

OJOS DE GATO

Presentado por:
Lili Paola Fernández Garzón
Angie Daniela Cortés Rodríguez

Docente:
Irving Tovar Rivera



Corporación Unificada de Educación Superior CUN
Proyecto de grado

Bogotá, 17 de Mayo de 2019

Resumen

A continuación se encontrará anexo la investigación acerca de moda sostenible y cómo se puede poner en práctica aquel conocimiento adquirido en la investigación.

A partir del planteamiento del problema, se quiere tomar conciencia para la no utilización de animales ni materiales nocivos para el medio ambiente, en este sentido y teniendo en cuenta que la moda es continua, se tiene que seguir en la investigación de otro tipo de materiales. Por otro lado, se verán conceptos como el fast fashion que la industria utiliza mucho para la creación de productos de moda. Estar a la moda no es solamente en palabras, estar a la moda implica estar renovando continuamente lo que se tiene en el closet, la moda muestra un continuo cambio de acuerdo a las estaciones del año se generan más tendencias. Así mismo, muchos diseñadores nuevos están marcando conciencia y creando productos innovadores con materiales reciclables y sostenibles.

Conjunto a esto, se encontrará información acerca de la moda multifuncional, mostrando un método muy interesante y poco usual en la ciudad de Bogotá, trayendo consigo diseños novedosos y así mismo, a partir de esto, se logrará crear un vínculo cliente-producto (moda con emociones).

Se mostrará el enfoque metodológico de la investigación hablando de la viabilidad de utilizar materiales no utilizados, siendo clave para el desarrollo de bolsos, a partir de esto se hablará del diseño de productos, muestra, instrumentos y procedimiento.

Para el buen desarrollo de la investigación, es necesaria la implementación de encuesta con sus respectivas tabulaciones para concluir con la argumentación.

Tabla de contenido

4. Introducción

5. Capítulo I: Planteamiento del problema

- 5. I.I Problema de investigación
- 5. I.II Antecedentes y Justificación
- 8. I.III Variables
- 9. I.IV Objetivos
- 9. I.V Objetivos específicos
- 10. VI Hipótesis
- 10. I.VII Definición de términos
- 12. I.VIII Propósitos del estudio

13. Capítulo II: Revisión de la literatura

- 13. II Revisión de la literatura
- 34. II.I Preguntas de la Investigación

35. Capítulo III: Metodología

- 35. III.I Enfoque Metodológico
- 36. III.II Diseño
- 36. III.III Muestra
- 37. III.IV Instrumento
- 37. III.VI Procedimiento

Capítulo IV: Resultado del análisis de Datos

Encuesta

Gráficos

Análisis

46. Capítulo V: Discusión, Conclusiones y recomendaciones

Bibliografía

Recursos en línea

Introducción

En los tiempos que estamos viviendo es importante crear conciencia sobre los materiales que se están utilizando para la confección de diferentes productos con esta nueva tendencia de moda sostenible multifuncional se busca, aparte de contribuir al cambio en cuanto a diseño, con el medio ambiente utilizando materiales no tóxicos renovables, ayudando así al planeta y buscando así mayor economía para los compradores, menos gastos, e innovación.

Por eso con este trabajo se quiere dar a conocer con este tipo de materiales diferentes alternativas para el uso adecuado en la moda.

Capítulo I: Planteamiento del problema

I.I Problema de la investigación

¿Cómo se podría aplicar de manera creativa la utilización de textiles no usados, para bolsos multifuncionales y generar un impacto productivo en el medio ambiente de la ciudad de Bogotá?

I.II Antecedentes y Justificación

El sector moda es el segundo contaminante más grande a nivel mundial, según un informe del 2018 de la comisión económica de las naciones unidas, la industria de la confección produce 20% de los desechos y el 10% de emisiones de carbono a nivel mundial, el 85% de los textiles 21 millones se envían a vertederos de agua cada año. Siendo esta una cifra bastante preocupante porque se ve un incremento en la compra de ropa que es impulsada por el fast fashion, la novedad está siempre tentando al consumismo, y en un mundo donde el grande es el capitalismo es difícil no caer. (Lauren Sherman, 2019)

Cada año se venden 80.000 millones de prendas en el mundo, a causa del fast fashion se ha disparado la producción de prendas de vestir y toneladas de ropa vieja se acumulan sin que nadie realice algo al respecto, tal vez porque no sea de su interés o por falta de conocimiento. Diariamente en Bogotá se desechan más de 360 toneladas de ropa, y solamente se encuentra un sitio de acopio para donaciones de ropa, es el Minuto de Dios, en donde solamente 7 trabajadores reciben la ropa, la seleccionan separando lo que se va a donar y lo que se va a vender a bajo costo, en lo personal realice hace aproximadamente hace 5 años un trabajo allí, en donde seleccionamos la ropa y la convertimos en otras prendas de vestir para donación. Así es como ha funcionado durante muchos años en Bogotá, y ahora no hay exactamente algo en lo que se pueda utilizar las prendas de vestir de otra manera totalmente diferente.

En Bogotá tampoco hay una cultura en donde se haga una revisión del cómo se puede reciclar la ropa que ya no se quiere usar, y no hay tampoco más lugares ni persona que se puedan dedicar a que esto funcione.

Por parte del concejo, se dice que esto generaría un impacto económico alto, pues crear más centros en donde se pueda donar ropa implicaría una organización extensa y publicidad, opinan

que la UEPS debería hacerse cargo de este asunto de educar a la población de cómo lograr reciclar y de qué manera se podría contribuir para que funciones un banco de ropa en la ciudad. Tal vez no estamos cumpliendo con las reglas del consumo en donde, hasta que se acabe totalmente la pieza la podemos desechar, y si el caso es que ya no gusta se podría donar o reutilizar de manera creativa, en donde juegue también un papel muy importante los vínculos que podamos generar con cada bolso que se realice, esa sería nuestra promesa de valor tomándola como experiencia. (El Espectador & Mariana Rolón Salazar, 2017)

De acuerdo a Alison Gwilt (2014), en el manual de diseño de moda sostenible, el desarrollo se ha dado por décadas de manera diferente, en la década de 1960-1970, los ecologistas empezaron a mostrar su preocupación por el daño que estaba presentando el consumismo, nacen una serie de grupos ecologistas como Friend of the Heart y Greenpeace, que decidieron hacer movimientos alternativos a la contaminación generada en el mundo basado en un diseño responsable. En 1980-1990, se empezaron a realizar más campañas promoviendo el uso de algodón orgánico y de alguna manera se tocaron temas mundiales como el racismo, los derechos humanos y el hambre en el mundo, del cual la moda era partícipe en el declive de cada ámbito. Se experimentó con moda ecológica y se realizaron varias campañas especializadas en moda sostenible. Durante la década del 2000 las empresas se distanciaron de la moda ecológica y decidieron generar una cadena de fast fashion lo que ha hecho que varias marcas distribuyan de manera más rápida y está comercialización genere cada vez más contaminación. (Alison Gwilt, 2014)

Es importante incluir que el futuro de la moda encierra varios componentes, la moda sostenible abarca mucho más allá, son aspectos claves, lo social es uno de ellos, la preocupación por el capitalismo y la desigualdad que se genera en la sociedad, medioambiental, que encierra la preocupación por la ecología y su estabilidad, y económico puesto que no se sabe si hay una viabilidad presupuestal que puede manejarse para lograr una moda sostenible.

Se encuentra un ciclo de vida que es indispensable para potencializar la vida en el diseño, que es en vez de que termine en un vertedero o es su desvalorización que ocurrentemente terminará también en el vertedero, se puede desechar de manera consciente para el reciclaje de la fibra como tal, esta es una de las mejores opciones en donde se empieza el ciclo de vida nuevamente.

Existen diversas alternativas para realizar mejoras en el diseño sostenible, en donde se ofrece el material y la técnica textil, métodos de producción y cuidado por parte de los consumidores. Puede llegar a ser difícil pero con una investigación adecuada se puede conocer cómo realizar correctamente el paso a paso, primero conociendo el ciclo de vida de la prenda y así mismo dando a conocer correctamente su uso y cuidado. (Alison Gwilt, 2014)

Es por esto que este proyecto se enfoca en la creación de bolsos de manera sostenible, haciendo uso de materiales textiles o prendas que ya no son deseados, renovándose así y dando nuevos enfoques, en donde el papel más importante está en generar bolso emocionales que conecten a cada persona con lo que hace por la renovación de su bolso y así también se estaría generando una reducción de contaminantes que ya no tienen uso, transformándolos en nuevos productos, o en bolsos multifuncionales que permitan por medio de algunos cambios tener diferentes bolsos dependiendo la ocasión de uso. Por medio de la reutilización de textiles e interviniendo los para que estos tomen otras formas, cada persona tiene una forma de identificarse, lo ideal sería lograr la identidad también con los accesorios que las acompaña. Esto sería posible por medio de cortes del textil, y así se pueden lograr grandes cosas utilizándolos como patchwork para la generación de apliques que decoran a gusto cada bolso.

Las expectativas que el consumidor tiene son la mayor causa del porque usar moda sostenible, según lo indica (Elena Salcedo, 2014) en el libro *Moda ética para un futuro sostenible*, con un 23%, en el cual se consulta porque se interviene en ideas e iniciativas sostenible, con un 17% se encuentra motivación personal, con el 16% Crecimiento de la empresa y diferenciación competitiva con un 10%.

La idea surge porque la contaminación por manufactura es demasiado alta mundialmente, lo que se está viendo ahora es un consumismo mayor y lo que se busca es que la huella de impacto generada se disminuya con la reutilización de materiales textiles y qué mejor manera que haciendo la creación de elementos decorativos y de bolsos alternativos que sean al gusto de cada persona.

Lo que ojos de gato quiere, es ir más allá de tener mucha ropa, o bolsos y desechar cuando ya no los queramos, es generar un vínculo con el producto de manera que en cada uno pueda, lograr afianzamiento con cada artículo realizado que todas las personas que decidan unirse y aprender de manera creativa muestran lo que se puede lograr por medio de la moda sostenible.

I.III Variables

Tabla 1. Cuadro de variables y conceptualización

Variables	Conceptualización
Examinar cómo afecta la contaminación textil al medio ambiente.	La industria de la confección produce 20% de los desechos y el 10% de emisiones de carbono a nivel mundial, el 85% de los textiles 21 millones se envían a vertederos de agua cada año.(Lauren Sherman, 2019)
Conocer cómo se podría reutilizar materiales textiles por medio de la creación y decoración de bolsos.	Por medio de una creciente ola de anuncios, propagandas y demás, se está dando a conocer un movimiento, que es amigable con el planeta, la idea sería generar publicidad que permita dar a conocer que se está interesado en adquirir productos textiles a quienes los deseen desechar, para nosotros darle una nueva utilización al material, generando nuevos artículos.
Aportar cómo se puede lograr diferentes cambios de función en un bolso.	Desde hace años la moda crece con mayor impulso y fuerza a nivel mundial y cada vez son más las marcas que compiten en el mercado, pero el estancamiento en las típicas prendas base que no sufren transformaciones para ofrecer algo novedoso e interesante hace que las marcas apuesten por aquellas prendas que saben que serán vendidas para no correr el riesgo de ofrecer una prenda no aceptada.
Dar la oportunidad de generar experiencias a través de moda multifuncional que	El diseño brinda de una forma creativa el propósito de establecer cualidades multifacéticas en su ciclo completo de vida. El diseño cada vez más evoluciona y se modifica de acuerdo a los diferentes factores que se presenten en una sociedad

permitan ser utilizadas en diversas ocasiones.	
En qué forma afecta el impacto ambiental en todo nuestro entorno	Desde el punto de vista comercial, es rentable utilizar los recursos naturales sin importar la contaminación que se generará, esto causa consecuencias sobre la salud de la población, la calidad del aire y la belleza paisajística.

Tabla 1. Se explican las variables de la pregunta de la investigación.

I.IV Objetivos

El objetivo de este proyecto es generar un modelo de negocio en donde se creen artículos como bolsos de manera sostenible y consciente, para generar conocimiento acerca de cómo se puede utilizar los materiales olvidados y sean usados de un modo en que genere menor impacto ambiental, de esta manera lograr así mismo un vínculo con cada bolso, lo que se representa en la renovación textil, teniendo en cuenta que como valor agregado se generará la multifuncionalidad de cada uno para diversas ocasiones.

I.V Objetivos específicos

- Generar de forma creativa vínculos con los elementos que ya no son deseados.
- Desarrollar formas de moda sostenible en donde se fomente el cuidado del medio Ambiente.
- Lograr conexión de amor por los bolsos al momento de que se generan de manera especial y personalizada.
- Desarrollar mecanismos en donde se logre obtener la multifuncionalidad de los bolsos para cualquier ocasión.
- Acceder a nuevos métodos de creación de bolsos basados en las necesidades de los usuarios para así lograr satisfacer su necesidad.
- Generar pertenencia e identidad en cada bolso.

