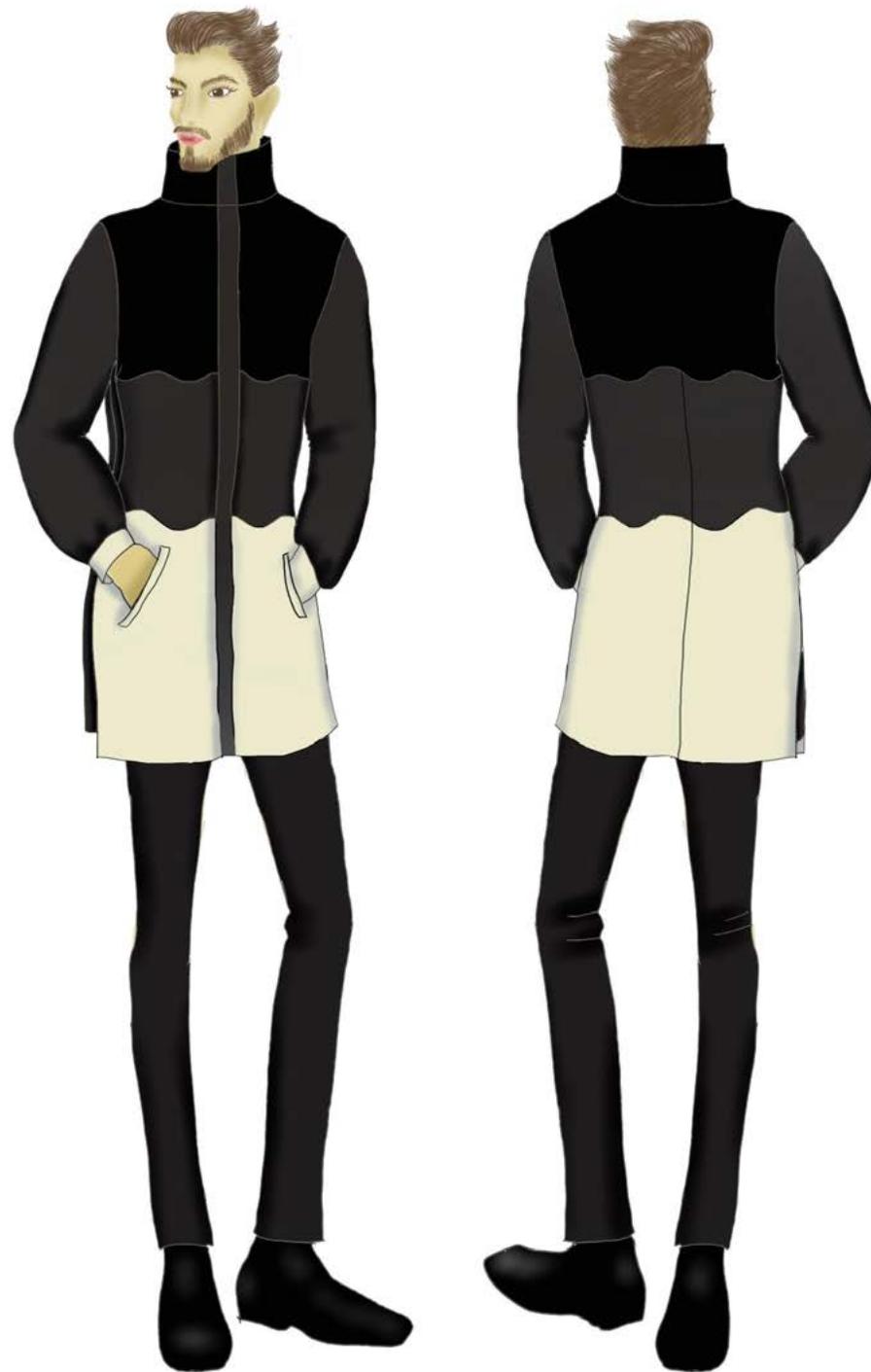
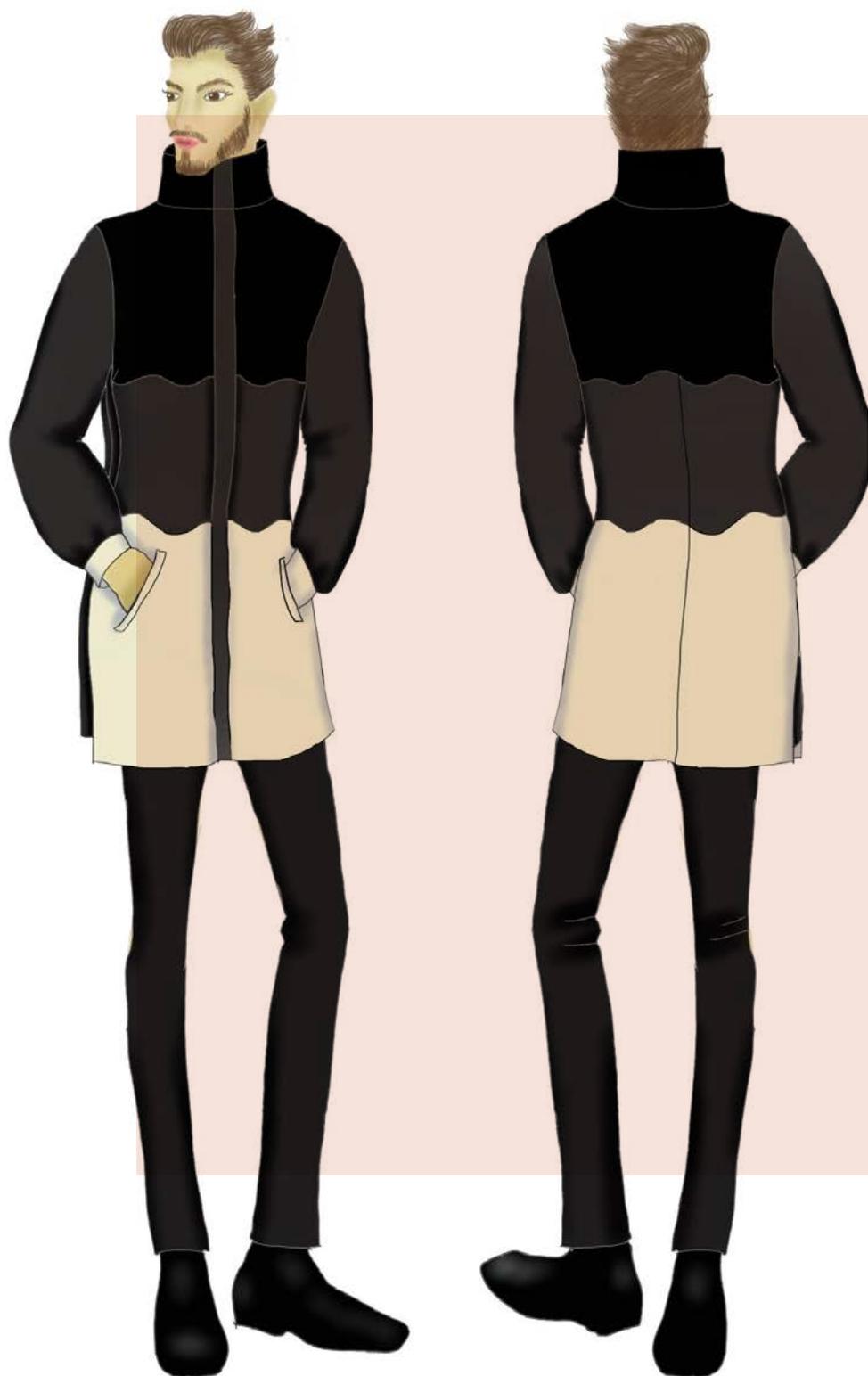


Fig 110. *Boceto final 15* (Autoría propia, 2021).



CAPÍTULO 4:

RESULTADOS



CAPÍTULO 4

4.- RESULTADOS	101
4.1.- Diseño final	101
4.2.- Memoria técnica	104
4.3.- Validación de resultados	109
4.4.- Fotografías	110
4.5.- Manual de procesos para el aprovechamiento de prendas en desuso a través del diseño	129
Conclusiones	133
Recomendaciones	133

4.- RESULTADOS

4.1.- Diseño final

A continuación se muestran las propuestas de diseño seleccionadas, que responden tanto al usuario, tendencias, inspiración, aplican principios de aprovechamiento de prendas en desuso, respetan las condicionantes de sustentabilidad y constituyen prendas exteriores.



Fig 111. *Diseño final 1* (Autoría propia, 2021).



Fig 112. *Diseño final 2* (Autoría propia, 2021).



Fig 113. *Diseño final 3* (Autoría propia, 2021).



Fig 114. *Diseño final 4* (Autoría propia, 2021).

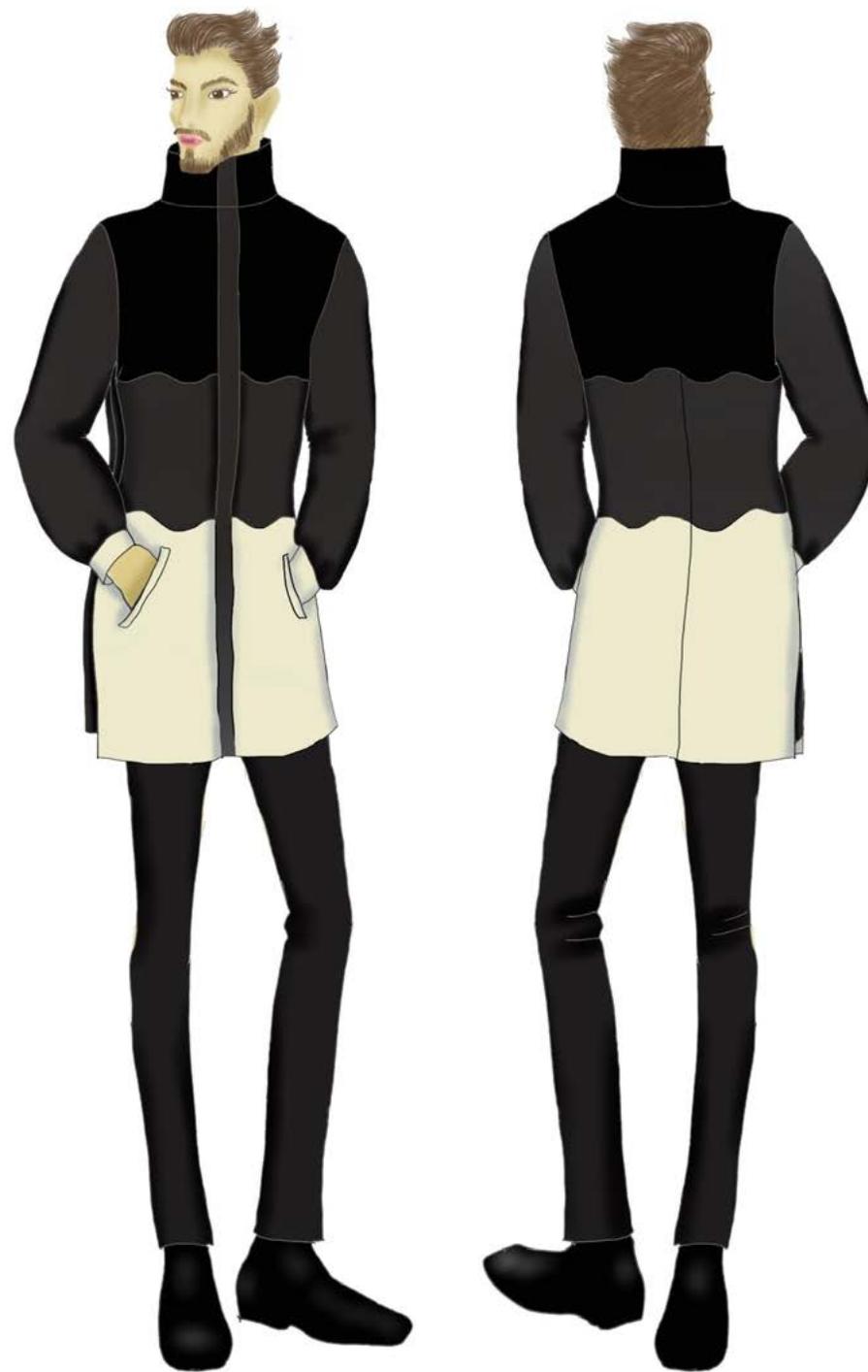


Fig 115. *Diseño final 5* (Autoría propia, 2021).

4.2.- Memoria técnica

Se realiza una ficha técnica de cada una de las prendas seleccionadas para la confección, que constan de: el logo de la marca, detalles y medidas de la nueva prenda, fotografías de las prendas en desuso a emplearse, un geometral delantero y posterior de cada una de ellas, un geometral delantero y posterior de la nueva prenda, y en cada uno de ellos marcado con un numero, que parte de la prenda en desuso conformará las partes de la nueva prenda, un detalle constructivo, los materiales y tecnologías a aplicarse y finalmente las observaciones para la confección.



