



Universidad del Desarrollo  
Facultad de Diseño

# éticas

BUENAS PRÁCTICAS LABORALES

ANTONIA SOLIS DE OVANDO ATAL



# éticas

**BUENAS PRÁCTICAS LABORALES**

**PROYECTO DE TÍTULO**

Antonia Solis de Ovando Atal

**PROFESORES GUÍA**

Oswaldo Zorzano y Bernardita Brancoli

Memoria presentada a la Facultad de Diseño de la Universidad del  
Desarrollo para optar al Título Profesional de Diseñador Gráfico.

Santiago de Chile, Diciembre 2022



**Gracias a mis profesores guía,** Osvaldo y Berna, por compartir todos sus conocimientos y dedicación.

**A mi familia y amigas,** por la paciencia y apoyo incondicional durante todo el proceso.

**A mi grupo de trabajo y compañeras de taller** por su constante disposición y por hacer más grata esta etapa.

**A todas las trabajadoras textiles,** que fueron parte de este proyecto, y de alguna u otra forma lo hicieron posible.

**Y por supuesto a todas aquellas, que no se rinden y siguen luchando día a día por sus derechos.**

# CONTENIDOS

<b>1. ABSTRACT</b>	<b>pag 10</b>
<b>2. MOTIVACIÓN PERSONAL</b>	<b>pag 14</b>
<b>3. INTRODUCCIÓN</b>	<b>pag 16</b>
<b>4. MARCO TEÓRICO</b>	<b>pag 20</b>
4.1 CONTEXTO HISTÓRICO NACIONAL	pag 23
4.2 ¿QUÉ PASA HOY EN DÍA EN CHILE?	pag 28
AUSENCIA REGULACIÓN LABORAL	pag 30
SALUD FÍSICA Y PSICOLÓGICA	pag 33
INESTABILIDAD ECONÓMICA	pag 37
JUBILACIÓN	pag 40
4.3 LAS BUENAS PRÁCTICAS	pag 42
TRANSPARENCIA	pag 45
TRAZABILIDAD	pag 47
COMERCIO JUSTO	pag 49
MODA ÉTICA	pag 52
CONCLUSIÓN BUENAS PRÁCTICAS	pag 53
BUENAS PRÁCTICAS EN CHILE	pag 54
4.4 SELLOS DE CERTIFICACIÓN	pag 57
¿QUÉ SON LOS SELLOS DE CERTIFICACIÓN?	pag 58
¿CÓMO OBTENER UN SELLO EN CHILE?	pag 59
¿CÓMO LAS MARCAS PUEDEN OBTENER EL SELLO?	pag 61
IMPACTO ESPERADO DEL SELLO	pag 62
REFERENTES FUNCIONALES	pag 63
4.5 ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL	pag 69
¿QUÉ ES UNA ONG?	pag 70
PASOS PARA CREAR UNA ONG	pag 71

<b>5. ENCUESTA</b>	<b>pag 72</b>
5.1 CONCLUSIÓN ENCUESTA	pag 78
5.2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	pag 80
<b>6. FORMULACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>pag 83</b>
6.1 PROBLEMA / OPORTUNIDAD	pag 84
6.2 OBJETIVOS	pag 86
6.3 PÚBLICO OBJETIVO / AUDIENCIA	pag 88
6.4 PROPUESTA CONCEPTUAL	pag 90
6.5 ESTUDIO DE CASOS	pag 92
<b>7. DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b>	<b>pag 99</b>
7.1 PROPUESTA FORMAL	pag 100
7.2 SELLO Y PROCESO	pag 103
7.3 PALETA CROMÁTICA	pag 108
7.4 TIPOGRAFÍA	pag 110
7.5 TIPOLOGÍA DE IMÁGENES	pag 112
7.6 PÁGINA WEB	pag 118
7.7 REDES SOCIALES	pag 125
<b>8. TESTEO Y VALIDACIÓN</b>	<b>pag 131</b>
8.1 TESTEO	pag 132
8.2 APOYO ORGANIZACIONES	pag 139
<b>9. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO</b>	<b>pag 141</b>
<b>10. CONCLUSIÓN PROYECTO</b>	<b>pag 144</b>
<b>11. ANEXOS</b>	<b>pag 146</b>





# 1. ABSTRACT

La **industria textil** y de confecciones chilena es un rubro que tiene mayoritariamente mujeres como parte de su fuerza de trabajo. En este contexto, muchas de ellas trabajan en sus domicilios, sin contratos, sin horarios ni tarifas fijas, traducándose en una tremenda **sobreexigencia laboral**. En contraste a esta realidad, se encuentra la ropa proveniente de una producción con buenas prácticas, la cual es una alternativa de producción responsable que le entrega a las trabajadoras textiles un salario estable y condiciones laborales seguras, implicando **transparencia** y **trazabilidad**. Pero, ¿Cómo podemos visibilizar las buenas y malas prácticas hacia las trabajadoras textiles en la industria para que así el consumidor reflexione antes de comprar?

El objetivo de este proyecto es informar sobre las precarias condiciones laborales de las trabajadoras textiles, al mismo tiempo de mostrar cuales son las buenas prácticas dentro de este rubro, como el comercio justo y la **moda ética**. El fin de esto, es que el consumidor tenga el conocimiento de lo que hay detrás de la forma en que adquirimos ropa y se pregunte cuál es la manera responsable de hacerlo.





## 2. MOTIVACIÓN PERSONAL

La idea de este proyecto nace de mi cuestionamiento sobre la situación de precariedad laboral que han tenido y tienen actualmente las trabajadoras textiles alrededor del mundo. Comencé investigando sobre el problema del fast fashion en otros países, dándome cuenta de la explotación laboral e infantil, bajas remuneraciones y condiciones precarias que esto conlleva. Esto hizo que me cuestionara cómo funciona la confección de ropa en Chile. Indagué mucho hasta dar con los actores y fuentes principales en este tema, y me dí cuenta que el problema de la industria textil en Chile es muy silencioso, no hace el mismo ruido que en otros países ni la gente lo tiene igual de presente.

Debido al desconocimiento que se tiene sobre este tema y lo grave que es, es que nació mi motivación para realizar este proyecto.

De alguna u otra manera, todos estamos relacionados con la industria textil. La decisión de dónde comprar ropa, cada cuánto tiempo hacerlo y el precio que estamos dispuestos a pagar afectan de manera directa a este problema. Por eso, creo firmemente que si como consumidores estuviéramos totalmente informados de lo que hay detrás de nuestra ropa, muchas de nuestras decisiones al momento de comprar serían distintas.

# 3. INTRODUCCIÓN

La industria textil es la actividad económica dedicada a la manufactura de materiales, abarcando la confección de prendas y calzado que utilizan las personas para vestirse (WESTREICHER, 2020)<sup>1</sup>. En Chile, la producción nacional de vestuario ha bajado fuertemente durante las últimas décadas. Esto causó la salida del mercado de gran parte de las empresas formales del rubro, mientras que la actividad de pequeños talleres en domicilios sigue vigente. En la actualidad, las trabajadoras textiles en domicilios siguen incursionando fuertemente en la cadena de suministro de la industria textil y del vestuario como una forma de aumentar sus ingresos. De hecho, a fines del 2020 el trabajo textil en domicilio agrupaba a 36.740 personas, lo que representaba un 45,8 % de la totalidad de trabajadores textiles (GÁLVEZ ET AL, 2022, pág. 11).

En ese sentido, dentro de la industria textil existen dos aristas opuestas. Primero, nos encontramos con las trabajadoras textiles en domicilios que confeccionan prendas completas para tiendas chilenas, que en su mayoría trabajan de manera informal, es decir, sin contratos ni boletas de honorarios. Esto sucede ya que para el empleador resulta más barato no trabajar con contratos, ya que no tiene que hacer el pago de cotizaciones previsionales y de salud (ChileAtiende, 2022).

Además, en el caso de querer finalizar el trabajo con dicho empleado, no tiene que hacer el finiquito. Debido a esto, trabajar informalmente en este rubro tiene muchos factores de riesgo y de preocupación, como la escasa cobertura de salud física y psicológica, la inestabilidad económica por las bajas remuneraciones, la invisibilidad ante el Código del Trabajo, la incapacidad de optar por fondos de pensiones y la excesivas horas de trabajo. Pero lamentablemente, el estado de necesidad que tiene la trabajadora provoca que aceptar este tipo de trabajo sea su única opción para generar ingresos y sobrevivir al mes (BREGA ET AL, 2017, pág 41).

“Si bien el trabajo remunerado realizado en el domicilio no es algo nuevo, los cambios en la matriz productiva del país han llevado a una reorganización de la producción y al surgimiento de nuevos escenarios, en los que muchas trabajadoras han quedado en un “área gris” que les impide poder acceder en plenitud a sus derechos laborales, por eso el interés de la OIT y de la Fundación Sol de profundizar y analizar la situación en la que actualmente está este sector”, destaca Gerhard Reinecke, especialista en Políticas de Empleo de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) (Fundación SOL, 2017).

Por otra parte, hay marcas que trabajan correctamente con sus trabajadoras textiles, con un contrato donde se establece claramente su salario y horario laboral, respetando las leyes chilenas en el tema, otorgándoles acceso a pensiones y seguros de salud; o también mediante boletas de honorarios.

Sin embargo, la mayoría de las personas no son conscientes de las malas o buenas prácticas que se realizan en Chile. Por esto, nace el interés de visibilizar el contexto laboral de la industria textil, para que así los consumidores de ropa, se informen y compren a conciencia de lo que implica fomentar estas prácticas.



Fig. 2  
(Editorial Quimantú, 1972)

## 4. MARCO TEÓRICO

*"Sólo buscar la calidad en los productos que compramos, no basta. Debemos asegurarnos que existe calidad en las vidas de las personas que lo fabrican"*

*-Orsola de Castro*



## **4.1** CONTEXTO HISTÓRICO NACIONAL

La historia de la industria textil en Chile, toma inicios en el año 1868, donde comenzó a funcionar la primera fábrica textil, llamada "Fábrica de Paños Bellavista-Tomé" (Memoria Chilena, 2022).

Luego, a comienzos del siglo XX, se produce una gran expansión de la industria del vestuario nacional. Muchos talleres y fábricas comienzan a elaborar todo tipo de vestimentas, facilitando de este modo el surgimiento de una nueva mano de obra femenina. Sin embargo, la mayoría de las telas eran importadas desde Europa, lo que llevaba a demorar el desarrollo de una industria textil nacional. Esto cambió luego de la Gran Depresión de 1930, donde la economía nacional se volvió proteccionista y se reactivó un cambio de modelo económico, que produjo el fomento de la industria nacional (Memoria Chilena, 2022).

Las nuevas políticas económicas impulsaron el crecimiento de la industria textil moderna. Y así, surgieron fábricas textiles en manos de inmigrantes extranjeros, específicamente árabes e italianos, como Yarur Manufacturas Chilenas de algodón, Manufacturas Sumar, Caffarena y Molleto Hermanos, entre las más importantes (Memoria Chilena, 2022).

En 1965, la producción nacional representó un 17,9% de la actividad industrial total y el sector textil y de vestuario llegó a satisfacer el 97% de las necesidades nacionales, siendo la década del 60, los años dorados en la industria textil chilena (Viste la Calle, 2010).



Fig. 4  
(CottonBroStudio, 2020)

Luego de esta década, el Golpe de Estado marcó un cambio de rumbo de la industria textil nacional debido a que desde 1975 se quitó el régimen proteccionista, que tenía como finalidad proteger la industria nacional ante la competencia del extranjero. Obligándola a rivalizar con grandes actores de los mercados internacionales como China e India, que producían ropa o textiles a grandes volúmenes y a bajo costo (Memoria Chilena, 2022).

Pero es en la década de 1980 cuando comenzó el declive progresivo de las textileras fruto de la crisis económica de 1983 y la incapacidad de la industria de mantener su competitividad debido a un evidente retraso tecnológico y técnico (Memoria Chilena, 2022).

Una serie de acuerdos de libre comercio, entre fines de los 90 y principios del 2000, facilitó la llegada masiva de importaciones textiles y de vestuario provenientes de Asia producidas y exportadas a un bajo costo, que terminaron por provocar el cierre de la mayoría de las grandes fábricas de textiles y de vestuario nacionales.

