



**PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL ECUADOR
SEDE AMBATO**
SERÉIS MIS TESTIGOS

ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

Tema:

**“REMAKE (REDISEÑO) DE PRENDAS JEANS PARA JOVENES
UNIVERSITARIOS DE 18 A 25 AÑOS”**

Disertación de Grado Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en
Diseño Industrial

Línea de Investigación

Materiales Alternativos y/o biodegradables amigables con el medio
ambiente

Autora:

IBETH GIOCONDA ARIAS VARGAS

Directora:

DIS. MICHELE PAULINA QUISPE MORALES

Ambato - Ecuador

Febrero - 2012

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

HOJA DE APROBACION

Tema:

“REMAKE (REDISEÑO) DE PRENDAS JEAN PARA JÓVENES
UNIVERSITARIOS DE 18 A 25 AÑOS”

Línea de Investigación

Materiales Alternativos y/o biodegradables amigables con el medio
ambiente

Autora:

IBETH GIOCONDA ARIAS VARGAS

Michele Paulina Quispe Morales, Dis. f. _____

DIRECTORA DE DISERTACION

Delia Angélica Tirado Lozada, Dis. f. _____

CALIFICADOR

Gabriel Alejandro Núñez Escobar, Ing. f. _____

CALIFICADOR

Concepción Del Carmen Bedón Vaca, Arq. f. _____

DIRECTORA ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

Hugo Altamirano Villarroel, Dr. f. _____

SECRETARIO GENERAL PROCURADOR PUCESA

Ambato - Ecuador

Febrero - 2012

DECLARACION DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Ibeth Gioconda Arias Vargas, portadora de la cédula de identidad No. 180298310-4, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de Ingeniero en Diseño Industrial, son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuestos de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Ibeth Gioconda Arias Vargas.

C.I. 180298310-4

AGRADECIMIENTO

A Dios....

Por la vida, salud y por ser mi fortaleza para cada día ser mejor,

A mi madre...

Por su incondicional apoyo,

A mi esposo...

Por ser el amor de mi vida y el responsable de culminar una meta más,

A mis guapetonas...

Por ser el motor de mi vida,

A mi amigueta...

Por todos los momentos de risas y lagrimas dentro y fuera de la universidad,

A los docentes...

Por sus conocimientos impartidos cada semestre.

DEDICATORIA

Dedicada a mi Pinkisito Edison que con su empuje, ánimo, amor y sobre todo persistencia logro que culmine, a mis guapetonas Chenita y Melito mis grandes amores que son mi guía para alcanzar nuevos sueños.

RESUMEN

Para la realización de este proyecto se ha logrado mediante la aceptación de jóvenes universitarios encuestados de la PUCESA que permitió favorablemente la ejecución del remake en tela jean siendo este un material de propiedades únicas y con la combinación de remantes que favorecen la ejecución de este trabajo realizando un estudio de patrones que se adapten al corte de una prenda usada, dando paso a una nueva alternativa de diseño, para esto ha sido necesario la investigación de procesos de lavados de jeans que se pueda realizar a una prenda que ha sido antes sometida a ciertos químicos, dando como resultado un proceso de enjuague con permanganato, stroller con lija entre otros, que ayuda a que esta fibra no sufra alteraciones que perjudique la durabilidad de una nuevo diseño, ayudando así también a la disminución de la contaminación ambiental y ahorro económico en estas nuevas prendas de vestir.

ABSTRACT

For the realization of this project has been achieved through the acceptance of young college students interviewed in PUCESA that favorably allowed the execution of remake in jean cloth material with unique properties and with the combination of shots that promote the preparation of this work with a study of patterns to suit the cut of a worn garment, it gives a way to a new alternative design, for this has been necessary research in jean washing process can be made to a garment that previously has been subjected to certain chemicals resulting in a rinsing process with permanganate, sandpaper stoller, others. It helps to fiber doesn't suffer alteration that harm the durability of this product also helps to decrease the environmental pollution and economic saving in these new clothes.

TABLA DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

Declaración de Autenticidad y Responsabilidad.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii

CAPITULO I : ANTECEDENTES.....	1
Definición del problema	3
Delimitación del problema	3
Problema	3
Delimitación Espacial	3
Delimitación Temporal	3
Delimitación académica	3
Investigación bibliográfica.....	3
Investigación de campo.....	4
Preguntas Directrices	4
Justificación	5
Objetivos	6
Objetivos General	6

Objetivos Específicos.....	6
Variables.....	6
Variable Dependiente	7
Variable Independiente.....	7
Categorización	7
Matriz de Operacionalización de Variables	8
Variable Dependiente: Remake de prendas Jean	9
 CAPITULO II: MARCO TEORICO	 10
Diseño.....	10
Proceso de Diseño.....	12
Identificación del problema.	13
Definir es establecer los límites	13
Ideas preliminares.....	13
Perfeccionamiento	14
Los bosquejos	14
Análisis.....	15
Decisión	15
Realización.....	16
Diseño Industrial	17
Diseño de modas.....	17
Características.....	19
Historia	20

Prêt-a- Porter	23
Nacimiento del Pret-a- Porter.....	24
Perfiles del consumidor	26
Neo Tradicional	26
Contemporáneo	27
Moda	28
El textil en el diseño	29
Abrigo	30
Blusas	31
Faldas	32
El Bolero	33
Chaleco	34
Chaqueta	35
Short	36
Camiseta	37
Pantalones	38
Vestido	39
Textiles en el Remake.....	40
Pana.....	40
Algodón	41
Fibras sintéticas y naturales utilizadas como remanentes	43
Cuero	45
Según su procedencia	46

Según su procedimiento de curtido	46
Tipos de cuero.....	47
Jean	49
Lavados Industriales.....	51
Medio Ambiente	54
Material reciclado	56
El reciclaje también está de moda	59
Remake o Rediseño	61
El modelado	64
Historia del modelado	64
Concepto.....	65
Desarrollo.....	66
Proceso.....	67
Marca	70
Explícita	71
Alegoría	71
Lógica	71
Valores.....	71
Símbolo.....	72
Factores memorizantes de la Marca.....	73
Originalidad	73
Gama Cromática	73

Valor Simbólico	73
Las denotaciones	74
La connotaciones	74
Pregnancia	74
Potencial mnemotécnico.....	74
Clasificación en el contexto comercial	74
Denominación social	74
Marca de Producto	75
El sistema de la Marca.....	75
Tres Vertientes.....	75
La marca constituye un sistema de atributos	76
Identidad de Marca.....	76
 CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	 79
Enfoque	79
Modalidad básica de la investigación	80
Métodos de investigación	80
Nivel o tipo de investigación.....	81
Investigación aplicada	81
Investigación de campo	81
Observación	82
Encuesta	82
Segmento de Mercado	82

Población y muestra.....	83
Muestreo Probabilístico	84
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS ESTUDIANTES DE LA PUCESA.....	86
Conclusiones.....	94
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TÉCNICOS DE PROCESO DE LAVADO TEXTIL EN LA EMPRESA “TINTEX”.....	95
Conclusión	99
Mercado Objetivo	99
Segmento de Mercado.....	99
 CAPITULO IV: PROPUESTA.....	 101
Tema.....	101
Datos Informativos.....	101
Identificación de la Necesidad Comunicacional	102
Antecedentes Investigativos.....	102
Características de la Segmentación del Mercado	102
Características del Target	102
Características del producto que se va a ofrecer.....	104
Aspectos Técnicos del Proyecto.....	105
Materiales de la confección.....	105
Materiales Utilizados Para Remake (Rediseño).	105
Jean	105
Cuero sintético.....	106

Pana.....	107
Análisis de la Información.....	107
Brief de diseño	107
Elaboración del Briefing	108
¿Qué voy hacer?	109
¿Por qué lo voy hacer?	110
¿Para qué lo voy hacer?	110
¿Para quién lo voy hacer?	110
¿Dónde lo voy hacer?	110
Finalidad del producto	111
Distribución del producto.....	111
Justificación del producto.....	111
Objetivo de la Propuesta	111
Objetivo General	112
Objetivos Específicos.....	112
Conceptualización de la Propuesta	112
Rediseño	112
Modelismo.....	113
Prendas a ser planteadas en la propuesta	114
Faldas	114
El Bolero	115
Short	116
Vestido	117

Prendas Utilizadas – Materia Prima	118
Proceso de desgaste Realizado En La Empresa “Tintex”	120
Proceso de stroller con lija	120
Proceso de arrugas con silicón	121
Proceso con Pengamanato	123
Proceso de enjuague para todas las prendas	124
Fichas Técnicas de Propuesta	127
Selección de patrones de la Solución.....	134
Costos Generales y precio de venta al público	141
Marca de la propuesta	145
Escala De Grises	146
Códigos cromáticos.....	147
Tipografía.....	147
Etiquetas.....	148
Etiqueta cosida.....	148
Etiqueta colgante.....	149
Díptico informativo	150
Conclusiones	152
Recomendaciones	154
Bibliografía.....	155
Lincografía	157
Anexos.....	158

TABLA DE GRÁFICOS

Gráficos

Gráfico 1.1 Variable Dependiente.....	7
Gráfico 1.2 Variable Independiente.....	7
Gráfico 3.1 Porcentajes pregunta 1.....	86
Gráfico 3.2 Porcentajes pregunta 2.....	87
Gráfico 3.3 Porcentajes pregunta 3.....	88
Gráfico 3.4 Porcentajes pregunta 4.....	89
Gráfico 3.5 Porcentajes pregunta 5.....	90
Gráfico 3.6 Porcentajes pregunta 6.....	91
Gráfico 3.7 Porcentajes pregunta 7.....	92
Gráfico 3.8 Porcentajes pregunta 8.....	93
Gráfico 3.9 Porcentajes de procesos pregunta1.....	96
Gráfico 3.10 Porcentajes de procesos pregunta 2.....	97
Gráfico 3.11 Porcentajes de procesos pregunta 3.....	98

IMAGENES

Imagen 2.1 Diseño de modas.....	17
Imagen 2.2 Pret-a-porte.....	23
Imagen 2.3 Neo Tradicional.....	26

Imagen 2.4 Contemporáneo.....	27
Imagen 2.5 Moda.....	28
Imagen 2.6 Abrigo.....	30
Imagen 2.7 Blusas.....	31
Imagen 2.8 Faldas.....	32
Imagen 2.9 Bolero.....	33
Imagen 2.10 Chaleco.....	34
Imagen 2.11 Chaqueta.....	35
Imagen 2.12 Short.....	36
Imagen 2.13 Camiseta.....	37
Imagen 2.14 Pantalón.....	38
Imagen 2.15. Vestido.....	39
Imagen 2.16 Pana.....	40
Imagen 2.17Algodón.....	41
Imagen 2.18 Cuero.....	45
Imagen 2.19 Tipos de Cuero.....	47
Imagen 2.20 Jean.....	49
Imagen 2.21 Medio Ambiente.....	54
Imagen 2.22 Material Reciclado.....	56
Imagen 2.23 El Reciclaje de Moda.....	59
Imagen 2.24 Remake o Rediseño.....	61
Imagen 2.25 Historia del Modelado.....	64
Imagen 2.26 Concepto.....	65

Imagen 2.27 Desarrollo.....	66
Imagen 2.28 Proceso.....	67
Imagen 2.29 Marca.....	70
Imagen 4.1 jean.....	105
Imagen 4.2 cuero sintético.....	106
Imagen 4.3 pana.....	107
Imagen 4.4 Faldas.....	114
Imagen 4.5 Bolero.....	115
Imagen 4.6 Short.....	116
Imagen 4.7 Vestido.....	117
Imagen 4.8 Marca.....	145
Imagen 4.9 Marca escala de grises.....	146
Imagen 4.10 Códigos cromáticos.....	147
Imagen 4.11 Etiqueta cosida.....	148
Imagen 4.12 Etiqueta frontal.....	149
Imagen 4.13 Etiqueta posterior.....	149
Imagen 4.14 Díptico informativo.....	150
Imagen 4.15 Díptico posterior.....	151

Cuadros

Cuadro 1.1 Variable Independiente.....	8
Cuadro 1.2 Variable Dependiente.....	9

Cuadro 2.1 Lavados Industriales.....	51
Cuadro 4.1 Segmentación demográfica.....	103
Cuadro 4.2 Segmentación psicográfica.....	104
Cuadro 4.3 Elaboración del Briefing.....	108
Cuadro 4.4 fichas técnicas N.- 1.....	127
Cuadro 4.5 fichas técnicas N.- 2.....	128
Cuadro 4.6 fichas técnicas N.- 3.....	129
Cuadro 4.7 fichas técnicas N.- 4.....	130
Cuadro 4.8 fichas técnicas N.- 5.....	131
Cuadro 4.9 fichas técnicas N.- 6.....	132
Cuadro 4.10 fichas técnicas N.- 7.....	133
Cuadro 4.11 patronaje N.- 1.....	134
Cuadro 4.12 patronaje N.- 2.....	135
Cuadro 4.13 patronaje N.- 3.....	136
Cuadro 4.14 patronaje N.- 4.....	137
Cuadro 4.15 patronaje N.- 5.....	138
Cuadro 4.16 patronaje N.- 6.....	139
Cuadro 4.17 patronaje N.- 7.....	140
Cuadro 4.18 costos y precios Figura N.- 1.....	141
Cuadro 4.19 costos y precios Figura N.- 2.....	141
Cuadro 4.20 costos y precios Figura N.- 3.....	142
Cuadro 4.21 costos y precios Figura N.- 4.....	142
Cuadro 4.22 costos y precios Figura N.- 5.....	143

Cuadro 4.23 costos y precios Figura N.-6.....	144
---	-----

Cuadro 4.24 costos y precios Figura N.- 7.....	144
--	-----

FOTOGRAFIAS

Fotografía 4.1 pantalón 1.....	118
--------------------------------	-----

Fotografía 4.2 pantalón 1.....	118
--------------------------------	-----

Fotografía 4.3 chaqueta.....	118
------------------------------	-----

Fotografía 4.4 chaqueta.....	118
------------------------------	-----

Fotografía 4.4 pantalón 2.....	119
--------------------------------	-----

Fotografía 4.5 pantalón 2.....	119
--------------------------------	-----

Fotografía 4.6 pantalón 3.....	119
--------------------------------	-----

Fotografía 4.7 falda.....	119
---------------------------	-----

Fotografía 4.8 proceso de stroller.....	120
---	-----

Fotografía 4.9 Arrugas con silicón paso 1.....	121
--	-----

Fotografía 4.10 Arrugas con silicón paso 2.....	121
---	-----

Fotografía 4.11 Arrugas con silicón paso 3.....	122
---	-----

Fotografía 4.12 stroller con estilete paso 1.....	122
---	-----

Fotografía 4.13 pengarmanato paso1.....	123
---	-----

Fotografía 4.14 pengarmanato paso2.....	124
---	-----

Fotografía 4.15 enjuague.....	124
-------------------------------	-----

Fotografía 4.15 centrifugado.....	125
-----------------------------------	-----

Fotografía 4.16 secado.....	126
-----------------------------	-----

FOTOGRAFIAS DE ANEXOS

Fotografía de anexos N.- 1 y 2.....	161
Fotografía de anexos N.- 3.....	161
Fotografía de anexos N.- 4.....	162
Fotografía de anexos N.- 5.....	162
Fotografía de anexos N.- 6 y 7.....	163
Fotografía de anexos N.- 8 y 9.....	163

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1 Antecedentes

A nivel mundial el jean, demin o dril es apreciado por la funcionalidad que ofrece este textil, las personas de diversas nacionalidades, culturas, estatus social acogen este material y lo incluyen como parte del vestuario ya sea masculino o femenino, este tipo de tela ofrece propiedades únicas para fabricar prendas de vestir cómodas y durables siendo estas de uso casual, formal o informal dependiendo de la ocasión. En países europeos está siendo muy utilizado el remake y se ha convertido en un boom para las personas seguidoras de la moda espontánea y propositiva.

A lo largo de la historia en el mercado latinoamericano especialmente el ecuatoriano, tiene registrado una extensa variedad de diseños y propuestas de prendas en jean, tomando en cuenta las alternativas que ofrece los productos colombianos, brasileños y peruanos. El diseño ecuatoriano no ha querido ser menospreciado por este tipo de competidores y por ese motivo la producción ecuatoriana se encuentra buscando mayor aceptación en el

mercado, ya que su manufactura se halla en constante innovación y avance continuo. La reutilización en el país no se presenta como en países del primer mundo, existe únicamente la costumbre de utilizar prendas heredadas por miembros de la familia, pero no con fines comerciales.

En la Provincia de Tungurahua existe gran demanda en lo que respecta a la confección, proceso de lavado, producción, y distribución de prendas en jean tanto a nivel nacional como internacional; el Cantón Pelileo, situado a 30 minutos de la ciudad de Ambato, es una de las ciudades más importantes en la industria de la confección en este material, razón por la cual es conocida como la ciudad azul, se puede decir que abarca el 60% de la producción.

El remake en la provincia será un intento nuevo de creación de moda, pero aquí el fin es distinto, aprovechar las mismas prendas que el consumidor tiene.

1.2 Definición del problema

La ropa cumple un ciclo de vida más corto que el resto de productos por los cambios de temporada o moda siendo estas desechadas; en la mayoría de casos se convierte en basura que contamina el medio ambiente generando un problema de prendas no utilizadas y transformadas en desperdicio.

1.3 Delimitación del problema

Campo: Ingeniería en Diseño Industrial

Área: Diseño Industrial

Aspecto: Diseño de Modas

1.3.1 Problema: Prendas de vestir utilizadas y transformadas en desperdicio.

1.3.2 Delimitación Espacial: Este proyecto se realizará en la provincia de Tungurahua en las ciudades de Ambato y Pelileo en el taller Guerrero Text.

1.3.3 Delimitación Temporal: El presente proyecto dará inicio en Febrero hasta Noviembre 2011, aproximadamente 9 meses.

Unidades de observación: Confeccionistas y técnicos en proceso y acabado en jean.

1.3.4 Delimitación académica: Diseño, confección, acabados y procesos.

1.3.5 Investigación bibliográfica: Bibliografía general y específica.

1.3.6 Investigación de campo: Talleres de producción de jeans en general.

1.3.6.1 Lugar: La respectiva investigación y recolección de datos se llevara a cabo en diferentes empresas de confección de jean de la ciudad de Pelileo.

1.4 Preguntas Directrices

¿Qué tipo de acabado tendrán las prendas?

¿Cómo se puede aprovechar las prendas de una manera óptima?

¿Qué diseños se manejarán?

¿Cuáles son los textiles que se usarán como remanentes?