Resurface Design

FICHA TÉCNICA #1

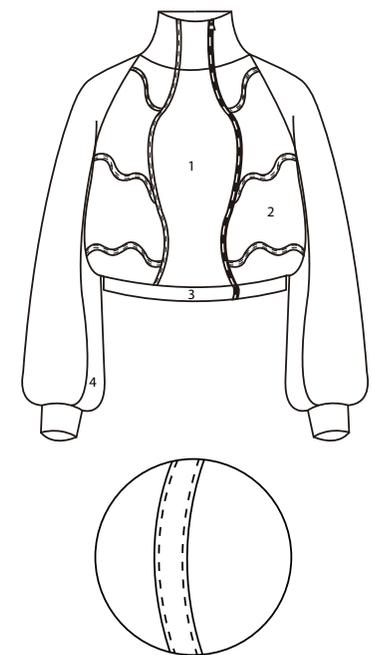
CLIENTE:	USUARIO 1
FECHA:	20/04/21
ARTICULO:	SUETER
TALLA:	S
CÓDIGO:	001

MEDIDAS

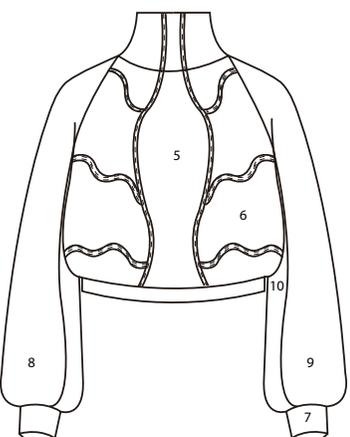
Alto pecho:	24.9 cm
T. Delantero:	42.9 cm
T. Posterior:	40.9 cm
Alto cadera:	18 cm
C. Cuello:	32.4 cm
C. Pecho:	86 cm
C. Cintura:	64 cm
C. Cadera:	90 cm
A. Espalda:	33.8 cm

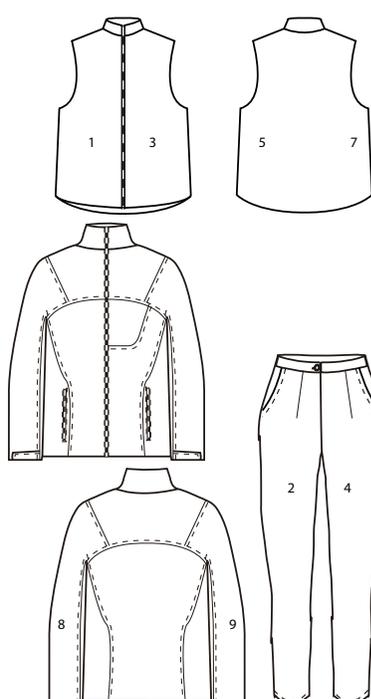


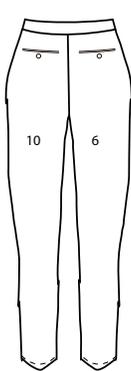
DELANTERO



POSTERIOR







MATERIALES

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Hilos de coser	D. Salamea	Celeste	Todo
Cinta decorativa	D. Salamea	Negro	Corpiño
Cierre de casaca	D. Salamea	Negro	Delantero
Elástico	D. Salamea	5 cm	Puños
Chaleco	Prenda desuso	Tejido plano	Corpiño
Casaca	Prenda desuso	100% poliéster	Mangas
Pantalón	Prenda desuso	100% algodón	Corpiño, mangas

TECNOLOGÍAS APLICADAS

Máquina recta	Todo
Máquina overlook	Todo

OBSERVACIONES

Coser las cintas decorativas después de unir las piezas.

Fig 116. Ficha técnica 1 (Autoría propia, 2021).



Resurface Design

FICHA TÉCNICA #2

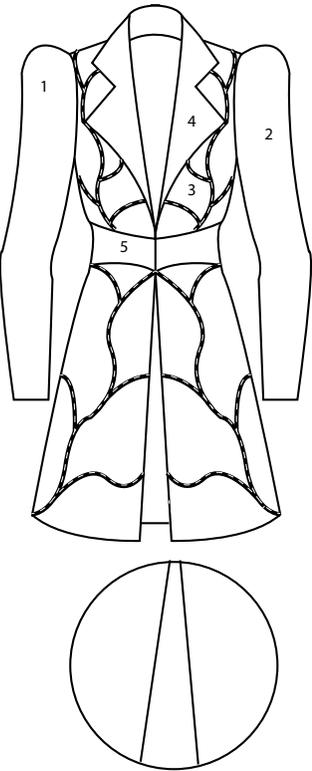
CLIENTE:	USUARIO 1
FECHA:	20/04/21
ARTICULO:	SACO
TALLA:	M
CÓDIGO:	002

MEDIDAS

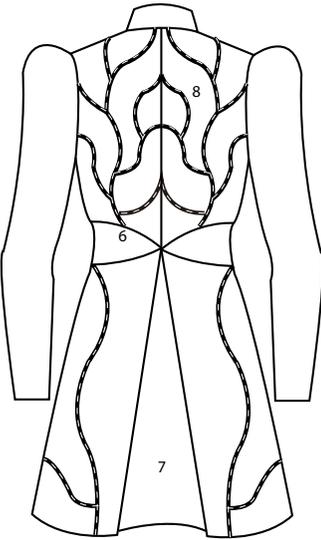
Alto pecho:	24.9 cm
T. Delantero:	42.9 cm
T. Posterior:	40.9 cm
Alto cadera:	18 cm
C. Cuello:	32.4 cm
C. Pecho:	86 cm
C. Cintura:	64 cm
C. Cadera:	90 cm
A. Espalda:	33.8 cm

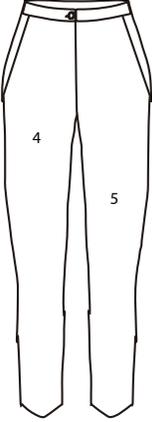


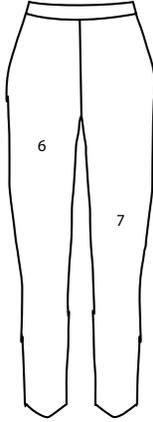
DELANTERO



POSTERIOR







MATERIALES

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Hilos de coser	D. Salamea	Azul	Todo
Cinta decorativa	D. Salamea	Negro	Corpiño
Pellón	D. Salamea	Pegable	Delantero
Broche	D. Salamea	Metálico	Cinturón
Saco	Prenda desuso	Azul marino,	Todo
Pantalón	Prenda desuso	Negro, 100% poliéster	Cuello, espalda

TECNOLOGÍAS APLICADAS

Máquina recta	Todo
Máquina overlook	Todo

OBSERVACIONES

Coser las cintas decorativas antes de unir las piezas.

Fig 117. Ficha técnica 2 (Autoría propia, 2021).

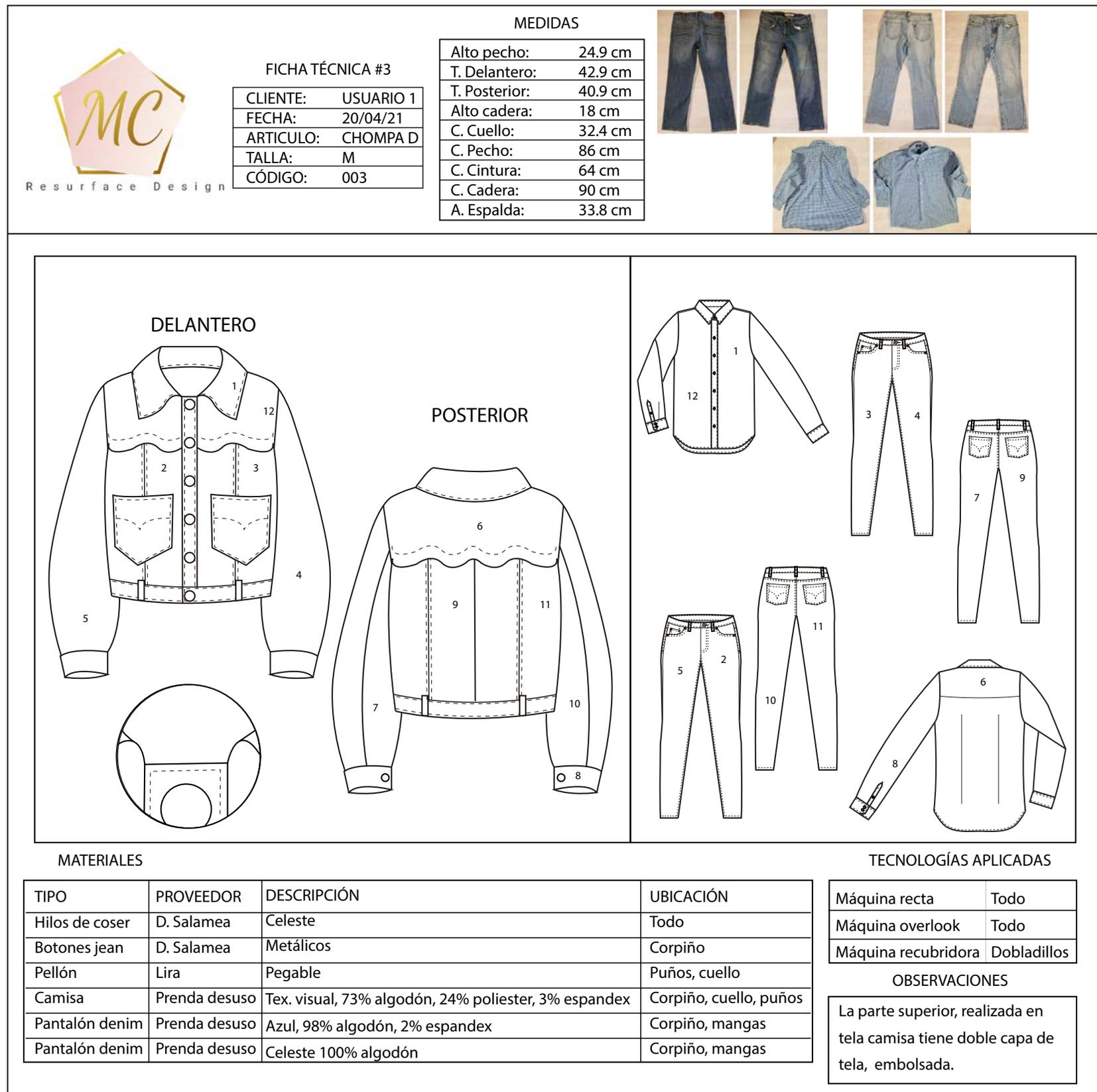


Fig 118. Ficha técnica 3 (Autoría propia, 2021).

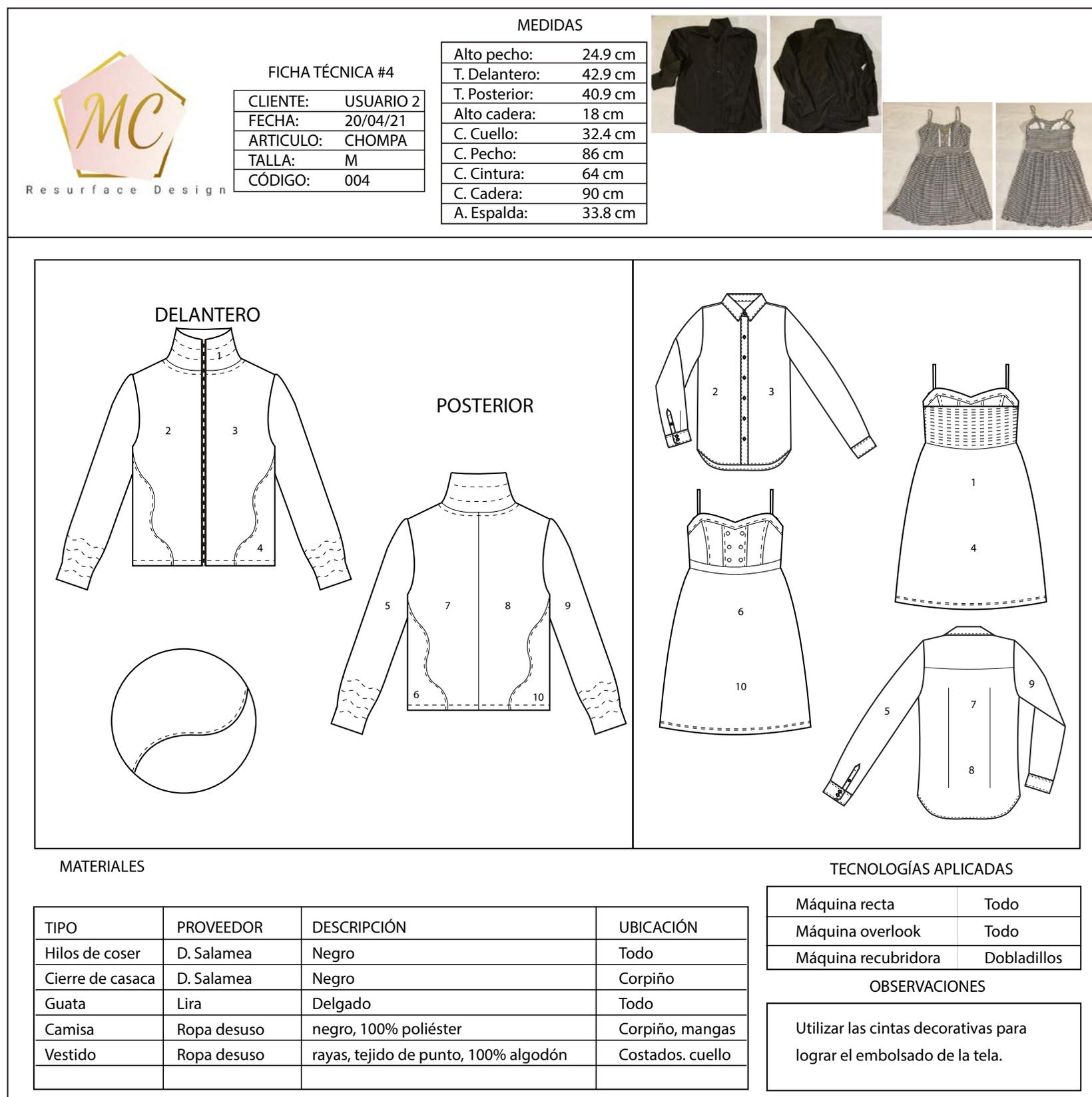


Fig 119. Ficha técnica 4 (Autoría propia, 2021).