*“Necesitamos ser reconocidas, y que las personas tomen un poco más de conciencia con lo que están vistiendo, tratando de no comprar tanto en retail”  
(Arey, trabajadora textil en domicilio, integrante de Siretex, Ñuñoa, 26 años)*

## **4.2** **¿QUÉ PASA HOY EN DÍA EN CHILE?**

Un estudio de la Fundación SOL desarrollado en conjunto con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) evidencia que las trabajadoras textiles en domicilio están produciendo para intermediarios que abastecen a la industria textil y que las condiciones laborales en las que esta dinámica se desarrolla son de alta precariedad, con bajas remuneraciones y sin acceso a la seguridad social.

## AUSENCIA REGULACIÓN LABORAL

Uno de los principales factores de riesgo del trabajo de las trabajadoras textiles en domicilio es que no tiene estabilidad, seguridad social, protección de derechos y no cuentan con contratos formales escritos. En esa línea, la Fundación Sol indica que:

***“En Chile, la formalidad del empleo se define a partir de que el/la trabajador/a se encuentre sujeto a alguna protección legal de una institución que regule la relación laboral. El Código del Trabajo, regula a los asalariados dependientes formales del sector privado y el Estatuto Administrativo regula a los asalariados formales de planta del sector público. Por otra parte, quienes están contratados por prestación de servicios (contrato a honorarios, boleteo), no son regidos, sin embargo, por ninguno de los anteriores, sino por el Código Civil, no regula una relación laboral, sino que una comercial entre empresas prestadoras de servicios, por lo tanto, corresponde también a trabajo informal desde el punto de vista de la regulación laboral. De esta manera, aún si se entrega algún tipo de comprobante o boleta (casos casi inexistentes), la relación del trabajo “a trato” mantiene a los trabajadores en domicilio absolutamente fuera de cualquier regulación laboral.”*** (BREGA ET AL, 2017, pág 10).

Entonces, el Código del Trabajo regula las relaciones laborales entre trabajadores y empleadores del sector privado; el estatuto administrativo controla las relaciones entre el Estado y los trabajadores del sector público; y los trabajadores a honorarios no se rigen por ninguna de las anteriores, ya que corresponde a un trabajo informal desde el punto de vista de regulación laboral, por lo que cualquier beneficio al que tengan derecho dependerá del acuerdo al que hayan llegado con quien hicieron el contrato.

Pero, la mayoría de las trabajadoras textiles en domicilio trabajan en base “a trato”, esto significa, que es sin contratos ni boletas de honorarios. En el caso de los contratos, pasa principalmente porque el empleador prefiere ahorrarse los costos de cotizaciones previsionales y de salud que conlleva contratar a una persona (ChileAtiende, 2022).

Por lo que, el trabajo informal que mantienen las trabajadoras textiles en domicilio no se regula por ninguna ley, además de entregar bajos salarios, provocando una inestabilidad e inseguridad financiera constante.



Fig. 5  
(CottonBroStudio, 2020)

*“Me siento muy desmotivada por el abuso de los empresarios, ya que me pagan una mísera plata y ellos lo venden a una cantidad que te choca. Al mes gano menos de \$600.000 y duermo solo 4-5 horas diarias” (Nayade, trabajadora textil en domicilio, Padre Hurtado, 54 años).*

## SALUD FÍSICA Y PSICOLÓGICA

La cita anterior da cuenta que el trabajo textil informal es altamente demandante, teniendo pocas horas de sueño al día y ninguna para otro tipo de actividad, perjudicando profundamente la salud de las trabajadoras.

Respecto de este problema, la Fundación SOL señala en un estudio que:

**“Muchos de los problemas físicos habituales de las trabajadoras están asociados a la postura que exige el trabajo textil y de confección, que requiere estar inclinada (agachada) sobre la máquina para coser por numerosas horas en la misma posición y por años de trabajo; a esto se suma que son pocas las trabajadoras que cuentan con sillas adecuadas para el trabajo. Producto de lo anterior, los dolores cervicales, lumbares y en las extremidades son inmensamente comunes; esto resulta también en la destrucción de masa muscular producto del sedentarismo del trabajo, que afecta principalmente la zona cervical y espalda. Por otra parte, los movimientos continuos y repetitivos producen dolor en manos y articulaciones”** (BREGA ET AL, 2017, pág 39).

Estos mismos problemas físicos también perjudican la salud psicológica de las trabajadoras textiles en domicilio. Sus dolores, cansancio y el factor que hacen más esfuerzo físico del que deberían, produce que lleguen a un nivel de estrés y exigencia muy alto, relacionándose directamente con cuadros de ansiedad y depresión.

Según el Doctor Julio Maset, médico de Cinfa, empresa multinacional que se dedica a la industria farmacéutica, plantea que el estrés laboral es algo cada vez más habitual en la población. Algunas de las causas de esto son: exceso de trabajo, plazos de trabajo insuficiente, falta de reconocimiento, poca estabilidad laboral, entre otras más. Mientras que, los síntomas emocionales más comunes del estrés laboral son ansiedad, aburrimiento, depresión, tristeza, baja autoestima, sensación de soledad, entre otros (Doctor Julio Maset, 2015).

Las causas del estrés laboral mencionadas anteriormente, son claros ejemplos de lo que viven muchas trabajadoras textiles en domicilio, y que calza plenamente con lo expresado por ellas en las entrevistas. Estas situaciones son la respuesta al por qué las trabajadoras se sienten tan solas y desanimadas con su trabajo. Además, debido a las extensas jornadas que tienen que dedicar, se ve muy afectado su tiempo de descanso y familiar. Esto provoca que se sientan aún más solas y aisladas de una vida social.

Justamente por esto, el Código del Trabajo establece que las horas laborales son 45 a la semana, que no pueden distribuirse en más de 6 días a la semana y que no puede exceder las 10 horas diarias de trabajo (Dirección del Trabajo, 2022), pero para las trabajadoras textiles en domicilio es muy diferente. Si ellas trabajaran estas horas, ganarían apenas el sueldo mínimo, debido a la poca remuneración que se obtiene de su trabajo. Por lo que la mayoría trabaja entre 12 y 14 horas diarias, a veces más, solamente para poder costear sus necesidades básicas. Entonces, para trabajar esa cantidad de horas a la semana implica que deben sacrificar distintos aspectos de su vida para dedicarle más tiempo al trabajo.

En general, la desprotección de las trabajadoras en cobertura de derechos sumado a las jornadas extendidas de trabajo, hacen que la salud sea un tema muy complejo de tratar para cada una de ellas, porque no tienen tiempo y les resulta muy caro, ya que no cuentan con ningún tipo de seguro por su empleador.



Fig. 6  
(CottonBroStudio, 2020)

*“Estoy sola todo el día encerrada en una pieza, y me da pena igual. A veces no conozco la calle durante 15 días porque no tengo ni tiempo pa` comprar el pan. De repente me pregunto si valió la pena haber seguido con esto” (Marlene, trabajadora textil en domicilio, Padre Hurtado, 62 años).*

## INESTABILIDAD ECONÓMICA

Otro factor de riesgo al trabajar en este rubro es la inestabilidad económica y los bajos salarios que se producen. Esto se da porque las marcas desvalorizan el trabajo que realizan las confeccionistas de ropa. Además, la ganancia mensual de las trabajadoras siempre es relativa, ya que depende de la cantidad de pedidos que les hagan. Tal como señala Alexander Páez, investigador de Fundación Sol y coordinador del estudio: *“El problema fundamental, es que parecen trabajadoras independientes, pero en realidad están insertas en una cadena de relaciones de dependencia a través de las cuales, por ejemplo, el nivel superior de la cadena –en este caso el retail- logra vender las prendas a precios mucho más altos que el costo real. De ahí que la ganancia se sostenga no en el valor intrínseco del producto, sino en las bajas remuneraciones pagadas a los eslabones inferiores de la cadena, representadas por las mujeres trabajadores textiles y sus hogares”* (Fundación SOL, 2017).

Dicho esto, todas las mujeres trabajadoras que se entrevistaron ganaban en promedio entre \$400.000 y \$600.000 al mes. De esa cantidad ellas pagan todos los insumos para trabajar (telas, hilos, agujas, botones, tijeras, máquina, entretela, cierres, entre otros) y, además, todos los gastos mensuales que conlleva vivir, tales como, comida, vivienda, salud, transporte, agua, luz, gas, entre otros. Sobreviviendo apenas al mes y trabajando casi el doble de las horas legales en Chile.

Hoy en día, el salario mínimo en Chile son \$380.000, el cual está lejos de ser un salario digno, más bien, bordea la línea de pobreza. Desde Fashion Revolution, se define y entiende el trabajo decente como aquel que permite a las personas tener una vida digna y próspera, debe cubrir gastos de vivienda, transporte, educación, salud y ahorro. (Conversatorio Online “Trabajo decente en la industria textil nacional”, 2022).



*“Necesitamos ser reconocidas, y que las personas tomen un poco más de conciencia con lo que están vistiendo, tratando de no comprar tanto en retail”  
(Arey, trabajadora textil en domicilio, integrante de Siretex, Ñuñoa, 26 años)*

## JUBILACIÓN

Una de las grandes consecuencias a largo plazo para las trabajadoras textiles en domicilio, que es de suma preocupación para ellas, es el tema de la jubilación. En Chile, la pensión de vejez consiste en el derecho que tienen los afiliados al sistema de AFP a obtener una pensión una vez hayan cumplido con la edad legal para jubilarse, que en el caso de la mujeres es a los 60 años. Para esto, deben tener al menos 20 años de cotizaciones en cualquier sistema previsional (Gobierno de Chile, 2022). Entonces, la mayoría de trabajadoras textiles que trabajan informalmente no pueden optar a fondos de pensiones. Esto, a su vez, provoca que muchas de ellas trabajen hasta una alta edad, con muchos problemas físicos, ya que no tienen ningún ingreso para jubilarse.

Cuando pensamos en el concepto fast fashion generalmente lo relacionamos a lo que pasa en países asiáticos, donde aparecen noticias sobre la explotación y abuso a las trabajadoras textiles, pero lo que pasa hoy en Chile no es muy diferente de lo que sucede al otro lado del mundo. La industria textil en nuestro país se encuentra en círculos de pobreza, malas condiciones que resultan en abuso laboral y explotaciones, largas horas de trabajo, problemas físicos y psicológicos, bajo índice de formalización y falta de regulación laboral. **Muchas veces olvidamos que cada pieza textil fue hecha por una persona y muy probablemente por una mujer.** (Beatriz O'Brien, socióloga y coordinadora nacional de fashion revolution) (Conversatorio Online "Trabajo decente en la industria textil nacional", 2022).

*“En Chile, no somos consideradas trabajadoras, por lo que no tenemos con qué jubilar, nadie responde” (Alejandra, trabajadora textil en domicilio, Puente alto, 51 años)*

## **4.3**

### **NO TODO ESTÁ PERDIDO: LAS BUENAS PRÁCTICAS**

El contraste a esta triste realidad, es la ropa proveniente de una producción responsable, que es básicamente todo lo contrario a lo que se ha mencionado.

Luego de la investigación realizada, se ha armado el concepto de **buenas prácticas** a partir de los siguientes elementos como sus pilares fundamentales:



## TRANSPARENCIA

Uno de los aspectos fundamentales de la producción responsable es la transparencia, la cual en la industria de la moda significa: “compartir información sobre las cadenas de suministro, las prácticas comerciales y los impactos de estas prácticas en los trabajadores, las comunidades y el medio ambiente”, según define Fashion Revolution. (Franca Magazine, 2022).

Esto quiere decir, que las marcas son completamente honestas al mostrar todo lo que hay detrás de su marca, compartiendo las prácticas que ellos establecen, y cómo estas afectan a los trabajadores y al medio ambiente. Tal como dice Franca magazine: “se destaca la transparencia como uno de los puntos claves para responsabilizar a las marcas por el impacto ambiental que generan y detectar las vulneraciones a los derechos humanos en los que puede incurrir dentro de sus cadenas de suministros”(Franca Magazine, 2022).



## TRAZABILIDAD

Otro concepto importante para entender la moda de la producción responsable, es la trazabilidad. La cual según Franca Magazine es la: "capacidad de reconstruir el proceso de creación de un producto desde su origen. Se identifican qué artículos lo componen y en qué proporciones, además de conocer las materias primas involucradas y de dónde se obtuvieron" (Franca Magazine, 2022).

Por lo que la trazabilidad es una práctica clave al querer producir de manera responsable. Ya que, se tiene seguimiento de todo lo que hay detrás de una prenda, desde el material utilizado hasta la persona que lo confeccionó. Tal como indica Fashion Revolution, significa: "tener conocimiento y control de cada una de las partes del proceso de producción de una prenda" (Franca Magazine, 2022).

A partir de esto, podemos decir que la trazabilidad es una de las bases principales de una moda justa y sostenible, ya que si se desconoce el origen de fabricación de las prendas, no hay cómo saber si es que se hizo en buenas o malas condiciones.