¿Qué tipo de proceso químico se aplicará a las prendas?

¿Cómo la confección y el patronaje permitirán aprovechar al máximo el remanente en la prenda

1.5 Justificación.

El tejido de jean a nivel mundial y de Latinoamérica es ampliamente aceptado y tiene gran acogida debido a la comodidad y durabilidad que ofrece este textil.

La idea principal de este proyecto es aprovechar la versatilidad que ofrece este material al reutilizar lo; convirtiendo y transformando la ropa usada en prendas nuevas e innovadoras, además que al reutilizar las mismas se contribuye al cuidado del medio ambiente, ya que se disminuye la fabricación de nuevos textiles.

Por diferentes circunstancias, partiendo de su uso, el textil base no se encuentra en óptimas condiciones, por lo que habrá la necesidad de recurrir a la aplicación de remanentes, en este caso serán de materiales como; cuero, lona, jersey, pana, encaje; para lograr prendas diferentes y exclusivas.

Se pretende por lo tanto abarcar un mercado potencial de jóvenes universitarios de 18 a 25 años, ya que son ellos los que se encuentran en la búsqueda de nuevas propuestas a bajo costo, y son la mujeres las que desean conseguir ropa con un mayor ciclo de vida.

En cuanto a los beneficios mayores que logrará este proyecto se encuentra, el aportar al medio ambiente con su conservación, produciendo cada vez menos desperdicio y aprovechando los existentes en el área de los remanentes textiles y de confección.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivos General

Rediseñar prendas jean para jóvenes universitarios de 18 a 25 años.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Investigar tipos de prendas que puedan ser utilizadas en remake.
- Aplicar la utilización de remanentes
- Dar una alternativa ambiental con la reutilización de las prendas jean.
- Elaborar una colección de diez prendas con la utilización de remake

1.7 Variables

Remake (rediseño) de prendas jean para jóvenes universitarios de

18 a 25 años.

1.7.1 Variable Dependiente

Remake de prendas en jean.

1.7.2 Variable Independiente

Jóvenes universitarios de 18 a 25 años.

1.7.3Categorización

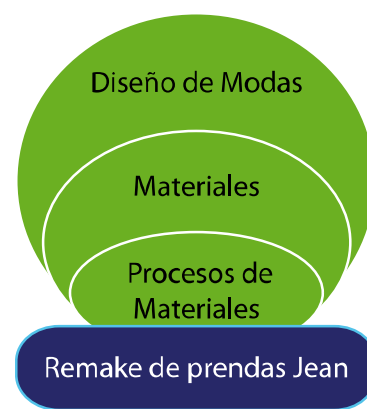
1.7.3.1 Superordinación

Grafico 1.1 Variable Dependiente



Fuente: Investigación
Elaborado por: Gioconda Arias

Grafico 1.2 Variable Independiente



Fuente: Investigación
Elaborado por: Gioconda Arias

1.7.4 Matriz de Operacionalización de Variables

1.7.4.1 Variable Independiente: Jóvenes universitarios de 18 a 25 años

Cuadro 1.1 Variable Independiente

Conceptualización	Categorización	Indicadores	ITEMS	Técnicas e Instrumentos
JOVENES: Que tiene poca edad o tiempo, o que está en los primeros momentos de su existencia o desarrollo: planta, ternero, arte joven.	Edad Sexo Nivel social Estilos Grupos	Jóvenes adultos de 18 a 25 años Femenino Masculino Medio Medio alto Casual Deportivo Sport Clásicos Actuales	¿La moda actual va con tu personalidad? ¿Qué tipo de prendas utilizar con mayor frecuencia? ¿Las prendas que adquieres son de marca? ¿Tú, Con qué frecuencia compras ropa? ¿Qué haces con tus prendas que ya no utilizas? ¿Te gustaría que tu ropa usada sea convertida en una prenda funcional y por qué? ¿Con que tipo de prendas te identificas? ¿En qué grupo de moda te asemejas?	ENCUESTA-CUESTIONARIO

Fuente: Investigación

Elaborado por: Gioconda Arias

1.7.5 Variable Dependiente: Remake de prendas Jean

Cuadro 1.2 Variable Independiente

Reutilizar (remake): Es la acción de volver a utilizar los bienes y productos. La utilidad para el usuario se da mediante la acción de mejora o restauración sin modificar el producto.	Diseño	Casual	¿Los diseños que genera mayor demanda son?	ENCUESTA-CUESTIONARIO
	Manufactura	Informal	¿Las prendas que confecciona y/o procesa son de calidad?	
		Baja calidad	¿Qué tipo de prendas confecciona y/o procesa con mayor frecuencia?	
		Óptima calidad		
	Materiales	Tipos	¿La materia prima que utiliza para la confección y/o procesos de lavado son de calidad?	
		Características	¿En la fabricación y/o procesos de las prendas utiliza materiales reciclados?	
		Calidad		
	Reciclaje	Útil	¿El proceso de fabricación y tinturado de las prendas jeans producen contaminación ambiental?	
		Desechable		
		Leve		
	Contaminación	Moderado	¿En la fabricación y/o procesos utiliza maquinaria acorde a los requerimientos técnicos de calidad?	
		Grave		
		Manual		
	Maquinaria	Artesanal		
		Industrial		

Fuente: Investigación

Elaborado por: Gioconda Arias

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Diseño

Utilizado habitualmente en el contexto de las artes aplicadas, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas, diseño se define como el proceso previo de configuración mental "pre-figuración" en la búsqueda de una solución en cualquier campo.

Etimológicamente derivado del término italiano diseño dibujo, designio, signare, signado "lo por venir", el porvenir visión representada gráficamente del futuro, es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas. Plasmar el pensamiento de la solución mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación.

El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe, o es una modificación de lo existente inspiración abstracción, síntesis, ordenación y transformación.

Referente al signo, significación, designar es diseñar el hecho estético de la solución encontrada. Es el resultado de la economía de recursos materiales, la forma y el significado implícito en la obra dada su ambigua apreciación no puede determinarse si un diseño es un proceso estético cuando lo accesorio o superfluo se antepone a la función o solución. El acto humano de diseñar no es un hecho artístico en sí mismo aunque puede valerse de los mismos procesos y los mismos medios de expresión, al diseñar un objeto, o signo de comunicación visual en función de la búsqueda de una aplicación práctica.

El verbo "diseñar" se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano. El sustantivo "diseño" se refiere al plan final o proposición determinada fruto del proceso de diseñar (dibujo, proyecto, maqueta, plano o descripción técnica) o, más popularmente, al resultado de poner ese plan final en práctica (la imagen o el objeto producido).

Diseñar requiere principalmente consideraciones funcionales y estéticas. Esto necesita de numerosas fases de investigación, análisis, modelado, ajustes y adaptaciones previas a la producción definitiva del objeto. Además comprende multitud de disciplinas y oficios dependiendo del objeto a diseñar y de la participación en el proceso de una o varias personas.

Diseñar es una tarea compleja, dinámica e intrincada. Es la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado con el medio ambiente que rodea a la humanidad. De esto último se puede desprender la alta responsabilidad ética del diseño y los diseñadores a nivel mundial. Un buen punto de partida para entender éste fenómeno es revisar la Gestalt y como la teoría de sistemas aporta una visión amplia del tema.

2.2 Proceso de Diseño

El proceso de diseño de un proyecto se puede dividir en las siguientes etapas.

Fases:

2.2.1 Identificación del problema. Es importante, en cualquier actividad constructiva, dar una definición clara de los objetivos, para así tener una meta hacia la cual dirigir todos los esfuerzos. La identificación de la necesidad de un diseño, se puede basar en datos de varios tipos: estadísticas, entrevistas, datos históricos, observaciones personales, datos experimentales o proyecciones de conceptos actuales.

2.2.2 Definir es establecer los límites. Es delimitar el problema y el alcance de la solución que está buscándose. Es indicar lo que se quiere hacer y a dónde no se quiere llegar. Definir un problema es la parte más complicada en el proceso de diseño; una equivocación a esta altura representa un enorme error al final.

2.2.3 Ideas preliminares. Una vez que se ha definido y establecido el problema, en forma clara, es necesario recopilar ideas preliminares, a partir de las cuales se pueden asimilar los conceptos del diseño. Esta es probablemente la parte más creativa en el proceso de diseño, puesto que en la etapa de identificación del problema, solamente se han establecido limitaciones generales, el diseñador puede dejar que su imaginación considere libremente cualquier idea que se le ocurra. Estas ideas no deben evaluarse en cuanto a factibilidad, puesto que se las trata con la esperanza,

de que una actitud positiva estimule otras ideas, asociadas como una reacción en cadena. El medio más útil para el desarrollo de ideas preliminares es el dibujo a mano alzada.

2.2.4 Perfeccionamiento. Es el primer paso, en la evaluación de las ideas preliminares y se concentra bastante en el análisis de las limitaciones. Todos los esquemas, bosquejos y notas se revisan, combinan y perfeccionan con el fin de obtener varias soluciones razonables al problema. Deben tenerse en cuenta las limitaciones y restricciones impuestas sobre el diseño final.

El perfeccionamiento implica determinar la asequibilidad y factibilidad del proyecto, por lo tanto se deben establecer las restricciones adecuadas; en el siguiente gráfico se muestran las restricciones que se deben considerar al evaluar el diseño.

2.2.5 Los bosquejos. Son más útiles cuando se dibujan a escala, pues a partir de ellos se pueden determinar tamaños relativos y tolerancias y, mediante la aplicación de geometría descriptiva y dibujos analíticos, se pueden encontrar longitudes, pesos, ángulos y formas. Estas características físicas deben determinarse en las etapas preliminares del diseño, puesto que pueden afectar al diseño final.

2.2.6 Análisis. El análisis es la parte del proceso de diseño, que mejor se comprende en el sentido general. El análisis implica el repaso y evaluación de un diseño, en cuanto se refiere a factores humanos, apariencia comercial, resistencia, operación, cantidades físicas y economía, dirigidos a satisfacer requisitos del diseño. Gran parte del entrenamiento formal del ingeniero, se concentra en estas áreas de estudio.

A cada una de las soluciones generadas, se le aplica diversos tamices para confirmar si cumplen las restricciones impuestas a la solución, así como otros criterios de solución. Aquellas que no pasan estos controles son rechazadas, y solamente se dejan las que, de alguna manera, podrían llegar a ser soluciones viables al problema planteado.

2.2.7 Decisión. Es la etapa del proceso de diseño, en la cual el proyecto debe aceptarse o rechazarse, en todo o en parte. Es posible desarrollar, perfeccionar y analizar varias ideas y cada una puede ofrecer ventajas sobre las otras, pero ningún proyecto es ampliamente superior a los demás.

La decisión acerca de cual diseño será el óptimo para una necesidad específica, debe determinarse mediante experiencia técnica e información real. Siempre existe el riesgo de error en cualquier decisión, pero un diseño bien elaborado estudia el problema a tal profundidad, que minimiza la

posibilidad de pasar por alto una consideración importante, tal como ocurriría en una solución improvisada.

2.2.8 Realización. El último paso del diseñador, consiste en preparar y supervisar los planos y especificaciones finales, con los cuales se va a construir el diseño. En algunos casos, el diseñador también supervisa e inspecciona la realización de su diseño. Al presentar su diseño para realización, debe tener en cuenta los detalles de fabricación, métodos de ensamblaje, materiales utilizados y otras especificaciones.

Durante esta etapa, el diseñador puede hacer modificaciones de poca importancia que mejoren el diseño; sin embargo, estos cambios deben ser insignificantes, a menos que aparezca un concepto enteramente nuevo. En este caso, el proceso de diseño debe retornar a sus etapas iniciales, para que el nuevo concepto sea desarrollado, aprobado y presentado.

2.3 Diseño Industrial

Se denomina diseño industrial a la actividad humana ligada a la creación, desarrollo y humanización de los productos industriales, que como arte aplicada busca resolver las relaciones formales-funcionales de los objetos

susceptibles de ser producidos industrialmente, mediante una expresión creativa y progresista que considera la función estética.

2.4 Diseño de modas

Imagen 2.1 Diseño de modas



Fuente: <http://modadetodounpoco.blogspot.com>

La Moda indica en su significado más amplio una elección o, mejor dicho, un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de unos criterios de gusto.

Uso, modo o costumbre que está en alza durante algún tiempo, ó en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, sobre todo los recién introducidos.

Moda sería lo actual, o lo que está en vigor e interesa a una mayoría en un momento determinado. Aplicada a la indumentaria es aquel atuendo, estilo, prenda, color o complemento, que se lleva por parte del grupo socialmente más importante o hegemónico, que es el capaz de influir en los demás.

El diseño de modas es el arte dedicado al diseño de ropa y accesorios creados dentro de las influencias culturales y sociales de un período de tiempo específico.

Diseñador de la figura humana para que ese fin sea logrado lo más satisfactoriamente posible.

Fin estético: Pretende crear una respuesta en quién lo observa siendo la belleza su único eje.

Fin ergonómico: Diseño de una cobertura en perfecta armonía con la fisiología humana, haciendo que ésta mejore en uno o varios aspectos.

Fin de personalidad: Mediante la cobertura se sugiere un tipo de vida, inclinaciones políticas, culturales, religiosas o de carácter.

Fin de situación: Analizando el envoltorio se sitúa al individuo en un contexto histórico y geográfico concreto.

Fin emotivista: Mediante la imagen que se proyecta, se induce una respuesta.

Teniendo en cuenta estos los fines a lograr, se puede crear una cobertura o vestido. Dependiendo de la calidad con que se mezclen y cantidad de fines mezclados obtendremos mejores.

2.4.1 Características.

El diseño de modas difiere del diseño de vestuario debido a que su producto principal tiende a quedar obsoleto después de una o dos temporadas, usualmente. Una temporada está definida como otoño-invierno o primavera-verano.

Los diseñadores de modas crean ropa y accesorios. Algunos diseñadores de alta costura son independientes laboralmente y diseñan para clientes individuales. Otros cubren las necesidades de tiendas especializadas o de tiendas de departamentos de alta costura. Estos diseñadores crean prendas originales, así mismo como los que siguen tendencias de moda establecidas. Sin embargo, la mayoría de los diseñadores de modas trabajan para fabricantes de ropa, creando diseños para hombres, mujeres y niños en el mercado masificado. Las marcas de diseñador que tienen un

«nombre», tales como Calvin Klein o Ralph Lauren, son generalmente creadas por un equipo de diseñadores individuales bajo la supervisión de un director de diseño.

2.4.2 Historia

El primer diseñador de modas, que no era simplemente un modisto, fue Charles Frederick Worth (1826-1895). Antes de que estableciera su *maisoncouture* (casa de modas) en París, el diseño y creación de ropa era manejado por un gran número de modistas anónimas, y la alta moda estaba basada en los estilos usados en cortes reales. El éxito de Worth fue tal que pudo ordenar a sus clientes lo que debían usar, en lugar de seguir su dirección como los modistos solían hacer. El término *couturier* (costurero) fue, de hecho, acuñado para referirse a él. Fue durante este período que muchas casas de modas comenzaron a contratar artistas para bosquejar o pintar diseños de prendas. Las imágenes por sí mismas podían ser presentadas a los clientes de forma mucho más económica que produciendo una prenda de muestra en el taller de trabajo. Si al cliente le gustaba la prenda, ésta era ordenada y pagada. Por lo tanto, la tradición de bocetos de prendas comenzó como un método de las casas de modas para economizar.

Durante los primeros años del siglo XX, prácticamente toda la alta moda se originó en París y en menor medida en Londres. Las revistas de modas de otros países enviaban editores a los espectáculos de moda de París. Las tiendas de departamentos mandaban compradores a los desfiles de París, donde compraban prendas para copiar (y robaban abiertamente las líneas de estilo y el corte de otras).

Tanto en los talleres que fabricaban trajes sobre medidas como las tiendas de ropa lista para usarse (*prêt à porter*) aparecían las últimas modas de París, adaptadas a las características económicas y cotidianas de los clientes de las tiendas.

En este momento la división entre alta costura y ropa lista para usar no estaba todavía claramente definida. Los dos modos independientes de producción todavía no llegaban a ser competidores, de hecho, coexistían en casas donde las modistas elaboraban prendas de ambos modos.

En los primeros años del siglo, las revistas comenzaron a incluir también fotografías de los conjuntos y se volvieron aún más influyentes que en el pasado. En las ciudades alrededor del mundo estas revistas tenían un gran efecto en el gusto público y eran muy solicitadas. Ilustradores talentosos como Paul Iribe, Georges Lepape, Erté y George Barbier dibujaban cuadros de modas exquisitos para estas publicaciones, que cubrían los más

recientes desarrollos en moda y belleza. Tal vez la revista de moda más famosa del momento era La Gazette du bon ton, que había sido fundada en 1912 por Lucien Vogel y regularmente publicada hasta 1925, con la excepción de los años de la Primera Guerra Mundial.

La Segunda Guerra Mundial creó muchos cambios radicales en la industria de la moda. Después de la guerra, la reputación de París como centro mundial de la moda comenzó a declinar, y las modas de confección y manufacturación de masa acrecentaron su popularidad.

2.5 Prêt-a- Porter

Imagen 2.2 Pret-a-porter



Fuente: <http://www.modahistoria.com>

Prêt-à-porter es una expresión francesa que significa textualmente «*Listo para llevar*». Se refiere a las prendas de moda producidas en serie con patrones que se repiten en función de la demanda; es por tanto la moda que (con diferentes calidades y precios) se ve en la calle a diario. Aún así, hay también un *prêt-à-porter* de lujo producido por numerosas firmas de máximo prestigio, como Yves Saint Laurent y Chanel. Es inevitable contraponer este término al de Alta Costura (o *Haute Couture*), ropa hecha a medida por grandes modistas, y, con bastante frecuencia, de diseño exclusivo.

Pret-a- Porter designó primero las colecciones en serie de los grandes modistos y que se ha impuesto en el mundo de la moda para designar la ropa ya hecha.

Se considera su precursor al American Look de finales de los 40, que intenta implantar en el mundo de la moda el estilo cómodo estadounidense, acorde con el sueño americano.