Resurface Design

FICHA TÉCNICA #5

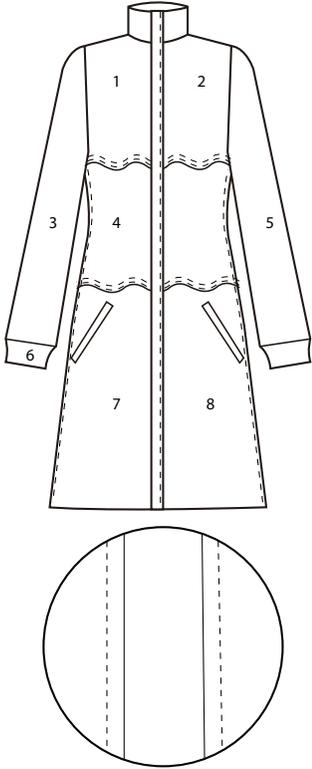
CLIENTE:	USUARIO 2
FECHA:	20/04/21
ARTICULO:	CHOMPA
TALLA:	M
CÓDIGO:	005

MEDIDAS

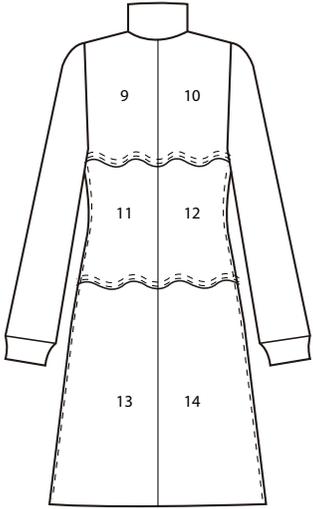
Alto pecho:	24.9 cm
T. Delantero:	42.9 cm
T. Posterior:	40.9 cm
Alto cadera:	18 cm
C. Cuello:	32.4 cm
C. Pecho:	86 cm
C. Cintura:	64 cm
C. Cadera:	90 cm
A. Espalda:	33.8 cm

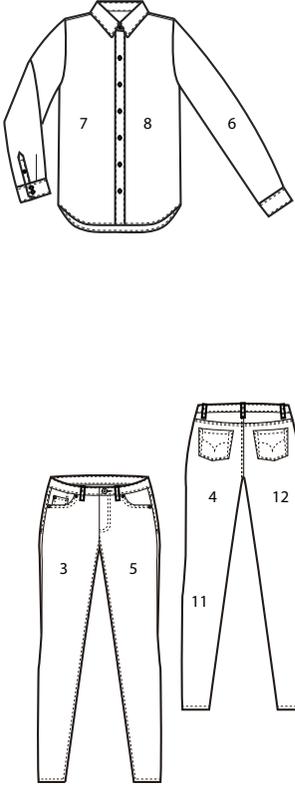


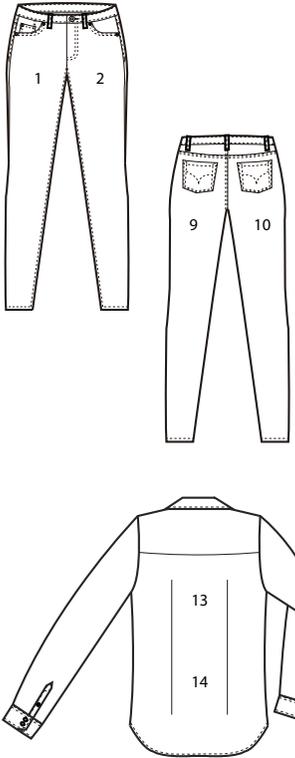
DELANTERO



POSTERIOR







MATERIALES

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Hilos de coser	D. Salamea	Negro, plomo, beige	Todo
Cierre de casaca	D. Salamea	Plomo	Corpiño Delantero
Camisa	Ropa desuso	Beige, 60% algodón, 40% poliéster	Corpiño parte inferior
Pantalón	Ropa desuso	Plomo, 70% poliéster, 30% rayón	Corpiño mitad y mangas
Pantalón	Ropa desuso	Negro, 100% poliéster	Corpiño parte superior

TECNOLOGÍAS APLICADAS

Máquina recta	Todo
Máquina overlook	Todo
Máquina recubridora	Dobladores

OBSERVACIONES

Embolsar las piezas una por una, antes de unir con las demás.

Fig 120. Ficha técnica 5 (Autoría propia, 2021).

4.3.- Validación de resultados

Para validar la propuesta se ha realizado un registro fotográfico de cada una de las prendas confeccionadas, las mismas que han sido publicadas en redes sociales, de Instagram y Facebook, en las que se han promocionado mediante publicidad, con una descripción del proyecto, de la colección y de cada una de las prendas, adicional a esto se publicó una fotografía de cada prenda en desuso empleada para la creación de los nuevos diseños; y se han obtenido buenos resultados. Acerca de la plataforma de Instagram, la página contaba con 52 seguidores, y desde la primera publicación de las prendas de la colección hasta la última se obtuvieron 61 seguidores más; por otra parte en la plataforma de Facebook, se obtuvieron 137 reacciones, 33 comentarios todos ellos positivos, y la publicación fue compartida por 21 personas más llegando así a un público mayor.

Adicional a esto las tres prendas femeninas se exhibieron en la tienda de diseño "Banana" de la diseñadora Juana Farfán durante 3 días; en esta se consiguió una gran acogida, ya que al cuestionar acerca de su opinión de las prendas a las personas que llegaban al lugar, informarles acerca del proceso de confección de las prendas, su composición y el desarrollo del proyecto y la noción del término "Trashion", se obtuvieron comentarios positivos y buena aceptación por parte de ellas. Se cuestionó además si al observarlas ellos notaban cómo están hechas y todas las respuestas obtenidas fueron que no; también se cuestionó si después de saber su composición aún las usarían, y todas las respuestas fueron que si las usarían, y que el hecho de que estas prendas fueran de moda *Trashion* para ellas era algo que le agregaba valor a las mismas.

Finalmente las prendas de la colección se exhibieron en la "Feria mujer" un espacio desarrollado para mujeres emprendedoras y marcas con tendencias ecológicas, el 19 de junio del 2021 en el Hotel Selina de la ciudad de Cuenca, en la cual se obtuvo de igual manera una buena aceptación por parte de los jóvenes que la visitaban y observaban las prendas, muchos de ellos se acercaron directamente hacia las prendas, y se les informó de igual manera todo acerca de ellas y del proyecto, recibiendo comentarios positivos del 100% de ellos.

4.4.- Fotografías







































4.5.- Manual de procesos para el aprovechamiento de prendas en desuso a través del diseño



Proceso para el aprovechamiento de prendas en desuso a través del diseño

Proceso para el aprovechamiento de prendas en desuso a través del diseño

1.- Adquisición de prendas:

Seleccionar las prendas en desuso que presenten potencial para el diseño de una nueva prenda como:

- Colores
- Texturas
- Bases textiles
- Tallas
- Estado de las prendas

2.- Sanitización de prendas a emplearse:

Realizar el lavado y desinfección de cada una de las prendas, siguiendo las instrucciones establecidas por profesionales de limpieza y sanidad.

3.- Clasificación de prendas:

Separar las prendas en base a diversos parámetros que faciliten su manipulación.

- Tipo de prenda (pantalón, camiseta, casaca, saco, falda, vestido, shorts, chompa, blusa, camisa, buzo)
- Tipo de material (algodón, denim, nylon, licra, poliéster, cuero)
- Tipo de tejido (tejidos planos, tejidos de punto).
- Estado de la prenda (defectos, daños, desgastes)

4.- Etiquetado con la descripción de cada prenda:

Colocar una etiqueta sobre cada prenda, con la descripción de los detalles más importantes como:

- Tipo de prenda
- Estado de la prenda
- Detalles constructivos
- Daños
- Talla

5.- Registro fotográfico:

Tomar una fotografía clara que pueda ser aplicada en el desarrollo de los bocetos, de:

- Cada clasificación de prendas
- Cada prenda con estampados
- Cada prenda con texturas (visuales y táctiles)

6.- Análisis del usuario:

Realizar una investigación acerca del usuario para el que se propone diseñar las prendas, en el que se obtengan datos importantes como:

- Necesidades en sus prendas.
- Preferencias en su forma de vestir.
- Características físicas.
- Características psicológicas.

7.- Propuesta de inspiración:

Desarrollar una investigación acerca de un tema determinado, que debe estar relacionado de alguna manera con el usuario para el que se propone diseñar y que proporcione información y detalles que contribuyan al desarrollo de las propuestas, como:

- Cromática
- Formas
- Texturas
- Tecnologías

8.- Análisis de tendencias:

Recolectar información visual acerca de colecciones de moda, diseñadores, marcas, prendas, ideas o corrientes, con características que respondan a las tendencias de moda actuales, y que aporten detalles relevantes como:

- Cromática
- Formas
- Texturas
- Tecnologías

9.- Análisis de homólogos:

Realizar una búsqueda de propuestas con características similares, que ya se han realizado por otras marcas o diseñadores, y registrar las técnicas empleadas como:

- Patchwork
- Superposición
- Quilting
- Reparación

10.- Selección de las prendas más adecuadas disponibles para el usuario:

Separar las prendas que mejor respondan al análisis de preferencias del usuario, sus características, de las tendencias moda, y del elemento de inspiración escogido.

11.- Análisis de las prendas seleccionadas para el usuario:

- Cantidad de base textil útil para el diseño.
- Detalles constructivos y colores útiles para el diseño.
- Estado de la prenda.

12.- Realización de bocetos:

Bocetar propuestas de prendas, creadas a partir de las prendas en desuso que se seleccionaron para el usuario y el análisis de las mismas.

- Aplicar las fotografías tomadas anteriormente.

13.- Selección de materiales e insumos extras:

Seleccionar materiales e insumos que agreguen valor a las nuevas propuestas, y que respondan a las tendencias, usuario, e inspiración.

14.- Realizar un análisis de cada boceto:

Analizar cada propuesta en base al usuario, tendencias, inspiración y principios de aprovechamiento de prendas en desuso, mediante preguntas como:

- El usuario seleccionado usaría la prenda?
- Está en tendencia?
- Empleará elementos de prendas en desuso?
- Se refleja la inspiración y usuario?
- Utiliza principios de aprovechamiento de prendas en desuso?
- Es una propuesta innovadora?
- Responde a las condicionantes de sustentabilidad?

15.- Selección de propuestas finales:

Escoger los diseños que respondan a todas las condicionantes de diseño mencionadas anteriormente.

16.- Socialización de propuestas finales:

De los bocetos seleccionados anteriormente, realizar una encuesta al público objetivo, o una socialización con el usuario para la selección de propuestas a concretar.

17.- Creación de patrones básicos:

Trazar el patrón básico de cada prenda a diseñar, como:

- Corpiño
- Pantalón
- Manga

18.- Medición de patrones sobre las prendas en desuso:

Colocar los patrones básicos sobre las prendas elegidas, para la verificación de tallas.

19.- Modificación de patrones básicos a diseños finales:

Con los patrones básicos de la talla seleccionada, modificar con los diseños finales.

20.- Desarmado de prendas en desuso

Desarmar cada una de las prendas a emplearse, separando cada parte para su posterior uso:

- Extraer los detalles constructivos (bolsillos, sobrepuestos, cierres, botones, etc.)
- Cortar o descoser costados y/o costuras según el diseño de la prenda a realizarse.

21.- Aplicación de patrones modificados sobre las piezas obtenidas.

Sobre las piezas de las prendas ya desarmadas, colocar los patrones modificados:

- Colocar todos los patrones de la prenda final
- Acomodarlos sobre las piezas, de manera que se aproveche la mayor cantidad de tela posible

22.- Corte de patrones en las piezas desarmadas de las prendas en desuso.

Colocar todos los patrones necesarios sobre las piezas de tela y cortarlos, dejando la cantidad para costuras necesarias.

23.- Confección de piezas

Comenzar con el armado de la prenda:

- Empezar con la unión de bases textiles similares de acuerdo al diseño final.
- Unir las piezas combinando las bases textiles diferentes.
- Finalmente unirlas con los materiales o insumos adicionales para cada propuesta.

24.- Revisión de acabados en las prendas.

Verificar los resultados de cada prenda confeccionada.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación realizado en la ciudad de Cuenca en jóvenes de 15 a 24 años, ha proporcionado información que permite evidenciar una considerable cantidad de ropa acumulada y desaprovechada, la misma que sirve como recurso para el diseño de indumentaria, debido al auge en las importaciones y el consumo de ropa que a pesar de tener un tiempo de vida mayor, gracias a lo cambiante del fenómeno de la moda rápida, se encuentran en desuso. Las prendas que anteriormente al desarrollo del proyecto eran consideradas para su desecho ahora han sido aprovechadas para la creación de nueva indumentaria basada en tendencias, contribuyendo así a la disminución de la contaminación, si estas terminaban en los vertederos.

Se puede afirmar que la moda sustentable se encuentra cada vez mas en tendencia, no solo mundialmente sino localmente, ya que se ha obtenido una gran aceptación en las propuestas de diseño en los jóvenes del medio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda una mayor difusión en cuanto a la recolección de prendas, para lograr fácilmente su adquisición.
- Para disminuir costos se recomienda también la adquisición de prendas mediante campañas de recolección.
- De igual manera se recomienda una mayor difusión de las prendas realizadas mediante el diseño, al igual que su origen y composición.
- Se aconseja adquirir prendas en tallas grandes, para no tener inconvenientes al momento de confeccionar las nuevas prendas.
- Conservar los detalles constructivos que estén en buen estado para emplearlos posteriormente de ser necesario.
- Cuando se realizan prendas exteriores con bases textiles delgadas como las de las camisas, emplear relleno o forro para mejorar los acabados y su función de dar calor.



REFERENCIAS

BIBLIOGRAFÍA

- Antanavičiūtė, A., & Dobilaitė, V. (2015). *Principles of slow fashion application in clothing collection creation*. Environmental Research, Engineering and Management, 54-59.
- Aranda, A y Zabalza, I. (2010). *Ecodiseño y análisis de ciclo de vida*. Universidad de Zaragoza.
- Asirtex (s/f). *El sector de reciclaje textil reclama presencia en la nueva ley de cambio climático*. Biblioteca del congreso Nacional de Chile. Recuperado de: https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27453/1/BCN_reciclaje_ropa_antecedentes_y_comparada.pdf
- ASIRTEX. (s/f). *Reciclaje textil*. España: Asociación Ibérica de Reciclaje Textil. Recuperado de: <https://www.asirtex.org/>
- Asociación Española de Ergonomía, (2020). *¿Qué es la ergonomía?* Asturias: AEE. Recuperado de: <http://ergonomos.es/ergonomia.php>
- Austin, J. (1962). *How to do things with words*. Oxford. University Press, Britain London.
- Barceló, Y. (2020). *Universos de Vestuario*. Obtenido de Calameo: <https://es.calameo.com/read/001376751208219da825e>
- Beaton, C. (1990). *El espejo de la moda*. Barcelona: Parsifal.
- Bernache, G. (2006). *Cuando la basura nos alcance: El impacto de la degradación ambiental*. Ilustrada. México: CIESAS
- Bokova, I. (2020). *Informe sobre la economía creativa*. París: UNESCO. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/normative-action/creativity/#:~:text=Para%20la%20UNESCO%2C%20la%20creatividad,es%2C%20por%20ende%2C%20primordial>
- Boston: The Boston Consulting Group. *Temas de sustentabilidad*. México: Revista digital universitaria. Recuperado de: <file:///C:/Users/CRIS/Downloads/12271.pdf>
- Brabandere, L. & Iny, A., 2013. *Thinking in new boxes: A new paradigm for business*.
- CERECERO, I. (2016). *Teorización de los procesos de resignificación de la práctica educativa del docente de lenguas*. México: Universidad autónoma del estado de México. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65347/TESIS%20Ingrid%20FINAL-split-merge.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Carrillo, Katherine, (2018). *Moda sustentable*. Revista Loginn, Vol 2, Número 1. Recuperado de: <http://revistas.sena.edu.co/index.php/LOG/article/view/1663/1784>