Según Quinta Trends, hay muchas preguntas que componen la trazabilidad en una cadena de producción, como: ¿Cuál es la procedencia de la materia prima?, ¿Quiénes confeccionaron las prendas? o ¿Qué tipo de relación contractual se tiene con estos trabajadores? Todas estas interrogantes sobre la producción permiten que el consumidor compre en marcas éticas y conscientes con sus trabajadores (Quinta Trends, 2013).



## COMERCIO JUSTO

Otra de las buenas prácticas, es el Comercio Justo. Esta es una forma alternativa de consumo que busca fomentar el desarrollo sostenible, garantizar las mejores condiciones en los tratos comerciales y respetar los derechos fundamentales de las personas productoras y trabajadoras. El consumidor puede tener la certeza de que aquellas prendas o productos que posean el sello 'Fair Trade' o de Comercio Justo han sido producidas en condiciones laborales dignas y compradas bajo un precio justo.

Según [comerciojusto.org](http://comerciojusto.org), el comercio justo es: "Un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente.

En esa misma línea, [FairTraid.net](http://FairTraid.net) indica que muchos de los trabajadores del área de la confección ganan menos de un salario digno, por lo que, el criterio de Comercio Justo para Textiles requiere pagar a los trabajadores un salario suficiente dentro de los seis años de la certificación. También, incluye requisitos estrictos para asegurar la libertad de asociación y libertad sindical, para que los trabajadores puedan organizarse y manifestar sus intereses, además, de capacitaciones a los trabajadores sobre sus derechos (Fair Trade, 2022).

Las excesivas horas extras también forman un problema muy grande en el sector, que pone en riesgo la seguridad y salud de los trabajadores y sus horas de descanso. Conforme al Criterio de Comercio Justo Fairtrade para textiles, se debe regular el horario de trabajo, como también los contratos.

Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los diez principios del Comercio Justo (ComercioJusto,2015).

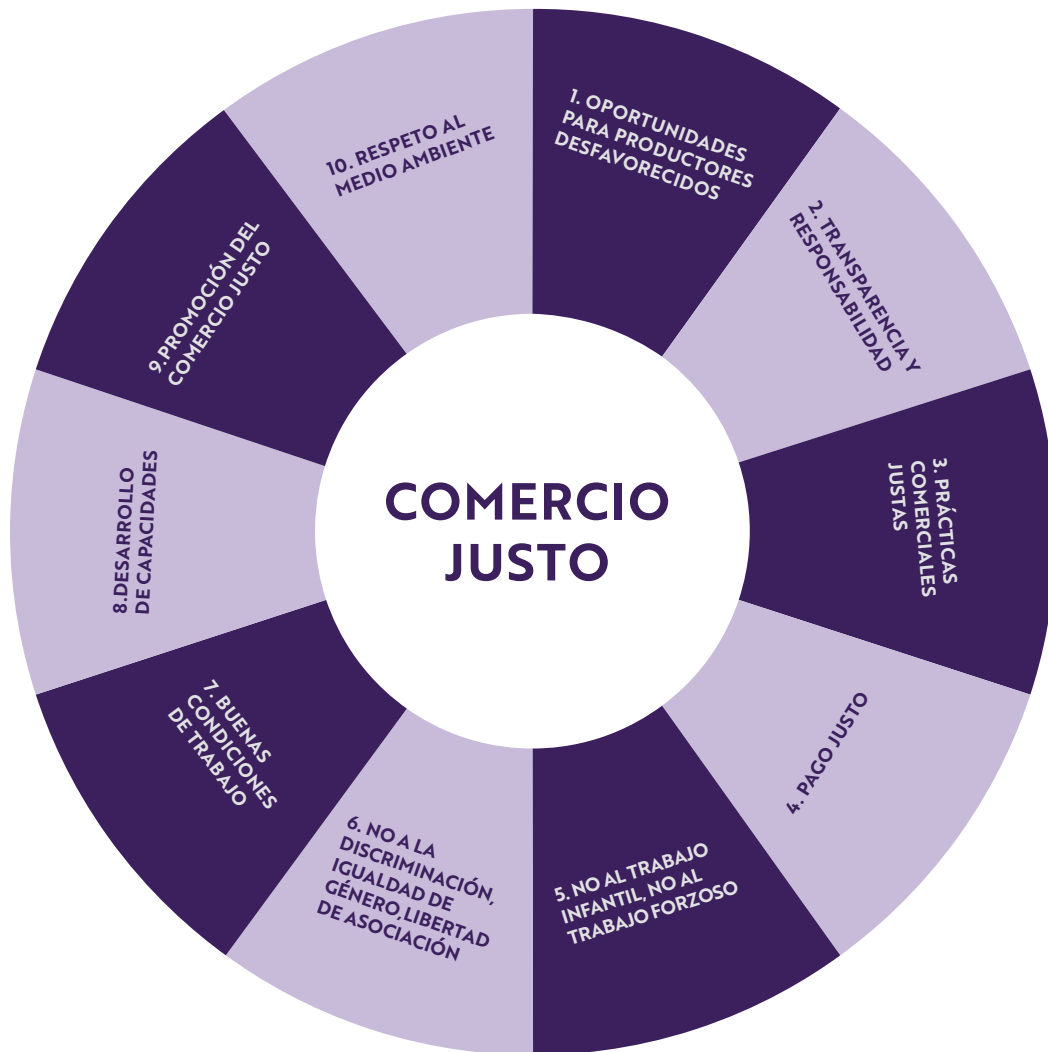




Fig. 11  
(CottonBroStudio, 2020)

## MODA ÉTICA

El último concepto es la moda ética, la cual según Franca Magazine es: "Una parte de la industria de la moda que apunta a reducir su impacto negativo en el ambiente, en los animales y en las personas que cohabitan este planeta". La moda ética se basa en el respeto de los derechos de los trabajadores y busca fomentar el desarrollo de las comunidades locales. Como dice una de las campañas del movimiento Fashion Revolution: **"El fast fashion no es gratis. Alguien en alguna parte lo está pagando"** (Ascolani, 2021).

Según 24horas, Chile es uno de los países más consumidores de ropa a nivel latinoamericano, comprando aproximadamente 36 prendas al año por persona (24horas, 2017). Pablo Galaz, director de Fashion Revolution Chile, lo explica así: **"Hemos sido criados para relacionarnos con los precios. Solo nos interesa saber cómo me queda el producto y cuánto me cuesta, no el proceso por el que pasó para llegar a mí"** (Freire y Torres, 2019).

## CONCLUSIÓN BUENAS PRÁCTICAS

En conclusión, las buenas prácticas en la producción textil, son tremendamente importantes y necesarias si queremos solucionar y evitar, en lo posible, el fast fashion. Esta moda, además de ser amigable con el medio ambiente, ya que se preocupa de no sobreproducir, es preocupada de la calidad de vida de sus trabajadoras, asegurándose de darles un trabajo decente y estable.

Para lograr esto, las marcas se preocupan de establecer un trabajo formal con ellas, ya sea por boletas de honorarios o contratos.

También se aseguran de darles el tiempo suficiente de confección, cosa de no sobrecargarlas de trabajo y que puedan manejar bien sus tiempos.

Y por último, se preocupan de remunerarlas con lo que merece su trabajo, para que así ellas puedan abastecer sus necesidades básicas.

## BUENAS PRÁCTICAS EN CHILE

Entendiendo el concepto que se formó de buenas prácticas, se buscaron marcas a lo largo de nuestro país que cumplen con una confección responsable, tanto con sus trabajadoras como con el medio ambiente. En este proyecto, se darán dos ejemplos, sin embargo, existen muchas más.

Se conversó con Tatiana Campos, la diseñadora y creadora de la tienda Palo Santo. La marca sigue la filosofía de la moda ética, confeccionando prendas originales, a partir de telas y saldos, en su gran mayoría, de fabricación local.

Las trabajadoras textiles de la marca, que confeccionan desde sus casas, le realizan factura todos los meses.

*“Nos interesa que las personas que trabajan en Palosanto reciban un valor justo acorde a su trabajo. Se paga por prenda confeccionada, y el valor por prenda es muy alto en relación al promedio del mercado, que por lo general pagan sueldos muy bajos y por largas jornadas de trabajo. En Palosanto respetamos los horarios que establecen las propias trabajadoras y nos organizamos según sus tiempos. Por otro lado nuestro stock es limitado ( 6 a 8 piezas por talla) por lo que la sobrecarga de trabajo es nula.” (Entrevista a Tatiana Campos, 2022).*



Fig. 12  
(PaloSanto, s/f)

Por último, se tuvo la oportunidad de conversar con Belén Revilla, diseñadora y fundadora de la marca Justa, que se define como atemporal, inspirada en clásicos con detalles.

Belen antes trabajaba como diseñadora en retail, pero la diferencia tan drástica de este con el slow fashion, fue lo que la motivó a hacer una marca consciente.

*“Me encantaría que el rubro de confección nacional estuviera 100% formalizado y especializado porque confeccionar en Chile debe ser más caro que producir en China, si queremos visibilizar y cambiar el sistema de explotación laboral mundial de la moda y sobre todo para potenciar nuestra industria nacional y nuestras trabajadoras, se debe valorizar las horas de trabajo y de complejidad” (Entrevista a Belén Revilla, 2022).*

*“Es muy importante que se sepa qué hay detrás de una prenda, que hay personas trabajando muchas horas, que hay muchísimo trabajo para crear una sola prenda y que la ropa no es desechable” (Entrevista a Belén Revilla, 2022).*



Fig. 13  
(QuintaTrends, s/f)



## **4.4** **SELLOS DE CERTIFICACIÓN**

## ¿QUÉ SON LOS SELLOS DE CERTIFICACIÓN?

Los sellos de certificación son distinciones que garantizan o acreditan que una marca o producto cumple con ciertas especificaciones, entregando información clara y transparente para que el cliente tome la decisión de compra lo más informado posible (INAPI, 2022).

En cuanto a la moda, los sellos más comunes están relacionados con la producción sostenible medioambiental y social, garantizando una baja contaminación del medio ambiente y buenas prácticas respecto de las trabajadoras textiles (Flotats, 2022).

## ¿CÓMO OBTENER UN SELLO EN CHILE?

Según Simón Ponce Riquelme, abogado de la clínica jurídica de la Universidad del Desarrollo: *“para ejecutar un sello de certificación en Chile, existen dos alternativas:*

*1. Certificar u otorgar sellos sin que exista una validación previa de la empresa que hará tales certificaciones. Esta alternativa está sujeta al reconocimiento que pueda obtener en el mercado la empresa.*

*2. Certificar u otorgar sellos, previa validación de la empresa ante las autoridades competentes. Respecto a este punto, existen 2 alternativas:*

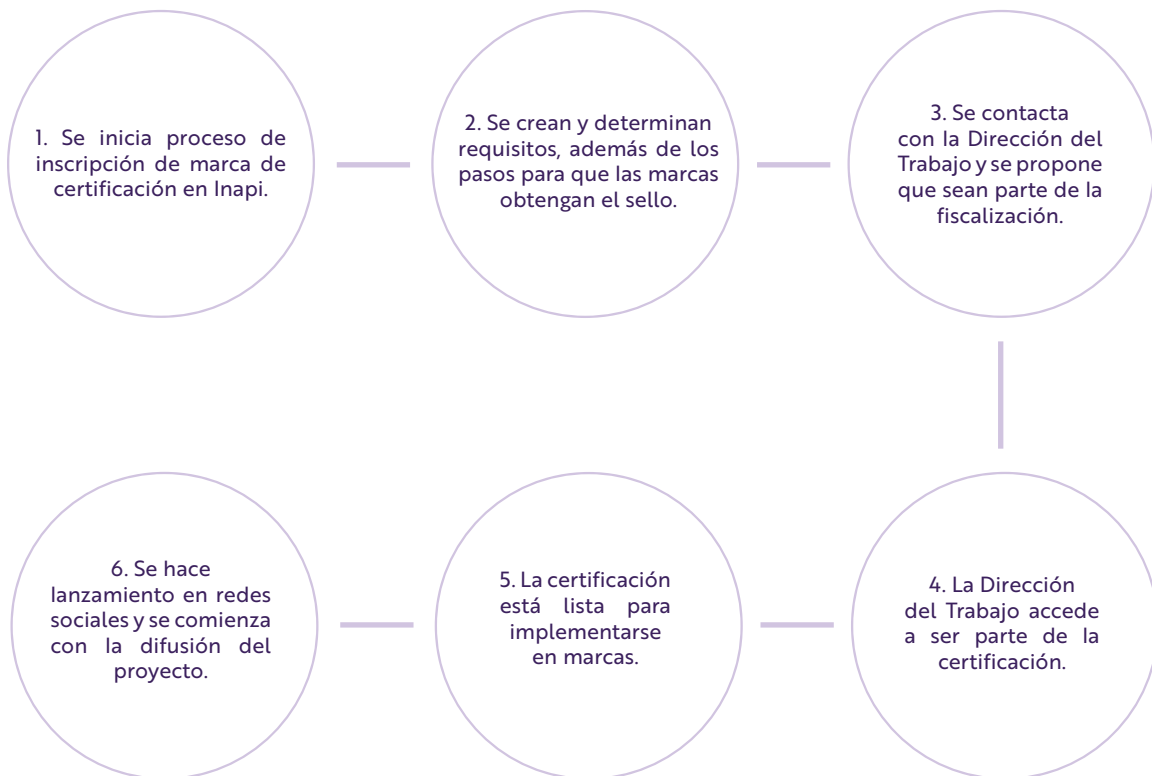
*a. Recibir o tramitar para terceros la validación por parte de la Dirección del Trabajo respecto del cumplimiento de normas laborales y previsionales; y/o*

*b. Recibir acreditación como “organismo de inspección” según la Norma Chilena ISO 17020:2012 en los términos en que se indica en ella.”*

Para este proyecto se ha buscado crear un sello que tenga la mayor credibilidad posible, y así entregar seguridad al consumidor de las marcas certificadas.