I.VI Hipótesis

Conociendo el impacto ambiental que genera el ciclo de vida corto de prendas y textiles no usados, minimizando así dicho impacto, que también afecta el entorno social, que la industria textil genera, se lograría conseguir una mayor cultura de cómo reutilizar productos olvidados y con ello se podría generar un impacto económico para las personas de la ciudad de Bogotá, dado que se podría lograr un de mejor uso de los textiles no utilizados para generar conocimientos a través de la creatividad, logrando vínculos especiales, que genere en los usuarios un sentido de pertenencia y vínculos especiales.

I.VII Definición de términos

Accesorios: Se trata de productos que no son indispensables para la vestimenta, pero cumplen con una función decorativa o estética.

Alternativo: Que se contrapone a modelos comúnmente delimitados

Artesano: Productor o trabajador especializado que elabora productos a mano

Biodegradable: Dicho de un material que puede descomponerse de forma ecológica

Capitalismo: Sistema económico y social basado en la propiedad privada de los medios de producción, en la importancia del capital como generador de riqueza y en la asignación de los recursos a través del mecanismo del mercado.

Ciclo de vida: Todas las fases de la vida de un producto, desde la obtención de la materia prima hasta su fin

Consumismo: El consumismo es la compra o acumulación de bienes y servicios considerados no esenciales.

Contaminación: es la introducción de sustancias u otros elementos físicos en un medio que provocan que éste sea inseguro o no apto para su uso.

Crowdsourcing: Obtener ideas, opiniones y servicios de personas a través de Internet

Cultura: Complejo que incluye creencias, arte, religión, costumbres, hábitos adquiridos por los seres humanos.

Custodiar: Personalización de artículos reutilizados

Diseño sostenible: Perspectiva de diseño que propone una reducción de los impactos medioambientales y sociales por la producción y el consumo.

Emisiones de carbono: Las emisiones mundiales de dióxido de carbono (CO₂), uno de los principales gases de efecto invernadero y un factor que impulsa el cambio climático

Emociones: Reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación a ciertos estímulos.

Experiencia: Conocimiento de algo, o habilidad para ello que se adquiere al haberlo realizado, vivido o experimentado.

Fast Fashion: Moda rápida es un término contemporáneo utilizado por los minoristas de moda para expresar que los diseños se mueven rápidamente desde la pasarela para capturar las tendencias actuales de la moda.

Identidad: es la relación que toda entidad mantiene sólo consigo misma.

Impacto medioambiental: Efecto positivo o negativo sobre el medio ambiente.

Moda: costumbres utilizadas por una gran mayoría, por un periodo de tiempo determinado que se vuelven tendencia

Moda ética: Prendas fabricadas según los derechos humanos y laborales.

Multifuncionalidad: Propiedad de lo que es funcional en diversos sentidos, para lograr diferentes cometidos con un solo producto.

Neurociencias: Es un campo de la ciencia que estudia el sistema nervioso y todos sus aspectos, como su estructura, función y desarrollo.

Neuromarketing: Es la aplicación de las neurociencias a nivel del mercadeo en donde juega un papel muy importante las emociones que se generan a través de estímulos de publicidad.

Patchwork: es un tejido hecho por la unión de pequeñas piezas de telas cosidas entre sí por los bordes.

Residuo de uso: Residuo textil generado por los usuarios al desechar las prendas.

Reutilizar: Volver a utilizar algo, generalmente con una función distinta a la que tenía originariamente.

Revalorización: Técnica utilizada para mejorar y añadir valor a un producto desechado.

Textiles: Tejido, también conocido como tela, aunque tela en realidad es solo un tipo de tejido.

Vertederos: tiraderos, rellenos sanitarios o basureros (también conocidos en algunos países hispanohablantes como basurales), son aquellos lugares donde se deposita finalmente la basura.

Vínculos con la ropa: Unión o relación no material que se da con alguna prenda de vestir que genera una conexión.

(Wikipedia, 2019)

I.VIII Propósitos del estudio

Principalmente el propósito de este proyecto es lograr una culturización clara de cómo podemos mejorar la calidad del medio ambiente por medio de la reutilización de materiales textiles que contaminan el planeta.

También tiene como propósito lograr una optimización del contaminante textil y a su vez una forma creativa de generar conocimiento y nuevos productos diseñando artículos como bolsos utilizando prendas de vestir y textiles olvidados, logrando así vínculos por experiencia que genere emociones pertinentes con la creación y el desarrollo de bolsos, en donde la multifuncionalidad también jugaría un papel muy importante, ya que se haría un cubrimiento de necesidad de bolsos para cualquier ocasión.

En el proyecto se hará uso de neuromarketing, que permitirá al cliente conocer más a fondo sobre cómo se realiza el producto y datos claves de la contaminación, para que así mismo él logre una identificación y un mejor uso de cada artículo comprado, generando así un modelo de desarrollo actual que nos permita llegar a conseguir moda amigable trabajando sobre las causas del problema raíz sin dejar la moda de lado, puesto que ella es quien define gran parte de la sociedad como cultura.

Capítulo 2. Revisión de la literatura

El fast fashion impide hacer verdaderos vínculos con la ropa, el capitalismo ha hecho que cada individuo genere un consumismo desmedido, sin siquiera darse cuenta que realmente no es tan necesario comprar compulsivamente.

La idea de la moda rápida, se presenta por temporadas, el sistema estacionario de algunos países genera que no pueda permitirse utilizar las prendas durante todo el año, pero también el hecho de estar a la moda no permite que se utilice lo mismo que se compró en esta primavera para la primavera siguiente, esto trae consigo una gran producción anual de textiles y prendas, sin medir el daño que se está generando lo que lleva a pensar que realmente debemos consumir de forma más medida, o por otro lado saber qué hacer con las prendas de vestir y accesorios que ya no se quieren seguir utilizando.

En un artículo de Roberta Sendra, publicado en enero del (2017), comenta sobre un proyecto realizado en Madrid que se llama Altrapo Lab, que tiene como filosofía, que la ropa merece algo mejor que quedarse al fondo del armario, es una propuesta en donde se recicla la prenda o el textil, se crean costuras creativas, por medio de cursos y talleres, que generan un vínculo especial del cliente con su prenda de vestir, pero en tal caso que el cliente no desee quedarse con esto se generan también ferias para vender la ropa transformada con el fin de acabar con el ciclo de simplemente botarla a la basura, y acabar con el consumo irracional de prendas de vestir solamente por unos meses. La coordinadora de este proyecto es Natalia Castellanos y es la encargada de supervisar y coordinar este proyecto. (Roberta Sendra, 2017)

Comenta que aún hay muchas personas que no están al tanto de lo que ocurre en la industria textil y que además, no es algo tan fácil para actuar, en una era más evolucionada, se ve nuevas alternativas para todo y poder generar convivencia, que es de lo que trata el medio ambiente, nuevas formas de ver el mundo.

Tienen un reciclaje textil creativo que se basa en el hecho de reformar de manera creativa con un diseño práctico y una buena confección. (Roberta Sendra, 2017)

También resalta el hecho de algo que se ve mucho ahora, en una era tecnológica la gente también ha decidido volver a las raíces, como bien lo viene discutiendo la WGSN, es tiempo de volver a retomar lo que nos pertenece, ese ámbito cultural hace que más personas busquen tomar medidas

y hacer lo que ancestralmente se hacía, coser para muchos no es fácil pero aun así lo intentan. Todo esto lo vemos en las Megatrends actuales, las que están preparadas para este año Primavera/Verano 19, En contacto, como las futuras Otoño/Invierno 19/20 Conciencia total y Primavera/Verano 20 Es el momento, en donde se dice que la importancia de una moda totalmente sostenible es importante como recurso de la humanidad, y se busca varias alternativas para lograr generar textiles de manera biológica, como es la utilización de algas, que llenan el océano, lo que permite generar más limpieza de este, y no contamina el medio ambiente. La humanidad debe optar por recursos en abundancia y evitar gastar lo que ya no se tiene. (WGSN-megatrends, 2017)

Teniendo en cuenta que la industria textil se demora un poco en evolucionar, puesto que la mano de obra siempre será necesaria, las máquinas no pueden hacer todo por si solas.

Importante resaltar que no se busca culpar a nadie pero si se tiene la posibilidad de lograr hacer algo para que ese consumismo al que se está acostumbrado cambie de alguna manera esa sería en el aprovechamiento de prendas de vestir y textiles.

El vínculo con la ropa se genera cuando hay una historia detrás de la prenda, es algo más allá que nos une a cada prenda de vestir, la fast fashion solo ha hecho que se piense en comprar y tirar la ropa para tener lo más moderno y de la última colección y así siempre, pero no obliga a amar una prenda por su historia, y el amor por la prenda de vestir es lo que puede frenar ese consumo.

La diseñadora británica Kate Fletcher (2015) opina que la moda se está devorando a sí misma, con una creciente preocupación por querer estar en pasarelas y calles y ya no está actuando de forma consciente ni responsable, separándose totalmente de problemas que a todos competen, el cambio climático, el consumo y la pobreza. (El País, 2014)

La moda refuerza desigualdades, la individualidad debe ser replanteada, ya que como tal esta no existe, se creó un ámbito de personas anoréxicas superficiales e insatisfechas.

En un informe publicado por el Institute of Manufacturing de la universidad de Cambridge, Well Dressed (2017), afirma que en Gran Bretaña se incrementó el consumo de ropa en un tercio, y que de los 35 kg de textiles consumidos al año solamente un 13% se reutilizaba o donaba.

Kate Fletcher, comenta que el consumismo en algunos países ha disminuido pero es más por cuestión económica que por conciencia. (Raquel Pelta, 2011)

Actualmente se conoce un grupo que ha decidido cambiar de opinión con respecto al consumo de la moda llamado “eco-chic”, pero esto es más una tendencia superficial que una solución real, puesto que se habla de usar prendas orgánicas pero esto no es tan real, todo el tratamiento que se genera para la elaboración y los químicos utilizados no son del todo “eco”.

Es por esto, que Kate Fletcher decidió hacer un cambio, con un proyecto llamada Do It Yourself (hazlo tú mismo), que se trata sobre la reforma de nuestro vestuario y la creación de grupos de costura. (Raquel Pelta, 2011)

Las grandes marcas de moda como Kenzo, que en 2007 lanzó una colección de costo más bajo, utilizando telas sobrantes, esta iniciativa ya la había tenido Yves Saint Laurent, y marcas de consumo masivo como H&M, también construyó una colección con algodón orgánico, y actualmente tiene un proyecto de recolección de prendas de vestir no usadas a cambio de un descuento en nuevos productos de la tienda. (Maria Florencia Ferrero, 2014)

Sin embargo, y pese a todas las campañas que puedan realizarse, no es suficiente, siempre va a ver algo más, está no es la respuesta, ni tampoco la solución.

La idea de moda sostenible, como alternativa de diseño nos habla de cómo podemos llegar a la raíz y lograr una transformación masiva. Una de las propuestas es el reemplazo de la cantidad por calidad, y generar más conciencia de lo local y no de lo global.

Social y culturalmente la moda no se puede acabar, porque es una parte crucial de la identidad y el comportamiento del ser humano, y es una parte importante y valiosa del ámbito creativo. La idea entonces no es que desaparezca completamente, sino que se tome una medida más ecológica con respecto al consumismo y desde la creación.

Se encuentra también que se está apostando a la moda lenta o (slow design), en un intento alternativo y tal vez un poco desesperado por buscar la forma consciente de evitar el consumismo desenfrenado y un tanto irresponsable.

La Banca Villanueva, creado por el diseñador Jorge Cañas quien creo los muebles de los parques en concreto, una materia prima abundante. El diseño de la banca responde a la marca ciudad y los conceptos que la inspiran. Incluye un atributo muy apropiado a cualquier ciudad colombiana: un bicicletero (Jorge Cañas, 2018) incorporado al espaldar. Es un diseño que tiene una buena vejez, que entiende las necesidades costumbres y la cultura.

Lo fast está relacionado con la industrialización y la reproducción masiva lo que lleva a la industria de la moda a un nivel de contaminación alto, El diseño lento considera valores como el bienestar social, individual y medio ambiental en todo el proceso de creación. Se opone totalmente a la globalización programada pero aun así no quiere dejar de lado la creatividad y el ámbito laboral del diseño.