- Casimiro, M. (14 de Agosto de 2013). *Investigaciones de moda*. Morelia. Obtenido de <http://investigacionesdemoda.blogspot.com/2013/08/la-alta-costura-y-losmateriales-para.html>
- Cline, E. (2012). *Overdressed: The Shockingly High Cost of Cheap Fashion*. Portfolio Hardcover. Recuperado de: <https://www.amazon.com/Overdressed-Shockingly-High-Cheap-Fashion/dp/1591844614?tag=thehuffingtop-20>
- Comas, (2020). *Método de reciclaje de raíces*. Comas. São Paulo: Comas.com. Recuperado de: <https://comas.com.br/pages/metodo-comas-de-upcycling-raiz>
- Cooper, M. y Polo, C. (2018). *Diseño de indumentaria con identidad ¿Cómo lograrlo a partir del análisis morfológico?* Cuenca: Universidad del Azuay. Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8166>
- Danish Fashion Institute, (2012). *The NICE consumer*. Danish Fashion Institute. Recuperado de: http://www.bsr.org/reports/BSR_NICE_Consumer_Discussion_Paper.pdf
- Doria, P. (2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Buenos Aires, Argentina.
- Dubravic, M. (2018). *Remu Apparel, moda reciclada que inspira*. Quito: Cosas. Recuperado de: <https://cosas.com.ec/remu-apparel-moda-reciclada-que-inspira/>
- Emgin, B. (2012). *Trashion: The Return of the Disposed*. Massachusetts Institute of Technology. Recuperado de: [file:///C:/Users/CRIS/Downloads/Trashion%20The%20return%20of%20the%20disposed%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/CRIS/Downloads/Trashion%20The%20return%20of%20the%20disposed%20(1).pdf)
- Entwistle, J. (2002). *The Fashioned Body*. Cambridge: RU. Recuperado de: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51731501/El_cuerpo_y_la_moda_Una_vision_sociologi.pdf?1486730714=&response-content-disposition=inline%3B+filename%](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51731501/El_cuerpo_y_la_moda_Una_vision_sociologi.pdf?1486730714=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_cuerpo_y_la_moda_Una_vision_sociologi.pdf)
- Escuela europea Des Arts. (2019). *Moda casual: ¿en qué consiste este estilo de ropa?* Madrid: Escuela Europea Des Arts. Recuperado de: <https://www.escueladesarts.com/blog/moda-casual/>
- Evan, D. (2016). *Customs Classification: Outerwear*. New York: CONECT. Recuperado de: <file:///C:/Users/CRIS/Downloads/CLASIFICACION%CC%81N%20DE%20ROPA%20EXTERIOR.pdf>
- Fabi, M. et al (2010). *Consumo Consciente: actitud del cliente hacia el comportamiento socio ambiental empresarial*. Florianópolis:IV Encuentro de Marketing ANPAD.

- Folgueira, T. (2018). *El reto de la sostenibilidad en el sector textil-moda*. Coruña: Universidade da Coruña. Recuperado de: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/21057/FolgueiraSu%c3%a1rez_Tamara_TFG_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Fundación Aquae, (2020) *¿Qué es la 'slow fashion'?* Madrid: Fundación Aquae. Recuperado de: <https://www.fundacionaquae.org/que-es-la-slowfashion-2/>
- Fundación Aquae. (2020). *Cómo desinfectar la ropa*. Madrid: Aquae Foundation. Recuperado de: <https://www.fundacionaquae.org/como-desinfectar-ropa/>
- Galindo, C. (2015). *El reciclaje de la ropa que ya no queremos*. El País. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2015/05/27/eps/1432747889_504221.html
- Giddens, A. (1991). *Sociología*. Madrid. Alianza Editorial. Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6035/1/12354.pdf>
- González, L. (2014). *Manual de Producción de Moda* (1era ed.). Buenos Aires: Dunken.
- Gonzales, L (2014). *Manual de producción de moda*. Buenos Aires: Dunken
- Graças e Silva, et al (2012). "Consumo consciente": o eco capitalismo como ideologia. *Revista Katálysis*, 15 (1), 95-111. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179622787010>
- Gudynas, E. (2003). *Ecología. Economía y Ética del Desarrollo Sostenible*. Quito: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales. Recuperado de: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/48724.pdf>
- Greenpeace. (2011), *Tóxicos fuera de temporada*. Estados Unidos. Recuperado de: <http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Parar-la-contaminacion/Agua/Campana-Detox-/Fashion-Detox-/>
- Hartshorne, et al. (1931-1958). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, vols. 1-8, C. Harvard University Press, Cambridge. Edición electrónica de J. Deely, InteLex, Charlottesville, VA. Recuperado de: <https://www.philosophica.info/voces/peirce/Peirce.html#:~:text=La%20semi%3%B3tica%20de%20Peirce%20parte,%3A%20signo%2C%20objeto%20e%20interpretaci%C3%>
- Iglesias, J. (2015). *El papel de las marcas de moda en la construcción de la identidad personal*. Universidad Ramon Llull. Recuperado de: https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/369847/Tesi_Jordi_Iglesias.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Jacome, Y. (2012). *Diseño de colecciones casuales dirigidas a mujeres en proceso de lactancia de 18 a 30 años*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial. Recuperado de: file:///C:/Users/CRIS/Downloads/50421_1.pdf
- M. Ross, A.Morgan. *The true cost (2015) Life Is My Movie Entertainment*: Estados Unidos. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/15785_15350.pdf
- Martinez, A. (2008). *Hacia un nuevo sistema de la moda el modelo Zara*. Revista Internacional de sociología, 51, 105.
- Ministerio de Salud Provincia de Neuquén. (2018). *Manual de Procesos de Lavandería y Manejo de Ropa Hospitalaria*. Argentina: Subsecretaría de Salud. Recuperado de: Manual de Procesos de Lavandería y manejo de ropa hospitalaria
- Mira, D. (2018). *¿Qué es el 'fast fashion' y por qué está haciendo de la moda un negocio insostenible?* Contreebute. Recuperado de: Revista MEC-EDUPAZ, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Modaes.es. (2016). *Dossier: Moda Sostenible: La nueva hoja de ruta del sector*. Recuperado de: <https://www.modaes.es/visor-online.php?id=58&name=Modaes.es+Dossier+-+Moda+sostenible#1>
- Molina, N. (2013). *Discusiones Acerca De La Resignificación Y Conceptos Asociados*. Recuperado de: https://www.academia.edu/3049372/Discusiones_acerca_de_la_Resignificaci%C3%B3n_y_Conceptos_asociados
- Nijman, Shari. *La Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible aborda el daño de la 'moda rápida'*. UN Environment Program. Recuperado de: <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/un-alliance-sustainable-fashion-addresses-damage-fast-fashion>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s/f). *La importancia de la creatividad. Una nueva agenda para el desarrollo sostenible*. Paris: FIDC. Recuperado de: https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/ifcd-leaflet_2016_alt_sp_pdf_version_op2_final.pdf
- Orville, H. (2019). *The Relationship between Sustainability and Creativity*. Csdmus. Recuperado de: <https://cadmusjournal.org/files/pdfreprints/vol4issue1/The-Relationship-between-Sustainability-and-Creativity-Hd'orville-Cadmus-V4-I1-Report.pdf>

- Paddison, Laura. (2017). *Un solo lavado de ropa puede liberar 700.000 fibras micro plásticas, encuentra un estudio*. The Guardian. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/science/2016/sep/27/washing-clothes-releases-water-polluting-fibres-study-finds>
- Pacheco, D. (2008). *Reciclaje de vallas y banners aplicados en el diseño de accesorios para vestir inspirados en el Pop Art*. Cuenca: Universidad del Azuay. Recuperado de: <file:///C:/Users/CRIS/Downloads/06550.pdf>
- Patsiaouras, G. y Fitchett, JA (2012). *La evolución del consumo conspicuo*. Revista de investigación histórica en marketing , 4 (1), 154-176. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712020000500302&lang=es
- Peces, Lucas. (2020). *La industria textil es la segunda más contaminante después de la petrolera*. Fundación Vida Sana. Recuperado de: <https://www.vidasostenible.org/la-industria-textil-es-la-segunda-mas-contaminante-despues-de-la-petrolera/>
- Pérez, D., Front, E., & Ortiz, M. (2016). *Emprendimiento y gestión del conocimiento*. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación , 422-440.
- Pérez, Marta. (2020). *Sostenibilidad en la moda*. Madrid: Comillas Universidad Pontificia. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/40938/Sostenibilidad%20en%20la%20moda-Perez%20Poza%2c%20Marta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, R. et al. (2018). *Contaminación de los ambientes acuáticos generados por la industria textil*. Lima: UNFV. Recuperado de: <file:///C:/Users/CRIS/Downloads/1369-4543-1-PB.pdf>
- Presidencia de la República de Chile. (2018). *Reforma del Reglamento de Vigilancia Epidemiológica y Control de Enfermedades Transmisibles*. Chile: Constitución política. Recuperado de: Reglamento Técnico: RTCR: 494-2018. Textiles y productos textiles. ropa usada. registro y obligatoriedad de sanitización
- Puigverd, M. (2016). *Moda sostenible: La nueva hoja de ruta del sector*. Barcelona: Modaes.es. Recuperado de: <https://www.modaes.es/visor-online.php?id=58&name=Modaes.es+Dossier+-+Moda+sostenible#45>
- Real Academia Española, (2020). *Consciente*. Madrid: RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/consciente?m=form>

- Real Academia Española, (2020). *Consumo*. Madrid: RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/consumo?m=form>
- Real Academia Española, (2020). *Creatividad*. Madrid: RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/creatividad>
- Real Academia Española, (2020). *Indumentaria*. Madrid: RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/indumentario>
- Real Academia Española, (2020). *Reciclaje*. Madrid: RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/reciclar?m=form>
- Real Academia Española, (2020). *Significar*. Madrid: RAE.. Recuperado de: <https://dle.rae.es/significar>
- Real Academia Española, (2020). *Sostenible*. Madrid: RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/sostenible?m=form>
- Redacción Cáritas de Monterrey. (2018). *Pasos para desinfectar y donar ropa usada de forma segura*. Monterrey: Cáritas de Monterrey. Recuperado de: Pasos para desinfectar y donar ropa usada de forma segura.
- Rincón, C. (s/f). *Unidad 2: La significación*. Universidad de Antioquia. Recuperado de: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/boa/contenidos.php/cb10887d-80142488399661377b684b60/511/1/contenido/capitulos/Unidad2LaSignificacion.PDF>
- Roberts, JA (1996), "Consumidores ecológicos en la década de 1990: perfil e implicaciones para la publicidad", *Journal of Business Research* , Vol. 36 No. 3, págs. 217-31.
- Rogers, C. (2004). *Grupos de encuentro*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. Recuperado de: https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4837/1/tma_2010_995.pdf
- Salcedo, Elena. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Gustavo Gili. Recuperado de: <https://www.casadellibro.com/ebook-moda-etica-para-un-futuro-sostenible-ebook/9788425226069/2317008>

- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Paidós
- Saviolo & Testa, (2014). *La gestión de las empresas de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.L.
- SEDESOL, (2001). *Manual para el establecimiento de un programa regional de reciclaje*. Secretaria de desarrollo social. Recuperado de: <https://docplayer.es/16034944-Manual-para-el-establecimiento-de-un-programa-regional-de-reciclaje.html>
- Singh, G. (2017). *Fast fashion Has Changed the Industry and the Economy*. Foundation for economic education. Recuperado de <https://fee.org/articles/fast-fashion-has-changed-the-industry-and-theeconomy/>
- Steiner, M. (2011). *Creación y producción en diseño y comunicación*. Buenos aires: Fabiola Knop. Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6516/1/12651.pdf>
- Sustain Your Style, (2019). *Impacto medioambiental de la moda*. Berlín. Recuperado de: <https://www.sustainyourstyle.org/es/impacto-de-la-moda>
- Thomas, K. (2020). *Cultures of sustainability in the fashion industry*. Fashion Theory, 715-742.
- Thredup, (2020). *Informe de reventa 2020*. San Francisco: Thredup. Recuperado de: <https://www.thredup.com/resale/#resale-growth>
- Ubilluz, A. (2016). *Trajes de gala femeninos para adolescentes fundamentado en los elementos compositivos de la vestimenta Saraguro*. Ambato: Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1806/1/76306.pdf>
- Universidad de Buenos Aires, Argentina. (s.f.). *Desarrollo y gestión de microempresas en áreas rurales*. Módulo 4: Comercialización (en línea). Recuperado de: <http://bit.ly/2keQxJ6>.
- Veneziani, M. (2007), *La imagen de la moda*. Buenos Aires: Nobuko.
- Zarta, P. (2018). *La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad*. Colombia: Tabula Rasa. (p. 409-423) Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/396/39656104017/index.html>

BIBLIOGRAFÍA DE FIGURAS

Figura 1. *Industria textil, la segunda más contaminante del planeta*. (Anónimo, 2019). Recuperado de: AmbienteYMedio Industria textil, la segunda más contaminante del planeta

Figura 2. *Moda rápida: los problemas de la segunda industria más contaminante* (enlace al los líderes, 2018). Recuperado de: *Fast fashion: os problemas da segunda indústria mais poluente do mundo*

Figura 3. *Ropa usada a la orden* (El Diario, 2017). Recuperado de: Ropa usada a la orden

Figura 4. *Ropa usada, la opción asequible para estar a la moda*. (El Telégrafo, 2021). Recuperado de: Ropa usada, la opción asequible para estar a la moda

Figura 5. Ministerio de Salud de Neuquén. I. (2018). *Tabla de peso estimado de ropa*. Neuquen.

Figura 6. Carpio. I. (2021). *Cuadro de comparación de procesos de sanitización*. Cuenca.

Figura 7. *Ideas para reciclar ropa para toda la familia* (OXFAM, s/f). Recuperado de: Reciclar ropa: ¿sabías que puedes hacer estas cosas con la que ya no usas?