Para esto, se evaluaron las distintas alternativas para la ejecución del sello de certificación, y se ha seleccionado la opción de otorgar sellos a marcas mediante la validación de la Dirección del Trabajo. Se prefiere esta opción porque entrega confianza al estar la fiscalización a manos de una institución estatal dedicada a ese ámbito.

Los pasos para ejecutarlo son los siguientes:



## ¿CÓMO LAS MARCAS PUEDEN OBTENER EL SELLO ÉTICAS?

- 1.** Se solicita a través de la página web de Éticas completando un formulario de diagnóstico de cumplimiento, que será revisado por la Dirección del Trabajo.
- 2.** Se realiza el primer pago a la organización para comenzar con el estudio de marca.
- 3.** Éticas envía un formulario de diagnóstico opcional a las trabajadoras textiles de la marca donde se les solicitará la declaración de sus condiciones laborales.
- 4.** El equipo de la Dirección del Trabajo fiscaliza de manera presencial el lugar de trabajo de algunas trabajadoras de la marca, corroborando el cumplimiento de todos los requisitos.

**5.** Luego de obtener la confirmación que la marca ha certificado el cumplimiento de los requisitos, se firma un acuerdo de confidencialidad y un contrato entre las partes que autoriza el uso del sello Éticas.

**6.** Finalmente, las empresas deben pagar el resto del valor de la certificación dando por completado el proceso, acompañándolo con una campaña de lanzamiento en redes sociales.

\*el precio del sello varía dependiendo de la cantidad de ventas anuales de la marca.

## IMPACTO ESPERADO DEL SELLO ÉTICAS

El sello de certificación tiene dos objetivos principales. En una primera instancia se busca incentivar a las marcas a que sean responsables con las condiciones laborales de sus trabajadoras textiles. Que se den cuenta que a muchos consumidores si les importa saber en que condiciones trabajan las personas que hacen su ropa y así tengan el incentivo de obtener el sello éticas. Esta certificación es una distinción, que eleva la posición de las marcas en la industria, ya que se ven las prácticas responsables que tienen con sus trabajadoras.

El otro objetivo del proyecto es que el consumidor se dé cuenta del importante significado que tiene el sello. Esta certificación se usa como instrumento para comunicar que una marca tiene ciertas características de buenas prácticas. Por lo que esto hace, que el consumidor se cuestione por qué ciertas marcas no lo tienen y que, sin denunciarlas directamente, se genere una "denuncia por vacío". Esto generará que las personas tiendan a comprar en marcas que si tengan el sello, ya que les asegura transparencia y buenas condiciones laborales con sus trabajadoras.

## REFERENTES FUNCIONALES

Una manera fiable de saber que una prenda de ropa ha sido confeccionada de manera respetuosa con las personas que la fabrican, es ver si esa marca cuenta con alguna certificación o sello que acredite las buenas prácticas.

Mundialmente, existen distintos sellos relacionados a la producción textil. Ya sea en cuanto al respeto con el medio ambiente, a las prácticas éticas con las personas que confeccionan, o incluso de textiles orgánicos.

Para este proyecto, se tomaron algunos sellos de referencia en cuanto a su funcionalidad.



Fig. 15  
(Ethical Time, s/f)

## REAL SUSTAINABLE FASHION

La verificación Real Sustainable Fashion tiene en consideración las prácticas de la marca y la coherencia en todo su modelo de negocio, así como los problemas sociales y medioambientales a los que se enfrenta la industria de la moda actual.

El proceso de verificación de Real Sustainable Fashion evalúa los factores determinantes en la creación de todas las prendas que tiene una marca, como son los proveedores, tejidos, transportes y lugar de confección de las prendas.

Desde su cadena de suministro y materiales de entrada hasta el producto final, la verificación Real Sustainable Fashion demuestra que realmente se trata de una marca de moda sostenible, y que comprar sus productos genera un impacto positivo en el planeta y en la sociedad. Con este objetivo, se evalúan sus impactos y acciones en cinco áreas distintas: transparencia y trazabilidad, personas, planeta, animales y liderazgo, diversidad e inclusión (Ethical Time, 2020).



Fig. 16  
(Loobo, 2020)

## REAL SUSTAINABLE FASHION

Para obtener el sello, primero hay que completar la Evaluación de Sostenibilidad, el cual es un estudio detallado para conocer y evaluar el desempeño de la marca en las cinco áreas mencionadas anteriormente.

La evaluación tiene un total de 120 puntos, y si la marca logra obtener un puntaje superior a 50, puede adquirir el sello de reconocimiento.

Luego, el equipo de Ethical Time se reunirá con la marca para profundizar en temas concretos, comprender mejor la valoración de la Evaluación e identificar áreas de posible mejora.

Luego de que se evalúan los requisitos mínimos, se obtiene la verificación Real Sustainable Fashion (Ethical Time, 2020)



Fig. 17  
(Revista P&M, s/f)

## SELLO DE MODA SOSTENIBLE

CO2CERO Y Claudia Bahamón presentan el Sello de Moda Sostenible (SMS). Una etiqueta ambiental voluntaria obtenida para productos, empresas, organizaciones o servicios, que demuestren su compromiso con el planeta.

El Sello de Moda Sostenible le permitirá al consumidor entender, que la sostenibilidad es uno de los pilares fundamentales de las marcas que compran.

Apostar por ser sostenible abarca mucho más que el origen de la materia prima de una prenda, por eso, certifican tres factores característicos de las buenas prácticas en producción; lo ambiental, social y económico.

El sello cuenta con tres categorías distintas, bronce, plata y oro (CO2Cero, 2021).



Fig. 18  
(CO2CERO, 2021)

## SELLO DE MODA SOSTENIBLE

Para obtener el Sello de moda Sostenible, son cuatro pasos los que hay que seguir. Primero, se hace un diagnóstico a la empresa, luego se envía un check list para ver qué implementaciones sociales y ambientales se están poniendo en práctica. Y como paso a seguir, se mide la conciencia ambiental y social de todos los colaboradores dentro de la marca.

Segundo, se entregan los resultados y el plan de acción que se crea a partir de las metodologías.

En tercer lugar, se hace un acompañamiento en las acciones que van de acuerdo a la marca y a la difusión del Sello de Moda Sostenible.

Por último, se trabaja en la estrategia para materializar e implementar acciones sostenibles desde la marca que obtiene el sello (CO2Cero, 2021).

## CONCLUSIÓN REFERENTES

Como se mencionó anteriormente, existen muchos sellos con distintos objetivos y para certificar diferentes especificaciones.

En el caso de los referentes, ambos son sellos que tienen más de un objetivo, certificando no solo las buenas prácticas laborales, si no que también, la responsabilidad con el medio ambiente.

Lo que se logra rescatar de ambos casos, es la manera en que funcionan como certificación. Ambos tienen pasos a seguir para verificar que se cumplan con los requisitos de cada proyecto. Dando seguridad al consumidor y a las marcas al momento de comprar o querer certificarse.

## **4.5** ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL

## ¿QUÉ ES UNA ONG?

Una ONG es una entidad de iniciativa social y fines humanitarios, que son independientes de la administración pública y sin fines de lucro (Ayuda en Acción, 2017)

Las actividades más usuales de las ONG son el medio ambiente, trabajo social, movilización y defensa comunitaria, y los derechos humanos (Candid Learning, 2022).

Las ONG son un tipo de fundación que deben contar con objetivos claros. Para sostenerse dependen principalmente de fuentes de financiación, que pueden provenir de donaciones o de fondos públicos (Equipo Legal Chile, 2022).

En Chile, las ONG es categorizada como una fundación sin fines de lucro y regulada por leyes y decretos que les permiten exenciones en algunos impuestos.

Para que una ONG funcione y se mantenga vigente debe reunir estos requisitos: En primer lugar, que tenga un objetivo global transparente e inequívoco. Secundariamente, que sea permanente y no para una acción temporal. Tercero, que sea sin fines de lucro y por último, que sus objetivos sean expuestos claramente por quienes fundan la ONG (Firma Virtual, 2022).

Se ha decidido crear una Organización No Gubernamental sin fines de lucro, ya que esta calza con los valores del proyecto Éticas, puesto que ambas buscan apoyar causas sociales y tienen el interés por garantizar el bienestar público.

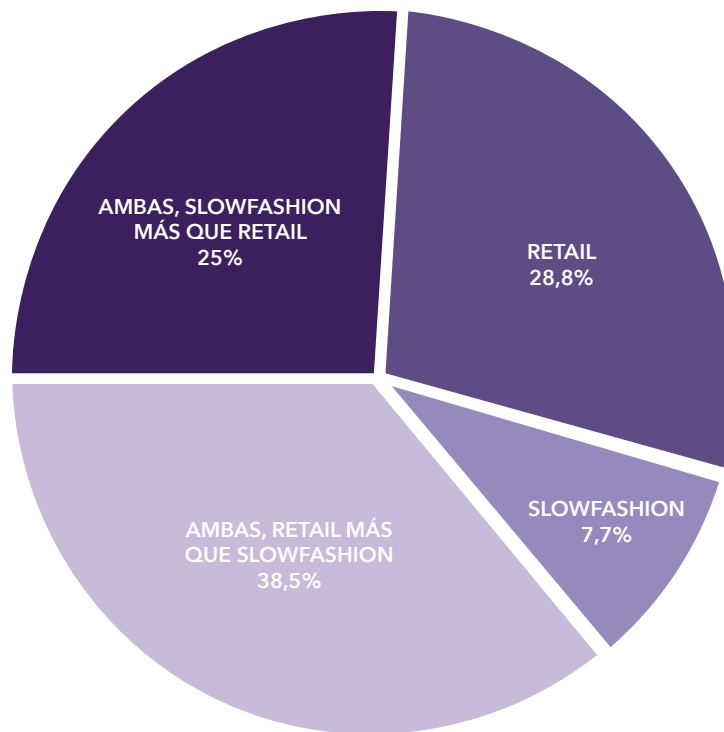
## PASOS PARA CREAR UNA ONG

- 1.** Obtener el certificado de similitud en el Registro Civil, que aclara que el nombre con el que funcionará la ONG ya no estará disponible en el país.
- 2.** Redactar y firmar los estatutos de la ONG, los cuales son los objetivos y la fuente de financiación de la organización. Este documento debe ser suscrito por un Notario Público.
- 3.** Registrar la organización en la Secretaría Municipal que corresponda con el domicilio inscrito de la organización.
- 4.** Inscribir en el Registro Nacional de Entidades Jurídicas sin Fines de Lucro.
- 5.** Obtener un número de identificación fiscal. Para ello se debe ingresar al Servicio de Impuestos Internos (SII), pedir el RUT, iniciar actividades, facturación electrónica y certificados de donaciones (Firma Virtual, 2022).