Su base es la sostenibilidad y su medio de distribución el comercio justo, se trabaja de la mano con la compra de lo local, apoyar el talento más cercano y evitar consumir grandes marcas, es un diseño totalmente humanista. Adicional a esto se debe hacer una revisión de la mujer (o personas) moderna(s), en un artículo del blog Frontpell, habla de bolsos para mujeres todo terreno en donde se busca la multifuncionalidad de estos elementos claves.

En los tiempos modernos en donde nos encontramos con feminismo, y se aporta en un nivel cada vez más alto el desempeño de la mujer. El correr es algo habitual que las mujeres a diario realizan, actividades que desde la mañana hasta muy tarde en la noche se están realizando para poder cumplir con objetivos, hacen que la manera en cómo se transporten sus artículos cambie radicalmente. Eso se ha convertido en las nuevas mujeres todoterreno y es que ir a trabajar, llevar y recoger a los niños del colegio, mantener la casa y todo el resto de tareas habituales hace que el ritmo de vida sea vertiginoso. Ya no es suficiente con las 24 horas del día para poder hacer todo sino que todo lo que implica el día a día desde la casa, hasta el outfit, es necesario estar preparado para afrontar todo lo que venga.

Un accesorio importante y vital a la hora de complemento y que acompaña a todas las mujeres es el bolso indispensable y personal, anteriormente solo era un detalle, un elemento de estilo para combinar, pero se ha ido haciendo parte de cada mujer, y es imprescindible tanto a nivel estético como a nivel funcional.

Lo que es seguro es que una mujer actual en constante movimiento necesita elementos que se adapten a sus cambios y que así mismo, cubran sus necesidades, hispanitas blog público un artículo (2016) sobre bolsos multifuncionales o multiusos que sirven para varias ocasiones funcionando de manera en que la tiras cambia de estilo para el momento es que se desee.

Tal vez generar una consciencia más allá de cómo utilizar la moda, el libro víctimas de la moda de (Guillaume Erner, 2005), habla de algo paradójico, el ser humano por naturaleza busca el individualismo a través de la moda, que invita a que se compre el último modelo, para ser

diferente pero claramente esa diferencia no se da si existen más personas comprando exactamente lo mismo, la referencia que en el libro se hace, es que se busca ser individual pero siempre se estará atado a un grupo de personas que piensan y sienten lo mismo, por lo que se habla de que el individualismo no existe porque siempre se va a estar tomando referencias de alguien más para generar identidad, y que un grupo anti-moda igualmente está ligado a la moda de ese grupo, un ejemplo es la utilización del negro, con el que se busca una neutralidad e imparcialidad, pero igualmente se está rigiendo por la moda porque simplemente es un ámbito cultural del ser humano.

En 1987 una comisión de las naciones unidas redacta el informe Brundtland, documento con el cual se identifica el origen del concepto “desarrollo sostenible” descrito como “aquel que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones”. (Francisco Báez Rodríguez Crónica, 2019)

Se encuentra así el programa de Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD) Que busca crear un nuevo paradigma socioeconómico en el cual se cumplan condiciones participativas de comunidades o la reducción equitativa del consumo. La PNUD no sólo busca tener en cuenta las próximas generaciones, sino que incide en “las necesidades esenciales de los pobres, a las que se debería otorgar prioridad preponderante” en cuanto al desarrollo sostenible, se debe producir en límites ecológicos. (Wikipedia, 2019)

La industria de la moda busca ser llamativa en cuanto a diseños, cortes, insumos y sobre todo, textiles. Es llamada a este nuevo enfoque, ya que, como cualquier otro sector productivo, se enfrenta a un contacto con el medio ambiente, siendo este un importante aspecto para la época actual. La moda sostenible es cada vez más atractiva para la población, este importante replanteamiento se vio años atrás cuando (Katharine Hamnett 2018), diseñadora inglesa, se encontraba inmersa en sus investigaciones sobre el impacto de la ropa y esforzándose porque todas sus creaciones se produjeran ética y ecológicamente pero incluso a inicios de los dos mil, la investigación tuvo dificultades para cumplir con las expectativas esperadas. Katharine, a pesar de todo, quiso seguir mostrando el mensaje cuando en 2017 se abrieron de nuevo las puertas de su firma para mostrar una colección de hombre y mujer con una línea de camisetas-protesta, prendas antiguas y nuevas con materiales como algodón orgánico o poliéster reciclado con mensajes en ellas como “Save the world, save the life on earth, save the sea, save the bees,

women against war, no war” (salva el mundo, salva la vida en la tierra, salva el mar, salva las abejas, mujeres contra la guerra, no a la guerra). (María Contreras, 2018)

La moda sostenible engloba tanto a la moda ética, fijándose en aspectos sociales, como a la ecológica, buscando una convivencia humana igualitaria y un respeto al entorno natural. Se puede definir la moda sostenible como slow moda (moda lenta), donde no se fija sólo en la rapidez de producción de prendas, sino que propone prendas que reciban una dedicación que la industria tradicional no permite, aportando cambios para las necesidades específicas que sólo ella puede cumplir. la moda sostenible es aquella rama de la industria de la moda que toma en cuenta el coste económico, social y medioambiental, enganchada desde sus orígenes con el slow fashion pretendiendo reducir la producción de mercancía nociva para el medio ambiente evitando la sobreexplotación de recursos naturales.

Un artículo de la BBC (2009) nos habla de lo mismo que se evidencia en el mundo, la industria de la moda es una de las más contaminantes. El poliéster que es la fibra más utilizada en el mundo para hacer ropa, por su costo bajo, tarda en descomponerse más de 200 años.(BBC mundo, 2017).

Según la experta Heather Knight (2017), Directora de la organización Fashion Revolution, para hacer una camiseta es necesario utilizar 2.720 litros de agua, lo que generalmente consume una persona promedio en 3 años, o algo a lo que simplemente varias personas no tiene acceso.(María Serrano, 2017)

Fashion Revolution nace después de un incidente que tuvo lugar en Bangladesh, que es donde más casos de explotación por la industria se presentan, en donde murieron 1138 personas cuando el edificio Rana Plaza se derrumbó, lo que hizo que se estremeciera el mundo de la moda y se replanteará el hecho de tener una consciencia en la moda, en todos los ámbitos tanto ecológica como socialmente.(María Serrano, 2017)

En Colombia esto también generó que se pensara de una forma consciente, lo es el caso de la marca Cyclus, una marca de bolsos, que nació en el 2000 realizados con un material poco común en el ámbito de la moda, neumáticos, lo que Cyclus hace no lo hace ninguna otra empresa de moda, reciclan neumáticos, con los que hacen bolsos estuches y otros accesorios, que actualmente en un 95% son exportados fuera del país hacia Europa y Asia.

Su sede se encuentra en Bogotá, pero ellos hacen la recolección de los neumáticos de tractores y camiones, que han sido desechados en todo el país, que a la fecha facturas 500.000 dólares.

Hoy en día la gente es más consciente de la importancia de la sostenibilidad, es más consciente de la realidad en la que se vive, es por esto que el apoyo que se generó a la marca, le ha dado un gran reconocimiento a nivel mundial. Todo está hecho a mano por colombianos, y comenta de la facilidad de trabajar con neumáticos, Cyclus logra ver en un material poco convencional para la moda, que es un gran contaminante, una cualidad única y especial, no logra descomponerse en muchos años, resiste a el agua el sol y el mugre

La marca fue creada por una pareja de bogotanos, pero fue Ralph Thoma director ejecutivo es de origen Suizo y lleva radicado en Colombia desde hace 12 años, quién la llevó a un nivel internacional y comenta que el uso de la moda es indispensable en todo el mundo, pero lograr hacerlo de una forma más consciente es la meta que se debe alcanzar.(R. A. A. El Espectador, 2015)

Normalmente, se presta más atención a la contaminación generada por las plantas de confección, o de textiles, pues es donde se ve mayor gasto de recursos naturales, así mismo hace notar productos contaminantes y nocivas para la limpieza de las prendas, sin embargo, la contaminación se hace notar desde los campos de algodón, donde se rocía con pesticidas tóxicos nocivos para los trabajadores, llevando a muchos de ellos a la muerte por este tipo de sustancias. Según la OMS, calcula que cada año se producen tres millones de intoxicaciones, veinte mil de las cuales llevan a la muerte. Este tipo de situaciones se presenta más que todo en países en “vías de desarrollo” donde se ve reflejado el interés por la producción y obviando temas de salud y condiciones laborales con el fin de mejorar la sostenibilidad. Esta problemática no sólo afecta a ámbitos humanos y ambientales, lo animales también son afectados por las agresiones que reciben.

El Servicio Nacional de Estadísticas Agrícolas de Estados Unidos (NASS) ilustra como cada año mueren un cuarto de millón de corderos y ovejas a manos de depredadores. Los criadores aíslan al ganado de tal forma que dificulta la estabilidad de vida de lobos, leones de montaña y osos, entre otros, por obstaculizar su alimento y robar su espacio por los tamaños de los criaderos. Se presenta también maltrato directo, como el exterminio de ochenta mil coyotes anuales.

La moda presenta dos alternativas: la primera es desarrollar estrategias para utilizar y reutilizar fibras que ya estén en nuestro armario indefinidamente. La segunda es elegir fibras renovables de bajo impacto en lugar de otras vírgenes no renovables.

Así como se vio reflejado el Colombia tex el 22 y 24 de enero que se llevó a cabo en Medellín, mostrando ideas de sostenibilidad de empresas textiles nacionales e internacionales. La industria textil- confección trabaja para la reutilización, reducción y reciclaje de elementos que intervienen en los diferentes procesos, para así lograr la transformación del sistema moda.

(Semana Sostenible, 2018)

Se ve cómo las empresas trabajan internamente en procesos amigables con el ambiente aparte de trabajar para ahorros económicos que se generan. Inexmoda estableció diferentes alianzas, una de ellas es con la empresa Torna, la cual trabaja en programas de tratamientos y reutilización de agua, de este método ya se han realizado pruebas en fábricas como Tennis, Artextil y Protela.

(Negocios Verdes, 2019)

Para Lafayette, es clave el agua para la fabricación de textiles por eso cuenta con dos plantas de aguas residuales, en las que trata el 100% del agua y recicla 65% en procesos internos de la fábrica, a esto se suma otra iniciativa como la utilización de materiales reciclables en algunas de sus bases textiles. (Negocios Verdes, 2019)

Archoma Colombia, se dedica a la venta de soluciones químicas para la industria textil, estos productos son desarrollados para garantizar a los clientes ahorros en sus procesos productivos y la optimización de recursos naturales, una de las soluciones es la producción de colorantes a partir de cascarillas de semillas y nueces. (Negocios Verdes, 2019)

Artextil, desarrolla una herramienta tecnológica para la pre-visualización de muestras que permite ahorrar en energía, materiales, recursos, entre otros. Esta empresa reutiliza el 35% del agua residual que genera. (Negocios Verdes, 2019)

Otras empresas colombianas como Jordao, que cuenta con su propia planta de tratamiento de aguas residuales de tintas y pinturas especiales. (Negocios Verdes, 2019)

Por otro lado, los consumidores en su mayoría si reciclan las prendas que han usado y pueden donar a instituciones o dársela a familiares o amigos cuando todavía tienen periodo útil, son más los consumidores que le apuestan a beneficiar al medio ambiente que los que tienden a comprar con marcas fast fashion. Esto por supuesto va a reflejarse en gran medida también en ahorro de

dinero ya que tienen lo necesario y van renovando su ropero donando aquellas prendas que ya no utilizan. Algunos de los consumidores se fijan en el origen de las prendas o marcas que están detrás de la confección ya sean marcas que no utilicen el método fast fashion. Algunas de las estadísticas muestran que un 89% dona o recicla la ropa que ya no usa, un 84% no compra más ropa de la que necesita, que es una tendencia minimalista que se está generando, 42% se fija en el origen de la ropa, es muy importante saber de dónde proviene y como se puede hacer para dar una utilidad completa al textil, 32% evita la marca Fast Fashion, aquí es donde se empieza una cultura 100% local y un 26% compra o vende ropa en el mercado de segunda que es otra opción para continuar con el ciclo de vida de las prendas y el textil.