Figura 8. *Slow fashion y la moda sostenible* (Wazo, 2018). Recuperado de: <https://www.wazogate.com/slow-fashion-la-moda-sostenible/>

Figura 9. *Convocatoria de artistas: Trashion fashion show (Sonoma Community Center, 2018)*. Recuperado de: *CALL FOR ARTISTS: Trashion Fashion Show - CreativeSonoma.org*

Figura 10. *Los recicladores de basura*. (Fisher, 2009). Recuperado de: <https://www.provokr.com/fashion/the-Trashion-recyclers/>

Figura 11. *Koko Klim* (Quesada, 2019). Recuperado de: 9 marcas españolas de diseño sostenible

Figura 12. *Diseño sustentable, la difícil misión imposible* (Mathieu, 2009). Recuperado de: Arte, Arquitectura, Diseño, Cine

Figura 13. *Creatividad sostenible* (Micasa, 2015). Recuperado de: Creatividad sostenible | Cuadernos artesanales, Creatividad, Encuadernación artesanal

Figura 14. *Carolina Herrera, la dama de la alta costura* (Vogue UK, 2011). Recuperado de: <https://elcomercio.pe/viu/moda/carolina-herrera-los-vestidos-mas-icnicos-de-la-disenadora-fotos-carolina-herrera-moda-vestido-icnicos-noticia/?foto=3>

Figura 15. *Qué es el estilo Smart casual y por qué unirte a él*. (Summum, 2018). Recuperado de: https://www.abc.es/summum/estilo/moda/abci-estilo-smart-casual-y-unirte-201811040057_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

Figura 16. *Isabel Marant otoño-invierno 2020-2021* (Orient Palms, 2021). Recuperado de: <http://es.orientpalms.com/Isabel-Marant-8099>

Figura 17. *Best shops in LA* (Magner, 2012). Recuperado de: <https://www.timeout.com/los-angeles/shopping/best-shops-in-la-best-womens-clothing-boutiques>

Fig. 18. *Cromática 1*. (Autoría propia, 2021)

Figura 19. Carpio. I. (2021). *Cromática 2*. Cuenca.

Figura 20. Carpio. I. (2021). *Constantes y variables*. Cuenca.

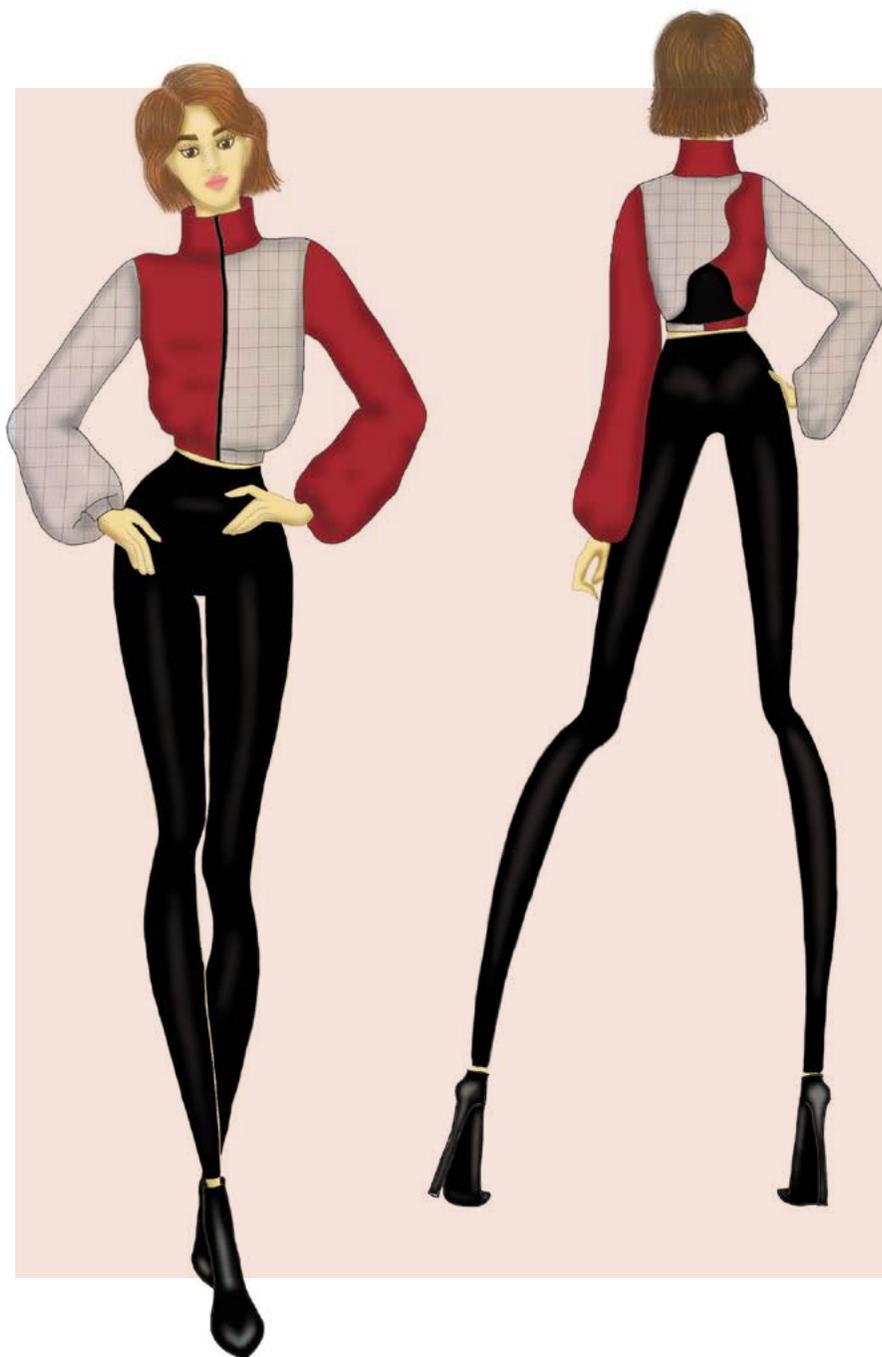
- Figura 21. Carpio. I. (2021). *Tiempos*. Cuenca.
- Figura 22. Carpio. I. (2021). *Presupuesto*. Cuenca.
- Figura 23. Carpio. I. (2021). *Lluvia de ideas 1*. Cuenca.
- Figura 24. Carpio. I. (2021). *Lluvia de ideas 2*. Cuenca.
- Figura 25. Carpio. I. (2021). *Lluvia de ideas 3*. Cuenca.
- Figura 26. Carpio. I. (2021). *Lluvia de ideas 4*. Cuenca.
- Figura 27. Carpio. I. (2021). *Lluvia de ideas 5*. Cuenca.
- Figura 28. Carpio. I. (2021). *Lluvia de ideas 6*. Cuenca.
- Figura 29. Carpio. I. (2021). *Ejemplo de bocetación*. Cuenca.
- Figura 30. Carpio. I. (2021). *Entorno empresarial*. Cuenca.
- Figura 31. Carpio. I. (2021). *Mercado potencial*. Cuenca.
- Figura 32. Carpio. I. (2021). *Análisis de la competencia*. Cuenca.
- Figura 33. Carpio. I. (2021). *Estrategia de precio*. Cuenca.
- Figura 34. Carpio. I. (2021). *Estrategia de promoción*. Cuenca.
- Figura 35. Carpio. I. (2021). *Distribución de local*. Cuenca.
- Figura 36. Carpio. I. (2021). *Lista de implementos*. Cuenca.
- Figura 37. Carpio. I. (2021). *Cálculo de implementos*. (Autoría propia, 2021)
- Figura 38. Carpio. I. (2021). *Organización en el proceso productivo*. Cuenca.
- Figura 39. Carpio. I. (2021). *Tareas y responsabilidades*. Cuenca.
- Figura 40. Carpio. I. (2021). *Proyección de ventas*. Cuenca.
- Figura 41. Carpio. I. (2021). *Plan de inversión*. Cuenca.
- Figura 42. Carpio. I. (2021). *Estructura de costos*. Cuenca.
- Figura 43. Carpio. I. (2021). *Proyección de ventas en nuevos soles*. Cuenca.
- Figura 44. Carpio. I. (2021). *Contribución marginal*. Cuenca.
- Figura 45. Carpio. I. (2021). *Punto de equilibrio*. Cuenca.
- Figura 46. Carpio. I. (2021). *Flujo de efectivo*. Cuenca.
- Figura 47. Carpio. I. (2021). *Actividad de financiamiento*. Cuenca.
- Figura 48. Carpio. I. (2021). *Inspiración*. Cuenca.
- Figura 49. Carpio. I. (2021). *Usuario*. Cuenca.
- Figura 50. Carpio. I. (2021). *Tendencias*. Cuenca.
- Figura 51. Carpio. I. (2021). *Homólogos*. Cuenca.
- Figura 52. Carpio. I. (2021). *Boceto 1*. Cuenca.
- Figura 53. Carpio. I. (2021). *Boceto 2*. Cuenca.
- Figura 54. Carpio. I. (2021). *Boceto 3*. Cuenca.
- Figura 55. Carpio. I. (2021). *Boceto 4*. Cuenca.
- Figura 56. Carpio. I. (2021). *Boceto 5*. Cuenca.
- Figura 57. Carpio. I. (2021). *Boceto 6*. Cuenca.
- Figura 58. Carpio. I. (2021). *Boceto 7*. Cuenca.
- Figura 59. Carpio. I. (2021). *Boceto 8*. Cuenca.
- Figura 60. Carpio. I. (2021). *Boceto 9*. Cuenca.
- Figura 61. Carpio. I. (2021). *Boceto 10*. Cuenca.
- Figura 62. Carpio. I. (2021). *Boceto 11*. Cuenca.
- Figura 63. Carpio. I. (2021). *Boceto 12*. Cuenca.
- Figura 64. Carpio. I. (2021). *Boceto 13*. Cuenca.
- Figura 65. Carpio. I. (2021). *Boceto 14*. Cuenca.
- Figura 66. Carpio. I. (2021). *Boceto 15*. Cuenca.
- Figura 67. Carpio. I. (2021). *Boceto 16*. Cuenca.
- Figura 68. Carpio. I. (2021). *Boceto 17*. Cuenca.
- Figura 69. Carpio. I. (2021). *Boceto 18*. Cuenca.
- Figura 70. Carpio. I. (2021). *Boceto 19*. Cuenca.

- Figura 71. Carpio. I. (2021). *Boceto 20*. Cuenca.
Figura 72. Carpio. I. (2021). *Boceto 21*. Cuenca.
Figura 73. Carpio. I. (2021). *Boceto 22*. Cuenca.
Figura 74. Carpio. I. (2021). *Boceto 23*. Cuenca.
Figura 75. Carpio. I. (2021). *Boceto 24*. Cuenca.
Figura 76. Carpio. I. (2021). *Boceto 25*. Cuenca.
Figura 77. Carpio. I. (2021). *Boceto 26*. Cuenca.
Figura 78. Carpio. I. (2021). *Boceto 27*. Cuenca.
Figura 79. Carpio. I. (2021). *Boceto 28*. Cuenca.
Figura 80. Carpio. I. (2021). *Boceto 29*. Cuenca.
Figura 81. Carpio. I. (2021). *Boceto 30*. Cuenca.
Figura 82. Carpio. I. (2021). *Boceto 31*. Cuenca.
Figura 83. Carpio. I. (2021). *Boceto 32*. Cuenca.
Figura 84. Carpio. I. (2021). *Boceto 33*. Cuenca.
Figura 85. Carpio. I. (2021). *Boceto 34*. Cuenca.
Figura 86. Carpio. I. (2021). *Boceto 35*. Cuenca.
Figura 87. Carpio. I. (2021). *Boceto 36*. Cuenca.
Figura 88. Carpio. I. (2021). *Boceto 37*. Cuenca.
Figura 89. Carpio. I. (2021). *Boceto 38*. Cuenca.
Figura 90. Carpio. I. (2021). *Boceto 39*. Cuenca.
Figura 91. Carpio. I. (2021). *Boceto 40*. Cuenca.
Figura 92. Carpio. I. (2021). *Boceto 41*. Cuenca.
Figura 93. Carpio. I. (2021). *Boceto 42*. Cuenca.
Figura 94. Carpio. I. (2021). *Boceto 43*. Cuenca.
Figura 95. Carpio. I. (2021). *Boceto 44*. Cuenca.
Figura 96. Carpio. I. (2021). *Boceto final 1*. Cuenca.
Figura 97. Carpio. I. (2021). *Boceto final 2*. Cuenca.
Figura 98. Carpio. I. (2021). *Boceto final 3*. Cuenca.
Figura 99. Carpio. I. (2021). *Boceto final 4*. Cuenca.
Figura 100. Carpio. I. (2021). *Boceto final 5*. Cuenca.
Figura 101. Carpio. I. (2021). *Boceto final 6*. Cuenca.
Figura 102. Carpio. I. (2021). *Boceto final 7*. Cuenca.
Figura 103. Carpio. I. (2021). *Boceto final 8*. Cuenca.
Figura 104. Carpio. I. (2021). *Boceto final 9*. Cuenca.
Figura 105. Carpio. I. (2021). *Boceto final 10*. Cuenca.
Figura 106. Carpio. I. (2021). *Boceto final 11*. Cuenca.
Figura 107. Carpio. I. (2021). *Boceto final 12*. Cuenca.
Figura 108. Carpio. I. (2021). *Boceto final 13*. Cuenca.
Figura 109. Carpio. I. (2021). *Boceto final 14*. Cuenca.
Figura 110. Carpio. I. (2021). *Boceto final 15*. Cuenca.
Figura 111. Carpio. I. (2021). *Diseño final 1*. Cuenca.
Figura 112. Carpio. I. (2021). *Diseño final 2*. Cuenca.
Figura 113. Carpio. I. (2021). *Diseño final 3*. Cuenca.
Figura 114. Carpio. I. (2021). *Diseño final 4*. Cuenca.
Figura 115. Carpio. I. (2021). *Diseño final 5*. Cuenca.
Figura 116. Carpio. I. (2021). *Ficha técnica 1*. Cuenca.
Figura 117. Carpio. I. (2021). *Ficha técnica 2*. Cuenca.
Figura 118. Carpio. I. (2021). *Ficha técnica 3*. Cuenca.
Figura 119. Carpio. I. (2021). *Ficha técnica 4*. Cuenca.
Figura 120. Carpio. I. (2021). *Ficha técnica 5*. Cuenca.