2.5.1 Nacimiento del Pret-a- Porter

En la década de los sesenta se produjo una gran revolución en la moda a nivel internacional. La Alta Costura, sin llegar a desaparecer, fue poco a poco desplazada por el *prêt-à-porter*. Se inició un periodo de democratización de gran repercusión desde el punto de vista social; las prendas se empezaron a fabricar a gran escala, y la ropa de diseño, bien confeccionada, alcanzó a otros estratos sociales. Muchos de los grandes nombres de la Alta Costura se sumaron a esta nueva tendencia para poder mantener sus casas, e incluso algunos de ellos optaron por abrir boutiques donde se comercializase esa otra línea paralela a sus creaciones más mimadas. El primer caso fue el de Yves Saint Laurent. Sin embargo, fue sólo cuestión de tiempo que todos los grandes salones se despidiesen de sus mejores clientas. El excesivo importe de los impuestos relacionados con el

lujo y otras razones fiscales aceleraron el cierre de la mayoría de estas casas.

El fenómeno del distintivo y la marca, seña de identidad de los jóvenes diseñadores, se expandió como la pólvora. Con aquellos jóvenes creadores, ahora ya nombres propios de la moda como Jesús del Pozo, Adolfo Domínguez, Purificación García, Sybila, Antonio Miró, Francis Montesinos, Roberto Verino, Pedro Morago, Pedro del Hierro, David Valls, y un largo etcétera, se abrió un camino de referencia para las nuevas promesas que empezaron a despuntar en los años noventa. La forma de presentar las colecciones también sufrió una profunda transformación. De los coquetos e íntimos salones, se pasó a convocatorias multitudinarias de gran repercusión social. Antaño cada casa fijaba su día de presentación, se remitían las invitaciones y se publicaba en prensa el evento. Desde hace veinte años aproximadamente, tanto en la Pasarela Gaudí (Barcelona, ahora convertida en Pasarela Barcelona) como en la Pasarela Cibeles (Madrid), se concentran en ocho días las más altas dosis de actividad.

El papel de los medios de comunicación también ha sido esencial en este aspecto, pues tanto los diarios como la prensa especializada y, sobre todo, la televisión se convirtieron en el canal de difusión más inmediato.

2.6 Perfiles del consumidor

2.6.1 Neo Tradicional

No acepta fácilmente cambios en su vida

“todo tiempo pasado fue mejor”

Imagen 2.3 Neo Tradicional



Fuente: <http://www.tendencias.com>

2.6.1.1 Características

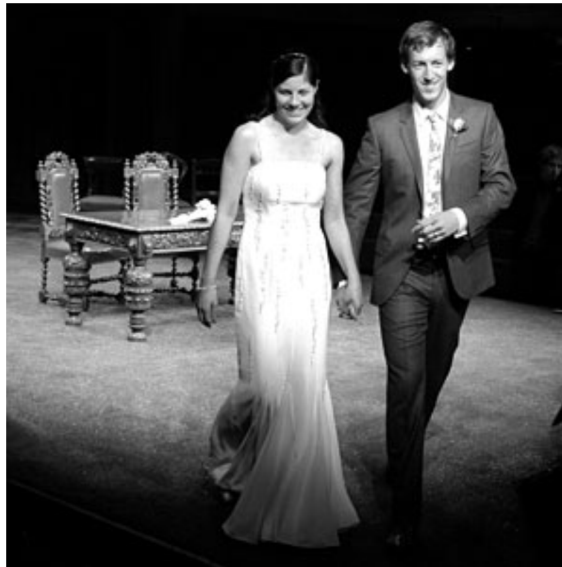
- o Conservador
- o Autocrítico
- o Formal
- o Rígido
- o Protocolario

2.6.2 Contemporáneo

Mentalidad de cambios constantes

“Al pueblo que fueres haz lo que vieres”

Imagen 2.4 Contemporáneo



Fuente: <http://www.trendencias.com>

2.6.2.1 Características

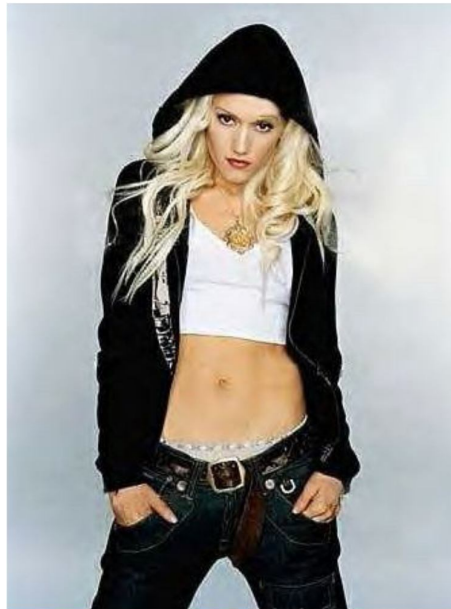
- o Democrático
- o Atento
- o Enriquecido
- o Multicultural
- o Mesurado

2.6.3 Moda

Quieren cambios todo el tiempo

“nadie me entiende”

Imagen 2.5 Moda



Fuente: <http://www.trendencias.com>

2.6.3.1 Características

- o Rebelde
- o Irreverente
- o Inconforme
- o Explorador
- o Sensible

2.7 El textil en el diseño

Como uno de los elementos compositivos del diseño de indumentaria, el textil permite conformarla silueta entorno al cuerpo. Lo rodea, contiene, sigue y traza, al mismo tiempo que lo califica superficialmente, provocando sensaciones hacia el interior de la piel y hacia el exterior, como textura sensible y relacionada con el medio ambiente.

Por ello, en el proyecto de la vestimenta es fundamental valorizar las cualidades de maleabilidad, es decir, la aptitud del material para confirmar el volumen en torno al cuerpo, según su peso, caída, elasticidad, movimiento, adherencia y textura, además de las cualidades que atañen a la superficie, como el color, el dibujo, la trama, la estruracion, el brillo, la opacidad y la transparencia, etc. Dado que el textil funciona a manera de extensión de la epidermis, de piel superpuesta a la piel es mas que relevante prever las sensaciones táctiles, el aspecto visual, las impresiones sonoras y las cualidades olfativas que el material suscita mediante su textura, densidad,, temperatura, sequedad o humedad.

2.8 Tipos de Prendas en el Remake

2.8.1 Abrigo

Imagen 2.6 Abrigo



Fuente: <http://www.trendencias.com>

Un abrigo es una prenda de vestir que baja por debajo de las caderas y se abrocha al frente con botones y a veces también con cinturón. Se lleva además de las otras prendas de vestir para asegurarse de las inclemencias.

El abrigo se abre sobre el frente, tiene las mangas largas, y lleva a veces bolsillos e incluso, capucha. Los materiales de fabricación son variados. Pueden llevarlo tanto mujeres como hombres, aunque los cortes de abrigos de mujeres sean diferentes de los de hombres.

2.8.2 Blusas

Imagen 2.7 Blusas



Fuente: <http://blusas,corpiños.com.es>

Prenda exterior de vestir, generalmente femenina amplia con o sin mangas que cubre la parte superior del cuerpo y casi siempre llega hasta la cintura.

Las blusas raramente formaban parte del guardarropa de la mujer hasta los años 1890. Antes de entonces, eran ocasionalmente populares para el uso informal en los estilos que asemejaban la ropa campesina o tradicional, tal como la camisa de Garibaldi de la década de 1860.

Las blusas se hacen de tela de algodón o de seda y pueden o no incluir cuello o mangas. También pueden contener detalles femeninostales como colmenas o decoraciones bordadas.

2.8.3 Faldas

Imagen 2.8 Faldas



Fuente: <http://econews.pe/weblogs>

La falda es una prenda de vestir suelta que cae desde la cintura hacia abajo, para hablar de la historia de la falda tendríamos que remontarnos casi hasta el inicio de los tiempos ¡porque ya las llevaban nuestros antepasados en las cavernas! Las pieles alrededor de la cintura fueron la primera prenda de vestir del hombre. Pero ésta no fue una "moda pasajera" ni mucho menos, la falda continuó siendo habitual en hombres y mujeres durante siglos en varias civilizaciones, como la egipcia, la griega o la romana. la Edad Media se elaboraban paños de lana, y las más ricas llevaban remates en otros tejidos más finos, o piedras preciosas, etc.

2.8.4 El Bolero

Imagen 2.9 Bolero



Fuente: <http://www.clmode.com>

Es una chaquetilla corta de señora que se puso de moda durante el reinado del emperador Napoleón III de Francia.

Su aparición se debe a que fue adoptado por el modisto Charles Worth que pretendía halagar a la emperatriz, la española Eugenia de Montijo.

2.8.5 Chaleco

Imagen 2.10 Chaleco



Fuente: <http://www.ropa-mujer.net/2010/12/31/la-prenda-de-la-semana-chalecos/>

El chaleco es una prenda de vestir sin mangas, que cubre el tronco hasta la cintura y se suele poner encima de la camisa o blusa.

Esta prenda cada vez adquiere más relevancia e importancia en el armario de toda mujer que se interese por la moda y por el buen vestir.

Del árabe *yalikay* del turco *yalak*, el chaleco es una prenda que ha sabido ir evolucionando a lo largo de la historia: en el principio su uso se reservaba casi que únicamente a los uniformes de los hombres, mientras que hoy en día estiliza y le aporta glamur a cualquier combinación de pantalón o falda y camisa o blusa femenina.

2.8.6 Chaqueta

Imagen 2.11 Chaqueta



Fuente: <http://www.vivealgodon.com>

Prenda exterior de vestir, con mangas y abierta por delante, que cubre el tronco.

La palabra procede, al parecer, de los campesinos franceses del siglo XVI, llamados Jacques (Santiago), por la abundancia de este nombre entre ellos. Esta prenda, que los campesinos usaban habitualmente, recibió su mismo nombre, jaque o jaquette de donde pasó al castellano en su forma actual. (La voz jaque, matón, de la germanía de los siglos XVI y XVII, parece tener el mismo origen, tal vez, porque también usaban esta prenda).

La chaqueta jean puede ser considerada la cima entre los clásicos de la moda. Con los siempre clásicos estilos abotonados en chaquetas deportivas

y ajustadas, la chaqueta jean es obligatoria en todo ropero de la estación. de costuras contrastadas y cuellos ribeteados.

2.8.7 Short

Imagen 2.12 Short



Fuente: <http://thefashionstate.blogspot.com>

El pantalón corto o shorts es una prenda de vestir usada tanto por hombres como por mujeres que consiste en algo que cubre las piernas parcialmente, a partir de la cintura. Es como un pantalón, pero más corto que éste, normalmente estando por arriba de las rodillas o a su nivel, incluso más largo. El nombre *shorts* viene de la misma palabra inglesa que significa "cortos"; esto se debe a que son versiones reducidas de este.

2.8.8 Camiseta

Imagen 2.13 Camiseta



Fuente: <http://www.setaloca.com>

Una camiseta, es una prenda de vestir por lo general de mangas cortas, cuello redondo, sin bolsillos y sin botones a lo largo de su parte frontal (este último detalle es el que las distingue de las camisas, aunque pueden tener dos o tres en la parte superior delantera para ampliar la abertura del cuello). Existen diversos diseños, que varían algunas de sus características básicas, por ejemplo, modificando el cuello redondo (también llamado "en caja") por otro en "V" (o de pico) o añadiendo bolsillos. Además de manga corta, las hay de manga larga e incluso sin mangas, y también de tirantes. Su longitud varía desde la mitad del muslo hasta por encima del ombligo, aunque lo normal es que acabe donde empieza el pantalón o falda, es decir, sobre las caderas.

2.8.9 Pantalones

Imagen 2.14 Pantalón



Fuente <http://www.javicochs.com>

El pantalón es una prenda de vestir utilizada en la parte baja del cuerpo, que cubre ambas piernas por separado (a diferencia de las faldas).

Esta vestimenta es usada tanto por hombres como por mujeres, y suele tener también accesorios tales como bolsillos para guardar elementos personales, cremallera (bragueta en el caso de los varones), para poder vestir más fácilmente aquellos de materiales menos flexibles, y pasa cintos, para poder sostener aquellos que sean holgados de cintura.

2.8.10 Vestido

Imagen 2.15. Vestido



Fuente: <http://www.femeninas.com.ar/moda-femenina.asp>

Prenda de vestir exterior femenina de una sola pieza, desde los hombros hasta más arriba o abajo de las rodillas.

El vestido está considerado hace más de dos siglos como una disciplina de estudio.

Los primeros vestidos fueron de origen vegetal sin confección, urdimbres, trenzados, quizás acompañados de pieles de grandes animales y de zaleas, capa sobre capa.

2.9 Textiles en el Remake

2.9.1 Pana

Imagen 2.16 Pana



Fuente: <http://spanish.alibaba.com>

La pana (del francés, *panne*) es un tejido grueso, de tacto suave. Aunque la tela de pana puede ser lisa, en confección se suele utilizar con acanaladuras (bastones) verticales de pequeño tamaño, pero también pueden ser un poco más gruesos. Por su grosor se suele usar para la confección de prendas invernales de todo tipo, incluyendo pantalones, camisas, y chaquetas. La tela también puede ser empleada para cubrir cojines.

Esta es la tela que se utiliza en hacer los típicos bléiser masculinos se pueden encontrar en varios colores, también en calidad. Se puede utilizar en pantalones, chaquetas y faldas.

2.9.2 Algodón

Imagen 2.17 Algodón



Fuente: <http://www.todotelas.cl/definicion-telas>

El algodón es la fibra natural más útil y valiosa del mundo, y puede aplicarse a tantos usos, que nos sería imposible enumerarlos todos. Difícilmente podría pasar la humanidad sin esta planta de la cual se hacen vestidos para gran parte de los habitantes del globo, pues casi todos usamos ropas de algodón cosidas con hilos de algodón; atamos sacos de algodón con cordones de algodón; son de algodón las tiendas bajo las cuales se abrigan los soldados, los exploradores y los trabajadores del campo; son de algodón las sábanas de nuestras camas, las colchas que las engalanan y hasta el colchón en que reposamos; es algodón lo que el médico coloca sobre nuestras heridas, y son también de algodón las vendas con que las recubre. En fin, podríamos citar decenas de otros ejemplos de los usos del algodón.

A pesar del gran aumento en el uso de la seda natural y artificial, y de materias plásticas en cosas que antes solamente se hacían con algodón, y a pesar también de la invención de hilos de materias químicas, el algodón continúa siendo la fibra más buscada y empleada en todas las partes del mundo.

El algodonerero es una planta que pertenece a la misma familia que la malva hortense; como ésta, tiene una flor hermosa, que primero es de color amarillo pálido, luego sonrosada, y por último, antes de caer, de un color encarnado oscuro.

Entonces aparece un fruto pequeño, llamado cápsula, que contiene las pepitas o semillas envueltas en la fibra de algodón. Al llegar a la madurez la cápsula se entreabre, y el algodón se saca con la mano. Antes de que Eli Whitney inventase, en 1793, la máquina desmotadora llamada almarrá, la operación de separar entre sí las semillas y las fibras del algodón debía efectuarse a mano; trabajo lento que no podía menos que limitar en gran manera la cantidad de la cosecha. El almarrá, en cambio, puede efectuar un trabajo equivalente al de varios centenares de obreros; y ésta ha sido la causa del gran crecimiento en las cosechas del algodón. Sirve esta máquina, como ya hemos indicado, para arrancar la fibra que envuelve a las pepitas, de las cuales, después de molidas, se extrae aceite.

Pueden también reducirse a harina, y entonces se emplea como alimento para el ganado, o como abono.

2.9.3 Fibras sintéticas y naturales utilizadas como remanentes

El nailon es el nombre con el que se engloba a un conjunto de fibras sintéticas que se fabricó por primera vez en 1938. Las fibras de nailon se utilizan principalmente en todo tipo de fabricaciones textiles, aunque también se emplean para juntas, bisagras, correas para maquinaria, cables, neumáticos, filtros, decoración, materiales para usos deportivos (hilos de pescar, encordados de raquetas, redes, tela de paracaídas, cuerdas), etc. Las primeras fibras sintéticas se desarrollaron a finales del siglo XIX basándose en la celulosa natural, y se dieron a conocer con el nombre de rayón. Como la celulosa no es sintética, el rayón se ha denominado fibra regenerada. La celulosa natural que aparece en formas que carecen de utilidad textil, como la fibra de madera, se trata químicamente para convertirla en compuestos que pueden licuarse. Más tarde, se da forma de filamento a estos líquidos, dentro de un ambiente que los convierte de nuevo en celulosa pura en estado sólido, y así se forma el rayón.

En la actualidad, la mayoría de las fibras sintéticas se fabrican a partir de derivados petroquímicos y están formadas por polímeros muy largos

parecidos a los plásticos en su estructura. La primera fibra plástica de gran aceptación comercial fue el nailon, desarrollado en 1938.

Desde su aparición se han desarrollado muchas otras fibras sintéticas, como las acrílicas, las olefinas y los poliésteres. Las fibras sintéticas se fabrican, al igual que el rayón y el acetato, dando forma de filamentos a los líquidos dentro de un ambiente que hace que se solidifiquen. A continuación se tratan para conseguir ciertas cualidades, como resistencia al calor y a la humedad, facilidad de tinción y elasticidad.

Se han elaborado también fibras sintéticas para aplicaciones industriales muy precisas, como tejidos antibalas, aislantes y fuselajes y alas de aviones. También hay fibras especiales que se utilizan en los programas de astronáutica, y otras utilizadas para equipamiento deportivo de todo tipo. Las fibras sintéticas pueden combinarse con fibras de carbono, boro, silicio u otras sustancias, para conseguir, por ejemplo, aumentar su dureza y su resistencia a temperaturas elevadas.

2.9.4 Cuero

Imagen 2.18 Cuero



Fuente: <http://www.trendencias.com>

Cuero es el pellejo que cubre la carne de los animales después de curtido y preparado para su conservación y uso doméstico e industrial. La piel es el más importante subproducto de la industria frigorífica o de la carne. El curtido lo valoriza transformándolo en cuero. El distinto origen, tratamiento de curtido y posterior elaboración del cuero proporciona un producto final muy distinto.

2.9.4.1 Según su procedencia

Los cueros tienen diferentes tipos según la procedencia de las pieles, y difieren en su estructura según sean las costumbres de vida del animal originario, la edad del animal, el sexo, la crianza y la estación del año en la que fue tratada.

2.9.4.2 Según su procedimiento de curtido

Toda la piel tiene que sufrir un proceso de Curtido para que no se pudra y conserve la flexibilidad. Las sustancias que se le aplican para conseguir ese efecto condicionan el resultado final. Hay que tener en cuenta que estos procedimientos no son excluyentes, a menudo se mezclan los distintos elementos curtientes para obtener un producto final intermedio.