## 5. ENCUESTA

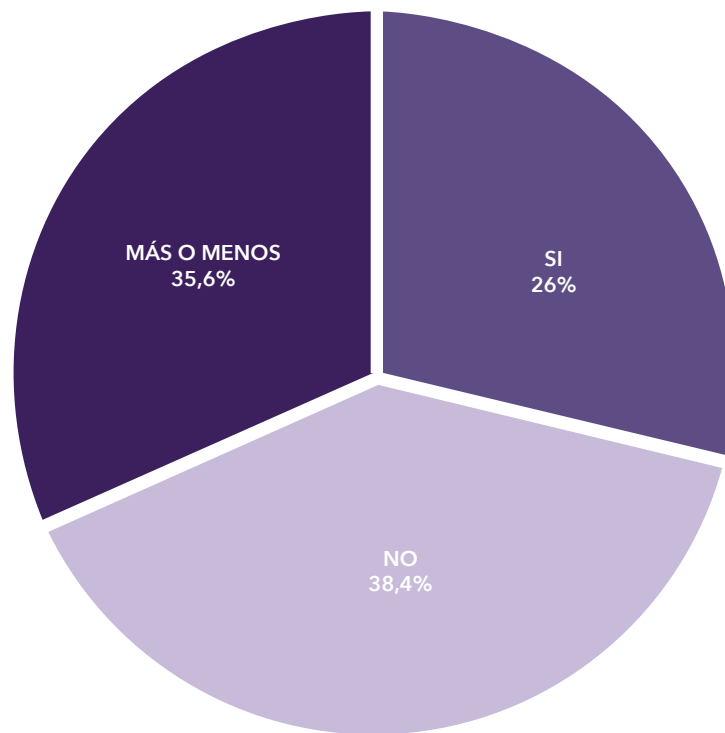
Conociendo el problema que viven las costureras y la posible solución que significan las buenas prácticas en la fabricación de ropa, se realizó una encuesta a 104 personas consumidoras de ropa en Chile, entre los 25 y 40 años, para saber su conocimiento sobre el tema. De los cuales 65 son mujeres, 37 hombres, y 2 personas que se identificaron de otro sexo.

## ¿DÓNDE COMPRAS TU ROPA?



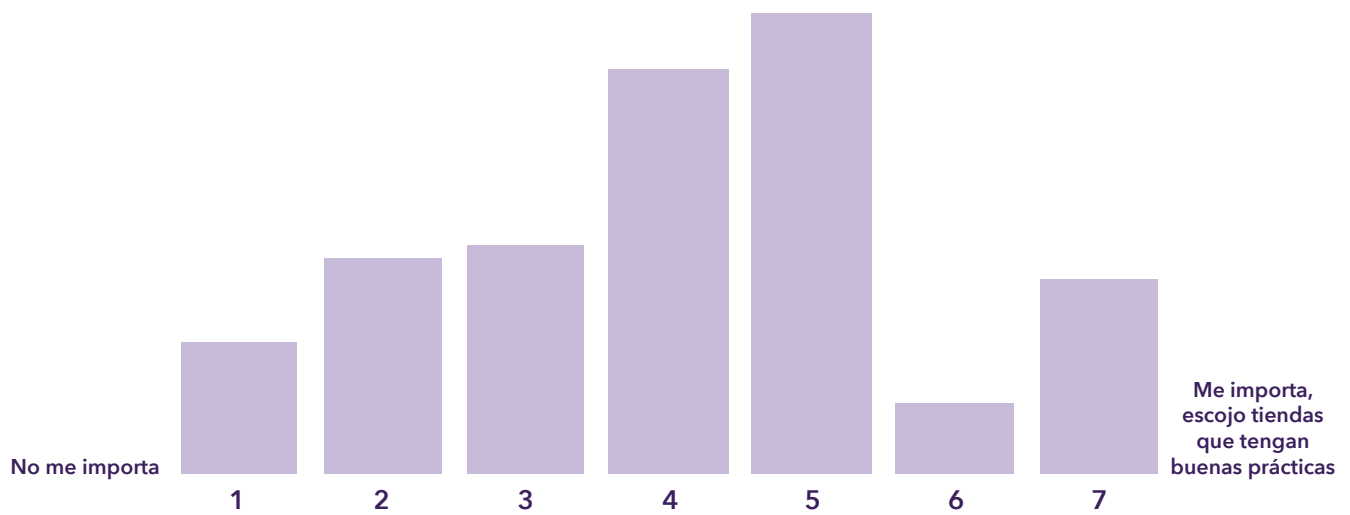
30 personas dijeron que solamente compran en retail, 8 personas compran sólo en slowfashion, 40 personas compran en ambas, pero más retail que slowfashion y 26 personas compran en ambas, pero más slowfashion que retail.

## ¿TIENES CONOCIMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA Y DE TRABAJO QUE TIENEN LAS TRABAJADORAS TEXTILES?



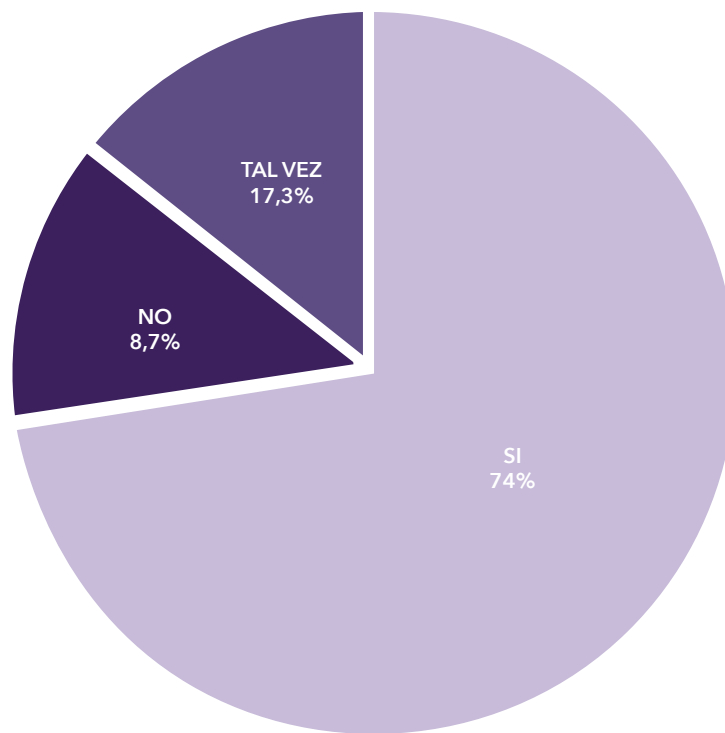
27 personas dijeron que si tienen conocimiento sobre la calidad de trabajo que tienen, 40 personas dijeron que no y 37 personas dijeron que más o menos.

## EN LA ESCALA DEL 1 AL 7, ¿QUÉ TANTA IMPORTANCIA LE DAS A LA CALIDAD DE VIDA QUE TIENEN LAS TRABAJADORAS TEXTILES QUE CONFECCIONAN PARA LAS TIENDAS DE ROPA?



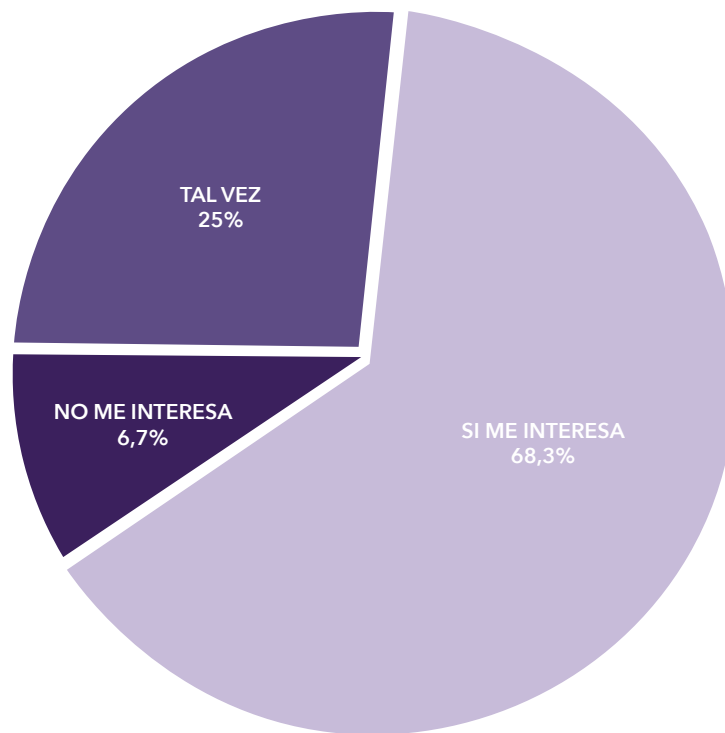
7 personas dijeron que le daban 1 de importancia, 13 personas le dieron un 2, 14 personas le dieron un 3, 25 personas le dieron un 4, 29 personas un 5, 4 personas un 6 y 12 personas un 7. Llegando a la conclusión que más de la mitad de los encuestados le importaba poco o nada.

## ¿TE GUSTARÍA QUE LAS MARCAS FUERAN MAS TRANSPARENTES CON LAS TRABAJADORAS QUE CONFECCIONAN LA ROPA?



77 personas dijeron que sí les gustaría, 9 personas dijeron que no les interesaría nada y 18 personas dijeron tal vez.

## ¿TE GUSTARÍA INFORMARTE SOBRE LAS CONDICIONES EN LAS QUE TRABAJAN LAS TRABAJADORAS TEXTILES?



71 personas dijeron que sí les interesa, 26 personas dijeron que tal vez podría interesarles, y 7 personas dijeron que no les interesa.

## **5.1** **CONCLUSIÓN ENCUESTA**

Los resultados de la encuesta muestran claramente que muchas personas compran en retail y que apenas tienen conocimiento sobre el proceso de confección que hay detrás de cada prenda. Habiendo mucha ignorancia e indiferencia hacia el tema en cuestión. Pero aún así, hubo muchas personas que sí les gustaría que las tiendas sean transparentes al respecto y así informarse sobre el problema. Por lo que para lograr entender esta problemática, hace falta conocerla.

## **5.2** **METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

Para la investigación del proyecto y su desarrollo, se hizo un levantamiento de información para así entender y profundizar en la problemática que viven las trabajadoras textiles hoy en día en Chile.

Ya teniendo conocimiento del tema, se utilizó la investigación cualitativa para entrevistar a 10 trabajadoras textiles que producen en su domicilio y confeccionan prendas completas para marcas de ropa. Todas ellas son perjudicadas económicamente, con una alta exigencia de rendimiento y sin ningún límite de horario. Esto se debe a que las tiendas venden ropa en grandes cantidades y por temporadas, por lo que la modista tiene que lograr un volúmen muy grande de prendas en poco tiempo, lo que provoca que trabaje mucho más de las horas legales. Sumado a esto, las marcas están acostumbradas a pagar poco por la confección de ropa al tener ellos el poder para negociar los precios.

Según María José Albert Gomez: “La entrevista de investigación es un método de recogida de datos muy utilizado en las ciencias sociales. Es considerada como el procedimiento más fiable para recoger información de la población, así como el más versátil y flexible. Es una técnica en la que una persona (entrevistador) solicita información de otra o un grupo de (entrevistados, informantes) para obtener datos sobre un problema determinado” (Albert, 2007, pág. 242).

Es por esto, que estas entrevistas fueron un paso fundamental durante el proceso, ya que ayudaron a comprobar la información recolectada durante toda la etapa de investigación.

Finalizando con la investigación, se llegó al concepto de buenas prácticas. En donde también se utilizó el método cualitativo para entrevistar dos distintas dueñas de marcas éticas y responsables con sus trabajadoras textiles.

Estas dos entrevistas fueron muy importantes para demostrar que sí existen marcas que si son responsables legal y socialmente con las trabajadoras y sus derechos.

Luego, se utilizó a investigación cuantitativa para hacer el cuestionario (encuesta). La cual, según María José Albert, se define como: "una técnica estructurada que permite la recogida rápida y abundante de información mediante una serie de preguntas" (Albert, 2007, pág 115).

La encuesta demostró claramente que muchas personas compran sin apenas tener conocimiento sobre el proceso de confección que hay detrás de cada prenda. Habiendo mucha ignorancia e indiferencia hacia el tema en cuestión.

# 6. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

## **6.1** PROBLEMA / OPORTUNIDAD

Revisando los antecedentes, se deduce que evidentemente las trabajadoras textiles en domicilio son **sobreexigidas laboralmente**, perjudicando su salud tanto física como psicológica. Sumado a esto, la persona consumidora de ropa chilena, **no tiene conocimiento de este problema**, por lo que también hay poco interés y motivación en comprar en tiendas de ropa que respeten los derechos de sus trabajadoras.