ANEXOS



ANEXOS

Anexo 1: Formato para entrevista #1	149
Anexo 2: Formato para entrevista #2	149
Anexo 3: Formato para observación a profundidad	149
Anexo 4: Transcripción de entrevista #1	150
Anexo 5: Transcripción de entrevista #2	150
Anexo 6: Transcripción de entrevista #3	151
Anexo 7: Transcripción de entrevista #4	151
Anexo 8: Transcripción de entrevista #5	152
Anexo 9: Transcripción de entrevista #6	152
Anexo 10: Transcripción de entrevista #7	153
Anexo 11: Transcripción de entrevista #8	153
Anexo 12: Transcripción de entrevista #9	154
Anexo 13: Transcripción de entrevista #10	154
Anexo 14: Transcripción de entrevista #11	155
Anexo 15: Transcripción de entrevista #12	155
Anexo 16: Transcripción de entrevista #13	156
Anexo 17: Transcripción de entrevista #14	156
Anexo 18: Transcripción de entrevista #15	157
Anexo 19: Transcripción de entrevista #16	157
Anexo 20: Transcripción de entrevista #17	158
Anexo 21: Transcripción de entrevista #18	158
Anexo 22: Transcripción de entrevista #20	159
Anexo 23: Transcripción de entrevista #21	159
Anexo 24: Transcripción de entrevista #22	159
Anexo 25: Resultados de observación a profundidad	161
Anexo 26: Prendas exhibidas en la tienda “Banana”	165
Anexo 27: Prendas exhibidas en la tienda “Banana”	165
Anexo 28: Prendas exhibidas en la tienda “Banana”	165
Anexo 29: Prendas exhibidas en el Hotel Selina, “Feria mujer”	165
Anexo 30: Prendas exhibidas en el Hotel Selina, “Feria mujer”	166
Anexo 31: Prendas exhibidas en el Hotel Selina, “Feria mujer”	166
Anexo 32: Publicación en la plataforma de Instagram	167
Anexo 33: Publicación en la plataforma de Facebook	168
Anexo 34: Abstract	169

ANEXO 1: FORMATO PARA ENTREVISTA #1

Objetivo de la herramienta o técnica de investigación a aplicar: Conocer la significación de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca.

Herramienta o técnica de investigación a aplicar: Entrevista

Universo de estudio: El 100% de jóvenes de la ciudad de Cuenca de 15 a 24 años.

Tamaño de la muestra: 20 jóvenes

Forma de registrar los datos: Grabación de audio y video.

Fechas para la recopilación de información: Del 19 al 23 de enero.

Formato de la técnica o herramienta de investigación: Entrevista

Nombre y apellido:

Edad:

1- ¿Tiene ropa en desuso?

2- ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

3- ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

No tengo prendas en desuso

1 a 10 prendas

11 a 20 prendas

21 a 40 prendas

41 a 60 prendas

61 o más prendas

4- ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

5- ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

6- ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

7- ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

8- ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

9- ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

10- ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

11- ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

12- ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

ANEXO 2: FORMATO PARA ENTREVISTA #2

Objetivo de la herramienta o técnica de investigación a aplicar: Conocer las características de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca.

Herramienta o técnica de investigación a aplicar: Entrevista

Universo de estudio: El 100% de los lugares de venta de ropa usada en la ciudad de Cuenca.

Tamaño de la muestra: 4 Lugares de venta de ropa usada en Cuenca.

Forma de registrar los datos: Grabación de audio y video.

Fechas para la recopilación de información: Del 19 al 23 de enero.

Formato de la técnica o herramienta de investigación: Entrevista

Nombre y apellido:

Nombre de la marca:

Año de creación de la marca:

1- ¿Qué tipo de prendas son las que más se consiguen? (camisetas, pantalones, chompas, casacas, faldas, blusas, shorts, sacos, etc.)

2- ¿Cuál es el estado en el que recibe las prendas? (en buen estado, desgastadas, manchadas, rotas, etc.)

3- ¿Con qué retos se encontró al momento de comercializar este tipo de prendas?

4- ¿Qué percepción cree que tiene la gente de Cuenca con respecto a la ropa en desuso y su reutilización a través del diseño?

5- ¿Cuáles son sus recomendaciones para que la gente compre prendas hechas a partir de ropa en desuso?

ANEXO 3: FORMATO PARA OBSERVACIÓN A PROFUNDIDAD

Objetivo de la herramienta o técnica de investigación a aplicar: Conocer las características de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca.

Herramienta o técnica de investigación a aplicar: Observación a profundidad

Universo de estudio: El 100% de la ropa en desuso en la ciudad de Cuenca.

Tamaño de la muestra: 80 prendas

Forma de registrar los datos: Fotografías y fichas de información

Fechas para la recopilación de información: Del 19 al 23 de enero.

Formato de la técnica o herramienta de investigación: Observación a profundidad

1- Tipos de bases textiles más comunes. (composición de fibras)

2- Morfología que presentan estas prendas. (cortes, texturas, siluetas)

3- Cromática más común.

4- Insumos más comunes.

5- Tipo de universo al que pertenecen. (casual, formal, deportivo, semi-formal)

6- Tecnologías que se presentan. (bordados, estampados, sublimados, etc.)

7- Estado actual de las prendas. (en buen estado, desgastadas, manchadas, rotas, etc.)

ANEXO 4: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #1

A: Nombre y apellido:

B: Gerald Puma

A: Edad:

B: 17 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: Si tengo

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: Es la ropa que ya no uso

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: 1 a 10 prendas

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: Porque ya no me gustan y están viejas.

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: La mayoría están viejas solo algunas están buenas aún.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: Los pantalones porque me quedaron más cortos y algunas camisetas.

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: A veces está ahí guardado o es para mi hermano.

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: Al año

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: Porque todavía sirve

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Si me gustaría

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Puede que si compraría tendría que verlas

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Que tengan buenos diseños

ANEXO 5: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #2

A: Nombre y apellido:

B: Adrián Puma

A: Edad:

B: 16 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: Si

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: La ropa que ya dejé de usar.

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: 11 a 20 prendas

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: Porque algunas no me quedan y no hay a quien darles.

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: Usadas en buen estado y viejas.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: Los pantalones.

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: Están guardadas en mi armario.

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: Cuando ya no hay en donde tener, como un año ha de ser.

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: Porque no hay a donde mandar.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Si sería bueno.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: No creo porque han de ser medio feas.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Que sean baratas y de buen diseño.

ANEXO 6: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #3

A: Nombre y apellido:
 B: Diana Carpio
 A: Edad:
 B: 17 años
 A: ¿Tiene ropa en desuso?
 B: Sí
 A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos)
 B: La ropa que ya no la utilizo a mi día a día pero que continua en buen estado
 A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)
 B: 1 a 10 prendas
 A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)
 B: No me queda, pero tengo la esperanza de que algún rato me va a quedar de nuevo.
 A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)
 B: Nueva o usada en buen estado
 A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)
 B: Blusas, vestidos.
 A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?
 B: La guardo.
 A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?
 B: Casi nunca.
 A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)
 B: Porque me gusta, pero no me da o ya pasó de moda.
 A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)
 B: Sería súper.
 A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?
 B: Si se ven bien y están en buen estado pues no hay problema.
 A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?
 B: Que intenten en sus medios de publicidad incentivar al cuidado del medio ambiente promoviendo la ropa reciclada.

ANEXO 7: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #4

A: Nombre y apellido:
 B: Priscila Fernández de Córdova
 A: Edad:
 B: 20 años
 A: ¿Tiene ropa en desuso?
 B: Sí
 A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos)
 B: Ropa que no he utilizado en mucho tiempo, pero la conservo, tal vez algún día la use.
 A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)
 B: 21 a 40 prendas
 A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)
 B: No son mucho de mi agrado o no he tenido oportunidad para usarla.
 A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)
 B: Usada en pocas ocasiones, en buen estado.
 A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)
 B: Pantalones, vestidos, blusas, camisetas.
 A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?
 B: Toda la ropa guardo.
 A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?
 B: Una vez al año posiblemente.
 A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)
 B: No me he tomado el tiempo de seleccionar lo que ya no voy a usar o puede que las use en el futuro.
 A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)
 B: Tal vez lo haría, solo si las otras prendas son realmente de mi agrado.
 A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?
 B: Sería una buena alternativa siempre y cuando las telas estén en muy buen estado.
 A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?
 B: Que se guíen siempre en qué es lo que más usan las personas del medio, respecto a moda y no solo en tendencias internacionales

ANEXO 8: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #5

A: Nombre y apellido:

B: Paola Saquipay

A: Edad:

B: 24 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: Sí

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: Es la ropa que ya no utilizamos que por lo general mandamos en la basura o que ya esta pasada de moda.

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: 1 a 10 prendas

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: Queda muy corta y no le gusta así, machada con cloro, apretada apretada no le gusta ajustada, modelo no le gusta esos escotes, apretado por subir de talla.

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: Manchada, desgastada, descolorido y en buen estado.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: Blusas y buzos

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: Guardo o a veces ya boto.

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: Cuando ya me estorba puede ser una vez al año o más.

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: Porque después es posible que regrese a mi talla anterior, o pueda reutilizar esas prendas rediseñando, o lavándolas bien puedan arreglarse.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Estuviera encantada que hicieran diseños nuevos con mis prendas de vestir ya que por lo general están pasadas de moda y me gustaría algo nuevo, algo que me haga lucir bien.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Soy amante de las casacas y chompas, y obviamente las compraría y más con el clima de ahora que me quedaría bien una chompa para el frío.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor acepta-

ción de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Nuevos diseños que estén a la moda ya que con las prendas de desuso se puede conseguir nuevas prendas.

ANEXO 9: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #6

A: Nombre y apellido:

B: Jessica Peñaloza

A: Edad:

B: 18 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: No

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: Ropa que ya no sirve, demasiado desgastada, o que está en el ropero porque ya paso de moda o algo de eso.

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: No tengo

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: Porque era desgastada, rota y también pasada de moda.

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: Manchada, desgastada, descolorido y en buen estado.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: No tengo.

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: Utilice para armar el año viejo.

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: Cada año.

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: No guarda.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Sí para tener nuevas.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Claro que sí, si son bonitas y baratas.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Que sean bonitos diseños como los que están de moda, con esos colores y diseños.

ANEXO 10: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #7

A: Nombre y apellido:
 B: María Zari
 A: Edad:
 B: 22 años
 A: ¿Tiene ropa en desuso?
 B: Si
 A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,
 B: Son las prendas de vestir que tenemos en nuestros armarios, y que ya no les damos usos por diferentes motivos.
 A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)
 B: 11 a 20 prendas.
 A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)
 B: Porque ya no le queda, y no están a la moda.
 A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)
 B: Usadas en buen estado, desgastadas y rotas.
 A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)
 B: Blusas y pantalones.
 A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?
 B: Guarda.
 A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?
 B: Cada año.
 A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)
 B: Porque algunas tienen valor sentimental, y otras porque se las puede modificar usándolas como base textil o alguna nueva prenda.
 A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)
 B: Si estaría dispuesta para recibir nuevas propuestas de diseño, pero a cambio de las prendas que no tienen el valor sentimental para mí.
 A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?
 B: Por supuesto que estaría dispuesta a ser parte de algo así por la moda sustentable, pero dependería de los diseños.
 A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?
 B: Que sean buenos diseños.

ANEXO 11: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #8

A: Nombre y apellido:
 B: Jordi Freire
 A: Edad:
 B: 21 años
 A: ¿Tiene ropa en desuso?
 B: Si
 A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,
 B: Significa la ropa que ya no utiliza o le queda pequeña y si tiene un proyecto es almacenarla en fundas hasta encontrar alguien que la necesite más que él y si ya necesita el espacio la tira a la basura.
 A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)
 B: 11 a 20 prendas
 A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)
 B: Porque es ropa que ya no me queda, y otras porque con el tiempo se han deteriorado.
 A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)
 B: Porque como unas 5 ya no me gustan, unas 3 han de estar desgastadas, otras 3 son pequeñas, pero en buen estado y unas 2 están manchadas.
 A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)
 B: Pantalones, camisas.
 A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?
 B: Guarda
 A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?
 B: Como a los 3 o 4 años si hay a quien darle que lo necesite.
 A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)
 B: Todavía no se ha presentado la oportunidad de regalar a alguien que lo necesite, está esperando la mejor ocasión. Y las tiene en un lugar que no le estorba.
 A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)
 B: Si es cambio de otras prendas o alguna remuneración si lo haría.
 A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?
 B: Depende del diseño de la ropa, si es algo que le gusta realmente, no le importaría que sea creada de ropa en desuso, pero dependería mucho del costo, si es creada a partir de ropa en desuso debería ser más econó-

mico que una prenda nueva.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Buenos diseños y buenos costos.

ANEXO 12: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #9

A: Nombre y apellido:

B: Katherine Freire

A: Edad:

B: 23 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: Si

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: Son ropa que están desgastadas y las guarda en su closet, o que no se siente cómoda al usar, siente que no le quedan bien, pero las ha usado dos o 3 veces y aún sirven para usar, rediseñar o reciclar

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: 11 a 20 prendas.

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: La mayoría porque no se siente cómoda con ellas, y otras porque han pasado de moda.

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: Aproximadamente 5 casi nuevas un solo uso, 3 manchadas por decolorado, 4 desgastadas por el uso continuo y no se unas 5 pequeñas.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: Vestidos por la cuarentena y en otra situación serían blusas

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: Guarda

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: Una vez cada dos años creo, depende si hay alguna oportunidad de regalar o donar

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: Las sigo guardando porque pienso que en alguna ocasión las podré usar porque están en buen estado en su mayoría.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Si me interesa, porque las telas me gustan bastante los estampados,

y la calidad son buenas y me parece que se verían bien en otro tipo de prendas o estilos de ropa, prendas que sí se ajusten a mi talla y me hagan sentir cómoda.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Si porque ayudaría a los diseñadores y emprendimientos y al medio ambiente ya que piensa que estas en grandes cantidades pueden contaminarlo,

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Recomendaría que creen ropa que vayan acorde a los diseños actuales, ligeros, cómodas y diversos para todo tipo de personas, precios módicos y al alcance de todos.

ANEXO 13: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #10

A: Nombre y apellido:

B: Jhosue Mendieta

A: Edad:

B: 23 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: No

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: Ropa que se guarda, pero no se usa.

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: No tiene.

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: Cuando ya no me da o está dañada.

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: No tiene.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: No tiene.

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: Si está en mal estado la voto, o si no se la regalo a mi hermano

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: A los 2 o 3 años cuando ya no sirve.

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: No tiene.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Si por supuesto si tuviera.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Si estaría bueno para conseguir ropa más barata y de moda.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Que tengan buenos precios, porque a veces quieren cobrar como una nueva y así ya es mejor comprar una nueva mismo.

ANEXO 14: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #11

A: Nombre y apellido:

B: Jenny Puma

A: Edad:

B: 21 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: Si

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: Es una forma de contaminar el planeta.

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: 11 a 20 prendas.

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: Esta pasada de moda.

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: Algunas ya están viejas o desgastadas.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: Pantalones, abrigos.

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: Guarda.

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: No lo hago.

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: Razones Psicológicas, no la puedo votar porque luego voy a querer usarla.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE.

ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Estaría dispuesta si hay bonitos diseños.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Si sería bueno porque sería una forma de ayudar a combatir la contaminación.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Deberían empezar a educar a sus usuarios, para que adquieran la ropa en desuso informando sobre los beneficios para el planeta.