2.9.4.3 Tipos de Cuero

Imagen 2.19 Tipos de Cuero



Fuente: <http://www.trendencias.com>

2.9.4.4 Cuero crudo

No tiene ningún tratamiento químico para su conservación, salvo en ocasiones sal. Si se utiliza sal, lo habitual es hacerlo inmediatamente después de desollar la piel, extendiendo una capa sobre la cara interior y enrollándola sobre sí misma durante varios días. Se descarna la piel, se la lava y se la estira mientras se seca. Es rígido y quebradizo, y principalmente se utiliza para la fabricación de tambores tradicionales, cordeles o juguetes para perro. Un uso tradicional era el empleo de pieles enteras de cabras o conejos, incluso más raramente vacunos, en la fabricación de alfombras. Secando simplemente la piel sobre una superficie lisa, que puede o no

contener una capa de sal, se dejaba luego sobre el suelo con el pelo hacia la parte superior.

2.9.4.5 Curtido con sesos

Es un proceso trabajoso que consiste en saturar la piel de aceites emulsionados, a menudo obtenidos a partir de cerebros animales y estirarla mientras se seca, actualmente no se emplea de forma industrial. Las pieles obtenidas por este sistema reciben el nombre de gamuza y son excepcionalmente suaves, flexibles, resistentes al desgaste, absorbentes y pueden lavarse.

2.9.4.6 Curtido vegetal

Se curte usando tanino y otros ingredientes de origen vegetal. El resultado es un cuero suave y de color marrón; el tono varía dependiendo de la mezcla de ingredientes empleada en el curtido y del color original de la piel. El tanino se oxida con el aire y la luz, por lo que un cuero curtido con materias vegetales irá oscureciéndose con el tiempo de forma similar a una pieza de madera, solo que más rápidamente. Esto, que puede dar una bonita pátina a algunos objetos de cuero, puede arruinar el teñido en otros.

Este tipo de cuero no es estable en el agua, tiende a decolorarse, y si se empapa y se deja luego secar se endurece y se vuelve más áspero y duro. Sometido a alta temperatura, las fibras de colágeno se contraen, se endurece drásticamente y se vuelve rígido y quebradizo.

2.9.5 Jean

Imagen 2.20 Jean



Fuente: <http://www.trendencias.com>

El jeans o mezclilla es un tejido empleado en la confección de ropa de trabajo. Aunque no hay unanimidad sobre el origen, diversos estudios señalan que surgió en Europa, en la Edad Media.

Pero estos antecedentes se difuminan hasta que en el siglo XVII se encuentra en la ciudad francesa de Nîmes un centro industrial textil basado en el algodón, que dio nombre al Denim o tejido de Nîmes.¹ Este comenzó a hacerse popular por su resistencia, ya que era empleado en sus comienzos

para la realización de velas para barcos y tiendas de campaña, de toldos y lonas.

2.9.5.1 Proceso

Es una tela de algodón asargado de trama blanca y urdimbre teñida de azul índigo. Para hacerlo, después que las máquinas hiladoras convierten el algodón en hilos, algunos de éstos son teñidos con una coloración azulada y luego encolados para darle mayor resistencia. Se utiliza un urdidor de balas, para después en el telar cruzarlos, por chorro de aire o lanzadera, con otros blancos que serán la trama. La trama puede ser mezclada con fibras elastoméricas (2%) para formar tejidos elastizados. Se le aplican diferentes tratamientos hasta obtener el Denim en un proceso que dura 20 días.

El índigo es uno de los más antiguos tintes usados en tintura textil y en imprenta. Muchos países asiáticos, como India, China, Japón, han usado el índigo como tintura por centurias. También era conocido en antiguas civilizaciones de Mesopotamia, Egipto, Grecia, Roma, Bretaña prehistórica, Mesoamérica, Perú, Irán, África. Se cree que India es el más antiguo centro de tintura índigo del Viejo Mundo. Y suministraba índigo a Europa en la era Greco-Romana. La asociación de India con el índigo se refleja en la palabra griega para tintura, que era indikon. Los romanos usaban el término indicum, pasando a la lengua itálica y eventualmente al inglés con índigo.

2.9.5.2 Lavados Industriales

Cuadro 2.1 Lavados Industriales



Fuente: <http://www.lavatextilescolmb.com>

Una variedad de productos de tratamientos están disponibles a través de la tecnología moderna. Algunos procesos de lavados de jean, a menudo identificados por los términos "lavado de ácido" través de productos químicos (blanqueo) y mecánicos (de roce o abrasión –piedra pómez), o una combinación de ambos procesos exponen al jean después de varias volteretas con piedras pómez y blanqueador llamado permanganato de potasio. Un profundo enjuague se necesita para eliminar el exceso de cloro en el tejido. Si no se elimina, los tejidos pueden quedar amarillos cuando se expone a agua caliente, detergente, el calor proceso que los expone a las partículas de tela vaquera a presión controlada. Independientemente del secador de ropa, o la luz solar y el daño es permanente. El arenado es un del método utilizado para producir desgaste, la durabilidad disminuye la vida

útil de la prenda. El exceso de decoloración y lijado debilita las fibras y puede provocar agujeros en la tela y las costuras y romperse después de unos cuantos usos. Se estima que "el ácido de lavado" de transformación es igual a 25 lavadas en casa. Por lo tanto el encogimiento no es un problema en la compra del producto final.

- **Stone wash**

Stone wash (lavado a piedra): Piedras (usualmente pómez) agregadas al lavado para ablandar la tela.

- **Abrasión**

(Crear el contraste azul y blanco) utilizamos enzimas (pueden ser acidas, neutras, híbridas ect), antirredespositante, buffer, piedras pómez o algún otro abrasivo.

- **Desgomado**

(Sacar impurezas de la tela) empleamos productos como: lubricantes, desengomantes, humectantes, etc.

- **Suavizado**

(Darle un toque más suave al tejido). Empleamos productos como silicones, suavizantes, buffer etc.

- **Cepillado**

Un método utilizado para una dar aspecto envejecido y/o introducir puntos de desgaste. Para los tratamientos más caros. Se hace con la mano por un individuo. Y mecanizando métodos de uso robótico equipado con una gran variedad de cepillos de alambre. Los robots pueden aprender y reproducir el movimiento inicial de una mano humana. Automatizando brazos robóticos que se mueven en un maniquí vestido por un jeans.

- **Láser**

Erosiona la superficie del índigo con el fin de alterar, el color o grabar a través de la tela.

2.10 Medio Ambiente

Imagen 2.21 Medio Ambiente



Fuente: <http://uvm-geo-2010.wikispaces.com>

La grave situación del medio ambiente, la amenaza constante de los efectos destructores del cambio climático parece estar sacudiendo las conciencias de la sociedad en general. Un tema que no ha pasado desapercibido para la moda.

Cada vez es mayor el número de diseñadores y grandes firmas que marcan tendencias ecológicas en el vestir, en los complementos y hasta en los cosméticos.

Materiales reciclados, uso de fibras naturales, tintes sin química y procesos de fabricación respetuosos con la naturaleza están de moda.

Nada sintético ni químico es la base de la también llamada ecomoda confeccionada con materiales orgánicos. Prendas elaboradas con telas en cuya fabricación no se emplean químicos, fertilizantes ni pesticidas.

La nueva moda llamada “Green” valora el reciclaje, es decir aprovecha todo lo que se tira a la basura. Así, latas de refrescos, se transforman en bolsos o carteras, envases de cualquier tipo, plásticos y metales se convierten con imaginación en bellos diseños de moda, creados por los más importantes diseñadores.

No es una tendencia nueva, son muchos los diseñadores que llevan años intentando introducir esta cultura verde, pero parece que recién ahora ha conseguido instaurarse como nueva cultura.

Pero, según varios profesionales que participaron en el salón Prêt à Porter de París, la “moda reciclada” interesa a cada vez más clientes, amantes del “vintage” o ropa antigua, con el fin de tener piezas exclusivas.

Las joyas no escapan a la moda del reciclado. La marca Cruselita, propone una “gama reciclaje” de collares, pulseras y pendientes hechos con embalajes metálicos. A esta tendencia se están sumando los grandes

la basura nuclear, para los que aún no existen procesos eficientes de reutilización.

Actualmente son muchos los materiales que se pueden extraer de los procesos de Reciclado.

- Reciclado de Papel
- Reciclado de Cartón
- Reciclado de Vidrio
- Reciclado de Plástico
- Reciclado de Caucho
- Reciclado de Aluminio
- Reciclado orgánico: Compost
- Reciclado de PVC
- Reciclado del Tóner

El Material Reciclado supone muchas ventajas, pero sin duda la más importante de ellas es el ahorro de los costes medioambientales. Con el Material Reciclado reutilizamos muchos materiales en lugar de tener que extraerlos de la Naturaleza.

Reciclar reduce la Emisión de Gases de Efecto Invernadero, ya que para producir bienes a partir de materiales reciclados se precisan menos combustibles fósiles.

El material reciclado de papel ahorra árboles talados, lo que contribuye a contar con mayores emisores de oxígeno en el planeta.

Por otro lado, mediante el proceso de reciclado estamos evitando que muchos de los materiales acaben en los vertederos, por lo que se reduce al mismo tiempo el volumen de residuos.

Actualmente hay muchos materiales reciclados a partir de otras materias que forman parte de nuestras vidas de forma natural. La mayor parte del cartón empleado en embalajes, papel reciclado, corcho de los tapones de vino, o incluso algunos de nuestros muebles que emplean contrachapado, otra forma de reutilizar la madera mediante el serrín apelmazado.

Otro de los campos tradicionales donde se ha empleado con éxito el reciclado es en la construcción. Una práctica histórica era emplear la piedra tallada de ruinas para la edificación de nuevos edificios. Este proceso ha permitido recuperar grandes joyas arqueológicas, como el teatro romano de

Cartagena, cuyas piezas habían sido empleadas en la Edad Media para la construcción de un Mercado.

Actualmente también se emplea el reciclado de material en la construcción mediante diversas técnicas. Una de ellas es el relleno de botellas plásticas, que posteriormente se emplean en forma de ladrillos apilados.

2.11.1 El reciclaje también está de moda

Imagen 2.23 El Reciclaje de Moda



Fuente: <http://reciclaje.verano.2010.wikispaces.com>

Reciclar es algo más que una acción de respeto al medio ambiente, es una filosofía que llega hasta el mundo de la moda.

Los modelos aparecen sobre la pasarela con prendas elaboradas con materiales reciclados. Además de ecológicos, estas prendas pretenden ser económicas.

Algunos de los diseñadores que han creado diseños ecológicos para la Green Fashion Miami 2009 son: Federico Visuetti (panameño), Rosita Hurtado (boliviana), Lara Miller (estadounidense), Adams Hernández (brasileño), José Alfredo Cartagena (puertorriqueño), Luís Domínguez (dominicano) y Francisco Pérez y Algimiro Palencia (venezolanos).

Utilizar materiales reciclados, customizar prendas viejas de nuestro armario, buscar en el baúl de tu abuela son algunas de las formas de ir a la moda y respetar al medio ambiente.

2.12 Remake o Rediseño

Imagen 2.24 Remake o Rediseño



Fuente: <http://uvm-geo-2010.wikispaces.com>

El concepto de rediseño tiene la ventaja de contener a la palabra diseño, es decir, se retiene la dimensión individual y creadora de la palabra diseño mientras que, al mismo tiempo, mediante el prefijo re, enfatiza que el proceso individual creativo se caracteriza por los cambios, las mejoras y las nuevas combinaciones de soluciones ya existentes. De esta forma, el concepto nos recuerda que todo producto complejo que es mejorado abarca una gran cantidad de soluciones inteligentes con las que han contribuido diseñadores anteriores, y que el último diseñador adopta, hace propia y construye a partir de ellas. En otras palabras, el concepto de rediseño subraya el hecho de que –en el proceso y en el producto– el diseño siempre contiene una dimensión colectiva, cooperativa y acumulativa.

El término “rediseño” no es nuevo; hace tiempo que es utilizado en distintos contextos de diseño aunque con un significado diferente, y muchas veces opuesto, al que propongo aquí. Mientras que este artículo argumenta a favor de una perspectiva en el que el diseño emerge como una subcategoría en un proceso sin fin de diseño, el concepto de rediseño hoy es utilizado exactamente en el sentido contrario. Diseñadores industriales dentro y fuera de las escuelas de diseño han utilizado la palabra rediseño desde hace mucho para describir tareas de diseño apuntando a la actualización visual de soluciones ya existentes. De esta forma, contrasta con el término diseño, que es visto como la búsqueda de soluciones que aún no existen.

Durante los últimos diez o veinte años, la palabra rediseño ha sido utilizada en diversos contextos, por ejemplo, en la teoría del management empresarial y más recientemente en el diseño web. Aquí también, la palabra es utilizada en el sentido de los cambios en productos y sistemas existentes en contraste al término diseño utilizado en el sentido de idear productos o sistemas que aún no existen.

El rediseño de un producto supone una forma novedosa y al mismo tiempo creativa.

Este uso establecido del término rediseño en contraste con nuevo diseño sin duda produce una distinción útil y práctica, especialmente con respecto a los clientes. Es útil en todas las situaciones en las que los diseñadores desean distinguir entre las soluciones que una empresa u organización ya tiene y necesita mejorar, y aquellas que la organización planea adquirir y que desde el punto de vista de una empresa debe ser desarrollada desde cero. Sin embargo, desde la perspectiva de la teoría del diseño y de la historia del diseño, esta distinción es confusa ya que crea la engañosa impresión de que los diseñadores construyen sobre soluciones anteriores solamente en algunas situaciones, mientras que en el diseño, este no es el caso.

Ahora permítanme discutir varios aspectos esenciales de esta cuestión del diseño-rediseño.

La moda rediseñada se ha extendido desde los salones de alta costura parisinos hasta comunidades de amantes de las manualidades (seguidores de la cultura DIY, del inglés "Do It Yourself", o hazlo tú mismo), que aprovechan las ventajas de Internet para compartir creaciones e intercambiar conocimientos.

En la tendencia conviven abrigos creados a partir de guantes viejos.

2.13 El modelado

2.13.1 Historia del modelado

Imagen 2.25 Historia del Modelado



<http://womanword.com/2012/03/04/desayuno-con-duyos-david-delfin-pelay/>

Modelado es una técnica más de patronaje, de hecho una de las primeras herramientas y/o instrumentos que en décadas anteriores sino es que más bien en siglos anteriores era el instrumento base de la Alta Costura; que para algunos es mejor y más fácil que el patronaje sobre papel, ya que se obtienen las piezas de cada prenda de una forma trimendisional al estar trabajando sobre una “forma humana”, de modo que al estar modelando sobre ésta, se tiene una idea más real de la prenda a trabajar.

2.13.2 Concepto

Imagen 2.26 Concepto



http://fashionbegins2.files.wordpress.com/2011/12/01122011355_1.jpg

Modelaje es una técnica de corte y confección, utilizada en el proceso creativo del diseño de moda, se dice en lenguaje coloquial “corte a ojo” por trabajar directamente sobre el maniquí o el cuerpo de la persona. Esta técnica exige un buen sentido de la observación para poder manipular los materiales con los que se va a trabajar y descubrir sus posibilidades creativas, técnicas así como entender sus posibles limitaciones. Las

características de la materia prima con la que trabaja el diseñador determina la decisión sobre el diseño a ejecutar.

2.13.3 Desarrollo

Imagen 2.27 Desarrollo



http://grupos.emagister.com/imagen/paso_no_3_como_se_va_colocando_la_manta_sobre_el_maniqui/6562-831365

El modelado consiste en el manejo del tejido sobre el Maniquí, la forma más inteligente de trabajar el modelado, es utilizando la misma tela a la que se pretende destinar el diseño, si esto no es posible por las restricciones del tejido , entonces habría que escoger una tela lo más parecida posible en cuanto a características de lenguaje plástico, aunque de peor calidad. En algunas ocasiones sino es que mayormente la tela más utilizada para esta

técnica es la tela de “manta” ya que se presta más para los cortes y todas las modificaciones; además por su precio no elevado.

Una de las principales diferencias que más bien sería la mayor es que en esta técnica se trabaja sobre el maniquí nuestro diseño, haciendo ajustes directamente sobre las piezas, obteniendo un patrón real y bien hecho.

2.13.4 Proceso

Imagen 2.28 Proceso



Fuente: <http://cursos.fadu.uba.ar/apuntes/Indumentaria%20I/unidad%20teorica%20n%206/2%20-construccion%20de%20moldes.pdf>

En el orden de creación de un diseño por modelado se realizan los siguientes pasos:

1º Antes de empezar a trabajar sobre el maniquí, habrá que marcar en la tela, si se trata de una tole, el hilo-urdimbre y el contrahilo-trama con lápices de colores, y si es tejido de género, entonces habrá que identificar la urdimbre y la trama con un hilo-hilván, habrá que disponer de alfileres para ir ajustando y sujetando la tela al maniquí según se va trabajando, y una cinta métrica para ir comprobando medidas.

2º Después de terminar el ejercicio maestro del modelado, se dibujan o marcan aplomos en todas aquellas costuras y zonas que lo necesiten.

También se dibujan o marcan todas las líneas que no estén aún reflejadas (línea de pecho, hombros, cintura, costado, línea de cadera. escote, etc.)

3º Se hace el dibujo, figurín (o fotografía), para dejar reflejado el modelo y poder repetir el efecto o el diseño.

4º Se desmonta el diseño, cada pieza desmontada figura ya como patrón.

5º Se sitúa en plano la toile o los componentes de la toile, sobre una mesa que esté cubierta por un cartón blando o corcho y sobre éste un papel.

Para fijar la tela al papel sin que se mueva durante el traspaso de patrones habrá que utilizar unas pesas, o en su defecto se prenderá con alfileres.

6º Se siguen los contornos y marcas con una ruleta dentada y el patrón queda delimitado en el traspaso o calco.

7º Conviene entonces verificar los contornos y las medidas.

8º Se identifica el patrón con una serie de comandos de posición identificación, ensamblaje y ajustes y ya queda listo para reproducirlo cuantas veces se desee.

2.13 Marca

Imagen 2.29 Marca



Fuente: <http://google.com> marcas famosas de ropas reconocidas a nivel mundial

Marca es un sistema de súper –signos o mega signos que gira alrededor de él y lo impregna, pero que se independiza y lo trasciende.

Para empezar a desmembrar el concepto se entiende que la marca es un signo estímulo: porque causa estímulo en el receptor, ingresa en un sistema psicológico de asociaciones de ideas.

Y de esta manera lleva a una vertiente icónica de la marca, llegando a una clasificación de asociatividad en el receptor.