En la conferencia con Lila Ochoa, Lina Cantillo y Olga Piedrahita, del Bogotá Fashion Week del pasado mes de abril (2019), se hablaba de una moda sostenible y absolutamente consciente, la idea no es acabar con la moda, es buscar la manera de lograr que cada pieza se realice de una manera adecuada, confirmaban que en H&M es la única tienda en Bogotá en la cual se recibe ropa usada para hacerle un nuevo tratamiento y que ZARA quiere hacer lo mismo para transformar el textil, pero claramente si se hace no es por parte de textileras colombianas ni de empresas locales, o que tal vez si haya algunas empresas pero por falta de apoyo o de comunicación no son muy reconocidas. (Lila Ochoa, Lina Cantillo, Olga Pierahita 2019)

La idea que ellas plasmaron es que es necesario acercarse más a lo local, es importante difundir lo que se hace aquí, reconocer lo que hacen cada personas y apropiarnos de nuestra cultura, porque esa es otra clave importante, ya no tanto como factor de innovación si no por apropiación. La realidad ahora es que en todo lo que se haga se debe tener en cuenta lo sostenibilidad, es muy importante en los tiempos modernos, la demanda de moda sostenible es cada vez mayor, ya que se va haciendo mucho más visible el daño de la moda convencional. (Lila Ochoa, Lina Cantillo, Olga Piedrahita 2019)

Lo que importa es comprar ropa a bajo costo, y de manera desmedida, sin siquiera detenerse a pensar en que se está comprando, como fue hecho, o que materiales se usaron. La mayoría de la moda pasa por abuso laboral, contaminación ambiental. Tal está el caso más reconocido en la industria que fue el de H&M, se vio envuelto en un escándalo de explotación laboral, y aún más con aquellos que confeccionaban la ropa de Beyonce, mucha gente camboyana sufrió de maltrato y acoso laboral, trabajando en condiciones lamentables y en donde no se les paga un salario

justo, ni tampoco el acordado, comentan que H&M se había comprometido a pagar justamente el trabajo pero al mes solo ganan muy poco que no le alcanza para comer, por esto existe la desnutrición, la pobreza, porque una empresa que tiene más de 260 tiendas a nivel mundial no recompensa de manera justa a sus trabajadores, y más si son niños explotados, a raíz de esto H&M ha tenido que hacer más cosas que se vean como ayuda al planeta para “enmendar” aquello que hicieron mal. (SDPnoticias.com, 2016)

Hacer ropa también implica hacer daño al medio ambiente, para hacer una camiseta de algodón es aproximadamente 2700 litros de agua y del cual el 30%, por el lavado, el tinte y solamente por el cultivo del algodón, queda contaminada, todos los químicos que se utilizan, detergentes, blanqueadores, pesticidas que contaminan demasiado la capa de ozono, además de eso la contaminación de Co2 del transporte de las prendas ya realizadas. (Ernesto Ciad, 2015)

Existen grupos minimalistas, que apoyan el consumo responsable de la moda, y hay tutoriales y videos que se encuentran, para dar un mejor manejo de la ropa que compras, dejando así claro también que lo que no se usa se puede donar, lo que se ve en estos tutoriales es más el hecho de combinaciones, por ejemplo, solamente teniendo cierto tipo de prendas que se puedan combinar con todo, escogiendo del armario esas prendas neutras que sirven en cualquier ocasión y que sean perfectamente agradables al ponerlas con otra, eligiendo una paleta de color que se pueda combinar igualmente, para cada estación o época del año, este estilo de vida minimalista, también tiene otro tipo de argumento que es cuanto a lo económico, si se elige este estilo de vida se puede ahorrar más porque no se necesita estar gastando dinero en ropa que no se necesita. Es un tip que dan para el consumo responsable, si se ve algo que gusta, no hay que comprarlo inmediatamente, se debe espera un tiempo prudente, se al cabo del tiempo vuelve a pensarlo es porque lo necesita, pero aun ahí todavía no se debe comprar, se debe esperar otro poco más y si aún está seguro de que si lo necesita, se puede efectuar la compra de lo contrario no, y ese dinero podría utilizarse para para ahorrar o comprar alguna otra cosa que realmente haga falta.

Actualmente ADIDAS saco los primeros tenis realizados con plástico completamente y tuvieron tan buen acogimiento por su compromiso con el medio ambiente que esto demuestra que son más los que quieren ayudar. Todo se inició con la recolección de botellas de plástico de las playas en las que la contaminación abunda, a él llegan aproximadamente 8 toneladas de plástico,

esta es una unión de ADIDAS con Parley for the oceans, y lo que buscan es reducir la contaminación en los mares y océanos.

Para hacer un par de tenis se necesitan 11 botellas que son trituradas, lavadas y derretidos para luego hacer hilos con los que se confeccionan las zapatillas, lo que buscan es lograr sacar 5 millones zapatillas lo que significa, que en el océano habrán 55 mil botellas menos, pero esto no es todo, las dos compañías lideran un proyecto llamado Run for the Oceans, en donde también realizarán donaciones de 1 dólar por cada personas que corran o caminen con el fin de ayudar a la educación medioambiental, la idea es que todas aquellas personas que deseen apoyar la causa se tomen un respiro y reflexionen acerca de la importancia de los océanos en la vida de todo el planeta. (Semana Sostenible, 2015)

Otro de los tantos criterios por los que se pelea con la moda es el uso indiscriminado de animales, como se usan y se maltratan y se hace sufrir a indefensos animales dejándolos agonizando al quitarles su piel, o al matar a una vaca la contaminación por el metano que se va a la capa de ozono, lo que nos hacen ver los activistas cuando protestan a favor de los animales, es realmente un hecho que no podemos dejar de utilizar del todo elementos hechos con animales, pues solamente la suela de los zapatos está hecha con partes de animal, pero si se podría reducir la matanza contra ellos, y sobre todo con sus pieles que realmente no se necesitan.

El futuro es la moda vegana, cada vez más marcas se unen a esta causa, se crean cada vez más, materiales amigables con el medio ambiente, dejando de lado las pieles, esto lo vemos reflejado con la firma de Stella McCartney, quien describe a su propia marca en su sitio web como: “una marca de ropa vegana, comprometida en proteger a los animales y sus hábitats con respeto.

Promoviendo un espíritu libre de crueldad e innovando formas de crear materiales sostenibles”. -
-Stella McCarney

Claro está, que grandes firmas como Gucci, Burberry y Tom Ford han comunicado la eliminación de algunas pieles, en sus procesos de confección. (Moda GQ, 2019)

El cuero puede provenir de vacas, cerdos, cabras y ovejas; de animales exóticos como caimanes, avestruces y canguros; y hasta de perros y gatos, quienes son matados por su carne y su piel en China, país que exporta las pieles de estos animales a todo el mundo. Debido a que el cuero normalmente no es etiquetado, nunca sabes realmente de dónde (o de quién) provino. La mayoría del cuero proviene de países en desarrollo como India y China, donde las leyes de bienestar

animal no existen o no se aplican, en India los trabajadores les rompen las colas a las vacas y les frotran chile y tabaco en los ojos para obligarlas a levantarse y caminar, cuando colapsan por agotamiento en el camino hacia el matadero.

En los Estados Unidos, muchas de las millones de vacas y otros animales matados por su piel padecen los horrores de las granjas industriales, como castración mutilaciones y demás sin anestesia. En los mataderos, a los animales rutinariamente les cortan los cuellos y algunos son despellejados y desmembrados mientras están aún conscientes.

El cuero tampoco es amigo del medio ambiente, porque comparte responsabilidad por toda la destrucción ambiental causada por la industria de la carne, así como la polución causada por las toxinas usadas en el curtido. (Peta Latino, 2018)

Cada año, la industria del cuero mundial mata más de mil millones de animales y curte sus pieles, lo cual genera mucha más contaminación por el CO2 generado en la atmósfera, además de esto el proceso para la creación de las prendas con pieles es bastante contaminante para el aire, el agua, después de separar la piel del animal, que en la mayoría de ocasiones se hace con el animal vivo (un acto cruel e indolente), puesto que “mejora las condiciones de la piel”, se lleva a un proceso de conservación de la piel, antes de que llegue a la tenería, se saca el aire, se sala, se refrigera o se congela, luego sigue el trabajo de ribera, que es el proceso que se realiza en las tenerías o curtiembres, allí se remoja, se hace la depilación o apelmbrado, descarnado, se hace el dividido que es el proceso necesario para dividir de la piel en capas dando lugar a piel de flor o herrajes cuando la piel es muy gruesa, luego se hace el des encalado, donde se lava muy bien la piel, el rendido que se realiza para poder obtener una piel mucho más suave, piquelado que se realiza para impedir el hinchamiento, se quitan las grasas naturales de la piel. Pero esto no es todo para poder tener pieles de buena calidad es importante adicionar químicos que conserven la piel con su resistencia y suavidad después del secado. Se escurre y se rebaja, luego pasa al proceso de tintura, en donde se aplica un colorante sintético para dar el color que se desee a la piel, se engrasa para dar una lubricación y un brillo especial, se escurre nuevamente y por última vez, es estirado y se genera el acabado final.

El proceso de obtención de piel para fabricación de moda es extenso, contaminante y doloroso, como acabamos de ver, se utilizan químicos como el aluminio, es el mayor potenciador de enfermedades a los animales y humanos gracias a producción de óxido de azufre y óxido de

nitrógeno que están presentes en la lluvia ácida, el efecto que trae consigo al ambiente es muy serio. (Peta Latino, 2013)

Para la obtención de la lana es lo mismo, trasquilar ovejas involucra más que solo un corte de pelo. Las ovejas necesitan la lana que producen para protegerse naturalmente de las temperaturas extremas. Debido a que los trasquiladores cobran por volumen más que por hora, frecuentemente trabajan demasiado rápido sin tener en cuenta el bienestar del animal. Las ovejas normalmente son golpeadas, pateadas y cortadas durante el trasquilado. Mucha de la lana en el mundo sale de Australia, donde millones de ovejas son mutiladas, un procedimiento cruel en el que se utilizan tijeras de podar para cortar pedazos de piel y carne del tamaño de un plato de las partes traseras de los animales vivos – frecuentemente sin anestesia. La seda es una fibra que producen los gusanos de seda para hacer sus capullos. Para obtener seda los fabricantes matan a los gusanos con vapor o gases. Plumas que se utilizan para rellenar cobertores, almohadas, parkas y otros productos – es la capa de plumas más suave pegada a la piel de las aves. Los animales en las granjas pasan toda su vida en jaulas de alambre y sucias por sus propias heces. Los granjeros usan los métodos de matanza más crueles, como la asfixia, la electrocución, las cámaras de gas y el envenenamiento. Los animales que por lo general los atrapan en el bosque pueden sufrir durante varios días de hemorragia, deshidratación, congelación, gangrena y ataques de depredadores. Son atrapados en trampas de mandíbulas de acero que se cierran con fuerza sobre sus patas, con frecuencia rompiendo el hueso; en trampas Conibear, que aplastan sus cuellos; o en trampas de agua las cuales dejan a los castores, a las ratas almizcleras y a otros animales luchando por más de nueve agónicos minutos antes de ahogarse. Durante la matanza anual de focas canadiense, a decenas de miles de focas arpa bebé se les dispara o golpea repetidamente con palos con ganchos de metal en la punta. También en Canadá, a cientos de osos negros se les dispara o son capturados en trampas, y se les deja sufrir durante días para que su piel pueda utilizarse para hacer los sombreros ceremoniales usados por el Quinto Regimiento de Guardias de la Reina Isabel II. Las plumas se obtienen al desplumar gansos y patos ya sea vivos o después de matarlos. Muchos gansos que se utilizan para obtener sus plumas suaves son sostenidos por los trabajadores quienes les arrancan las plumas mientras los animales chillan de dolor y terror. Este proceso se repite muchas veces en la vida de las aves. Con frecuencia los despluman tan fuerte que la piel se les abre, dejando heridas que los trabajadores cosen en el mismo ambiente

insalubre en el que las aves fueron desplumadas. “El desplumar gansos o patos nunca puede realizarse humanamente”, escribe el experto en bienestar de las aves Laurie Siperstein-Cook, D.V.M. (Peta Latino, 2013)

Criar y matar animales para obtener su carne y piel desperdicia innumerables recursos y causa una inmensa destrucción ambiental. Cantidades masivas de tierra y energía se utilizan para operar granjas y mataderos, a parte de las camionetas para transportar a los animales. Toneladas de agua y cultivos comestibles son el alimento de estos animales antes de que los humanos los maten. Si se le diera estas plantas y agua a la gente hambrienta y malnutrida, esto podría contribuir a terminar con el hambre en el mundo. La industria de la agricultura animal es también responsable de las cantidades masivas de desperdicio y gases de invernadero, los cuales dañan tanto la salud del planeta como la de los humanos. Cuando se trata de cambio climático, la agricultura animal es el principal causante. Son muchas las pieles utilizadas de tantos animales a nivel mundial, los zorros, las chinchillas, perros, gatos, focas, visón, conejos, mapaches, osos, pero realmente varios de estos animales juegan un papel importante ecológicamente hablando, puesto que varios ayudan con la preservación del medio ambiente.