ANEXO 15: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #12

A: Nombre y apellido:

B: Gabriela Idrovo

A: Edad:

B: 18 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: Si

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: Ropa que deje de utilizar.

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: 21 a 40 prendas.

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: Pasado de moda

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: Usada y en buen estado algunas prendas.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: Pantalones.

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: La regalo.

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: Anualmente.

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: Por la pandemia.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: No me interesa.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Si son bonitas, sí lo haría sino no.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Hacer prendas básicas, sencillas, pero a la moda.

ANEXO 16: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #13

A: Nombre y apellido:

B: Daniela Idrovo

A: Edad:

B: 19 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: Sí

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: Ropa que ya no está siendo utilizada porque no es de temporada o el clima no lo permite.

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: 21 a 40 prendas.

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: Ya no me queda, ya no está a la moda, ya está muy usada, no es de la temporada (con respecto al clima).

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: De todo, desde viejas hasta nuevas.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: Vestidos, faldas, blusas.

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: La voy a regalar a las personas que necesitan

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: 1 vez cada dos años

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: Por la esperanza de volver a usarla.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Estaría dispuesta.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Si tiene un precio accesible si la compraría.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Tener precios accesibles y concientizar a los clientes sobre el impacto que tiene el consumismo en la actualidad.

ANEXO 17: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #14

A: Nombre y apellido:

B: David Mendieta

A: Edad:

B: 24 años

A: ¿Tiene ropa en desuso?

B: Sí

A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,)

B: La ropa que ya está muy pequeña para su uso.

A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)

B: 1 a 10 prendas.

A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)

B: No me queda bien.

A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)

B: Usada en buen estado.

A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)

B: Pantalones.

A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?

B: Las tengo todo guardado.

A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?

B: Nunca.

A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)

B: Para re usarlas como trapeador o algo así.

A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)

B: Sí me parece interesante.

A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?

B: Sería una buena alternativa ya que se podría conseguir buena ropa a mejores precios.

A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor acepta-

ción de prendas hechas a partir de ropa en desuso?
B: Que hagan un catálogo con precio modelos y todo.

ANEXO 18: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #15

A: Nombre y apellido:
B: Paula León
A: Edad:
B: 15 años
A: ¿Tiene ropa en desuso?
B: Si
A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,
B: Ropa, guardada sin usar ya sea vieja o nueva.
A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)
B: 1 a 10 prendas.
A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)
B: Porque no es mi estilo.
A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)
B: Usada, pero en buen estado.
A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)
B: camisetas.
A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?
B: A veces la dono o la boto
A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?
B: No tengo tiempo
A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)
B: Para emergencias
A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)
B: Sí, para dar la ropa en desuso y usar otras diferentes.
A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?
B: Bien, porque se está reciclando telas.
A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?
B: Que tengan estilos actuales.

ANEXO 19: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #16

A: Nombre y apellido:
B: Wezly Sánchez
A: Edad:
B: 20 años
A: ¿Tiene ropa en desuso?
B: Si
A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos,
B: Como su nombre lo dice "desuso", es decir que ya no se usa, por qué ya no le queda. (está pequeño).
A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)
B: 1 a 10 prendas.
A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)
B: Porque ya no me queda.
A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)
B: Vieja.
A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)
B: camisetas.
A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?
B: A veces regalo a personas de la calle y otras uso para limpiar.
A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?
B: No sé, después de muchos años.
A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)
B: A veces usamos de trapos.
A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)
B: Es una buena idea.
A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?
B: No sabía que se podía hacer eso, pero también me parece chévere.
A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?
B: A veces las personas necesitan ver para darse cuenta de que un producto es bueno, entonces sería eso, enseñar el producto.

ANEXO 20: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #17

A: Nombre y apellido:
B: Carlos Tigre
A: Edad:
B: 18 años
A: ¿Tiene ropa en desuso?
B: Si
A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos)
B: Ropa que ya no la uso.
A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)
B: 1 a 10 prendas.
A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)
B: No me queda.
A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)
B: Vieja, y en buen estado.
A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)
B: Camisetas.
A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?
B: La regalo.
A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?
B: Cuando hay una oportunidad.
A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)
B: Tengo ropa que me trae recuerdos.
A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)
B: No me interesa.
A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?
B: Pues si es me gusta la chompa no me importa de que estén hechas.
A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?
B: No sé, las medidas que se lleven a cabo tienen que ser con estampados que llamen a la juventud de hoy, creo no sé.

ANEXO 21: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #18

A: Nombre y apellido:
B: Rafael León
A: Edad:
B: 22 años
A: ¿Tiene ropa en desuso?
B: Si
A: ¿Qué es para usted la ropa en desuso y por qué? ejemplo:(concepto, opinión, percepción, noción, calificación) (futura opción, proyectos)
B: Ropa que se encuentra en mal estado, que ya no se puede usar en su forma normal.
A: ¿Cuánta ropa en desuso tiene aproximadamente? (número de prendas)
B: 1 a 10 prendas.
A: ¿Por qué ha dejado de usarla? ESPECIFIQUE, ejemplo:(pasada de moda, no te queda, no es tu agrado, etc.)
B: No es de mi agrado.
A: ¿Cuál es el estado de esas prendas? ejemplo: (vieja, desgastada, rota, quemada, manchada, nueva o usada, pero en buen estado, etc.)
B: Vieja.
A: ¿Qué prendas son las que más tiene en desuso? ejemplo:(pantalones, camisetas, chompas, vestidos, faldas, short, blusas, abrigos, etc.)
B: Camisetas.
A: ¿Qué hace con la ropa que ya no usa?
B: La dono.
A: ¿Cada qué tiempo se desprende de la ropa que ya no usa?
B: Cada año.
A: ¿Cuál es la razón por la que sigue guardando la ropa y no la ha desechado, regalado, donado o vendido? ejemplo:(oportunidad de proyectos, o de futuras modas, futuras tallas, razones psicológicas, etc.)
B: Por descuido.
A: ¿Qué opina de intercambiar sus prendas por unas diferentes, con diseño basado en tendencias de moda actuales y por qué? ESPECIFIQUE. ejemplo:(estarías dispuesto, no te interesa, no lo haría, etc.)
B: Si me interesa.
A: ¿Qué opina de comprar prendas exteriores, como: chompas, sacos, abrigos, casacas, etc. creadas a partir de ropa en desuso, y por qué?
B: Me parece una interesante propuesta económica.
A: ¿Qué recomendaría a las marcas o diseñadores para una mejor aceptación de prendas hechas a partir de ropa en desuso?
B: Que sean de calidad y aun precio al alcance del bolsillo.

ANEXO 22: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #20

Nombre y apellido: Rubí Pérez

Nombre de la marca: Ru_clothings

Año de creación de la marca: 2019

A: ¿Qué tipo de prendas son las que más se consiguen? (camisetas, pantalones, chompas, casacas, faldas, blusas, shorts, sacos, etc.)

B: Las más comunes que saben traer o que he visto son las blusas de mujer y las camisas de hombres.

A: ¿Cuál es el estado en el que recibe las prendas? (en buen estado, desgastadas, manchadas, rotas, etc.)

B: A veces solo presentan pequeños defectos, como agujeros, rasgaduras, o partes que se han manchado o descolorido por algún accidente y las han guardado para arreglarlas porque les gustan esas prendas. Las prendas deben estar limpias, venir limpias, esto es muy importante para poder manipular la prenda.

A: ¿Con qué retos se encontró al momento de comercializar este tipo de prendas?

B: Comercializar no, porque son las mismas personas que traen sus propias prendas. Entonces la restauración y reparación funciona como servicio, las personas se enteran de este, llegan al lugar con sus prendas y de esta manera le damos una asesoría de lo que se puede y no hacer con su prenda.

A: ¿Qué percepción cree que tiene la gente de Cuenca con respecto a la ropa en desuso y su reutilización a través del diseño?

B: Creo que aquí en Cuenca casi no hay reutilización de prendas a través del diseño, es más la venta. Entonces si la gente empieza a ver que eso se hace sí podrían interesarse en eso.

A: ¿Cuáles son sus recomendaciones para que la gente compre prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: No.

ANEXO 23: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #21

Anexo 24: Transcripción de entrevista #22

Nombre y apellido: Diego Mejía

Nombre de la marca: El Armario

Año de creación de la marca: 2019

A: ¿Qué tipo de prendas son las que más se consiguen? (camisetas, pantalones, chompas, casacas, faldas, blusas, shorts, sacos, etc.)

B: Hay tres formas en que yo consigo la ropa, la principal es que me ayuda mi familia del exterior, cada vez que ellos vienen me traen un poco porque yo ya les he contado básicamente lo que hago, entonces a veces me mandan unas fotos y dicen tal vez te gustará esto y esto y entonces yo les digo si y ya me ayudan con eso, y otra es a través de mi mismo lo que he conseguido a través del tiempo en ventas de garaje también, a veces yo

he tenido ropa que ya no me quedaba y la guardaba y empecé a vender con lo de la página. Lo que más me enfoco es en las casacas, en eso me enfoco en conseguirlas.

A: ¿Cuál es el estado en el que recibe las prendas? (en buen estado, desgastadas, manchadas, rotas, etc.)

B: Van desde prácticamente nuevos casi sin uso hasta prendas que, si tienen algún daño, pero yo trato de clasificar estas prendas que no tengan mucho daño, entonces si hay desde nuevas hasta las que tienen alguna mancha. Pero igual yo les trato a estas prendas, se les lava a mano, pero ya cuando no mismo las prendas se limpian, se les toma la foto así y se les publica, para que la gente tenga conocimiento de que va con esa mancha o detalle.

A: ¿Con qué retos se encontró al momento de comercializar este tipo de prendas?

B: El mayor reto cuando yo empecé, lo que me afectaba era el desconocimiento de la gente, porque básicamente todo es por Instagram, como tú ves es el número de seguidores y todo eso, entonces no tenía un alcance amplio al principio, pero ya a medida que la gente se dio cuenta. Si hice publicidad un par de veces entonces ya después de eso ya así mismo la gente ya tiene un alcance más entonces ya fue creciendo de poco a poco.

A: ¿Qué percepción cree que tiene la gente de Cuenca con respecto a la ropa en desuso y su reutilización a través del diseño?

B: Yo creo que aquí en Cuenca ha sido una de las ciudades que más ha aceptado este cambio, esta alternativa de vestirse con ropa de segunda mano, más que todo porque yo lo que más me enfoco es en traer prendas de años anteriores, no las actuales. Eso creo que ha llamado bastante la atención, y ahora que me doy cuenta también ha crecido bastante esta moda retro entonces esto es lo que yo pienso que más le gusta aquí a la ciudad de Cuenca. En segundo lugar, en la ciudad de Quito.

A: ¿Cuáles son sus recomendaciones para que la gente compre prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Primero tienen que según lo que yo tengo entendido, es que la industria textil es una de las que más contaminación ha producido, también de que tomen en cuenta que la ropa de segunda mano o antigua es de muy buena calidad y no sufre daños a lo largo del tiempo y esa ropa ya casi no existe, y esos estilos llaman mucho la atención.

ANEXO 24: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA #22

Nombre y apellido: Sebastián Quezada

Nombre de la marca: Diezauno

Año de creación de la marca: 2020

A: ¿Qué tipo de prendas son las que más se consiguen? (camisetas, pantalones, chompas, casacas, faldas, blusas, shorts, sacos, etc.)

B: Las que más se utilizaron hasta ahora parece que han sido pantalones, en especial Jean.

ANEXOS

A: ¿Cuál es el estado en el que recibe las prendas? (en buen estado, desgastadas, manchadas, rotas, etc.)

B: Casi todas en buen estado, porque es lo que se les pide cuando se ponen en contacto, que sean prendas en buen estado. Pero hay ropa que está incluso para darle una segunda oportunidad, así como están, realizar solo un lavado y pueden servir hasta para una venta de garaje. Lo que sí es que como son prendas que van a intercambiar no son muy bonitas ni de moda actual, son pasadas de moda y obviamente eligen las más feas para hacer un intercambio por otras más estéticas. Se podría decir que un 50% en buenas condiciones, el 25% en condiciones medias y el otro 25% en malas condiciones. Si hay gente que da cosas bien malas que casi no pueden servir mucho.

A: ¿Con qué retos se encontró al momento de comercializar este tipo de prendas?

B: La difusión, ese fue el factor más importante, como no había demasiados fondos como para un proyecto grande, además la persona encargada en la publicidad, del diseño gráfico y eso lo dejó entonces eso fue que ya no se pudo hacer mayor publicidad y darse a conocer mejor.

A: ¿Qué percepción cree que tiene la gente de Cuenca con respecto a la ropa en desuso y su reutilización a través del diseño?

B: yo creo que se basa mucho en la difusión de esto, como se hace que la gente conozca más el propósito de este proyecto, si la gente no conoce entonces es difícil saber que percepción tiene, si no saben ni de que se trata como se va a saber, al menos las personas con las que se trabajó que donaron y trabajaron, tienen una buena impresión, porque se manejaron diferentes ideas como experimentación. Fue muy aceptado por quienes recibieron las prendas, la comunicación igual se cortó.

A: ¿Cuáles son sus recomendaciones para que la gente compre prendas hechas a partir de ropa en desuso?

B: Mi recomendación sería que la gente se informe un poco más de donde vienen sus prendas, el efecto que tiene el consumo excesivo, que no es un tema tan exento pero muchas veces nos hacemos los locos, vale mucho la parte estética de la indumentaria, que hace que la gente consuma más, entonces eso que la gente se informe un poco más, de las realidades de las personas que trabajan en condiciones deplorables, que es una realidad que a veces no quieren ver. Como la moda ha llegado a influir mucho en la apariencia, la estética. Sería de hacer una estrategia de marketing de mercado, hacer un plan de negocios fuerte para que se vuelva un negocio, es un proyecto de carácter social, que aporta a la humanidad, hacer un equilibrio entre lo económico y social.