El problema sobre la explotación hacia las trabajadoras textiles en Chile, no es algo que se pueda cambiar de un día para otro. Pero si se cree, que ante esto, **es necesaria la visibilización de las buenas prácticas hacia las trabajadoras textiles** para que las personas reflexionen antes de comprar y puedan tomar buenas decisiones estando informadas sobre el tema.

## **6.2**

### **OBJETIVOS**

**OBJETIVO GENERAL:** Visibilizar las buenas prácticas en marcas de ropa que producen, confeccionen y comercialicen en Chile.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar y estudiar las malas y buenas prácticas laborales en la industria textil en Chile.

- Investigar y dar a conocer las formas de certificación en Chile.

- Difundir por medio de redes sociales, sobre las precarias condiciones laborales de las trabajadoras textiles chilenas, a través del contraste con las buenas prácticas.

- Diseñar un sistema de certificación y difusión de buenas prácticas para incentivar en las personas el consumo de moda ética y responsable con las trabajadoras textiles.

## **6.3** **PÚBLICO OBJETIVO / AUDIENCIA**

**La moda no tiene género ni edad**, ya que existen tiendas y marcas que tienen **distintos públicos, estilos y gustos**. Por lo que principalmente, esta industria va **dirigida a todas las personas capaces de comprar ropa**.

Chile es el país que más ropa consume en Sudamérica. En los últimos cinco años, el chileno ha aumentado un 80% su consumo de ropa, pasando de 13 a 50 prendas nuevas anuales, en promedio por persona (paiscircular, 2019).

El proyecto, que tiene como objetivo informar sobre las buenas prácticas y al mismo tiempo hacer reflexionar a las personas sobre quién confecciona las prendas que están vistiendo, **va dirigido a gente entre 25 y 60 años que son consumidoras de ropa en tiendas que producen en Chile**.

En específico, **son personas que se interesan por comprar moda ética y transparente**. Y que son más selectivas al momento de elegir la tienda en dónde comprar. **Prefieren marcas de confección chilena y de moda lenta**.

Se ha seleccionado este rango etario, ya que son individuos principalmente con un trabajo, por lo que tienen ingresos para comprar.

El **destinatario** de mi proyecto son **las costureras / modistas / confeccionistas de ropa**. Ya que si se da a conocer el contexto en el que ellas trabajan y se logra que las marcas y los consumidores cambien sus hábitos en cuanto a la moda, **las trabajadoras textiles pueden apuntar hacia una buena calidad de trabajo y a ser reconocidas por ello**.

## **6.4** **PROPUESTA CONCEPTUAL**

Sello de certificación para marcas de ropa con buenas prácticas hacia sus trabajadoras textiles, para así incentivar el consumo de moda responsable.

Utilizando un sitio web y redes sociales para entregar información y hacer difusión sobre el proyecto.

**EFFECTO:** Cambiar el hábito de consumo de las personas e incentivar a las marcas a ser más éticas y transparentes.

**IMPACTO:** Mejorar la calidad de trabajo de las trabajadoras textiles, a través de la visualización de las malas prácticas laborales.

## **6.5** ESTUDIO DE CASOS



Fig. 19  
(RockandPop, s/f)

## FASHION REVOLUTION

Es un movimiento que se creó en el Reino Unido por Carry Somers y Orsola de Castro, tras el derrumbamiento del edificio Rana Plaza en Dhacca, Bangladesh, el 24 de abril de 2013, en el que murieron 1.133 trabajadores de la industria textil.

Desde entonces, hacen una campaña anual, llamada Fashion Revolution Week en más de 100 países con el lema: **¿Quién hizo mi ropa?**. En donde invitan al consumidor a cuestionarse cómo son los procesos de producción de las marcas que consumen.

Con esta campaña no solo está el objetivo de concientizar al consumidor, si no también a que las marcas sean transparentes y muestren su cadena de valor y quienes están detrás de la ropa.

Para participar, la campaña invita a los consumidores a subir a sus redes sociales una foto con la prenda en donde se muestre la etiqueta de la marca, con el hashtag **#Quienhizomiropa**.

A este llamado, muchas marcas se sumaron al movimiento subiendo fotos de sus trabajadoras con el hashtag **#Yohiceturopa**.

Fashion Revolution se toma las redes sociales cada año, generando un gran impacto a nivel mundial. Promoviendo un concepto de moda más justa, segura, limpia y responsable. Generando así, una revolución de la moda (Fashion Revolution, 2019).



Fig. 20  
(Ventdouestimpression, s/f)

## VALOR DEL CASO

\_ El movimiento logra causar cuestionamiento en los consumidores sobre el proceso de producción de sus prendas.

\_ Genera motivación a las marcas a ser más transparentes con lo que hay detrás de la ropa.



Fig. 21  
(FrancaMagazine, 2022)

## COSTURERAS A TODA MÁQUINA

Es una cooperativa chilena que provee servicios de confección y diseño a través de una red de costureras domiciliarias.

Una cooperativa es una asociación de personas con un fin común, mejorar las condiciones de vida de sus participantes y comunidades por medio del apoyo mutuo.

Costureras a toda máquina busca ser un modelo de organización socialmente responsable y comprometida con sus clientes, que desarrolla soluciones textiles innovadoras de alta calidad y a un precio justo y razonable (Uribe, Franca Magazine, 2022).

La cooperativa trabaja en base a solicitudes de diseñadoras/es y pequeñas empresas que se posicionan desde la sostenibilidad.

Costureras a toda máquina apunta al reconocimiento del oficio partiendo desde una justa remuneración, plazos y escalas humanas de producción.

Luchan por una industria textil cuya forma de producción y consumo sea de acuerdo a la conservación de la naturaleza y con buenas condiciones laborales para todas las personas que trabajen en dicha industria (Cooperativa Costureras, 2022).



Fig. 22  
(CooperativaCostureras, 2022)

## VALOR DEL CASO

\_ Apuntan al reconocimiento del oficio con pagos justos y buenas condiciones laborales.



Fig. 23  
(Franca Magazine, 2022)

## FRANCA MAGAZINE

Es una plataforma online que nace en 2016, dónde buscan vivir la moda de una manera más consciente y justa para las personas y el planeta, donde la ética y la estética se encuentran para inspirar.

Buscan crear una comunidad, dónde sus principales objetivos son acompañar y conectar con las personas que quieran ser parte del cambio.

Dentro de su página web, tienen una vitrina dónde muestran distintas marcas que son sostenibles (Franca Magazine).

Las marcas que se encuentran dentro de esta vitrina son las que cumplen con los valores sostenibles presentados por Franca.

Algunos de esos valores son: producción local, hecho a mano, transparente, justo y ecoamigable.

El propósito de esta vitrina, es que el consumidor conozca marcas éticas y sostenibles para así saber dónde comprar (Franca Magazine).

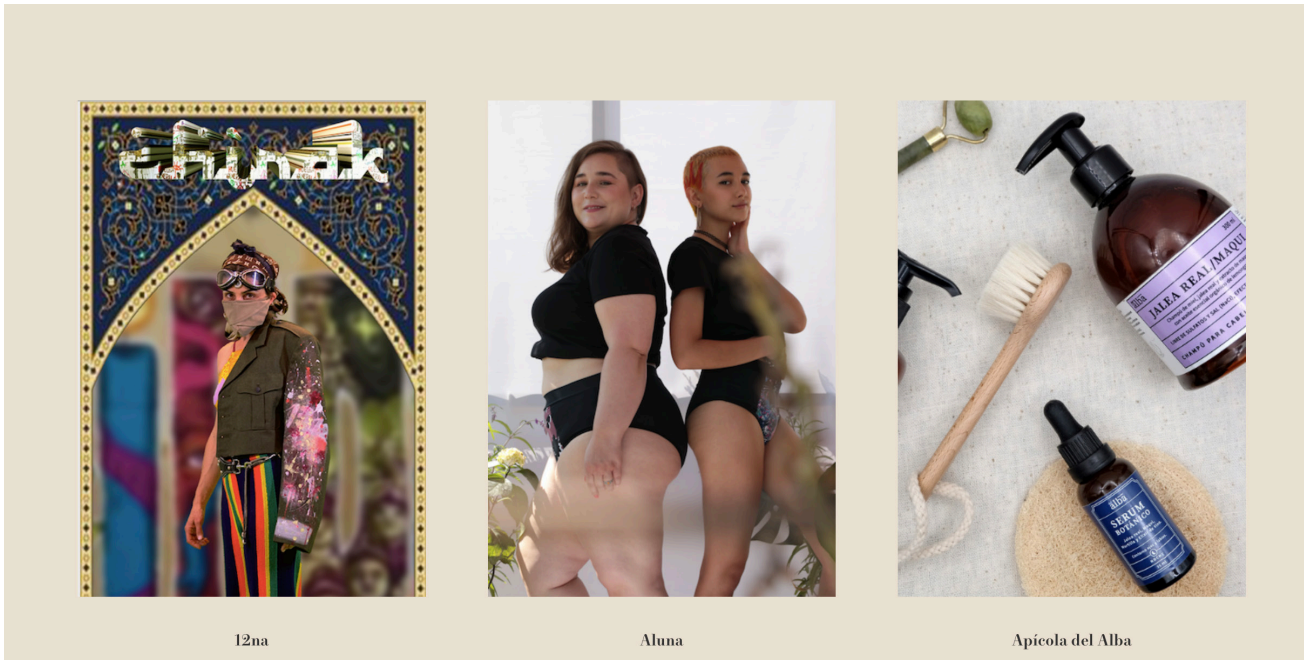


Fig. 24  
(Franca Magazine, 2022)

## VALOR DEL CASO

\_ Difunde marcas de buenas prácticas para que así el consumidor sepa dónde comprar de manera consciente.

# 7. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

## **7.1**

### **PROPUESTA FORMAL**

Siguiendo con lo desarrollado en la investigación, **el proyecto busca visibilizar y difundir las buenas prácticas hacia las trabajadoras textiles mediante un sello de reconocimiento.**

Los sellos y certificaciones se caracterizan por entregar confianza, transparencia y diferenciación a las marcas que puedan optar por este. **Para el proyecto se diseñó un sello, el cual es un reconocimiento a las marcas de ropa con confección chilena, que principalmente se caracterizan por tener buenas prácticas con sus trabajadoras textiles.** Este reconocimiento busca generar incentivos para la formalización del trabajo y generar condiciones de trabajo justas.

Adicionalmente, se diseñará una página web donde estará toda la información sobre el sello y se visibilizarán las marcas que lo obtengan.

Finalmente, todo se difundirá por medio de Instagram con el fin de publicar información sobre la problemática y a la vez visibilizar las buenas prácticas en marcas.

**ÉTICAS, ES UN SELLO QUE SE LE OTORGA A LAS MARCAS CON BUENAS PRÁCTICAS HACIA SUS TRABAJADORAS TEXTILES, CON EL FIN DE GENERAR RECONOCIMIENTO E INCENTIVOS A OTRAS MARCAS PARA LA FORMALIZACIÓN DEL TRABAJO.**

## **7.2** **SELLO Y PROCESO**

## PROCESO

Para el sello se tuvo un proceso por el que se pasó por distintos nombres, tipografías y diseños.

El primer acercamiento que se tuvo fue el nombre "Entre Fibras", haciendo referencia a lo que hay dentro de cada prenda que se confecciona. Se utilizó una tipografía redondeada para representar el movimiento de las telas al momento de coser.

Se descartó este nombre, ya que no representaba realmente el oficio ni a las marcas de buenas prácticas.

Para el segundo diseño que se hizo se utilizó el nombre "Íntegro", ya que se buscó un concepto para hacer referencia al proyecto.

También, se creó una trama textil para representar la unidad de las trabajadoras textiles y su trabajo.

En este caso, se eliminó el logo ya que el nombre no representaba el trasfondo del proyecto ni a las mujeres trabajadoras.

# ENTRE FIBRAS

PRODUCCIÓN TEXTIL ÉTICA

# ÍNTEGRO



En una tercera ocasión, se utilizó el mismo concepto anterior como nombre, pero en su conjugación en femenino y así representar a las mujeres del oficio.

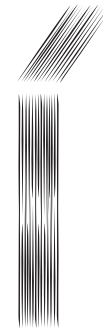
En este caso, se hizo un acercamiento a distintas texturas de los textiles y se dibujaron para representarlas en la letra "i".

Esta opción fue descartada, ya que la textura no funcionaba en tamaños pequeños. Y el nombre aún no representaba lo que se quería.

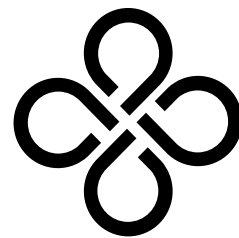
Finalmente, se llegó al nombre "Éticas", el cual resume en un solo concepto todos los valores del proyecto.