Diferentes Formas de Asociatividad

2.13.1 Explícita: Analogía, semejanza perceptiva entre la imagen y que lo representa.

2.13.2 Alegoría: Se combinan en la imagen elementos reconocidos en la realidad, pero re combinada de forma insólita.

2.13.3 Lógica: Elemento representado mediante una imagen. Ej fuego, caja de fósforos.

2.13.4 Valores: es el empleo de elementos emblemático, el cual transfiere a la marca significados ya institucionalizados. Ej. Banderas, escudos.

2.13.5 Símbolo: Figura altamente ritualizada y una idea (nunca un objeto)

Ej.: Corazón, Amor, Pareja.

También es un signo de sustitución, porque el símbolo se convierte en un concepto que representa hacia el receptor. Para entenderlo el signo de la cosa llama enseguida su imagen mental, la evoca y le confiere, aunque ausente, la "presencia" (imaginaria). Es decir que todo significativo (incluida, por supuesto, la marca) lleva potencialmente la presencia de lo significado, y éste llega a veces a confundirse con el referente, es decir, con el objeto empírico designado.

- La marca nos lleva a lo que ella significa funcional y psicológicamente, a su vez a la memoria o a la experiencia que tenemos de ella.
- La marca es un reflejo, en el límite, de la calidad y el prestigio del producto y de la empresa.
- Y teniendo en cuenta el signo estímulo, genera un signo de registro debido a las asociaciones que tiene el receptor, que le permite distinguir fácilmente. Y estas asociaciones se producen por diferentes registros concluyentes en el receptor.
- La marca como método mnemotécnico.
- La marca, en tanto que un signo – estímulo, es un signo de sustitución, es decir, un símbolo en el sentido exacto del término.

- La condición asociativa de la marca es un poderoso instrumento mnemotécnico. La originalidad temática y formal, el valor simbólico, y la fuerza de impacto visual y emocional, contribuyen a la constante de re impregnación de la marca en la memoria colectiva.
- Si la marca es un signo – estímulo, es decir, un signo asociativo e inductivo que se incorpora a los sistemas mentales, también al mismo tiempo es signo memorizante.

2.14 Factores memorizantes de la Marca

2.14.1 Originalidad: se logra con hacer una investigación icónica y de la memoria visual (VALS). Al receptor le permite cierto registro.

2.14.2 Gama Cromática: a la marca le infiere poder, para generar el signo.

2.14.3 Valor Simbólico: las denotaciones y connotaciones están dado por el sistema de signos que refleja.

2.14.4 Las denotaciones: marcas que se pretenden explícitas, figurativas y analógicas, en los primeros niveles de la escala de Iconicidad.

2.14.5 La connotaciones: Investigaciones de valores ¿Cuáles son los valores personales?

2.14.6 Pregnancia: se define como la medida de la fuerza con que una forma se impone en el espíritu. Al tener formas simples lleva a mayor nivel de impacto.

2.14.7 Potencial mnemotécnico: Notoriedad: es el resultado acumulado de dicha difusión. Es el aspecto cuantitativo de la marca. Al tener mayor repetición tiene. Toda marca debe poseer cualidades intrínsecas, para ser aceptada y memorizada por ella misma.

2.15 Clasificación en el contexto comercial

2.15.1 Denominación social: Se convierte en la marca de la empresa. Y su función es distinguir producciones, y posesiones.

2.15.2 Marca de Producto: Se adhiere y lo acompaña en el ciclo del producto.

Paraguas o Brea de Marca (Marca de línea): Es la marca de líneas de productos.

2.16 El sistema de la Marca

La significancia de "garantía", que es supuestamente inherente en la marca.

2.16.1 Tres Vertientes

2.16.1.1 Garantía de responsabilidad pública: supone que toda marca como signo de representación (como "ente moral y "signatura") que compromete implícitamente todos sus productos y mensajes.

2.16.1.2 Garantía de autenticidad: es de creación original, exclusividad del fabricante.

2.16.1.3 Garantía de constancia de calidad: cuando la calidad fue aceptada por su público, debe tener continuidad, mantenida en el tiempo.

2.16.2 La marca constituye un sistema de atributos

- Atributo de "Firma": Valoración de marca sombrilla. La empresa diversifica y se extiende amparando sus productos y servicios.
- Atributo "personalismo" cuando el nombre de la marca es el nombre de una persona reconocida dentro de un sector o especialidad.
- Atributo de procedencia: referido al origen.
- Atributo psicológico: Antigüedad, modernidad.

2.16.3 Identidad de Marca

Una marca está configurada por los siguientes elementos:

2.16.3.1 Nombre o Fonotipo: Constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca.

2.16.3.2 Logotipo: Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe.

2.16.3.3 Isotipo: Es la representación gráfica de un objeto, que es un signo-ícono.

2.16.3.4 Gama cromática o cromatismo: es empleo y distribución de los colores. Es un paso más allá de la compra vintage o de segunda mano; la moda a partir del rediseño consiste en convertir la ropa vieja -ya esté desgastada, pasada de moda o simplemente ignorada en el fondo del armario- en prendas novedosas.

Teniendo en cuenta que descartamos la mayor parte de nuestra ropa antes de que haya llegado siquiera a rasgarse, perder el color o ciertas propiedades del tejido -por ejemplo, los británicos y estadounidenses se deshacen de 68 libras (30 kilogramos) de ropa por persona y año-, los tejidos más respetuosos con el medio ambiente son los ya existentes que puedan reaprovecharse: la mayoría.

La Marca constituye un instrumento insustituible de comunicación entre quien produce un bien o servicio y quien lo consume.

Una marca es todo aquello que los consumidores reconocen como tal. Es un producto al que se ha revestido de un ropaje tan atractivo que consigue que el producto se desee, se pida, se exija, con preferencia a otros productos. En definitiva, la marca es el nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o a un servicio, por el que es su directo responsable.

Ésta es quien debe darlo a conocer, identificar y diferenciar de la competencia; debe garantizar su calidad y asegurar su mejora constante.

La marca ofrece del producto, junto con su realidad material, una realidad psicológica, una imagen formada por un contenido preciso, cargado de afectividad: seguridad, prestigio para otros.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3. 1 Enfoque

Metodología Cualitativa - cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica, específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

Debido al amplio universo de jóvenes universitarios en la ciudad, se decidió analizar a los jóvenes de la PUCESA, ya que esta institución abarca un número importante de estudiantes con las características deseadas como posibles consumidores, es así que el enfoque es cuali-cuantitativo, ya que se busca una concepción orientada a la determinación de las causas y efectos de las prendas no utilizadas.

Será una investigación aplicada, ya que es un proyecto de diseño, que consiste en el rediseño de la ropa jean que ha sido guardada o en algunos de los casos desechada y esta será transformada en una prenda diferente, nueva y funcional.

3.2 Modalidad básica de la investigación

La presente investigación se enmarco en la modalidad de campo por la que se estudia el lugar donde se realizara un análisis de los problemas que existen en el momento de cambiar una prenda jean por una diferente.

3.3 Métodos de investigación

Método es el conjunto de procedimientos lógicos a través de los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigados.

El método es un elemento necesario en la ciencia; ya que sin él no sería fácil demostrar si un argumento es válido.

3.4 Nivel o tipo de investigación

3.4.1 Investigación aplicada

Es la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos, en la mayoría de los casos, en provecho de la sociedad.

3.4.2 Investigación de campo

Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

La investigación llegó a nivel asociativo de variables, por lo cuanto se relaciona el Diseño de Modas en este caso proyectando el remake de prendas en jean esto incluye análisis, estudio, diseño y confección.

3.4.3 Observación

La observación es una técnica que consiste en poner atención, a través de los sentidos, en aspecto de la realidad y en recoger datos para su posterior análisis e interpretación sobre la base de un marco teórico, que permita llegar a conclusiones y toma de decisiones.

3.4.4 Encuesta

La encuesta es una técnica de recolección de información, donde las jóvenes universitarias responden por escrito a las preguntas propuestas, la cual es estructurada por un cuestionario.

Este instrumento es una serie de preguntas impresas sobre hechos y aspectos que interesa al investigador.

3.4.5 Segmento de Mercado

El proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización.

Partiendo entonces de este principio y como se ha dicho anteriormente, la muestra seleccionada se detectó en los jóvenes universitarios de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Sede Ambato, determinado las siguientes características:

1. Son jóvenes entre 18 a 25 años en el 95%.
2. Su condición social y económica está entre media y media alta.
3. Son jóvenes que en términos generales buscan la innovación pero también el ahorro.

3.4.6 Población y muestra

Muestreo es tomar una porción de una población como subconjunto representativo de dicha población. Para que la muestra, al menos teóricamente, sea representativa de la población, debe seleccionarse siguiendo un procedimiento que permita a cualquiera de todas las posibles muestras del mismo tamaño contenidas en la población, tener igual oportunidad de ser seleccionada.

Antes de determinar con exactitud el número muestral, es importante explicar que si bien el universo se consideró a la totalidad de los estudiantes de la PUCESA, después de hacer la primera parte de la investigación es

decir la observación, se detectó que las mujeres en su mayoría renuevan con mayor frecuencia su vestuario y por ende aceptan de mayor forma el remake, en cuanto a los hombres la mayoría tienen un vestuario básico que consiste de camisetas y jean, este último usado hasta su casi inutilidad, por lo tanto con casi nulo poder de ser la base para un rediseño.

3.4.7 Muestreo Probabilístico

En base a lo expuesto en el punto 3.4.6 el número de estudiantes mujeres es de 526 (información recibida de cada una de las Unidades Académicas)

3.4.7.1 Desarrollo

N= Población

n = Muestra

Z = Nivel de confianza

e = error

p = probabilidad de éxito (0.5)

q = probabilidad de fracaso (0.5)

$$n = \frac{Z^2 pq N}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$

Datos de aplicación:

$$Z = 1.96$$

$$N = 526$$

$$p = 0.95$$

$$q = 0.05$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{(3.8416) (24.985)}{(525) 0.0025 + 0.182476}$$

$$n = 64$$

3.4 Encuesta dirigida a las estudiantes de la PUCESA

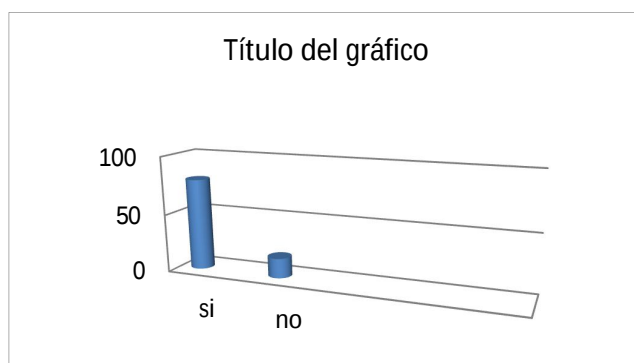
Objetivo:

Determinar la aceptación a la innovación y el uso del Remake, en las jóvenes estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Sede Ambato.

PREGUNTA # 1

¿La moda actual va con tu personalidad?

Grafico 3.1 Porcentajes pregunta 1



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

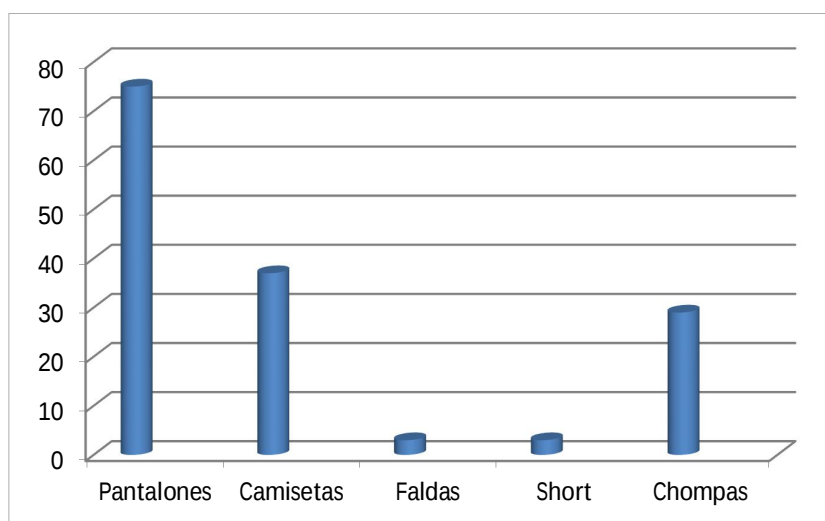
Interpretación

Las jóvenes en un 83% aseguran que la vestimenta usada está de acuerdo a su personalidad, pero al mismo tiempo están con las tendencias actuales, lo cual demuestra que se ven plenamente identificados con la moda existente.

PREGUNTA # 2

¿Qué tipo prendas utilizas con mayor frecuencia?

Grafico 3.2 Porcentajes pregunta 2



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

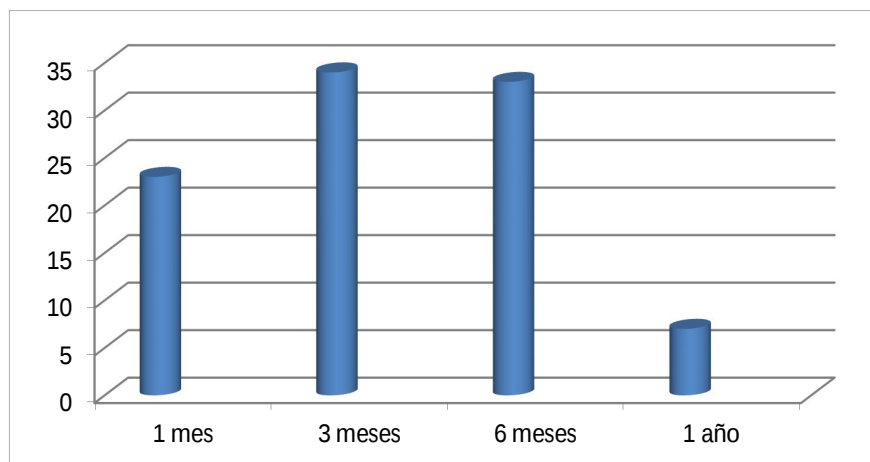
Interpretación

Las jóvenes en un 75% confirman que la prenda con mayor preferencia son los pantalones tipo jean, recordando, que esta prenda es la más aceptada en el mundo de la moda, por su versatilidad en colores, formas y texturas.

PREGUNTA # 3

¿Tú, con qué frecuencia compras ropa?

Grafico 3.3 Porcentajes pregunta 3



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

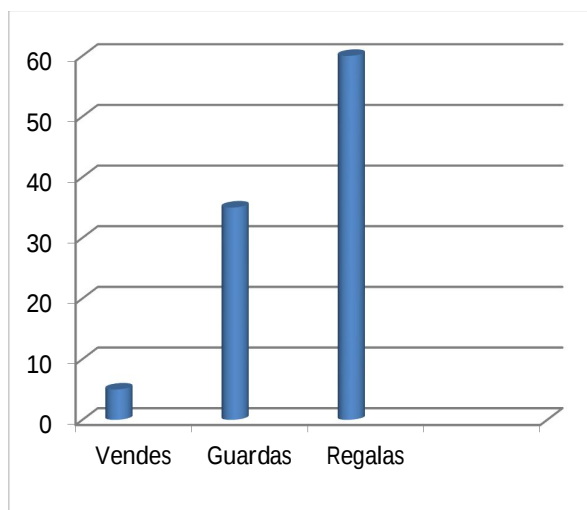
Interpretación

La mayoría de las jóvenes mujeres estudiantes universitarias, compran ropa con una frecuencia entre tres a seis meses aproximadamente, lo que demuestra que existe gran demanda de prendas de vestir, en la región central del país.

PREGUNTA # 4

¿Qué haces con las prendas útiles todavía pero que ya no utilizas?

Grafico 3.4 Porcentajes pregunta 4



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

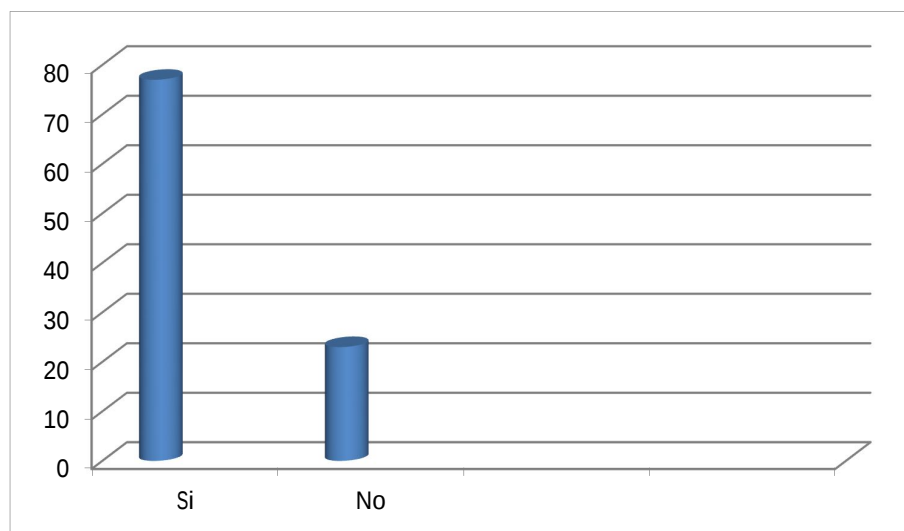
Interpretación

El 71% de personas encuestadas indican que las prendas útiles todavía son regaladas, ya sea a familiares cercanos o a personas con necesidad de las mismas, lo que hace suponer en primera instancia, que si tienen un buen nivel de utilidad, y que por lo tanto se convierten en materia prima importante, siendo por lo tanto, posible el desarrollo de el proyecto de Remake propuesto, que fortalecerá la reutilización y el cuidado del medio ambiente.

PREGUNTA # 5

¿Te gustaría que un diseñador de modas transforme tu vestuario deteriorado en algo interesante y vanguardista?