Gracias a la fabricación de materiales sintéticos, estos se acercan demasiado a las texturas de las pieles reales, estos sintéticos se apegan demasiado a los acabados y textura de un pelaje o piel real. Algunas firmas han explorado, lo que hace algunos años era imposible puede ser realidad a la época, como la fabricación de cuero en laboratorio con materia prima vegetal. La marca de mezclilla G-Star Raw en su colección para Primavera/Verano 18, introdujo tejido denim más sostenible de la historia, en donde se usaba algodón orgánico, técnicas de lavado ecológicas y secado al aire, además de implementar tecnología en proceso de tinturar con índigo, para obtener un 70% menos de productos químicos, libre de sales durante el proceso y una reducción drástica en el uso de agua, gracias al índigo.(Moda GQ, 2019)

Materiales como sintéticas térmicas como polar, acrílico y franela de algodón se lavan fácilmente, mantienen sus colores brillantes, cuestan menos y no contribuyen con la crueldad. En tiendas como Gore-Tex, Polartec Wind Pro, Thermolite, y Thinsulate, utilizan un material revolucionario, Polartec Wind Pro se fabrica principalmente de botellas de soda plásticas recicladas y es cuatro veces más resistente al viento que la lana, aparte de repeler la humedad, el

nylon, fibras de plantas, filamentos del árbol de ceiba, Tencel y rayón, telas de alta tecnología como PrimaLoft o Thinsulate, ambos son suaves, lavables y muy similares a las plumas, que son muy utilizados en abrigos, guantes y cobertores y que se mantienen calientes aun cuando están mojados. La humanidad enfrenta un momento clave para nuestra especie. Es el momento de cambiar nuestra relación con la naturaleza y tomar acciones para conservarla o continuar el camino que a futuro significa la desaparición de nuestra vida, tal como la conocemos hoy. Una posible solución satisfactoria, es generar la importancia y empezar a incentivar a personas del común para que estas se den cuenta de las consecuencias que se genera al no cuidar al medio ambiente, pues para la época en la que estamos debemos darnos cuenta del daño que se está generando con residuos contaminantes. En el artículo de El Espectador (2018), la ciencia nos habla, dice que se debe limitar el aumento de la temperatura a un 1,5°C para finales de este siglo, los impactos que se generan serán económicos, sociales y ambientales serán devastadores. (D. P. EL Espectador, 2018)

El mundo de la moda aún tiene mucho por explorar, tanto así que se han visto grandes ideas en las cosas más pequeñas, estamos revolucionando en la moda, en este tiempo se ve cada vez más el tema de moda multifuncional, tener dos o más cambios en sólo uno, revoluciona totalmente el mundo de la moda. Luego incursionar para marcas como Calvin Klein y Vera Wang, la diseñadora Gail Travis dio inicio a su marca de ropa NFP (New Form Perspective) en la cual se inspiró en su entorno, vivencias personales, en la arquitectura y escultura. Crea conceptos de diseños revolucionarios y de transformación de piezas con formas y cortes geométricos, cada diseño tiene la capacidad de vincularse, doblarse, encajar o conectar. Ideas como las de Mimis casual, con Jerseys o chaquetas, con cuello de pico de delante y redondo detrás o bien al revés, la diseñadora detrás de esta idea es María Rabert. Múltiples diseñadores cada vez más se atreven a innovar con grandes ideas, como con la marca Obra gris del diseñador Oscar Ruiz Schmidt con su colección Anagrama con su prenda estrella, el vestido múltiple, el cual puede ser usado de doce maneras diferentes. También se hace notar un pantalón que puede usarse de 6 formas distintas. Grandes ideas en cada una de las marcas destacadas, ideas innovadoras, ahora bien, si se mezcla con materiales sostenibles se darán valores agregados bastante amplios para la marca, ya no sólo se mirará las necesidades de los consumidores sino que ahora se mirará la necesidad

del medio ambiente y de los animales, pocas marcas se han puesto a pensar en esta gran necesidad, que se hace cada vez más evidente.

La marca Quier de las diseñadoras Silvia Querede y Noelí Gómez, es una marca creadora de diseños innovadores multifuncionales junto con materiales amigables con el ambiente, El objetivo está en la búsqueda de textiles diferenciados, en el estudio de las formas y las siluetas. La multifuncionalidad como recurso de diseño plantea la necesidad de no olvidar la función primordial que tiene el vestido.

Cuando se lleva un enfoque creativo, sostenible, funcional y amigable con los animales, se encuentra un producto que contribuirá en gran medida a los clientes y al medio ambiente, incluso, cuando se contribuye a generar empleo en el país, promoviendo al desarrollo de las manualidades. El sector textil es pionero en el uso intensivo de capital y nuevas tecnologías y jalonador de desarrollo industrial-manufacturero de la economía colombiana. (Universidad Autónoma de Manizales, 2018)

La tasa de crecimiento del PIB del sector textil-confección durante la última década ha presentado una mayor volatilidad frente a la tasa de crecimiento de la economía en general y la tasa de crecimiento del sector manufacturero. Mostrando para el sector un ciclo de recuperación, auge, desaceleración y crisis que dura en promedio cuatro años. Donde se destaca su gran capacidad de recuperación luego de afrontar fases de recesión o bajo dinamismo económico. Situación que se ve reflejada en el período 2009-2011, donde el sector pasó de tener un crecimiento negativo de -12,8% a crecer a una tasa de 7,5%, resultados muy por encima de la economía nacional (6,6%) y del sector manufacturero en su conjunto. En los últimos trece años (2001-2013), dentro del sector textil-confección, el subsector que en promedio ha jalonado el crecimiento del sector es la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y prendas de vestir, con un crecimiento promedio de 3,4%, en comparación con el del total del sector que fue de 2,3%, y que representa en promedio una participación del 71.7% del valor agregado en el sector textil-confecciones en los años de análisis. Por otra parte, el subsector que más bajo dinamismo mostró fue el de preparación e hilaturas; tejedura de productos textiles con una tasa de crecimiento promedio de -2,3% entre 2000-2013 debido en gran medida al auge importador de insumos, fibras e hilos.

El sector presentó en promedio una tasa de crecimiento del 4.85% para el comercio internacional en los últimos doce años. La tasa de crecimiento promedio para las exportaciones en el periodo 2001 – 2013 fue de 4,33% mientras que la de las importaciones fue de 12.63%. Esta situación se ve explicada por los cambios de comportamiento del comercio internacional de productos textiles, donde las importaciones de las prendas de vestir han venido ganando cada vez más terreno con respecto a las exportaciones y en los últimos tres años se han posicionado muy por encima de las mismas.

Ahora, en el mercado, muestra cómo grandes marcas tienen clientes fieles a ellas, esto se debe a que crean una emoción en sus prendas, es llamada ropa con emociones, pueden ser capaces de hacer sentir o expresar la forma en la que uno se encuentra, la ropa puede ser un gran aliado para expresar emociones que los consumidores no pueden expresar por sí mismos, el llevar cierto look provoca una recordación o reconocimiento de aquella persona que está vestida de cierta forma, creando un diferencial.

El entorno tecnológico del sector textil, se hace denotar en gran capacidad gracias al internet. La aparición del internet provocó avances en empresas. Hoy en día son muchas las empresas que tienen páginas a través de redes sociales y las cuales venden sus productos por este medio, mostrando su catálogo de productos de una forma rápida y económica, no sólo a nivel local y nacional sino internacional. Sin embargo, son bastantes los consumidores que aún tienen desconfianza con respecto a todo lo que se refiere al pago del producto. (monografías, n.d.)

El sector textil se caracteriza por su alto nivel tecnológico y por presentar una buena relación calidad-precio. Las nuevas tecnologías favorecen una mejor disposición de las empresas del sector textil y de la confección para seguir una adaptación rápida a los cambios de mercado.

Las empresas del sector textil se encuentran en una gran transformación, inmersas en un nuevo contexto, en donde no se puede pasar por alto las nuevas tecnologías.

El sector textil es uno de los que sufre mayores cambios en la tecnología y maquinaria. En los últimos años los cambios han sido significativos. Estos cambios han obligado a todas las empresas, que han seguido a lo largo de estos numerosos cambios, a reinvertir continuamente en equipo y desarrollo.

Quantum, es el nombre de la colección de moda ganadora de la décima edición de Samsung EGO innovation project, en la que utiliza un ecosistema IOT (internet de las cosas), presentando

una propuesta con prendas inteligentes que transmiten los sentimientos de sus portadores a través de la luz de diversos colores. Estas prendas son capaces de transmitir estados físicos y sensaciones, además de brindar la posibilidad de conectar el teléfono por medio de bluetooth y permiten al usuario personalizar el mensaje que estas emiten a través de luces led de 22 píxeles y una placa controladora, moda con luz propia que destaca lo por lo artesanal del producto y las horas que lleva el desarrollo. (Isaac Asenjo, 2018)

Según Estudios, la ropa puede indicar el estado de ánimo que cada persona tiene en el día, para poder saber esta información se llevó a cabo una investigación en donde se le preguntó a varias mujeres qué usan en días donde su humor es bajo o decaído. La mitad de ella respondió que en aquellos días bajones utilizan jean, más de la mitad de las mujeres, el 57%, dijeron que para su bajo humor utilizan blusas en donde no muestre ni un centímetro de su piel en la cintura. A parte cuando una mujer está de buen humor hay un 10% de probabilidad que utilice ese día su prenda favorita, incluso de portar accesorios como collares, pendientes o sombreros conjunto de sus zapatos favoritos.

La ropa tiene diversas formas de influenciar el ser, esta puede causar la adaptación de características propias de la prenda, llevando al cambio de pensamiento. También aporta a la creación de recuerdos, dando a flote sentimientos asociados a cierto recuerdo (Carolina Hernández, 2014).

Según Estudios, la ropa que nos ponemos tiene relación con nuestro estado de ánimo. El estudio se llevó a cabo con un centenar de mujeres a las cuales se preguntó qué llevaba puesto cuando su humor estaba decaído. La mitad respondió que jeans, más de la mitad de las mujeres, el 57%, contestaron que cuando estaban con el ánimo bajo, utilizan blusas que les tape la cintura. Incluso si una mujer se siente feliz el 10% de posibilidades más de que se ponga su prenda favorita. Cuando una persona está de buen humor tiene el doble de posibilidades de llevar accesorios como collares, pendientes o sombreros y además de ponerse sus zapatos favoritos.

Debido a que hay muchas formas en la que la ropa nos influencia, está nos puede conducir a adoptar características que asociamos con la prenda, esta tiene el poder de hacer cambiar la forma en la que se piensa. Incluso, una prenda de vestir puede conectarnos con un recuerdo que se tenga, desencadenando sentimientos asociados a esos recuerdos. (Jennifer Miller, 2018)

Aquello que elegimos en el armario día a día influye en nuestro estado de ánimo y nuestros sentimientos, si se tuviera esto en cuenta cada vez que se eligen una vestimenta, podría frenar una emoción negativa. En términos psicológicos esto tiene el nombre de teoría del aprendizaje asociativo, es donde se genera un aprendizaje asociado a experiencias que han ocurrido eventualmente. (Oscar Centillero Mimenza, 2019).

Incluso, en temas de vestimenta, el color influye en el estado de ánimo, según la psicología del color, el comportamiento humano, teniendo en cuenta normas culturales y sensibilidades culturales. (Jennifer Miller, 2018)

El ciclo de la vida de una prenda según lo comenta (Alison Gwilt, 2014) no se acaba en las tiendas cuando el producto es adquirido, la industria de la moda se ha dedicado y preocupada por el diseño, la fabricación y distribución, pero siempre es importante tener una visión más allá de lo que sucederá con el producto, su uso y su fase de desecho. Los diseñadores pueden influir en esa forma en la que se termina el producto de manera asertiva con comunicación que permita al cliente darse cuenta de cuál será la clave correcta para terminar con su producto, como por ejemplo mostrar al consumidor que una camisa se puede reciclar varias veces, por su fibra, una chaqueta se puede compartir o donar, o complementar la prenda con un servicio de mantenimiento o conservación del producto y pueda conservarse por más tiempo. Stella McCartney dice “me parece fundamental formarse y ofrecer al consumidor un producto de calidad que siga siendo deseable, y al mismo tiempo, ser más responsable en la forma de pensar y en cómo obtenemos los materiales”(Alison Gwilt, 2014), interesante posición si lo que se busca es mejorar de manera clara los recursos que se obtienen, la idea siempre es investigar más, buscar nuevos métodos para lograr avances puntuales, indagar, consultar e instruirse es un elemento clave a la hora de generar nuevas ideas que unan las variables y con esto lograr una mejor forma de llegar al cliente.