En este caso se hizo una abstracción de nudos textiles y se llegó a este isotipo. El cual tiene cuatro puntas, para así representar los cuatro pilares éticos del proyecto.

Se eliminó esta opción, ya que el isotipo no se entendía por sí solo, y eso dificultaba lo que se quería comunicar con el sello.



**ÍNTEGRAS**



**ÉTICAS**

## NAMING Y BAJADA FINAL

Para el naming se mantuvo el nombre mencionado anteriormente, el cual comunica de una manera sencilla y precisa la idea del proyecto.

Según la rae, la palabra ético/a es un adjetivo conforme a la moral. Es por esto que se seleccionó el nombre Éticas, utilizando su conjugación en femenino para hacer referencia a las mujeres trabajadoras del rubro.

Para la bajada se quiso utilizar una frase directa y fácil de entender para el consumidor. Transmitiendo el significado y propósito que tiene el sello.

**éticas**  
BUENAS PRÁCTICAS LABORALES

Luego de definir el nombre y la bajada del proyecto, se comenzó con el diseño del sello.

Para esto se buscaron distintos objetos característicos del trabajo textil. Entre ellos, los más comunes son el hilo y la máquina de coser.

Es por esto, que al rededor del sello se hicieron trazos con bordes redoneados para hacer referencia a las puntadas al momento de coser.

Luego, se le agregó el fondo circular de color para que estas "puntadas" estuvieran más integradas con el sello y se viera todo como una sola unidad.

Por último, para integrar la bajada dentro del sello, se colocó el texto siguiendo la forma del círculo y se incorporó con los trazos de la puntada.



## **7.3** PALETA CROMÁTICA

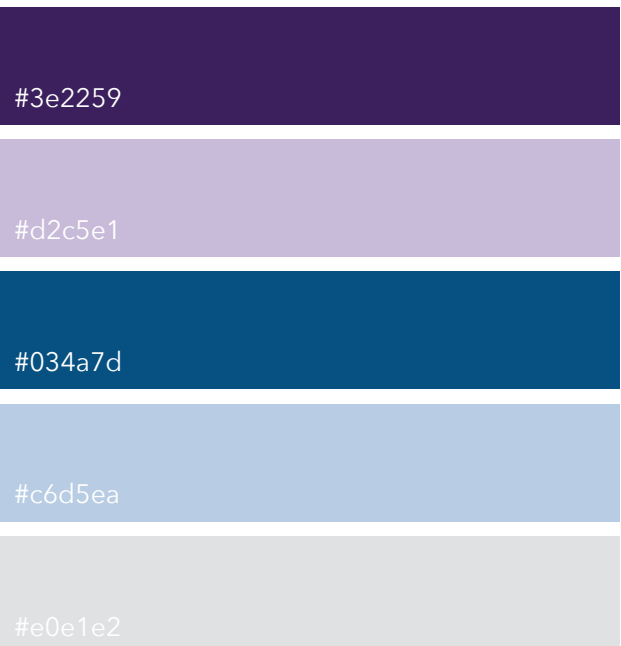
En cuanto a la paleta cromática, se ha seleccionado una fórmula de colores análoga, esto quiere decir que se encuentran cerca del círculo cromático.

Se eligió el color violeta (#3e2259), ya que en la industria textil trabajan en su mayor parte mujeres, siendo este color representativo de las mujeres y específicamente la lucha de las trabajadoras por la reivindicación de sus derechos.

Por otro lado, se ha utilizado el color azul (#034a7d), ya que es un color frío al igual que el violeta, logrando una combinación con mayor armonía.

Ambos colores se han usado en dos tonalidades para generar contraste y destacar.

Por último, se utilizó un gris claro (#e0e1e2) en el fondo de la página web para algunos detalles y fondos de publicaciones en Instagram.



## 7.4 TIPOGRAFÍA

Aa Aa Aa Aa  
 Aa Aa Aa Aa  
 Aa Aa Aa Aa  
 Aa Aa Aa Aa

Aa Aa Aa Aa  
 Aa Aa Aa Aa  
 Aa Aa Aa Aa  
 Aa Aa Aa Aa

En cuanto a la tipografía, para el logo y títulos se utilizó Brother 1816, diseñada por Fernando Díaz e Ignacio Corbo.

Es una tipografía fácil de leer y su naturaleza geométrica funciona para aplicaciones grandes que necesitan más personalidad, como marcas, titulares, carteles, etc.

Brother también ha sido especialmente diseñado para la web, lo que hace que funcione en tamaños pequeños y grandes en diferentes tipos de resoluciones de pantalla.

Para los textos de la página web y redes sociales se utilizó la tipografía Sofia Pro, diseñada por Olivier Gourvat.

Es una familia tipográfica sans geométrica, que juega con la armonía de sus curvas. Es redondeada, lo que hace que esta tipografía sea elegante, amigable y contemporánea.

Es ideal para utilizar en tamaños pequeños, adaptándose perfectamente a proyectos de todo tipo, como diseño web, subtítulos, cuerpos de texto, entre otros.

## **7.5** **TIPOLOGÍA DE IMÁGENES**

Las imágenes utilizadas en todo el proyecto fueron tomadas por cottonbro studio y se obtuvieron del banco de imágenes Pexels.com.

Algunas fotografías fueron intervenidas a tonalidades de blanco y negro, que representa lo invisibilizado de la temática además de expresar de una manera visual lo agotador y exigente de este trabajo.

En las redes sociales se usaron imágenes a color para hacer el contraste de las malas y buenas prácticas.

Además, a todas las imágenes se les puso el color #3e2259 de la paleta cromática con una opacidad del 20% para que exista una unión de todas las fotografías y el proyecto.



Fig. 25  
(CottonBroStudio, 2020)

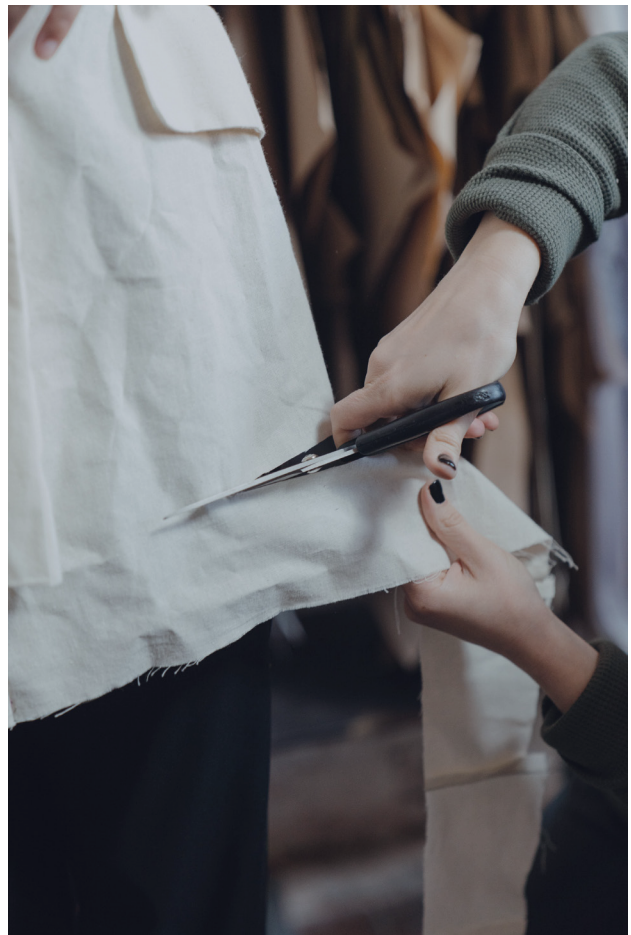


Fig. 26  
(CottonBroStudio, 2020)



Fig. 27  
(CottonBroStudio, 2020)

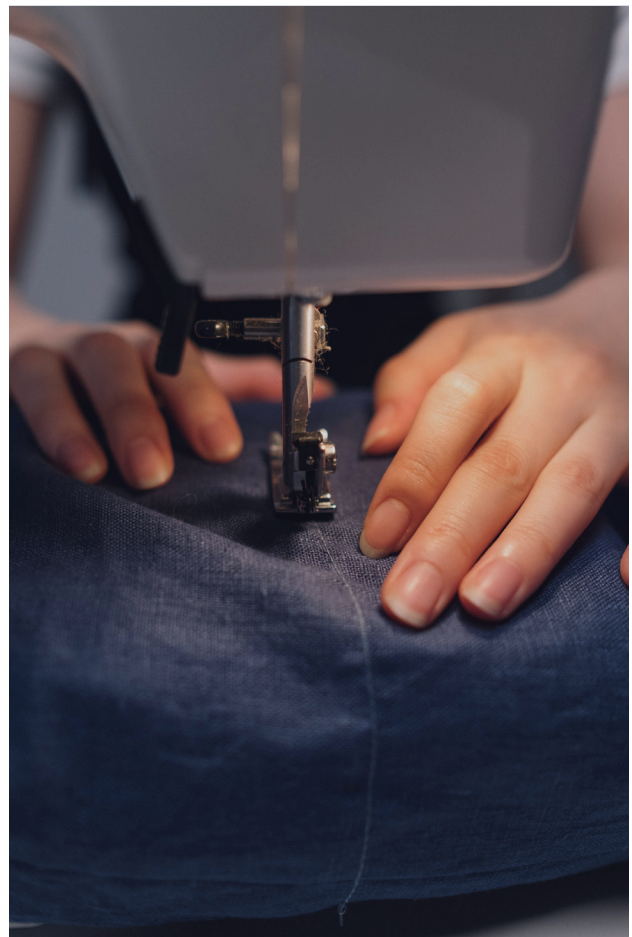


Fig. 28  
(CottonBroStudio, 2020)



Fig. 29  
(CottonBroStudio, 2020)

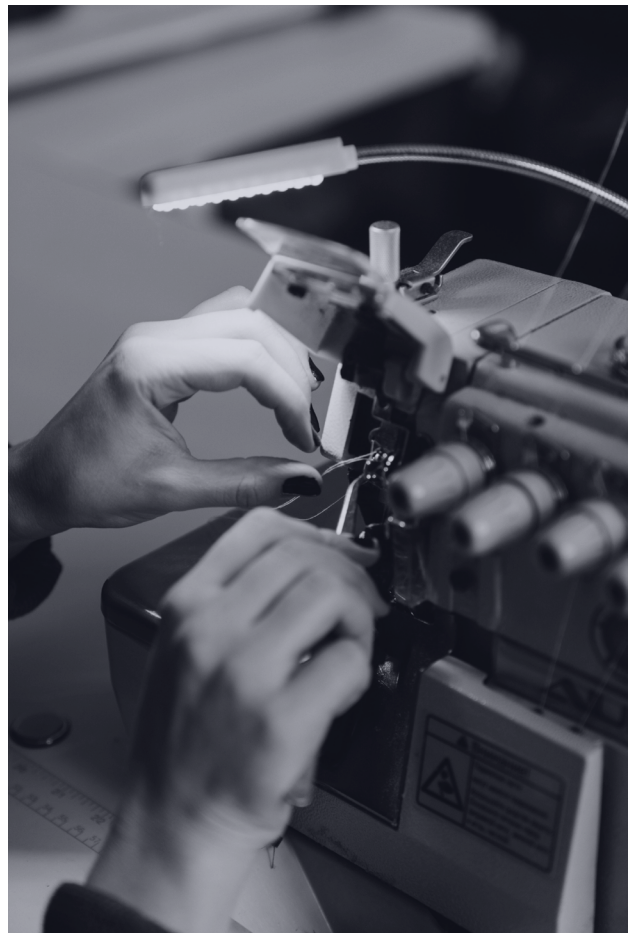


Fig. 30  
(CottonBroStudio, 2020)



Fig. 31  
(CottonBroStudio, 2020)