ANEXO 25: RESULTADOS DE OBSERVACIÓN A PROFUNDIDAD

80 prendas en desuso de la ciudad de Cuenca									
#	Base textil	Morfología	Siluetas	Textura	Cromática	Insumos	Universo al que pertenece	Tecnologías que se presentan	Estado actual de las prendas
1	algodón	cortes rectos	holgada	lisa	azul verde amarillo rojo	cordón	casual sport	estampado	buen estado
2	poliuretano nylon poliéster algodón	cortes rectos líneas	holgada	lisa	blanco amarillo azul	cierre cordón	casual sport	costuras	buen estado
3	poliéster algodón	cortes rectos	holgada	lisa	blanco amarillo azul	cierre elástico	casual sport	costuras estampado bordado	buen estado
4	algodón	cortes rectos	recta	lisa	azul monocromático	botón	casual	costuras	buen estado
5	poliéster algodón	líneas	recta	lisa	azul negro blanco	cordón elástico	deportivo	bordado	con agujeros por quemado
6	algodón	planos	recta	lisa	análogos	botón sesgo	casual	costuras	buen estado
7	algodón poliéster nylon	planos cortes rectos líneas flores	holgada	lisa	turquesa monocromático	botón rib	casual	costuras patchwork	buen estado
8	algodón	líneas	recta	lisa	blanco morado naranja	botón rib	casual	costuras	buen estado
9	algodón poliéster	planos cortes orgánicos	holgada	lisa	fucsia café mostaza negro análogos		casual	costuras	buen estado
10	algodón poliéster	planos cortes rectos	holgada	lisa	beige azul	cierre	casual	estampado bordado	buen estado
11	algodón	líneas rectas	recta	lisa	azul rojo amarillo complementarios	botón cordón	casual	costuras	buen estado
12	poliéster	líneas rectas	holgada	rugosa	complementarios		casual	tejido	desgastado
13	nylon poliéster	líneas orgánicas	recta	lisa	negro azul celeste	cierre elástico	casual sport	costuras	buen estado
14	poliéster		ajustada	lisa	rosado		casual	estampado	buen estado
15	algodón	líneas orgánicas	ajustada	rugosa	fucsia	elástico	casual	costuras	buen estado
16	algodón		ajustada	lisa	rosado		casual sport	costuras	desgastado
17	algodón	líneas rectas	holgada	lisa	rosado café	sesgo	casual	costuras	buen estado
19	poliéster		ajustada	lisa	azul	botón cierre	casual	costuras	desgastado

ANEXOS

80 prendas en desuso de la ciudad de Cuenca									
20	algodón	líneas orgánicas	ajustada	rugosa	azul	sesgo	casual	costuras	buen estado
21	algodón	líneas rectas planos	recta	lisa	naranja rosado blanco complementarios		casual	costuras	manchado
22	algodón poliéster		ajustada	lisa	palo de rosa	botón cierre	casual	costuras	descolorido
23	poliéster	figuras geométricas	holgada	lisa	fucsia blanco monocromático	elástico	casual	sublimado	buen estado
24	algodón poliéster		ajustada	lisa	gris monocromático	cierre cordón	casual sport	bordado	desgastado
25	poliéster	virtualidades	holgada	rugosa	rosado monocromático		casual	tejido	buen estado
26	algodón		holgada	lisa	blanco negro contrastante		casual sport	sublimado	buen estado
27	algodón poliéster	líneas orgánicas	ajustada	rugosa	café monocromático	elástico	casual	costuras	buen estado
28	algodón		holgada	rugosa	café beige monocromático		casual	tejido	buen estado
29	algodón		ajustada	lisa	fucsia monocromático	sesgo	casual sport	costuras	desgastado
30	algodón	cortes rectos	recta	lisa	azul monocromático	botón cierre	casual	bordado	buen estado
31	algodón poliéster	líneas rectas	holgada	rugosa	negro monocromático	botón	casual	costura	buen estado
32	algodón		ajustada	lisa	celeste blanco monocromático	botón cierre	casual	costura	descolorido
34	algodón poliéster		holgada	lisa	turquesa monocromático		casual	costuras	descolorido
35	algodón	letras figuras geométricas	recta	lisa	gris naranja contrastantes		casual	estampado	desgastado descolorido
36	algodón spandex	figuras orgánicas cortes rectos	recta	lisa rugosa	negro gris	botón cierre	casual	costuras	desgastado descolorido
37	algodón poliéster	líneas rectas	holgada	lisa	rojo negro	elástico	deportivo	costuras	buen estado
38	poliéster	líneas rectas	recta	lisa	gris naranja contrastantes	cierre velcro	casual sport	estampado	manchado buen estado
39	poliéster		holgada	lisa	gris monocromático	botón	casual	costuras	agujeros deshilado desgastado
40	algodón	líneas rectas	ajustada	rugosa	champagne	cierre rib	casual	costuras	agujeros buen estado
41	algodón		holgada	lisa	gris monocromático		casual	costuras	desgastado
42	algodón		holgada	lisa	beige monocromático	botón rib	casual	costuras	manchado
43	algodón		holgada	lisa	celeste monocromático	botón	semiformal	costuras	manchado

80 prendas en desuso de la ciudad de Cuenca									
44	algodón		recta	lisa	celeste monocromático	botón cierre	casual	costuras	manchado desgastado
45	poliéster spandex	planos orgánicos líneas orgánicas	recta	lisa	negro gris monocromático	cierre elástico	casual	costuras bordado	buen estado
46	algodón poliéster		ajustada	lisa	azul monocromático	cierre botón	casual	costuras	buen estado
47	algodón poliéster	letras figuras orgánicas	holgada	lisa	café blanco palo de rosa análogo		casual	estampado	desgastado
48	algodón poliéster		ajustada	lisa	café monocromático	cierre rib	casual sport	costuras	desgastado agujeros
49	poliéster	líneas rectas	ajustada	lisa	blanco azul contrastante	botón	semiformal	costuras	buen estado
50	poliéster	líneas rectas	holgada	lisa	blanco negro contrastante	elástico	casual	costura overlook	buen estado
51	algodón poliéster	líneas rectas	ajustada	rugosa	morado monocromático		casual	tejido de punto	desgastado agujeros
52	algodón	letras figuras orgánicas	ajustada	lisa	gris amarillo celeste rosado morado contrastante		casual	estampado	buen estado
53	algodón poliéster	letras	recta	lisa	fucsia blanco negro contrastante	cierre cordón	casual sport	bordado	buen estado cierre roto
54	algodón poliéster elastano		ajustada	lisa	azul monocromático	cierre botón	casual	costura	desgastado roto
55	poliéster elastano		ajustada	lisa	negro monocromático	elástico	casual	costura overlook	buen estado
56	algodón poliéster elastano	figuras geométricas	ajustada	lisa	negro azul fucsia mostaza blanco contrastante	elástico	casual	costura	deshilado
57	algodón poliéster elastano	figuras orgánicas cortes rectos	ajustada	lisa	amarillo negro blanco gris contrastante	cierre botón	casual	costura sublimado	buen estado
58	poliéster algodón	figuras orgánicas	recta	lisa	verde amarillo blanco análogo	rib	casual sport	estampado	buen estado
59	algodón		recta	lisa	azul monocromático	cierre botón	casual	costuras	buen estado
60	poliéster espadex	formas orgánicas	holgada	áspero	café monocromático	cierre	semiformal	costuras	buen estado

ANEXOS

80 prendas en desuso de la ciudad de Cuenca									
61	algodón modal espadex poliéster	cortes	recta	lisa	transparencia beige monocromático	cinta deco- rativa	casual	costuras	buen estado
62	algodón elastano	vuelos	holgada	lisa	celeste monocromático	elástico	casual	encarrujado	manchado
63	poliéster	letras formas geomé- tricas	holgada	lisa	gris blanco negro monocromático	cordón	deportivo	sublimado	manchado
64	rayón	líneas rectas	holgada	lisa	blanco negro contrastante	elástico botón encaje	casual	costuras	buen estado
65	poliéster espadex	planos rectos	holgada	rugosa	azul gris violeta pálido complementario		casual	encarrujado	desgastado
66	poliéster rayón	líneas rectas	ajustada	lisa	morado negro análogos		casual	costuras	buen estado
67	rayón poliéster		holgada	lisa	lacre	botón	formal	costuras	buen estado
68	algodón	líneas rectas	holgada	lisa	rojo blanco verde contrastante	botón	formal	costuras	desgastada
69	poliéster espadex		holgada	lisa	rosado neón monocromático	cierre	casual	costuras	desgastada
70	poliéster espadex		ajustada	lisa	negro monocromático	elástico	semiformal	costuras	buen estado
71	algodón poliéster elastano	cortes	ajustada	lisa	celeste azul degradado	botón cierre	casual	costuras acabado de Jean cortes	buen estado
72	algodón	letras formas orgáni- cas	recta	lisa	café blanco celeste contrastante	rib	casual	estampado	descolorido desgastado
73	poliéster	formas orgáni- cas	holgada	lisa	rojo blanco negro contrastante	cordón	deportivo	bordado	desgastado
74	poliéster poliuretano	líneas rectas	holgada	lisa	gris monocromático	cierre elástico	deportivo	bordado	desgastado roto
75	algodón poliéster	líneas rectas	recta	lisa	café blanco contrastante		casual sport	costuras	descolorido desgastado
76	algodón		recta	lisa	rojo monocromático		casual sport	costuras	desgastado
77	algodón lyocell	cortes rectos	holgada	lisa	celeste monocromático	botón	casual	costuras	descolorido
78	seda espadex	líneas rectas	ajustada	lisa	naranja blanco contrastante	botón sesgo	casual	costuras	buen estado
79	poliéster	líneas orgánicas	ajustada	rugoso	verde neón monocromático	strass	casual	costuras pegado de strass	buen estado
80	algodón poliéster elastano	flores formas orgáni- cas	ajustada	rugoso	negro blanco contrastante	sesgo	casual	costuras	Buen estado

ANEXO 26: PRENDAS EXHIBIDAS EN LA TIENDA “BANANA”



ANEXO 27: PRENDAS EXHIBIDAS EN LA TIENDA “BANANA”



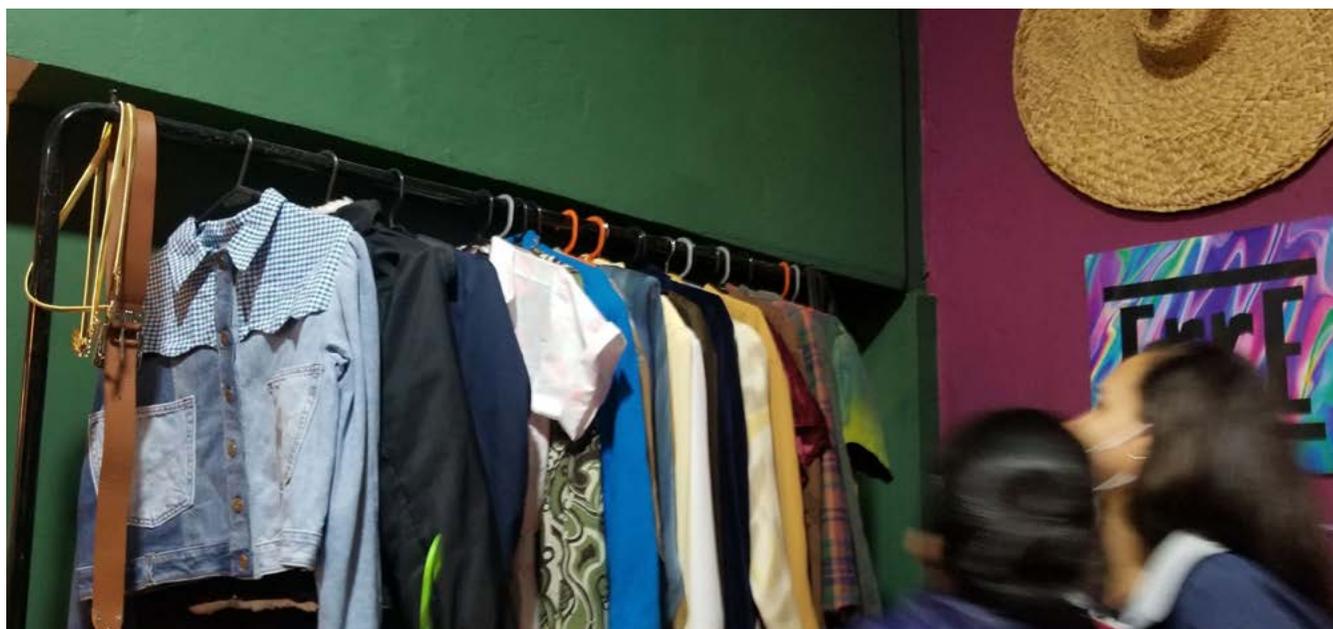
ANEXO 28: PRENDAS EXHIBIDAS EN LA TIENDA “BANANA”



ANEXO 29: PRENDAS EXHIBIDAS EN EL HOTEL SELINA, “FERIA MUJER”



**ANEXO 30: PRENDAS EXHIBIDAS EN EL HOTEL
SELINA, “FERIA MUJER”**



**ANEXO 31: PRENDAS EXHIBIDAS EN EL HOTEL
SELINA, “FERIA MUJER”**



ANEXO 32: PUBLICACIÓN EN LA PLATAFORMA DE INSTAGRAM



ANEXO 33: PUBLICACIÓN EN LA PLATAFORMA DE FACEBOOK



← Marilyn Carpio - Esta es la primera colección como marca... | Facebook

Marilyn Carpio
1 de julio a las 11:09 · 🌐

Esta es la primera colección como marca "Resurface". La marca nace del proyecto de graduación como estudiante de diseño textil y moda de la Universidad del Azuay. La primera colección está inspirada en la naturaleza, toma el nombre de "equilibrio" ya que emplea prendas que ya han sido creadas anteriormente, para convertirlas en otras diferentes, a esto se le conoce como "Trashion" un movimiento que toma elementos que son considerados como basura y los transforma en arte. Con esta colección que emplea prendas en desuso, se ha logrado salvarlas de los vertederos contribuyendo a la disminución de la contaminación y crear nuevas prendas de tercera piel, para jóvenes.



Me gusta Comentar Compartir

137

21 veces compartido

Ver comentarios anteriores...

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

ANEXO 34: ABSTRACT

Abstract of the project

Title of the project Trashion

Project subtitle Resignification of disused clothing through design in the city of Cuenca.

Summary:

This research project addresses as a problem the pollution generated thanks to the fashion system due to the large amounts of discarded clothing. For this, an analysis of disused clothing has been carried out, its meaning and characteristics, as well as the local market segment. All this in order to propose trashion casual clothing design for young people between the ages of 15 and 24 from the city of Cuenca, incorporating fashion trends and re-signifying disused clothing. In addition, a process guide is proposed for the use of disused garments through design.

Keywords Pollution, fashion, fast fashion, disused clothing, trashion, sustainable fashion, resignification, clothing design.

Student Carpio Orellana Ines Marilyn

ID 0107117616

Code

84076

Director Dis. María del Carmen Trelles Muñoz, Mgt.

Co-director:

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

Revisor:



VALDIVIEZO RAMIREZ ESTEBAN

Nº. Cédula Identidad 0102798261