Grafico 3.5 Porcentajes pregunta 5



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

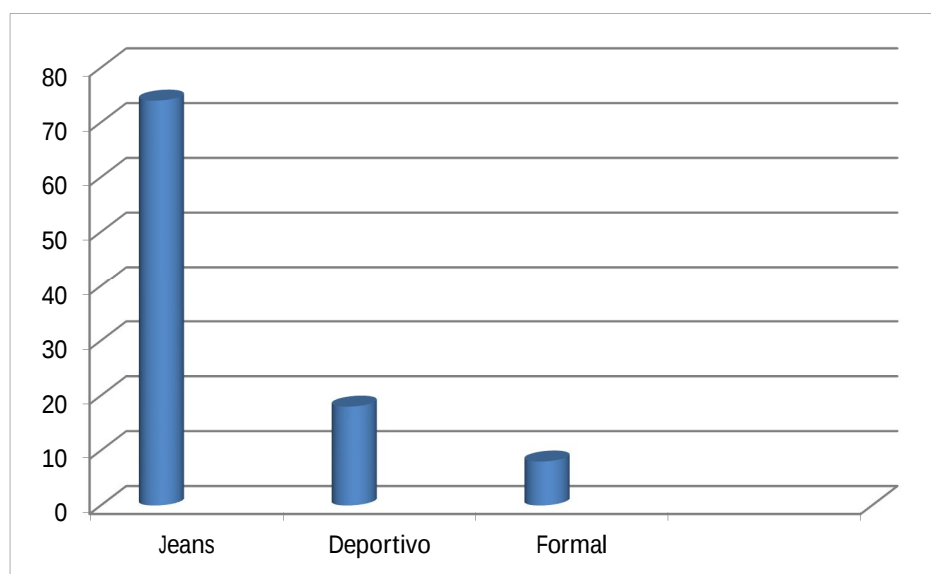
Interpretación

El 77% de mujeres confían en nuevas propuestas, que parten de algo ya existen y utilizado, dando al diseñador oportunidades de innovación, sin embargo cabe resaltar que el restante 23% todavía es conservador.

PREGUNTA # 6

¿Con qué tipo de prendas te identificas?

Grafico 3.6 Porcentajes pregunta 6



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

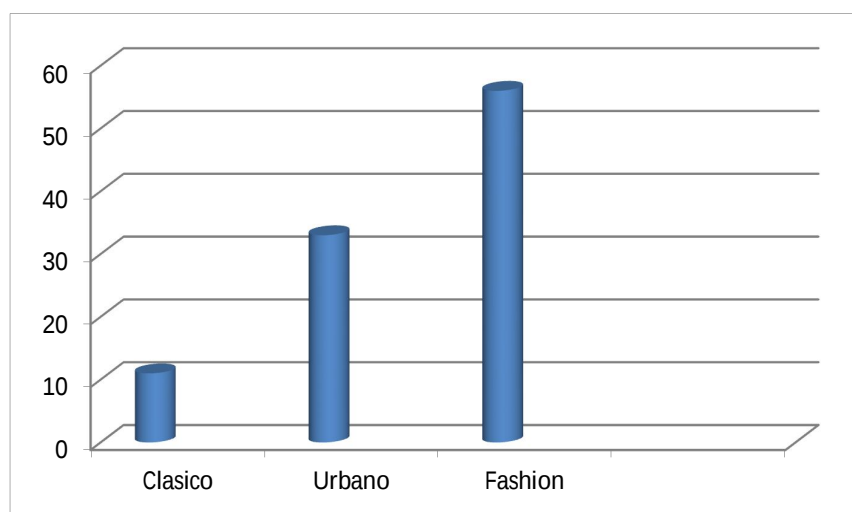
Interpretación

Las prendas de jean en un 71% tienen mayor aceptación por las jóvenes universitarias que las otras líneas del vestuario, confirmando lo antes expuesto y una vez más apostando al proyecto de tesis.

PREGUNTA # 7

¿En qué grupo de moda, te sientes reflejado?

Grafico 3.7 Porcentajes pregunta 7



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

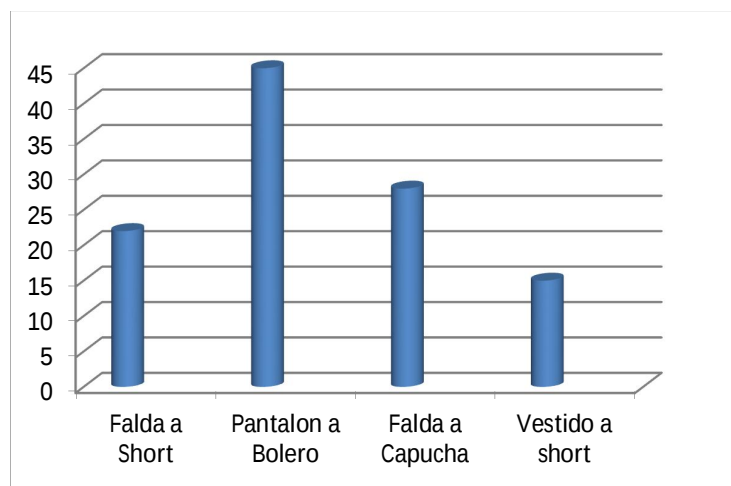
Interpretación

El porcentaje mayor se encuentra repartido entre los jóvenes, que apuestan por lo fashion 56% y lo urbano 30%, por lo que se debe considerar que en los dos casos la prenda infaltable es el pantalón jean, y siempre será una prenda para innovar.

PREGUNTA # 8

¿Cómo te gustaría que sea transformada tu ropa?

Grafico 3.8 Porcentajes pregunta 8



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

Interpretación

El cambio de pantalón a bolero es una de las prendas con mayor aceptación con un 45% por los jóvenes universitarios por su utilidad, versatilidad e innovación. Las dos prendas son ampliamente utilitarias y de frecuente uso entre las jóvenes.

3.6 Conclusiones

De acuerdo a las encuestas realizadas se ha comprobado que las jóvenes universitarias, están abiertas a optar por una nueva propuesta de vestuario al transformar su ropa que ha sido desechada por diversas circunstancias, en nuevas alternativas de diseño dando paso a la creatividad a nuevos talentos, las jóvenes se identifican plenamente con la moda actual y entre sus preferencias están las camisetas en algodón y pantalones jean adquiriéndolas con una frecuencia de 3 a 6 meses, también se debe considerar que las prendas que ya no se utilizan son regaladas, lo que ayuda a reforzar la propuesta en el manejo de estas para su reutilización y rediseño.

Los jóvenes consideran con mucho agrado que sus prendas puedan ser transformadas con fundamentos técnicos y formales, es decir en manos del enfoque de un diseñador, por otro lado las prendas que presentan mayor opción a ser reutilizadas y convertidas son de short a falda y de pantalón a bolero.

Como se ha observado a lo largo de la encuesta, la Propuesta que se realiza por medio de esta Disertación es factible, ya que la aceptación del público objetivo es amplia, las preferencias de las jóvenes universitarias por lo innovador, el remake, el cuidado al medio ambiente y las actuales

tendencias es positivo, pero es importante resaltar el aspecto económico que se verá beneficiado, ya que como se analizó, las mujeres comprendidas entre los 18 y 25 años son compradoras frecuentes, entonces se logrará renovar el closet cada que se desee.

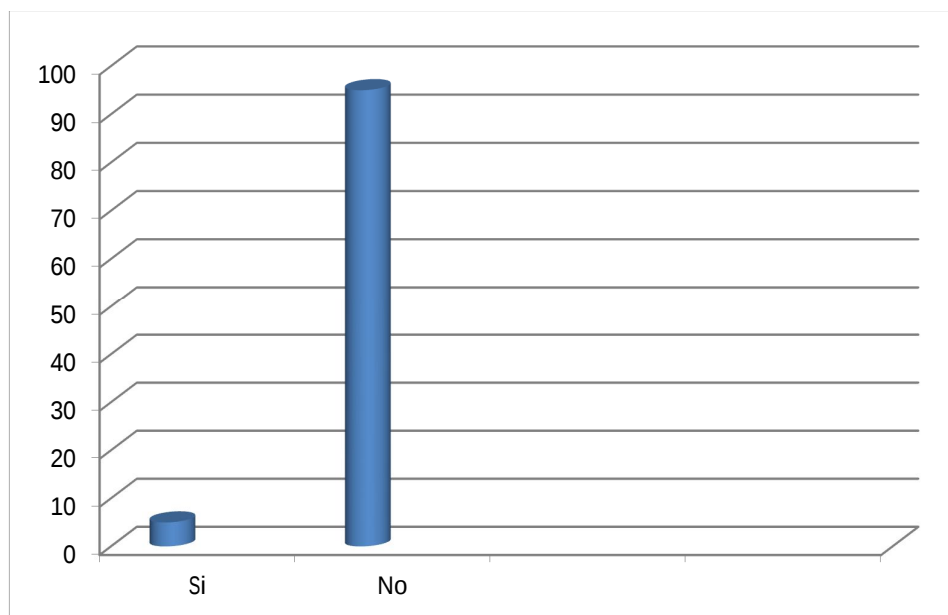
3.7 Encuesta dirigida a los técnicos de proceso de lavado textil en la empresa “tintex”.

- **Objetivo:** Determinar los procesos de elaboración de textiles específicos.

PREGUNTA # 1

¿El proceso de lavado en Stone es durable?

Grafico 3.9 Porcentajes de procesos pregunta1



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

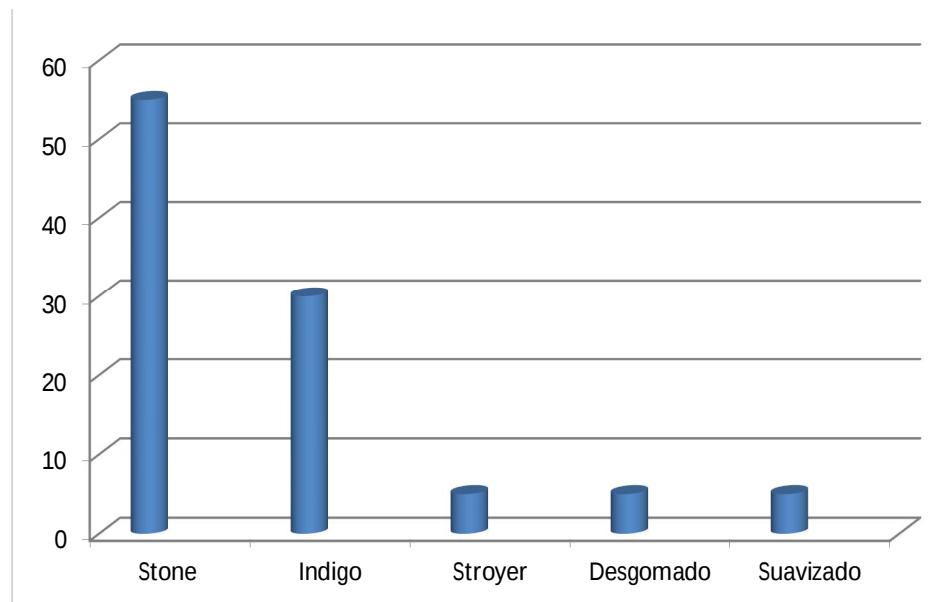
Interpretación

Según el criterio técnico, el proceso de lavado tipo Stone no presenta garantía en durabilidad, por lo tanto es poco recomendado.

PREGUNTA # 2

¿Qué proceso de lavado es más utilizado en su empresa?

Grafico 3.10 Porcentajes de procesos pregunta 2



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

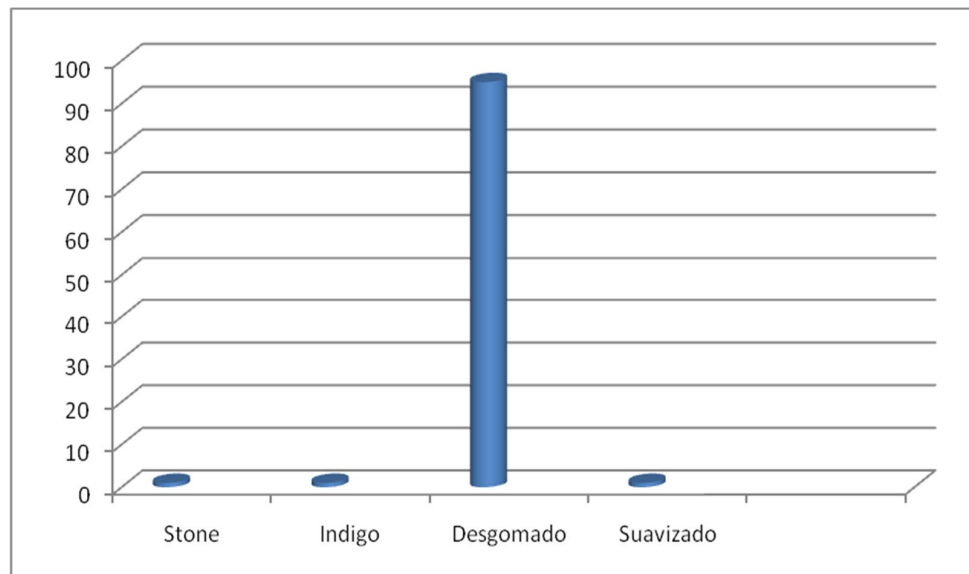
Interpretación

Dentro de la Empresa, los procesos de lavado el Stone son más frecuentes y tiene mayor aceptación con 55%, está seguido del índigo y en menor porcentaje se ve a stroyer, desgomado y suavizado.

PREGUNTA # 3

¿Con qué tipo de lavado resisten más los jean?

Grafico 3.11 Porcentajes de procesos pregunta 3



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

Interpretación

Después de tabular datos en la encuesta realizada a los técnicos en procesos de lavados, con un 97% se pudo establecer que el proceso de desgomado presenta mayor durabilidad, muy por debajo se encuentran los demás procesos.

3.8 Conclusión

A pesar de que el lavado Stone es el más frecuente, los técnicos no lo recomiendan, pues no es garantía de durabilidad y a pesar de que el desgomado tiene un porcentaje bajo en la frecuencia, según criterio de los mismos es el mejor en cuanto al proceso de lavado del jean, por la resistencia, recalcando que además permite ser trabajado sobre telas previamente tratadas sin perder su calidad.

3.9 Mercado Objetivo

El mercado objetivo está comprendido de clientes potenciales con las siguientes características:

3.9.1 Segmento de Mercado.

3.9.1.1 Segmentación demográfica

Género: Femenino

Edad: 18 - 25 años

3.9.1.2 Segmentación psicográfica

Estilo de vida**Actividad**

Estudio

Interés

Moda

Diversión

3.9.1.3 Segmentación psicológica

Personas de autoestima alta que priorizan sus sentimientos.

CAPITULO IV

PROPUESTA

4.1 Tema.

Remake (rediseño) de prendas jean para jóvenes universitarias de 18 a 25 años.

4.2 Datos Informativos

Tiempo de ejecución: Abril – Diciembre 2012

Responsable: Ibeth Gioconda Arias Vargas

Tutora: Dis. Michele Quispe

Beneficios: El presente proyecto tiene el objeto de reutilizar las prendas en jean ya no utilizadas y convertidas en un nuevo diseño funcional para mujeres.

4.3 Identificación de la Necesidad Comunicacional

Mediante esta propuesta se pretende dar nuevas alternativas de reutilizar las prendas y al mismo tiempo contribuir con el medio ambiente.

4.4 Antecedentes Investigativos

Después de realizar una investigación en la Escuela de Diseño Industrial, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Sede Ambato, se pudo establecer la inexistencia de tema relacionado con la realización de esta propuesta, es decir con el remake en diseño de modas.

4.5 Características de la Segmentación del Mercado

4.5.1 Características del Target

4.5.1.1 Segmentación demográfica

Cuadro 4.1 Segmentación demográfica

VARIABLES	NIVELES
EDAD	18 a 25 años
GÉNERO	Mujeres
OCUPACIÓN	Estudiantes
EDUCACIÓN	Superior
RELIGIÓN	Cristiana (católica, protestantes, etc.)
ESTADO CIVIL	Soltera y casadas
NACIONALIDAD	Ecuatoriana

Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

4.5.1.2 Segmentación Psicográfica

Cuadro 4.2 Segmentación psicográfica.

VARIABLES	NIVELES
Clase Social	Media – Media Alta
Clase Social	Estudios, moda, diversión.
Personalidad	Alegre, jovial, extrovertidas, etc.

Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

4.6 Características del producto que se va a ofrecer.

El rediseño mediante el modelismo ofrece la reutilización de prendas no utilizadas y transformarlas en prendas innovadoras, siendo este un producto duradero por las propiedades que brinda este textil, aportando a la conservación del medio ambiente por haber sido una prenda ya confeccionada y procesada.

4.7 Aspectos Técnicos del Proyecto.

4.7.1 Materiales de la confección

A más del jean, que será el textil principal a ser utilizado existen varios tipos de materiales que se pueden manejar en remake (rediseño), entre estos se encuentran, fibras sintéticas y naturales que se han considerado para la reutilización de las prendas entre estas son cuero, pana, lino, entre otros.

4.8 Materiales Utilizados Para Remake (Rediseño).

4.8.1 Jean

Imagen 4.1 jean



Fuente: Investigadora

Este textil ofrece propiedades únicas, como resistencia, comodidad, durabilidad lo que permite realizar nuevos procesos de lavado, sin que afecte sus características, transformando en una nueva propuesta, con la combinación de remanentes.

4.8.2 Cuero sintético

Imagen 4.2 cuero sintético



Fuente: Investigadora

Se ha considerado este material, por sus características como suavidad y flexibilidad y sobre todo por la buena combinación que genera con el jean, este no influye ni afecta en el proceso de lavado por las cualidades antes mencionadas.

4.8.3 Pana

Imagen 4.3 pana



Fuente: Investigadora

La pana es de tacto suave y manejable con propiedades que permite trabajar con el jean sin ningún problema en el momento de la confección y en el proceso de lavado.

4.9 Análisis de la Información.

4.9.1 Brief de diseño

Un brief de diseño es un documento generado normalmente entre las empresas y los diseñadores. En él, se destacan las necesidades y los objetivos de la creación de un proyecto de diseño. Es un documento escrito y se refiere a proyectos clave de diseño en una empresa; muestra las funciones que el diseño deberá considerar y cuestionar antes de que el diseñador comience su labor.

4.10 Elaboración del Briefing

Cuadro 4.3 Elaboración del Briefing

Cliente: EMPRESA “TINTEX		Marca: yinn							
Objetivo : Dar una alternativa ambiental con la reutilización de las prendas jean. Elaborar una colección de diez prendas con la utilización de remake. Llegar a un grupo específico de jóvenes que busca un nuevo estilo mediante la reutilización de prendas Jean.		Opinión del Consumidor: Según el análisis en las encuestas realizadas se obtuvo los puntos fuertes y débiles: <table><tr><th>Puntos Fuertes</th><th>Puntos Débiles</th></tr><tr><td>Durable</td><td rowspan="3">Aceptación global en el mercado del centro del país.</td></tr><tr><td>Precio</td></tr><tr><td>Estético</td></tr></table>		Puntos Fuertes	Puntos Débiles	Durable	Aceptación global en el mercado del centro del país.	Precio	Estético
Puntos Fuertes	Puntos Débiles								
Durable	Aceptación global en el mercado del centro del país.								
Precio									
Estético									
Promesa: yinn.									