El proceso de realizar mejoras, siempre debe llevarse a cabo desde la fase inicial que es el diseño, con este se determina gran parte de cómo lograr un producto completamente innovador y sostenible, consiste en un análisis completo del ciclo de vida del producto que se realizará, luego se identifica cuál es el impacto que genera la prenda y la fibra con la que está realizada, se evalúan los resultados y se revisan los problemas, con base a esto, se empieza una estrategia de diseño sostenible para el grupo de prendas. Al momento de producir también es clave la

estrategia de sostenibilidad, como se hablaba anteriormente o reciclando el agua o logrando una productividad más rápida mejorando procesos de confección, corte y los desperdicios también manejados de otra forma diferente.

Muchas estrategias sostenibles como lo habla (Alison Gwilt, 2014), se centran en implementar mejoras medioambientales, sin embargo, los diseñadores deben fiarse también por un equilibrio entre los conflictos sociales, como la explotación laboral o la segregación generada por la moda, de manera ética, y un equilibrio y también se debe preocupara por las necesidades económicas. Minimizar el consumo, elegir procesos más rápidos y recursos de bajo impacto, mejorar las técnicas de producción, reducir el impacto en el uso de la prenda, mejorar la duración de la prenda, y un sistema táctico del fin de ciclo de vida del producto. (Alison Gwilt, 2014)

Algo importante que en el diseño se ve es la manera creativa de cómo se pueden fusionar una idea y lograr obtener multifuncionalidad, un valor agregado, capaz de ayudar eficientemente la forma de contaminación y de consumismo. Por medio de enfoques basados en el diseño, generando propuestas de multifuncionalidad o prendas transformables, que sean muy duraderas, que cambien con el paso del tiempo o del uso, Anna Ruohonen, fábrica prendas tras estacionales, que son fabricadas según la necesidad, lo que evita la sobreproducción y el consumismo masivo. Así mismo se puede generar vínculos con la ropa como lo hace, Lilia Yip, que imprime en el textil de manera digital, que los clientes las puedan conservar como recuerdos duraderos. (Alison Gwilt, 2014)

El aprovechamiento de prendas multifuncionales, ayudan también a un sistema de reciclado correcto, es por esto que es muy importante hacer que los usuarios tomen en serio la moda sostenible, de manera que pueda ver en el diseño la forma correcta de termina con la vida útil de éste, de manera que genere una conexión y un afianzamiento mayor con las prenda ofrecidas. Reversible “Grow-Shrink-and-Turn-coat” de Alice Payne, es un abrigo diseñado para adaptarse a la función y necesidad del cliente, está compuesto por módulos que permiten ajustarlo, añadir y eliminar capas y obtener prendas totalmente diferentes. (Alison Gwilt, 2014)

El diseño empático se trata de ver cómo interactúan las personas con los productos expuestos, para ver reacciones de las personas y hacer diseños consistentes a las necesidades del cliente.

Tara Baoth Mooney, presenta un proyecto llamado Purse, en el que trabaja el vínculo emocional que un cliente puede tener con los productos relacionados con recuerdos personales, haciendo así que los clientes identifiquen la prenda por recuerdos generados. (Alison Gwilt, 2014)

Las ideas cobran vida a medida que se va trabajando e investigando, generar emociones para que los consumidores desean más el producto es una iniciativa para lograr reducir el impacto de desechar las prendas al fin de su vida útil es una estrategia que mejora los hábitos.

Reducir los residuos textiles también es una clave para el desarrollo de una moda sostenible, en la cadena de la producción se generan residuos textiles innecesarios, durante todo este proceso de corte confección y acabado se desperdicia aproximadamente un 15% del textil en uso, con el patronaje y el trazo podemos evitar que se genere tanto desperdicio. (Alison Gwilt, 2014). Otra opción es generar nuevos diseños a través de los cortes que se generarán para así hacer una utilización del producto hasta de un 90%. Una prenda multifuncional permite al usuario crear varios estilos sin necesidad de tener tantas prendas, pero esto requiere que se experimente más con el diseño y el patronaje, de forma en que se acople a las necesidades de forma coherente y sencilla para entender. También se puede direccionar un patronaje único lo que implicaría un manejo adecuado y un estudio del cuerpo humano.

Daniela País fundó la marca Elementum, realizó una colección con 9 prendas pero con configuraciones totalmente diferente para poder generar nuevas prendas. Janice Egerton y Dino Soteriou ha creado una chaqueta multifuncional con técnicas de estampado digital. Las técnicas de residuos cero toman cada vez más fuerza y ayudan totalmente a generar un impacto positivo medioambiental. En el libro de (Alison Gwilt, 2014) moda sostenible, hace un recuento sobre técnicas de residuos en la producción de antiguas prendas históricas era fundamental no desperdiciar tela, el Quitón griego y el Kimono japonés se trabajaba con líneas rectas que permiten generar poco desperdicio, lo que sucedió luego, es que la moda quiso ajustarse más a las medidas anatómicas del cuerpo humano lo que genera vacíos en los patrones por la diferentes formas que este tenía. David Andersen trabaja un patronaje de residuos cero en donde los trazos los hace de manera geométrica optimizando la tela de manera eficiente.

La eficiencia en la producción en el ámbito de la moda, implica buscar materiales y servicios al mejor precio posible, esto, puesto que se busca generar un impacto amigable, pero hay algunos otros recursos en esa elaboración. (Alison Gwilt, 2014)

También para tener en cuenta algo muy importante en la parte ética y social, se puede hacer una revisión del compromiso con las comunidades, apoyando lo local, con responsabilidad y respeto, por quienes realizan el trabajo de artesanos, que en realidad son la creatividad de una cultura y contribuyen con esa identidad del producto y de la cultura misma, por este motivo no se puede generar una explotación, pagar lo justo es indispensable lograr una gran conexión, de artesanos con diseñadores que permite confianza y lealtad. Por otra parte el valor que le da a cada producto genera otro tipo de experiencia con el cliente en donde se genera otro vínculo.

Como lo resalta (Elena Salcedo, 2014) hay que pensar cómo generar lazos emocionales, puesto que la moda es un sistema que atrae a los consumidores a comprar algo nuevo cada temporada, este sistema genera una necesidad de cambio constante en las prendas lo que hace que el desperdicio se a mayor y la acumulación crezca igualmente, por esto es muy importante tomar la moda sostenible como algo serio que se puede manejar de forma ética y correcta para lograr.

La marca Millecollines es una muestra de diseño sostenible con desarrollo artesanal, crean ropa y accesorios en Kigali, Ruanda, por una pareja de diseñadores Españoles, Inés Cuatrecasas y Marc Oliver, solamente la distribuyen en el continente Africano, en donde quieren representar las ambiciones de ellos y la belleza natural de un pueblo lleno de historias. (Elena Salcedo, 2014)

II.I Preguntas de investigación

- ¿Por qué se genera esta idea de negocio?
- ¿Qué tan costoso puede ser armar un nuevo bolso o accesorio?
- ¿Qué tipo de perfil estará dispuesto a acceder a nuestras capacitaciones?
- ¿Cuál y cómo será la estrategia de mercado?
- ¿Estaría la gente dispuesta a pagar por la creación de bolsos a partir de materiales no utilizados?
- ¿Qué tan beneficioso es para el medio ambiente utilizar materiales y renovarlos?
- ¿Qué tipos de materiales utilizan más los jóvenes?
- ¿Les llama la atención a los jóvenes la sostenibilidad y la moda, ambas en una?
- ¿Qué importancia tiene la multifuncionalidad en un bolso?
- ¿Se lograría generar un vínculo especial con cada bolso a través de la experiencia de realizarlo personalizada mente?

- ¿Qué tan necesario sería un bolso multiuso, que sirva para cualquier ocasión y que funcione de manera estética?
- ¿Los jóvenes estarían dispuestos a utilizar materiales que no provengan de ningún animal?
- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar los jóvenes por bolsos que no sean hechos con cuero o piel?
- ¿Cómo puede un bolso generar un vínculo con el cliente?
- ¿Las personas creerán en el diseño sostenible? ¿Cómo mostrarlo?

Capítulo III: Metodología

III.I Enfoque Metodológico

La presente propuesta puede ayudar a construir diseños innovadores con materiales amigables con el medio ambiente. El enfoque de la investigación será cualitativo, porque se realizará por investigación exploratoria, por medio de documentos que nos lleve a entender más acerca del tema a tratar. Estos documentos son clave para el enfoque sostenible que se da en el proyecto. Para llegar al objetivo deseado, es necesario investigar qué tan dispuestas están las personas a recibir nuevos productos con materiales no utilizados de manera que mejore el impacto ambiental que se está generando por toda la contaminación encontrada a causa de los diversos daños generados.

Este enfoque se da gracias a la numerosa información encontrada en artículos, donde nos muestra la realidad y el estado del planeta tierra y los riesgos que corremos a futuro con cientos de basuras generadas en gran parte por la industria textil. A parte de mostrarnos el daño de los químicos utilizados en la fabricación de materiales, como es el caso de las pieles, donde cada año sufren innumerables maltratos y mueren docenas de animales, para dar resultado a un tejido que no es necesario para el humano.

En la creación de la propuesta, es necesario la utilización de maquinaria adecuada para la creación y confección, aparte de materiales pesados como martillos y troqueles. Los procesos son manuales en cada proceso de creación de los bolsos. Serán clave materiales que no sean utilizados, que sobren o estén guardados, esto con el fin de dar el mayor provecho aquellos materiales que son desechados, sabemos que con la reutilización de cada material se contribuye a un mejor proceso ambiental, menos basura contaminante, más reutilización, que es clave para este proyecto. También se encuentra basada en notas estadísticas que ayudarán con indicadores claves para ver el movimiento en las cuatro variables del proyecto, renovación textil, multifuncionalidad, diversas ocasiones e impacto medioambiental.

III.II Diseño

El plan de acción se hará a través de informes recopilados por medio de investigación y recolección de datos tales sean como informes, reportajes con personas en el ámbito de la moda sostenible encontrados en la web, y demás informes que nos lleven a entender porque la contaminación textil tiene daños irremediables y hacer comparaciones de resultados acerca del proyecto y la inclusión de multifuncionalidad en bolsos realizados y personalizados. La marca se identifica con un diseño metodológico cualitativos ya que en la investigación se dio a notar gran parte de la realidad en Colombia y el mundo y hace notar las problemáticas que se generarán en un futuro, vemos un estudio de caso total.

III.III Muestra

Según registro del DANE, al 2017 Bogotá tenía 8 millones de habitantes, con un número de 1'951.301 de jóvenes y 962.469 mujeres jóvenes. (Juaco- Presidencia de la República, 2019) Hace 5 años, el registro de ciudadanos en Bogotá eran de 7'878.783, de jóvenes 1'941.156 y 960.517, lo que nos da a saber que el número de la población juvenil se ha subido gratamente, permitiendo extender a gran medida a Ojos de Gato. Con relación al estudio de conducta de mercado, hacemos notar la búsqueda de un diferencial, lo que ha que las empresas busquen desarrollar productos más especializados y específicos dirigidos

En cuanto al entorno social, la revisión realizada se hizo por medio del DANE quien explica la cantidad de población encontrada en la ciudad de Bogotá, se encuentra actualmente con aproximadamente con 8 millones de habitantes de los cuales 1'951.301 de jóvenes y 962.469 mujeres jóvenes, este último sería el público objetivo del proyecto.

Según un artículo del Espectador publicado en febrero del 2009 la tasa de desempleo subió al 11.8%, teniendo en cuenta que el sector textil y de confecciones genera la cuarta parte de empleos en Colombia, lo que quiere decir que está muy bien posicionada para oferta de empleos, el 22 de mayo de 2017 la agencia de noticias de RPTV público estadísticas del (DANE), en donde informó que el sector de las confecciones y textil en el país genera la cuarta parte del empleo, es decir, 600 mil empleos en el ámbito textil y manufacturero.

Exclusivamente a una persona o un grupo reducido de personas, los productos personalizados se imponen cada vez más en el mercado tomando cada vez más fuerza de acuerdo a las exigencias

del mercado. La tasa de desempleo está para este año en 11.8%, pero la industria textil y de confección (empresas de moda) generan aproximadamente 600 empleos, lo que quiere decir que la industria genera en el país la cuarta parte del empleo.

Buscamos un parámetro de error mínimo al momento de la realización de las encuestas lo que nos arroja que con 100 personas encuestadas el parámetro de error sería de aproximadamente un 9.5% lo que infiere a que tengamos una posibilidad de lograr el objetivo con los bolsos creados en la marca (*Análisis de Comportamiento y Oportunidades del sector Sistema Moda*, n.d.)

III.IV Instrumento

Como instrumentos, recopilaremos datos investigados en entes de control, reportajes e internet. Con base a los datos recopilados se realizará una encuesta en la cual definiremos el enfoque cuantitativo con ciertos tipos de criterios que debemos llevar al cliente.