Segmento de Mercado:**1. Segmentación demográfica**

Género: Femenino

Edad: 18 - 25 años

2. Segmentación psicográfica**Estilo de vida****Actividad**

- Estudio

Interés

- Moda
- Diversión

3. Segmentación psicológica

Personas de autoestima alta que priorizan sus sentimientos.

Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

4.10.1 ¿Qué voy hacer?

En la presente propuesta se realizará el rediseño de prendas Jean para jóvenes universitarias de 18 a 25 años.

4.10.2 ¿Por qué lo voy hacer?

Porque se sintió la necesidad de buscar nuevas alternativas de aplicación de las prendas Jean no usados por diferentes razones; ya sea porque están pasadas de moda, se rompieron o porque están pequeñas o grandes, con el propósito de convertirlas en un producto diferente a lo que fueron.

4.10.3 ¿Para qué lo voy hacer?

El objetivo es darle un nuevo uso a una prenda ya no utilizada, contribuyendo al medio ambiente y transformándola en un producto innovador.

4.10.4 ¿Para quién lo voy hacer?

Para estudiantes universitarias de clase media y media alta.

4.10.5 ¿Dónde lo voy hacer?

En la Empresa Tintex y los talleres de confección de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Sede Ambato

4.10.6 Finalidad del producto

Satisfacer las expectativas del cliente potencial al tener un producto diferente, aprovechando las prendas de jean no utilizadas y dándoles un nuevo uso.

4.11 Distribución del producto

Venta directa con el cliente.

4.12 Justificación del Producto

La idea principal del proyecto es aprovechar la versatilidad que ofrece este material al convertir y transformar la ropa reciclada en prendas nuevas, además al reutilizar estas prendas contribuirán al cuidado del medio ambiente, ya que por un lado se reutiliza, recicla y por otro se evita la fabricación de nuevos textiles.

4.13 Objetivo de la Propuesta

4.13.1 Objetivo General

Elaborar una colección de diez prendas con la utilización de remake.

Al investigar los tipos de procesos de lavado, patronaje y modelado se adaptó las prendas jean ya existentes con la combinación de remanentes para proponer al mercado nuevos diseños con su propia identidad.

4.14 Conceptualización de la Propuesta

4.14.1 Rediseño

El rediseño, consiste en volver a trabajar una prenda que ha sido antes diseñada en una nueva alternativa.

Es por eso que en este proyecto se vio la necesidad de analizar la reutilización de prendas, especialmente en jean que es uno de los más utilizados para la confección, lo que permita realizar mejoras y nuevas combinaciones inteligentes.

4.14.2 Modelismo

Fotografía 4.1 Modelismo



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

El modelado al ser una técnica que se trabaja sobre un maniquí, no necesita bocetos ya que las prendas jean se adaptan a este, permitiendo manejar libremente un diseño nuevo, con la combinación de textiles como pana, cuero sintético entre otros que se unen favorablemente al jean sin que estos textiles pierdan alguna propiedad importante al someterla a un proceso de enjuague.

4.15 Prendas a ser planteadas en la propuesta

4.15.1 Faldas

Imagen 4.4 Faldas



Fuente: Investigadora

Una vez realizada la encuesta se ha demostrado que la mini falda es una prenda de vestir, que gusta a jóvenes universitarias, por comodidad y porque les gusta verse y sentirse bien.

El pantalón ayuda en el momento de convertir este en una falda, por sus cortes permite unir las entrepiernas posteriores y delanteras dando como resultado un nuevo producto y dando paso a la combinación de un nuevo remanente como es el cuero y pana.

4.15.2 El Bolero

Imagen 4.5 Bolero



Fuente: Investigadora

El bolero es una prenda de fácil combinación con pantalones, faldas o vestidos; lo que permite que exista gran demanda en un grupo juvenil.

En este producto ayudará la parte posterior de los pantalones, para reutilizar el corte delantero del bolero, las mangas de esta prenda será aplicada de las piernas de la prenda reutilizada y la pretina se transformará en el cuello de esta nueva prenda.

En otro caso, las piernas de un pantalón, servirá de apoyo para la realización de un nuevo modelo de bolero.

4.15.3 Short

Imagen 4.6 Short



Fuente: Investigadora

El pantalón corto o shorts es una prenda que se lo utiliza en días de verano o temporada playera, esto hace que sea preferido por grupo de target estudiado.

Una de las encuestas realizadas en la PUCESA, dio como resultado la transformación de pantalón a short, este será fácil de realizar con solo cortar las piernas de esta prenda, y hacer costuras bien realizadas, y en lo posterior se combinará con un remanente para dar paso a una nueva alternativa de remake.

4.15.4 Vestido

Imagen 4.7 Vestido



Fuente: Investigadora

El vestido ha llegado a ser una prenda de suma importancia en la mujer por su delicadeza, elegancia y feminidad al momento de lucirlo, esto permite que en la propuesta se trabaje con una variedad de estas prendas.

Para este producto se utilizará de dos a más prendas usadas al igual que remanentes; por la cantidad de material que se requiere en esta prenda para cubrir la parte posterior e inferior del vestido, un pantalón de bastas anchas servirá para que estas sean abiertas y forrar la estructura del diseño, en otro caso se reutilizará una chompa de cuero transformando aquella prenda en un strapler y la parte inferior será de un jean convertido en falda.

4.16 Prendas Utilizadas – Materia Prima.

A continuación se ven algunas prendas utilizadas en el proyecto:

Fotografía 4.1 pantalón 1



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Fotografía 4.2 pantalón 1



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Fotografía 4.3 chaqueta



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Fotografía 4.4 chaqueta



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Fotografía 4.4 pantalón 2



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Fotografía 4.5 pantalón 2



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Fotografía 4.6 pantalón 3



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Fotografía 4.7 falda



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

4.17 Proceso de desgaste y lavados de las prendas en Remake, Realizado En La Empresa “Tintex”

4.17.1 Proceso de stroller con lija

Paso 1

Fotografía 4.8 proceso de stroller



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

En un motor con ruedas de lija delgada en ambos extremos, se coloca el jean y se ejerce fricción en la parte que se desee hacer el desgaste.

4.17.2 Proceso de arrugas con silicón

Paso 1

Fotografía 4.9 Arrugas con silicón paso 1



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

En el revés de la prenda se colca silicón previamente calentado en la parte donde se desee hacer las arrugas.

Paso 2

Fotografía 4.10 Arrugas con silicón paso 2



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

El silicón colocado se lo expande con una espátula, dejando secar por 15 minutos.

Paso 3

Fotografía 4.11 Arrugas con silicón paso 3



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

En la máquina arrugadora se coloca la prenda con el silicón formando ciertas arrugas, dejando a una temperatura de 130 grados centígrados por 30 segundos.

Proceso de stroller con estilete

Paso 1

Fotografía 4.12 stroller con estilete paso 1



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Este proceso consiste en realizar algunos cortes con estilete, estos no deben ser muy grandes por el desgaste que sufre en el momento de realizar en enjuague en los bombos industriales.

1.17 Proceso con Pengarmanato

Paso 1

Fotografía 4.13 pengarmanato paso1



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

En un soplete colocamos 5% pengarmanato.

Paso 2

Fotografía 4.14 pengarmanato paso2



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Una vez puesto el permanganato en el soplete, se procede a distribuir en la parte que se desee ver el desgaste.

1.18 Proceso de enjuague para todas las prendas

Paso 1

Fotografía 4.15 enjuage



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

En un bombo para muestras se coloca las prendas para realizar un enjuague suave con detergente, suavizante, y bisulfito que sirve para neutralizar las prendas, dejando por un tiempo aproximado de 15 minutos.

Paso 2

Fotografía 4.15 centrifugado



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Luego se lleva a la centrifuga para retirar el exceso de agua que se encuentra en las prendas y sea más rápido en el momento de secado.

Paso 3

Fotografía 4.16 secado



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Por último se lleva a la secadora industrial por 15 minutos a una temperatura de 120°.

1.19 Fichas Técnicas de Propuesta

Cuadro 4.4 fichas técnicas N.- 1

MATERIA PRIMA	PROPUESTA
	
	
Tela jean en pantalón Tela pana	Boleroy short en jean y pana

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.5 fichas técnicas N.- 2

MATERIA PRIMA	PROPUESTA
	
	
Tela jean en pantalón Tela de cuero sintético	Vestido en jean y cuero sintético

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Ari

Cuadro 4.6 fichas técnicas N.- 3

MATERIA PRIMA	PROPUESTA
	
	
Tela jean en pantalón Tela pana	Falda y strapler en jean y pana

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.7 fichas técnicas N.- 4

MATERIA PRIMA	PROPUESTA
	
	
Tela jean en pantalón Tela pana en chompa	Vestido en jean y pana

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.8 fichas técnicas N.- 5

MATERIA PRIMA	PROPUESTA
	
	
Tela jean de pantalón Tela pana de chompa	Bolero y falda jeans combinados con pana

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.9 fichas técnicas N.- 6

MATERIA PRIMA	PROPUESTA
	
	
Tela jean de falda Tela pana de chompa	Vestido en jean y pana

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

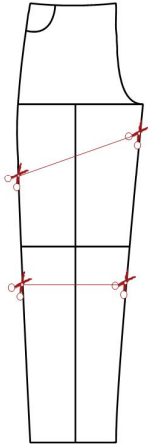
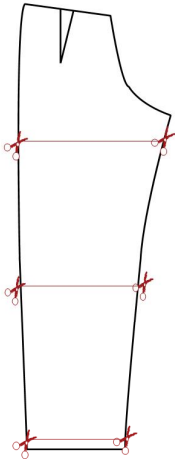
Cuadro 4.10 fichas técnicas N.- 7

MATERIA PRIMA	PROPUESTA
	
	
Tela jean en pantalón Tela pana en chompa	Vestido en jean y pana

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

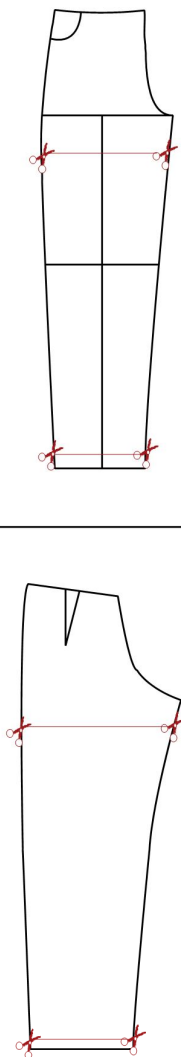
4.21 Selección de patrones de la Solución

Cuadro 4.11 patronaje N. - 1

PATRON	PROCESO
	VESTIDO  ✂ Cortar pantalón altura entrepiernas ✂ Formar pinzas delanteras y posteriores para entallar corpinio.
	✂ Unir costados Formamos la parte inferior del vestidos con la utilización de remanentes, como en este caso es tela pana con la parte inferior del pantalón. ✂ Pegamos cierre en la parte posterior del vestido.
MATERIA PRIMA	INSUMOS
✂ Tela jeans ✂ Tela pana	✂ Cierre ✂ Hilo Cedal

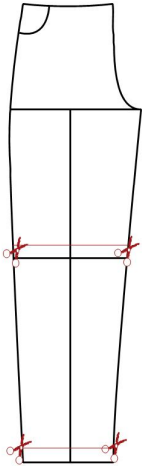
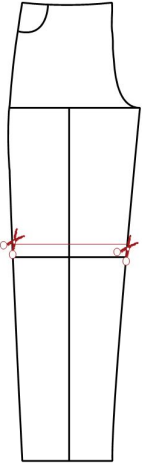
Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Aria

Cuadro 4.12 patronaje N. - 2

PATRÓN	PROCESO
	VESTIDO  ✂ Cortar pantalón altura entrepiernas ✂ Abrir costuras de entrepiernas y abrir ✂ Entallar en el maniquí ✂ Formamos pinzas delantero y posterior para entallar. ✂ Para la parte superior colocamos la tela a cuadros, para formar un canesú en la parte superior del vestido. ✂ En los costados utilizamos el mismo remanente ✂ Unimos canesú y falda ✂ Pegamos cierre en la parte posterior del vestido
MATERIA PRIMA	INSUMOS
✂ Tela jeans ✂ Tela	✂ Cierre ✂ Hilo Cedal

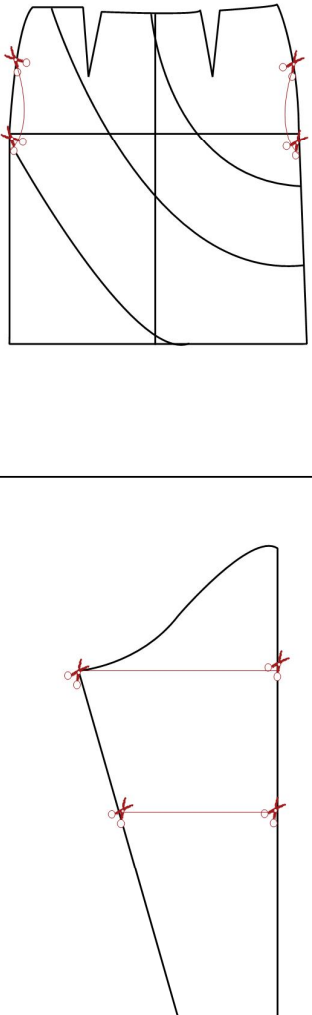
Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.13 patronaje N. - 3

PATRÓN	PROCESO
	CORSETTE  ✂ Corte de piernas para formar corsette ✂ Unión de costados ✂ Formar pinzas breteles delanteros y ✂ Colocación de varillas ✂ Formar pinzas posteriores ✂ Pegar cierre posterior ✂ Colocación de falso en la parte delantero del corsette
	FALDA  ✂ Corte del pantalón en rodillas ✂ Unión de tiros delanteros y posteriores ✂ Colocación de retazo de manga en la de las entrepiernas delantero ✂ Coser bolsillos de pana en la parte delantera de la falda ✂ Colocación de cierre parte posterior
MATERIA PRIMA	INSUMOS
✂ Tela Jean ✂ Tela pana	✂ Hilo cedal ✂ Cieres ✂ Varrillas

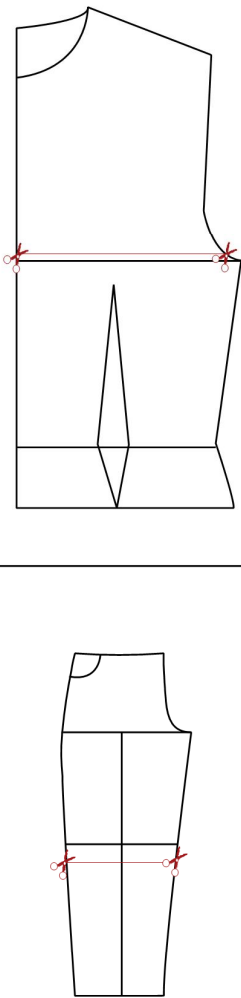
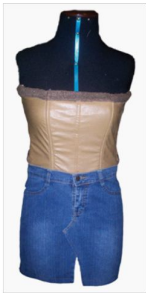
Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.14 patronaje N. - 4

PATRÓN	PROCESO
	VESTIDO  ✂ Entallar la falda al maniqui ✂ Cortes de sisa al costado de la falda ✂ Entallar costado a la medida desuada ✂ Cortes de los falsos de cuello delantero y posterior para bolsillos. ✂ Corte en la manga para solapa (Cuello delantero y posterior y mini falda) ✂ Unión de costados ✂ Pegar cierre al un costado ✂ Unión de mini faldas con corpinio ✂ Coser falsos de sisa ✂ Pegar bolsillos
MATERIA PRIMA	INSUMOS
✂ Tela Jeans ✂ Tela Pana	✂ Cierres ✂ Sesgo ✂ Hilo cedal

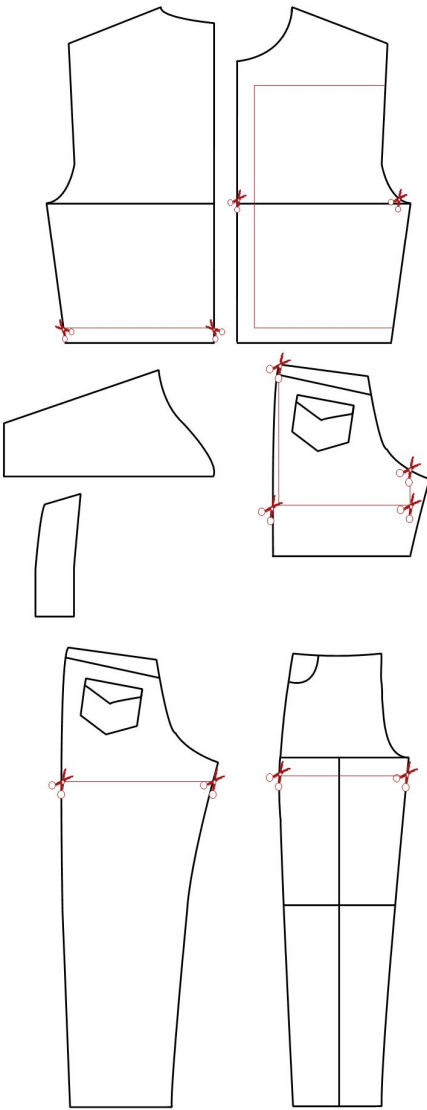
Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Aria

Cuadro 4.15 patronaje N. - 5

PATRÓN	PROCESO
	VESTIDO  ✂ Corte de la chompa posterior y delantero (altura de la sisa). ✂ Corte de pescador (altura rodilla). ✂ Coser pinzas breteles en la parte delantero y colocar varillas. ✂ Coser pinzas posteriores de corsette ✂ Unión de corsette y falda en la cintura ✂ Unión de tiros de falda ✂ Entallar vestido corsette y falda ✂ Parte posterior línea centro colocar cordón. ✂ Coser invertidos de falda y basta
MATERIA PRIMA	INSUMOS
✂ Cuero sintético ✂ Tela jeans	✂ Hilo ceda ✂ Varillas ✂ Cordón (cola de ratón)