Como parte de nuestro instrumento utilizaremos también redes sociales y la mezclaremos con neuromarketing digital, para ver reacciones de personas a nivel emocional. Es importante ver que las comunicaciones influyen en los cambios de la antropología cultural, como tenemos cada vez mayor acceso al mundo exterior las ideas van cambiando en cuanto a cultura, moda, costumbres que centran una comunidad y para nosotras es muy importante saber acerca de lo que el mercado está buscando.

III.V Procedimiento

El procedimiento a realizar, con las encuestas, es buscar jóvenes de la ciudad de Bogotá, que nos ayude a generar un mayor conocimiento en cuanto a lo que esperan de una marca multifuncional, que permita diversidad y que genere un impacto amigable con el medio ambiente, esto con el fin de ayudarnos a recolectar datos que nos sirvan como fuente de manejo, en donde explícitamente revisaremos las emociones que tienen las personas por medio estímulos en el contexto contaminante. También se realizará un estudio a través de redes sociales como Facebook e Instagram en donde revisaremos oportunidades de mercado por medio de neuromarketing que nos permita conocer más de que dice el mercado con respecto a la consciencia sostenible y que

nos ayudará a evaluar de mejor manera el público al cual vamos dirigidos, mujeres amantes de los bolsos.

Capítulo IV

IV.I Resultado del análisis de datos

A continuación se hará un análisis de los datos recolectados en una encuesta realizada con opciones de preguntas y otras de forma libre, su realización fue por medio de una entrevista que se dirigió a un público objetivo.

La encuesta tuvo lugar en la ciudad de Bogotá en donde se centra una gran cantidad de población, de diferentes culturas y edades, lo que nos permite tener una visión más amplia acerca del proyecto los datos recopilados son para exponer usos, experiencias, y cotidianidad, en donde 100 personas encuestadas nos muestra sus puntos de vista.

Quisimos evaluar como primera medida un rango de público amplio para saber exactamente a quién nos dirigimos, y buscamos especialmente buscar la necesidad y comodidad de nuestros clientes potenciales.

Se realizaron 10 preguntas de opción múltiple y estos fueron los resultados, se hace análisis mediante tortas que indican cada porcentaje según las respuestas obtenidas.

Gráfico 1. Edades

Rango de edad

74 respuestas

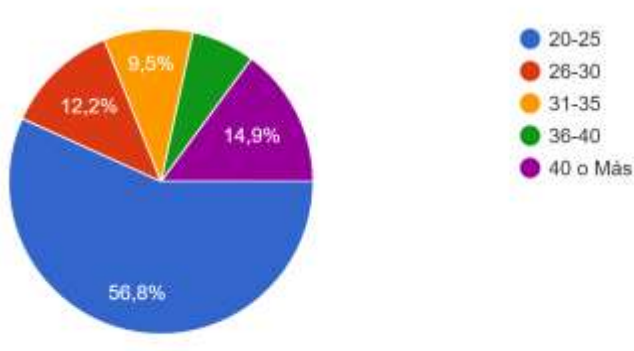


Gráfico 1. La población a la que más le llama la atención está en un rango de 20-35 años.

Esto en parte se debe a que en este rango de edades se busca primordialmente una vida más consciente sin perder el sentido de la tecnología.

Gráfico 2. Procedencia del material.

¿Cuándo compra un bolso, le interesa saber de donde proviene el material?

74 respuestas

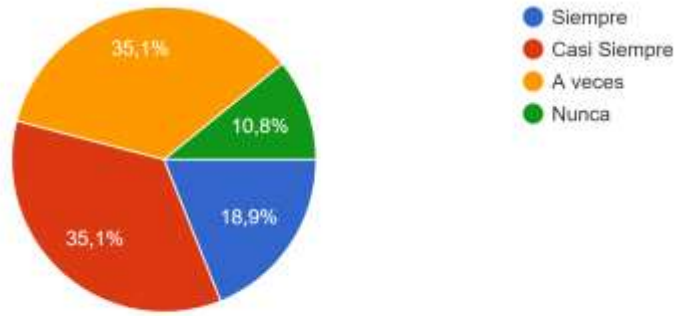


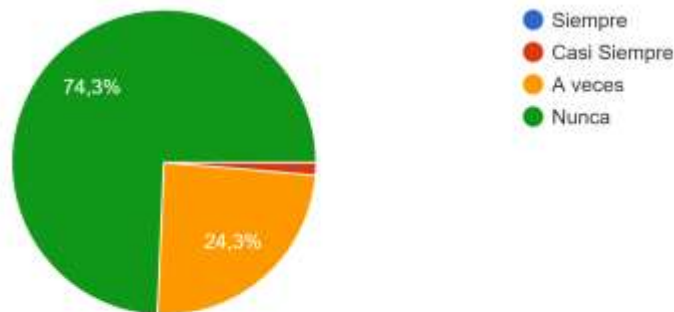
Gráfico 2. La idea de un diseño consciente conlleva a señalar la procedencia del material.

Es aquí en donde queremos interactuar con los clientes, dar a conocer cada parte del material y de cómo es que verdaderamente se está realizando para así mostrar la sostenibilidad por medio de estrategias de marketing que ayuden la fidelidad y el afianzamiento del cliente con la marca.

Gráfico 3. Pieles como materiales

¿Compra artículos que estén realizados con pieles de animal?

74 respuestas



Se demuestra una importancia clara de la protección animal, lo que necesitamos ver era si a las personas les interesa consumir productos a base de animal o si por el contrario prefieren fibras sintéticas que reemplacen las fibra animal.

Gráfico 4. Moda y sostenibilidad

¿Cree que agregar un componente de mejora social-ambiental en la moda es imprescindible en los tiempos que vivimos socioculturales de las personas?

74 respuestas

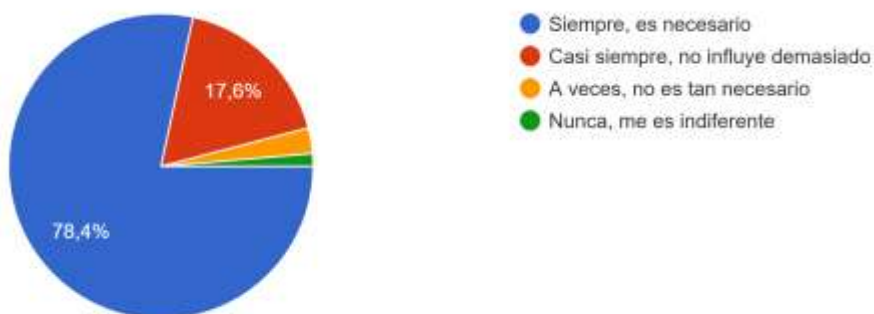


Gráfico 4. La posibilidad de tener moda sostenible y que sea aceptada.

Gráfico 5. Sostenibilidad

Con respecto al impacto ambiental actual, ¿Considera que la sostenibilidad es el futuro del mundo de la moda en general?

74 respuestas

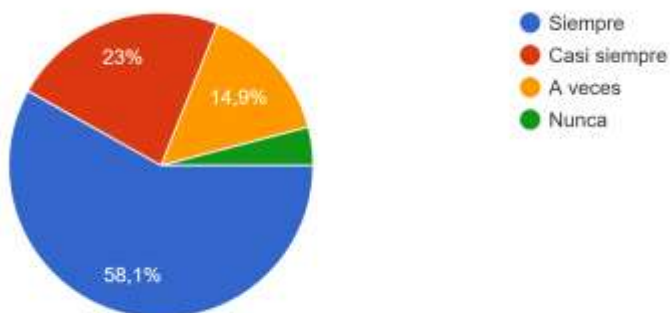


Gráfico 5. La sostenibilidad como futuro para lograr una mejora en la industria.

El desarrollo de esta entrega se basa en la sostenibilidad, pues es la base para generar este proyecto, de ahí se derivan las otras variables.

La verificación de que se considere como un punto claro e importante a seguir, con lo que podemos dar una mejora a la industria de la moda.

Gráfico 6. Bolsos y estilo.

¿Cada vez que compra un bolso, tiene en cuenta su estilo, es decir, que este vaya con su personalidad?

74 respuestas

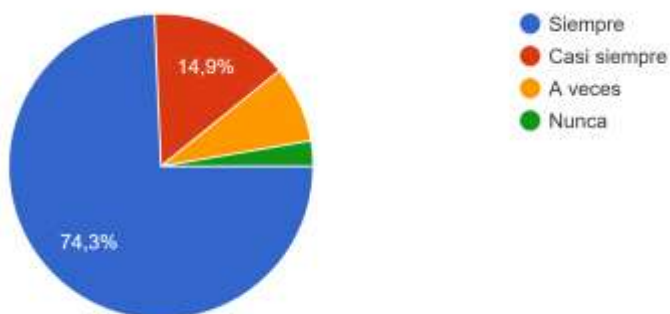


Gráfico 6. La moda impone una identidad y genera una personalidad.

Gráfico 7. Contribución de la moda al medio ambiente

¿Le interesa contribuir con el medio ambiente, utilizando medios alternativos en los bolsos?

74 respuestas



Gráfico 7. La moda puede contribuir totalmente con el medio ambiente.

Generalmente en esta encuesta notamos como se le da bastante importancia al impacto medio ambiental y cómo volverlo positivo.

Gráfico 8. Materiales textiles no usados

¿Considera importante el uso de materiales textiles no usados para hacer nuevas creaciones o sean utilizadas en los bolsos?

74 respuestas

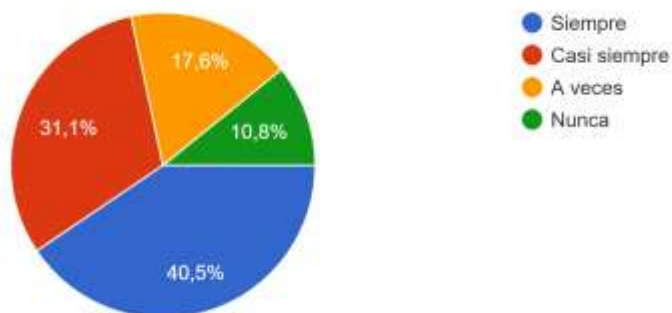


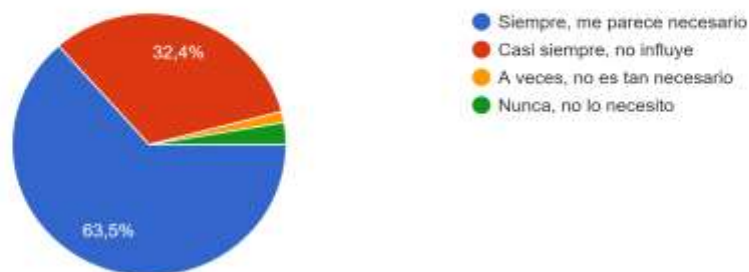
Gráfico 8. la importancia de la utilización de material textil reflejada de manera positiva.

La revisión del porcentaje nos indica que con un 71.6% se considera importante el uso de materiales no utilizados que logren de manera diferente llegar al cliente y con diseños se pueda dar un mejor ciclo de vida a estos textiles.

Gráfico 9. Multifuncionalidad

¿Si se ofreciera un bolsos multi-funcional, o que tenga diversos usos estaría dispuesto a comprarlo?

74 respuestas



Gráfico

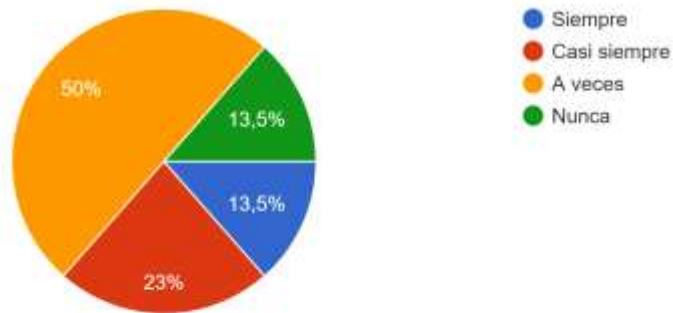
9. Generar
novedad en

cuanto al diseño de manera en la que se tengan bolsos multifuncionales o con los que se puedan dar diversos usos, es la estrategia de la marca para dar valor al producto.

Gráfico 10. Ciclo de vida correcto al producto

¿Cada vez que considera que algo de su closet no sirve lo desecha?

74 respuestas



El valor de dar un valor correcto al ciclo de vida de un producto, nos lleva a pensar que no se está haciendo de la manera correcta y que porque medios se pueden estar informando los consumidores que esto se puede hacer real, la manera en cómo podemos comunicar cuál sería la fase final de un producto es una de la técnicas claves de este proyecto.

Gráfico 11. Contaminación ambiental.

¿Toma en serio la contaminación y hace actividades que ayuden a la mejor del medio ambiente?