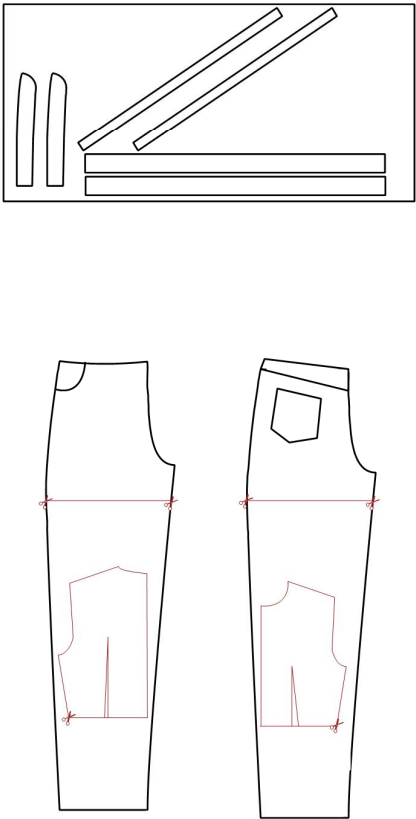
Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Aria

Cuadro 4.16 patronaje N. - 6

PATRÓN	PROCESO
	BOLERO  ✂ Entallar chompa de pana en el maniqui. ✂ Cortar mangas ✂ Cortar parte posterior del pantalón ✂ Unir parte posterior del pantalón con delantero (pana) ✂ La parte de la espalda de la chompa se mantiene. ✂ Entallar costados ✂ Formar nueva siza ✂ Cortar mangas de bolero de las piernas del mismo pantalón ✂ Coser mangas y unir a la siza ✂ Sacar cuello original de la chompa y colocar la pretina del pantalón formando un nuevo cuello. ✂ Coser cuello con el bolero. FALDA  ✂ Cortar pantalón altura 5cm abajo del tiro y entrepiernas ✂ Coser pretina (pana) parte inferior de la falda.
MATERIA PRIMA	INSUMOS
✂ Tela jeans ✂ Tela pana	✂ Hilo cedal ✂ Pelón grueso

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.17 patronaje N. - 7

PATRÓN	PROCESO
	 BOLERO ✂ Del pantalón usado, recortamos las piernas. ✂ Ceparamos una a una las piernas ✂ Unir dos delanteras y posteriores ✂ Colocar el patrón base delantero y posterior de este sobre las partes antes mencionadas. ✂ Cortar sesgos, cuello de un remanente en este caso de tela pana. ✂ Unir costados, pinzas y hombros. ✂ Coser el sesgo en sizas, cuello , centro delantero y basta con el remanente de pana.  SHORT ✂ De la parte superior del pantalón, aprovechamos para dar forma a una nueva prenda como es en este caso un short. ✂ E n el delantero del bolero y en la basta del short cosemos a mano con puntada de pata de pájaro.
MATERIA PRIMA	INSUMOS
✂ Tela jeans ✂ Tela pana	✂ Hilo cedal ✂ Pelón grueso ✂ Sierre

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

4.23 Costos Generales y precio de venta al público

Cuadro 4.18 costos y precios Figura N.- 1

Costo mano obra, \$10	
Costo insumos y accesorios, \$1.50	
Diseño \$ 15	
Costo pvp. \$ 26.50	

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.19 costos y precios Figura N.- 2

Costo mano obra, \$15	
Costo insumos y accesorios, \$ 1.00	
Diseño \$ 15	
Costo pvp. \$ 31	

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.20 costos y precios Figura N.- 3

Costo mano obra, \$10	
Costo insumos y accesorios, \$ 1.00	
Diseño \$ 15	
Costo pvp. \$ 26	

Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.21 costos y precios Figura N.- 4

Costo mano obra, \$ 12	
Costo insumos y accesorios, \$ 1.00	
Diseño \$ 15	
Costo pvp. \$ 28	

Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.22 costos y precios Figura N.- 5

Costo mano obra, \$18	
Costo insumos y accesorios, \$ 1.00	
Diseño \$ 15	
Costo pvp. \$ 34	

Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.23 costos y precios Figura N.-6

Costo mano obra, \$ 15	
Costo insumos y accesorios, \$ 1.00	
Diseño \$ 15	
Costo pvp. \$ 31	

Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

Cuadro 4.24 costos y precios Figura N.- 7

Costo mano obra, \$15	
Costo insumos y accesorios, \$ 1.00	
Diseño \$ 15	
Costo pvp. \$ 31	

Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

4.24 Marca de la propuesta

Imagen 4.8 marca



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

YINN es una marca que ha sido creada mediante la búsqueda de satisfacer una necesidad a su potencial consumidor, en este caso el explícito deseo de reutilizar su antigua vestimenta, convirtiéndola en símbolo de actualidad y apoyo al medio ambiente.

4.24.1 Escala De Grises

Imagen 4.9 marca escala de grises



PANTONE		211915
	373737	4A4A4A 5D5D5D

Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

4.24.2 Códigos Cromáticos

Imagen 4.10 códigos cromáticos



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias



C	36.86	5.88	85
M	47.45	0	50
Y	100	79.22	0
K	14.12	0	0

4.24. 3 Tipografía

Yinn: Lucida Calligraphy Italic

4.24.4 Etiquetas

4.24.4.2 Etiqueta cosida.

Imagen 4.11 etiqueta cosida



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

4.24.4.3 Etiqueta colgante

Parte frontal

Imagen 4.12 etiqueta frontal



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

Imagen 4.13 etiqueta posterior



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Aria

4.24.6 Díptico informativo

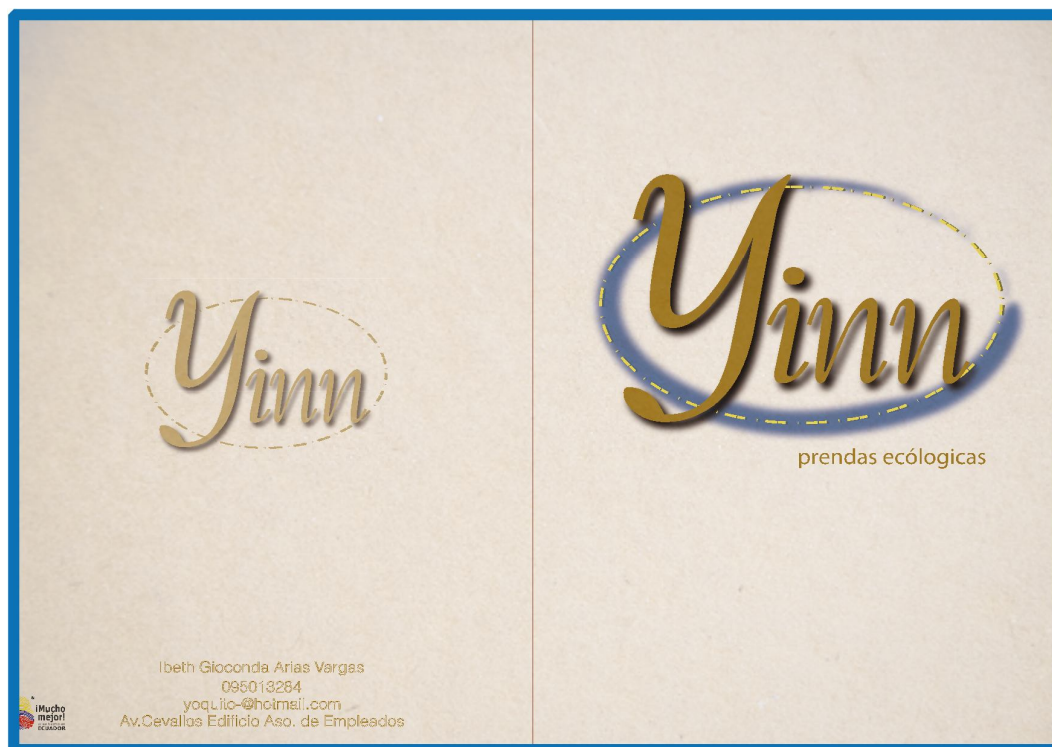
Imagen 4.14 díptico informativo



Fuente: Investigadora

Elaborado por: Gioconda Arias

Imagen 4.15 díptico posterior



Fuente: Investigadora
Elaborado por: Gioconda Arias

4.24.6.1 Material Y Dimensiones: Papel reciclado, artesanal, tipo Kraft. A4
2/3.

CONCLUSIONES

- Después de hacer una investigación, tanto bibliográfica como de campo se llegó a determinar que, las prendas más opcionadas para la realización de Remake, son las confeccionadas en jean, sobre todo pantalones y chaquetas manejando la técnica del modelado por lo que se adaptó estas prendas al maniquí dando como resultado un diseño diferente.
- Para poder resaltar las líneas creadas en cada uno de los diseños, se decidió aplicar los mejores remanentes de pana y cuero que son los que se adaptan mejor a las características de las prendas.
- Por medio de este proyecto finalmente, se alcanzó un objetivo deseado que es beneficiar al medio ambiente, reutilizando prendas, minimizando desperdicios y usando otros.
- El proyecto de prendas remake en jean ha sido enfocado principalmente a la reducción del impacto industrial en la provincia de Tungurahua especialmente en las importantes ciudades de la misma como son: Ambato y Pelileo quienes con el pasar del tiempo han sabido posicionarse como focos principales de la producción confección y distribución de textiles en jean. Desarrollando una colección de 10 atuendos totalmente cómodos versátiles y creativos,

con el manejo de prendas que fueron desechadas tiempo atrás por sus usuarios.

RECOMENDACIONES

- En la realización de proyectos de reutilización es recomendable, observar las prendas más utilizadas por el cliente potencial y los materiales de las mismas, para sacar mayor partido.
- Si bien un material o textil es el que debe prevalecer, siempre es bueno considerar otros materiales que refuercen al diseño y a la minimización de desperdicios.
- En la actualidad los jóvenes deben preocuparse no solo de la moda, las tendencias y el diseño formal y funcional en general, sino de ser un ente positivo en el cuidado del entorno natural.
- Las colecciones de moda tendrán que poseer un propósito importante en este caso la reutilización de prendas sugiere crear conciencia ambiental en los jóvenes universitarios e irlos involucrando y dándoles a conocer sobre la responsabilidad social que tenemos cada uno de nosotros, el mensaje impartido es claro los jóvenes pueden aportar a la naturaleza aplicando en sus prendas desechadas la investigación de este proyecto.

Bibliografía

- ALEXANDER, Christopher. Ensayo sobre la síntesis de la forma, Infinito, Buenos Aires, 2009,19/02/2011
- ASIMOW, Morris. Introducción al proyecto. Herrero Hermanos. México D.F. 2007,25/03/2011
- BONSIEPPE, Guy. Teoría y práctica del Diseño Industrial: elementos para una manualística crítica. Gustavo Gili. Barcelona, 2008,02/15/2011
- COLIN, RenfrewElinorRenfre. Creación de una colección de moda, Barcelona. Gustavo Gili. 2010.,23/07/2011
- GÓMEZ-SENENT, E. Las fases del proyecto y su metodología, ETSII. Valencia.2002,03/09/2011
- JIMÉNEZ HERRERO, Luis M. Medio ambiente y desarrollo alternativo.Iepala Editorial, Madrid. 2009,06/07/2011
- JONES, J. Ch. Diseñar el diseño, Gustavo Gili. Barcelona. 2005,30/08/2011
- JONES, J. Ch. Métodos de diseño. Gustavo Gili. Barcelona. 2006,12/05/2011
- MAIER, Manfred. Procesos elementales de proyectación y configuración,Madrid.4 vol, Gustavo Gili, 2002,02/14/2011

- MEADOWS, Donella H. Más allá de los límites del crecimiento. El País-Aguilar. 2004,25/06/2011
- TAMAMES, Ramón. Ecología y desarrollo sostenible: la polémica sobre los límites al crecimiento. Alianza. Madrid. 2007,18/12/2011

Lincografía

Fuente: <http://www.fashion-era.com/>

Fuente: <http://modadetodounpoco.blogspot.com>

Fuente: <http://www.modahistoria.com>

Fuente: <http://www.lavadosindustrialesdejean.com>

Fuente: <http://www.cuerosintetico.com>

Fuente: <http://www.cearcal.com/formacionb.php?id=378>

Fuente: <http://www.fashionbegins2.files.wordpress.com/2011/12/011220113551.jpg>

Fuente: [http:// www.womanword.com/2012/03/04/desayuno-con-duyos-david](http://www.womanword.com/2012/03/04/desayuno-con-duyos-david)

Fuente: [http:// www.grupos.emagister.com/imagen/paso](http://www.grupos.emagister.com/imagen/paso)

Fuente: <http://www.ropa-mujer.net/2010/12/31/la-prenda-de-la-semana-chalecos/>

Fuente: [http:// www.thefashionstate.blogspot.com](http://www.thefashionstate.blogspot.com)

Fuente: <http://www.femeninas.com.ar/moda-femenina.asp>

Fuente: <http://www.trendencias.com>

Fuente: <http://www.retasosmoda.com>

Fuente: [http:// www.uvm-geo-2010.wikispaces.com](http://www.uvm-geo-2010.wikispaces.com)

Fuente: [http:// www.reciclaajecalentamientoglobal.com](http://www.reciclaajecalentamientoglobal.com)

Fuente: <http://marcas de ropas reconocidas a nivel mundial>

ANEXOS.

ENCUESTA

ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÒLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

- Encuesta dirigida a jóvenes universitarios de la escuela de Diseño Industrial de la PUCESA.
- Instrucciones

Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste según lo que se le pide en cada literal.

Conteste las preguntas:

¿La moda actual va con tu personalidad?

SI ()

NO ()

1. ¿Qué tipo de prendas utilizar con mayor frecuencia?

Pantalones () Camisetas () Faldas () Short () Chompas ()

2. ¿Tú, Con qué frecuencia compras ropa?

1 meses () 3 meses () 6 meses () 1 año o más ()

3. ¿Qué haces con tus prendas que ya no utilizas?

Vende ()

Guarda ()

Regala ()

4. ¿Te gustaría que un diseñador de modas transforme tu vestuario deteriorado en algo interesante y vanguardista?

Si ()

No ()

¿Por qué?

.....

5. ¿Con que tipo de prendas te identificas?

Prendas jeans ()

Prendas deportivas ()

Prendas formales ()

6. ¿En qué grupo de moda te asemejas?

Clásica ()

Urbana ()

Fashion ()

7. ¿Cómo te gustaría que sea transformada tu ropa?

- De falda a short
- De pantalón a bolero
- De falda a capucha
- Vestido a short

ENCUESTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÒLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

- Encuesta dirigida a los Técnicos de proceso de tinturado textil TINTEX.
- Instrucciones

Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste según con lo que se le pide en cada literal.

1. ¿El proceso de lavado en stone es durable?

SI () NO ()

2. ¿Qué proceso de lavado es más utilizado en su empresa?

Stone() **Índigo**() **Stroller**() **Desgomado**() **Suavizado**()

3. ¿Con qué tipo de lavado resisten más los jeans?

Stone() **Índigo**() **Stroyer**() **Desgomado**() **Suavizado**()

4. ¿Existen químicos que produzcan menos destrucción al medio ambiente y podría mencionarnos?

SI () NO ()

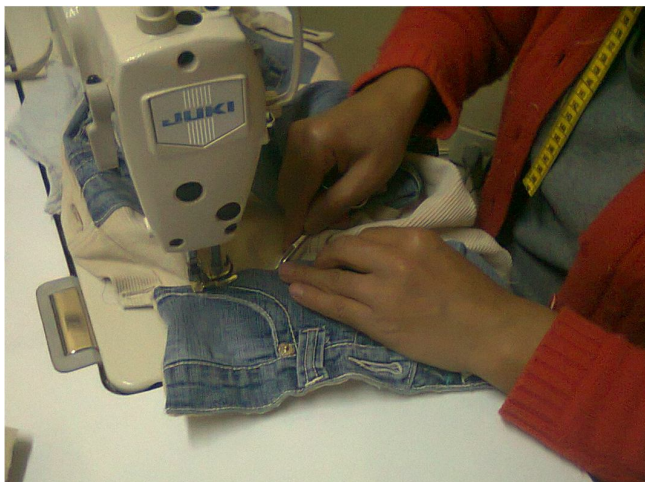
Fotografías de parte del trabajo realizado.

Fotografía de anexos N.- 1 y 2



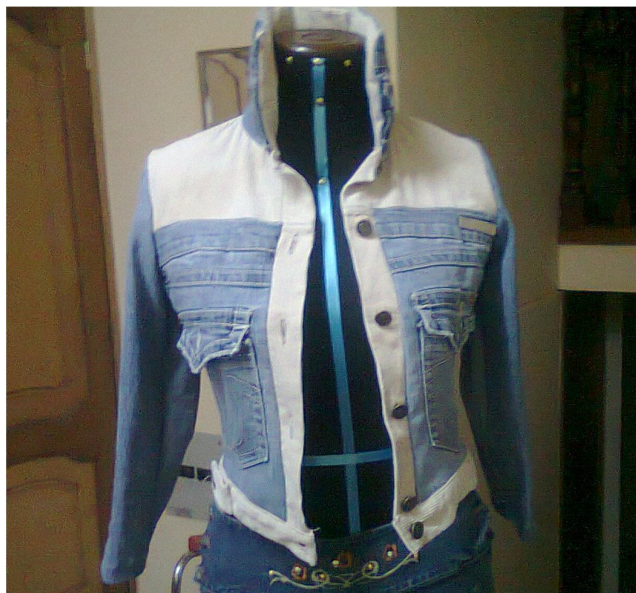
Elaborado por. Gioconda Arias

Fotografía de anexos N.- 3



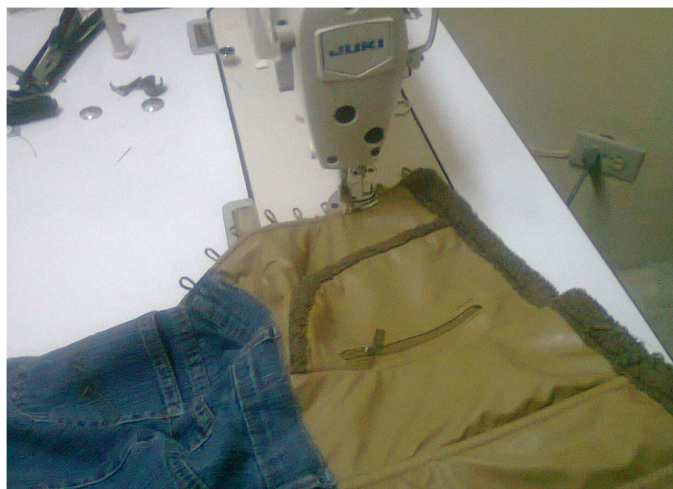
Elaborado por. Gioconda Aria

Fotografía de anexos N.- 4



Elaborado por. Gioconda Arias

Fotografía de anexos N.- 5



Elaborado por. Gioconda Arias

Fotografía de anexos N.- 6 y 7



Elaborado por. Gioconda Arias

Fotografía de anexos N.- 8 y 9



Elaborado por. Gioconda Arias