75 respuestas

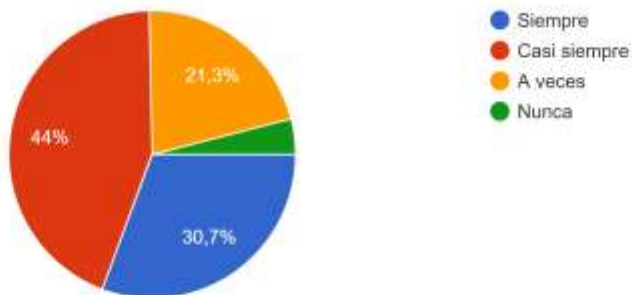


Gráfico
11. La

contaminación como un problema que se puede educar.

Gráfico 12. Tabla de respuesta libre

¿Tiene un bolso específico para cada ocasión?

75 respuestas

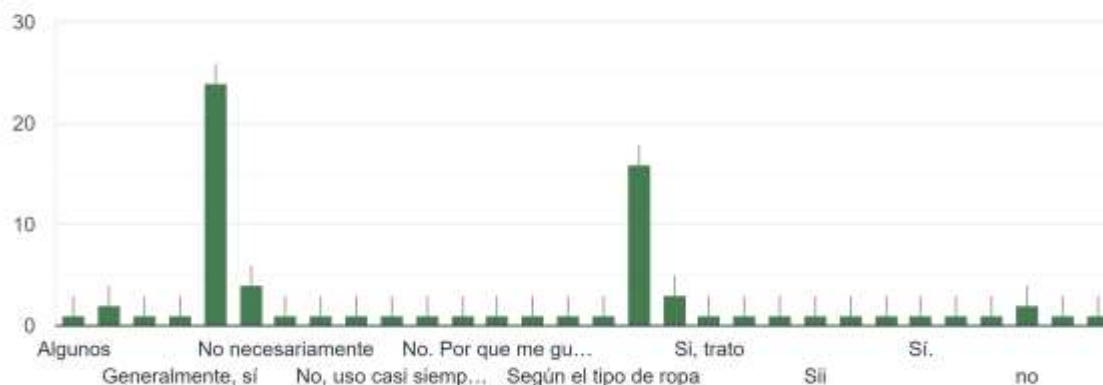


Gráfico 12. En su gran mayoría se tienen bolsos para cada ocasión.

En un determinado momento, sería muy útil lograr tener y bolso que se puede usar en varias ocasiones y en los cuales se le permita al cliente expresar su identidad, de manera que si se podría generar una cultura más menos consumista y llevada a un plano de lo multiuso.

La acogida de bolsos multifuncionales, realizados por medio de textiles no usados da una viabilidad aceptable, las clientes potenciales serias personas entre los 25 y 35 años, que deseen contribuir de alguna manera con el impacto negativo que se le está dando al medio ambiente, también concluimos que la moda vista desde otro punto de vista llama más la atención y el generar el vínculo con los bolsos logra una mayor acogida entre los consumidores.

En las entrevistas pudimos notar claramente que un porcentaje de las personas no están enteradas de cómo lograr que los impactos ambientales mejores, se podría decir que la falta de comunicación sobre el tema es la que hace una falencia en el mejoramiento de la sostenibilidad en la moda, algunos otros expresaban que esto solo era una fachada para lograr más ventas.

Capítulo V

Discusión, Conclusiones y Recomendaciones

En algunos momentos se ha visto la moda sostenible, como una forma de adoptar de manera oportunista un valor agregado a las marcas, no como realmente algo que soporte un verdadero cambio a la contaminación y el impacto ambiental que genera la industria, más bien solo es para dar una imagen positiva de la marca.

La moda sostenible no solo se basa en hacer pequeñas colecciones bio amigables, o en mejorar la distribución de manera que no implique un gran desgaste del medio ambiente, son varios peldaños que se deben ir revisando de manera concreta para definir cómo generar productos que cubran necesidades de maneras específicas, sociales y éticas.

Un buen punto de partida para comenzar con moda sostenible, es investigar más allá de la prenda, analizar cómo se producen y todas las posibilidades para reducir y mejorar el impacto medioambiental, que, aunque los diseñadores son un poco más conscientes de esto, aún falta camino y consulta acerca del tema.

La exploración y la experimentación con otro tipo de diseño es viable para lograr multifuncionalidad de manera consciente, el exceso de residuos en el consumo y la producción es notable, aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan al utilizar textiles no utilizados, o haciendo un diseño o un patronaje más consciente para no desperdiciar y al contrario optimizar todos los recursos que sea posible.

También es correcto informar que con las encuestas relacionadas en el capítulo anterior, podemos definir que la cultura moderna está en un modo de conservación de los recursos y que dado esto, se mueve más la cultura del minimalismo, y de lograr aportar algo al planeta, que sea acorde a una reutilización de materiales. Se presenta una generación tecno consciente, que no se limita en rango de edades, simplemente es una forma de diferente de disfrutar de la tecnología sin despegarse de sus raíces, de su esencia.

En conclusión observamos un incremento de generaciones que apoyan el medio ambiente y que deciden tomar iniciativa de alguna u otra manera para lograr generar cambios, tanto diseñadores como consumistas. La industria debe hacer un cambio para poder seguir adelante, pues hay

organizaciones que deciden investigar para evitar tanta contaminación a lo largo de la vida de los productos.

Tal vez sea un paradigma insinuar que los residuos no sirven, se pueden tomar como subproductos utilizables, verlos desde otra perspectiva mejora al cambio y hace que este sea inevitable.

Para recomendar importante indagar más acerca de que se piensa de la multifuncionalidad y explorar un poco más a fondo este campo del diseño en donde cabe mencionar es poco conocido y con gran potencial.

Anexos

Véase también en redes sociales diseñadas para conocer más acerca del producto

<https://www.facebook.com/ojosdegatoexp/>

<https://www.instagram.com/>

<https://www.pinterest.es/ojosdegatoexp/>

Brand book- guía de la marca.

<https://issuu.com/demoupload/docs/190517042446-76cf751781734deba64b8988902d8814?e=31850438/69934232>

BIBLIOGRAFÍA

- Alison Gwilt. (2014). *Moda sostenible*. Retrieved from <https://www.google.com/search?q=google&oq=googl&aqs=chrome.0.0l2j69i60l3j69i65.2464j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Análisis de Comportamiento y Oportunidades del sector Sistema Moda*. (n.d.). Retrieved from <https://www.sura.com/estrategiasComerciales/documentos/pdf/informeSectorial-sistemaModa.pdf>
- BBC mundo. (2017). ¿Sabes cuál es la industria más contaminante después de la del petróleo? - BBC News Mundo. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.bbc.com/mundo/noticias-39194215>
- Carolina Hernández. (2014). La moda y las emociones... | Carolina Hernández - Coaching.
- EL Espectador, D. P. (2018). 1,5°C - ELESPECTADOR.COM. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.elespectador.com/opinion/15degc-columna-816822>
- El Espectador, & Mariana Rolón Salazar. (2017). *Pocas manos para reciclar la ropa usada* - ELESPECTADOR.COM. Retrieved from <https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/pocas-manos-para-reciclar-la-ropa-usada-articulo-683588>
- El Espectador, R. A. A. (2015). Empresa colombiana diseña bolsos con neumáticos reciclados - ELESPECTADOR.COM. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/vidamoderna/empresa-colombiana-disena-bolsos-neumaticos-reciclados-articulo-542317>
- https://elpais.com/elpais/2018/10/03/eps/1538558910_118766.html
- El País. (2014). Moda consciente para el cambio social | Blog Alterconsumismo | EL PAÍS. Retrieved June 5, 2019, from https://elpais.com/elpais/2014/02/18/alterconsumismo/1392711711_139271.html
- Elena Salcedo. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Retrieved from <https://www.aulasuniminuto.edu.co/inicio/>
- Ernesto Ciad. (2015). Tu camiseta de algodón devora agua y energía | Agua Ecosocial. Retrieved June 5, 2019, from <https://aguaecosocial.com/tu-camiseta-de-algodon-devora-agua-y-energia/>
- Francisco Báez Rodríguez Crónica. (2019). Ecología 4T: un tren de regreso a los setenta – Info Rural. Retrieved June 6, 2019, from <https://www.inforural.com.mx/ecologia-4t-un-tren-de-regreso-a-los-setenta/>
- Guillaume Erner. (2005). *Victimas de la moda*.
- Isaac Asenjo. (2018). Ropa con emociones | BURGOSconecta.
- Jennifer Miller. (2018). Cómo la ropa puede hacerte sentir mejor... o no – Español. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.nytimes.com/es/2018/05/08/psicologia-moda-dawnn-karen/>
- Jorge Cañas, premios C. (2018). BANCA VILLANUEVA - Jorge Cañas - Premios CLAP. Retrieved June 5, 2019, from <https://premiosclap.org/ganador-746>
- Juaco- Presidencia de la República. (2019). PROYECCIONES DE POBLACIÓN JÓVENES 14-28 AÑOS. Retrieved June 5, 2019, from http://obs.colombiajoven.gov.co/Observatorio/Observatorio.aspx?rpt=Buyel7PqAptVw9lwUXO_Fw%3D%3D
- Lauren Sherman. (2019). ¿Cómo pueden las nuevas tecnologías ayudar a que la moda sea más

- sostenible? | Voces | BoF. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.businessoffashion.com/articles/voices/how-can-new-technologies-help-make-fashion-more-sustainable>
- Lila Ochoa, Lina Cantillo, O. P. (2019). *Conferencia Bogotá Fashion Week*.
- María Contreras. (2018). Moda: El mensaje de Katharine Hamnett | EL PAÍS Semanal. Retrieved June 6, 2019, from https://elpais.com/elpais/2018/10/03/eps/1538558910_118766.html
- Maria Florencia Ferrero. (2014). H&M sigue apostando a las colaboraciones: Otoño by Kenzo. – NegroWhite. Retrieved June 5, 2019, from <http://negrowhite.net/hm-sigue-apostando-a-las-colaboraciones-otono-by-kenzo/>
- María Serrano, T. (2017). Fashion Revolution: el cambio llega a la moda | Telva.com. Retrieved June 5, 2019, from <http://www.telva.com/moda/noticias/2017/06/27/593e66e1e2704e8e018b45b2.html>
- Moda GQ, D. V. (2019). ¿es la ropa vegana el futuro de la moda?: las marcas confirman un sí. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.gq.com.mx/moda/articulo/ropa-vegana-futuro-de-la-moda>
- monografias. (n.d.). Monografias Plus - Ejemplos de tareas, ensayos y trabajos de investigación.
- Negocios Verdes. (2019). Las textileras muestran sus planes sostenibles en Colombiatex. Retrieved June 6, 2019, from <https://sostenibilidad.semana.com/negocios-verdes/articulo/las-textileras-muestran-sus-planes-sostenibles-en-colombiatex/42657>
- Peta Latino. (2013). Moda sin crueldad | Cultura sin crueldad | PETA Latino.
- Peta Latino. (2018). La cruel conexión entre la carne y la piel | Blog | PETA Latino.
- Raquel Pelta. (2011). Moda sostenible, moda que cuestiona. Retrieved from <http://www.monografica.org/01/Articulo/904>
- Roberta Sendra. (2017). La fast fashion nos impide crear vínculos con nuestra ropa | MundoBonito.com. Retrieved June 5, 2019, from <http://mundobonito.com/la-fast-fashion-nos-impide-crear-vinculos-con-nuestra-ropa/>
- SDPnoticias.com. (2016). H&M está en la mira por explotación laboral. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.sdpnoticias.com/estilo-de-vida/2016/09/27/hm-esta-en-la-mira-por-explotacion-laboral>
- Semana Sostenible. (2015). Adidas y sus tenis fabricados con plástico reciclado del mar. Retrieved June 5, 2019, from <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/adidas-tenis-fabricados-plastico-reciclado-del-mar/33505>
- Semana Sostenible. (2018). Las textileras muestran sus planes sostenibles en Colombiatex. Retrieved June 5, 2019, from <https://sostenibilidad.semana.com/negocios-verdes/articulo/las-textileras-muestran-sus-planes-sostenibles-en-colombiatex/42657>
- Universidad Autónoma de Manizales. (2018). ¿De dónde salen los materiales de la ropa que usas? | UAM. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.autonoma.edu.co/noticias/de-donde-salen-los-materiales-de-la-ropa-que-usas>
- WGSN- megatrens. (2017). La visión 2019: Parte 1 - En contacto. Retrieved June 5, 2019, from https://www.wgsn.com/content/board_viewer/#!/72205/page/3
- Wikipedia. (2019). Informe Brundtland - Wikipedia, la enciclopedia libre. Retrieved June 5, 2019, from https://es.wikipedia.org/wiki/Informe_Brundtland