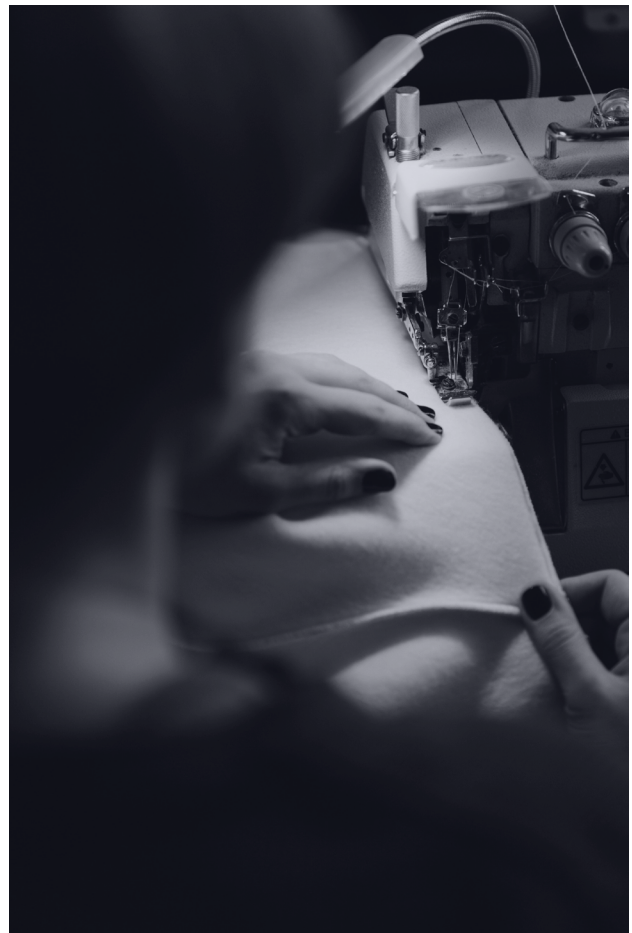


Fig. 32  
(CottonBroStudio, 2020)

## **7.6** **PÁGINA WEB**

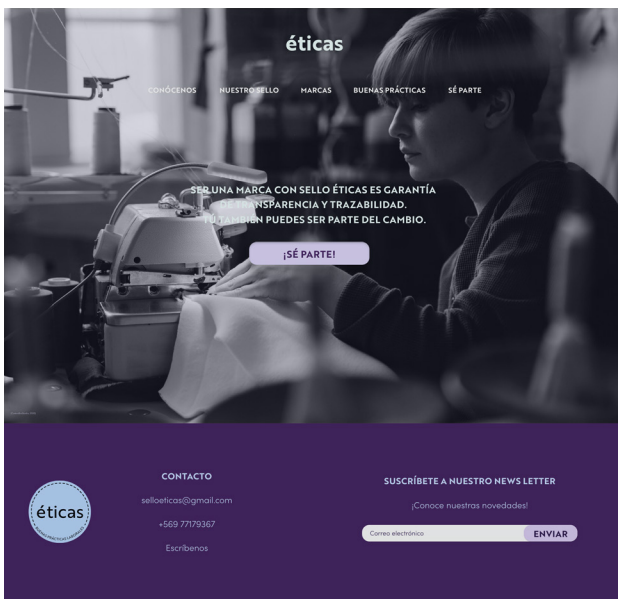
Se ha diseñado una página web para entregarle más información sobre el proyecto al usuario. En el sitio se encontrarán con la explicación detallada del proyecto y del sello, además de los requisitos y pasos para obtenerlo.

También hay una sección especialmente dedicada a las marcas que tienen el sello, para que así el usuario pueda ver cuáles realmente son éticas y saber dónde comprar su ropa.

Adicional a esto, se encuentra la información detallada sobre las buenas prácticas para que las personas se informen sobre cuáles son los pilares fundamentales del proyecto *éticas*.

Por último, en la web está la opción de inscribir marcas para la obtención del sello.

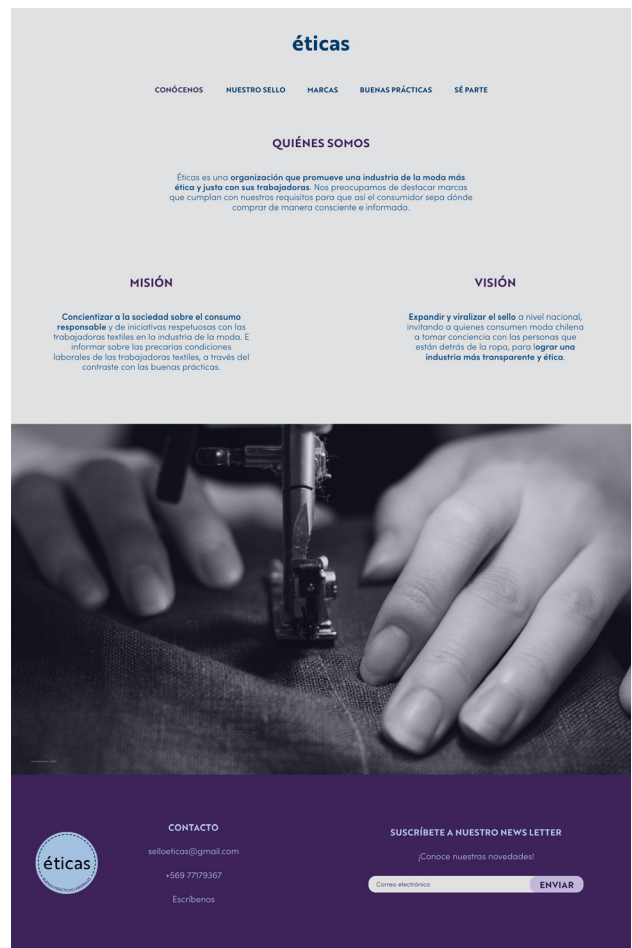
El sitio se diseñó en una versión para celulares adicional al modo web, para que así sea más alcanzable y más cómodo de visitar para el usuario.



Al abrir la página web la página de inicio cuenta con un menú principal del contenido que se encuentra dentro del sitio.

También, se puede ver un frase sobre el sello junto con un botón que lleva a la sección dónde las marcas pueden optar por el sello.

En la parte inferior, se encuentra el footer con la información de contacto y con la opción de ingresar el mail para unirse al newsletter.



Luego, al hacer click en la sección "conócenos" se encuentra la información de la organización y su objetivo, además de la misión y visión del proyecto.

**éticas**

CONÓCEMOS NUESTRO SELLO MARCAS BUENAS PRÁCTICAS SÉ PARTE

**NUESTRO SELLO**



Nuestro sello es un reconocimiento a las marcas de ropa con confección chilena, que principalmente se caracterizan por ser éticas y de buenas prácticas con sus trabajadoras textiles y que cumplen adecuadamente con todos los requisitos necesarios para la obtención del sello. Este reconocimiento se traduce en una posición privilegiada en el mercado. El sello busca generar incentivos a otras marcas para la formalización del trabajo y generar condiciones de trabajo justas.

**REQUISITOS**

1. Se respeta jornada laboral legal establecido en Chile.
2. Se mantiene un trabajo formal con las trabajadoras textiles, ya sea por medio de boletas de honorarios o contrato.
3. La marca hace seguimiento de todo el proceso de producción y confección.
4. Remuneración a sus trabajadoras del sueldo mínimo en Chile (\$400.000)

**¿CÓMO OBTENERLO?**

1. Solicitarlo a través de la página web de Éticas y completar un formulario de diagnóstico de cumplimiento, que será revisado por la Dirección del Trabajo.
2. Se solicita el primer pago a la empresa para comenzar con el estudio de marca.
3. Luego, se les enviará un formulario de diagnóstico opcional a las trabajadoras textiles de la marca donde se les solicitará la declaración de sus condiciones laborales.
4. El equipo de la Dirección del Trabajo irá presencial al lugar de trabajo de algunas trabajadoras de la marca, para ver que realmente se cumplen todos los requisitos.
5. Una vez que la marca ha confirmado cumplir con los requisitos, se firma un acuerdo de confidencialidad y un contrato legal que autoriza el uso del sello Éticas.
6. Por último las empresas deben cancelar el valor de la certificación. Y así se da por completado el proceso y se realiza campaña de lanzamiento en redes sociales.

**BENEFICIOS**

La certificación ofrece a las marcas la oportunidad de mejorar su posición en el mercado, ya que destacan dentro de la gran competencia en la industria de la moda. Permite a las marcas demostrar sus buenas prácticas y así entregarle al consumidor seguridad y confianza al momento de comprar.

**SER UNA MARCA CON SELLO ÉTICAS ES GARANTÍA DE TRANSPARENCIA Y TRAZABILIDAD. TÚ TAMBIÉN PUEDES SER PARTE DEL CAMBIO.**

**¡SÉ PARTE!**

**CONTACTO**  
 selloeticas@gmail.com  
 +569 77173367  
 Escribebenos

**SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWS LETTER**  
 ¡Conoce nuestras novedades!  
 Correo electrónico  **ENVIAR**

**éticas**

CONÓCEMOS NUESTRO SELLO MARCAS BUENAS PRÁCTICAS SÉ PARTE

**MARCAS CON NUESTRO SELLO**  
 ENCUENTRA LAS MARCAS DE MODA ÉTICAS Y TRANSPARENTES



**CONTACTO**  
 selloeticas@gmail.com  
 +569 77173367  
 Escribebenos

**SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWS LETTER**  
 ¡Conoce nuestras novedades!  
 Correo electrónico  **ENVIAR**

A continuación, se encuentra la sección “nuestro sello” donde podemos ver la información sobre este, los requisitos, los pasos para obtenerlo y los beneficios.

Mientras en la sección “marcas” se muestran las marcas que son parte del sello. Al hacer click en cada una de ellas lleva a la página web de cada marca.



CONÓCEMOS    NUESTRO SELLO    MARCAS    BUENAS PRÁCTICAS    SÉ PARTE

**¿QUÉ SON LAS BUENAS PRÁCTICAS?**

NUESTROS PILARES FUNDAMENTALES

**TRANSPARENCIA**



Uno de los aspectos fundamentales de la producción responsable es la transparencia, la cual en la industria de la moda significa compartir información sobre las cadenas de suministro, las prácticas comerciales y los impactos de estas prácticas en los trabajadores, las comunidades y el medio ambiente.

Esto quiere decir que las marcas son completamente honestas al mostrar todo lo que hay detrás de su marca, compartiendo las prácticas que ellas establecen, y cómo estas afectan a los trabajadores y al medio ambiente. Se destaca la transparencia como uno de los puntos claves para responsabilizar a las marcas por el impacto ambiental que generan y detectar las vulneraciones a los derechos humanos en las que puede incurrir dentro de sus cadenas de suministros.

**TRAZABILIDAD**



Otro concepto importante para entender la moda de la producción es la capacidad de reconstruir el proceso de creación de un producto desde su origen. Se identifican qué artículos lo componen y en qué proporciones, además de conocer las materias primas involucradas y de dónde se obtuvieron.

Por lo que la trazabilidad es una práctica clave al querer producir de manera responsable. Ya que, se tiene seguimiento de todo lo que hay detrás de una prenda, desde el material utilizado hasta la persona que lo confeccionó. Es tener conocimiento y control de cada una de las partes del proceso de producción de una prenda.

**COMERCIO JUSTO**



Otra de las buenas prácticas, es el Comercio Justo. Esto es una forma alternativa de consumo que busca fomentar el desarrollo sostenible, garantizar las mejores condiciones en los tratos comerciales y respetar los derechos fundamentales de las personas productoras y trabajadoras. El consumidor puede tener la certeza de que aquellas prendas o productos que poseen el sello 'Fair Trade' o de Comercio Justo han sido producidos en condiciones laborales dignas y comprados bajo un precio justo.

Según comerciojusto.org, el comercio justo es: "Un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente."

**MODA ÉTICA**



El último concepto es la moda ética, la cual es una parte de la industria de la moda que apunta a reducir su impacto negativo en el ambiente, en los animales y en las personas que cohabitan este planeta. La moda ética se basa en el respeto de los derechos de los trabajadores y busca fomentar el desarrollo de las comunidades locales.

CONTACTO

selloeticas@gmail.com


+569 77179367

Escribenos

SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWS LETTER

(Conoce nuestras novedades!)

Correo electrónico




CONÓCEMOS    NUESTRO SELLO    MARCAS    BUENAS PRÁCTICAS    SÉ PARTE

**INSCRIBIR MI MARCA**

EN ÉTICAS DAMOS VISIBILIDAD A MARCAS DE MODA REALMENTE DE BUENAS PRÁCTICAS CON SUS TRABAJADORAS.

Nuestro sello apuesta por una industria de la moda más ética, con más transparencia y menos lavado de imagen. Buscamos generar incentivos para la formalización del trabajo y generar condiciones justas.

**Tú también puedes ser parte de este cambio.**



Completa este formulario y nos contactaremos contigo para enviarte el diagnóstico y así comenzar el proceso de certificación.

**INFORMACIÓN SOBRE EL REPRESENTANTE**

BUT DE LA EMPRESA


RAZÓN SOCIAL

NOBRE DEL REPRESENTANTE

APELLIDO DEL REPRESENTANTE

CORREO

NÚMERO DE TELEFONO



CONTACTO

selloeticas@gmail.com

+569 77179367

Escribenos

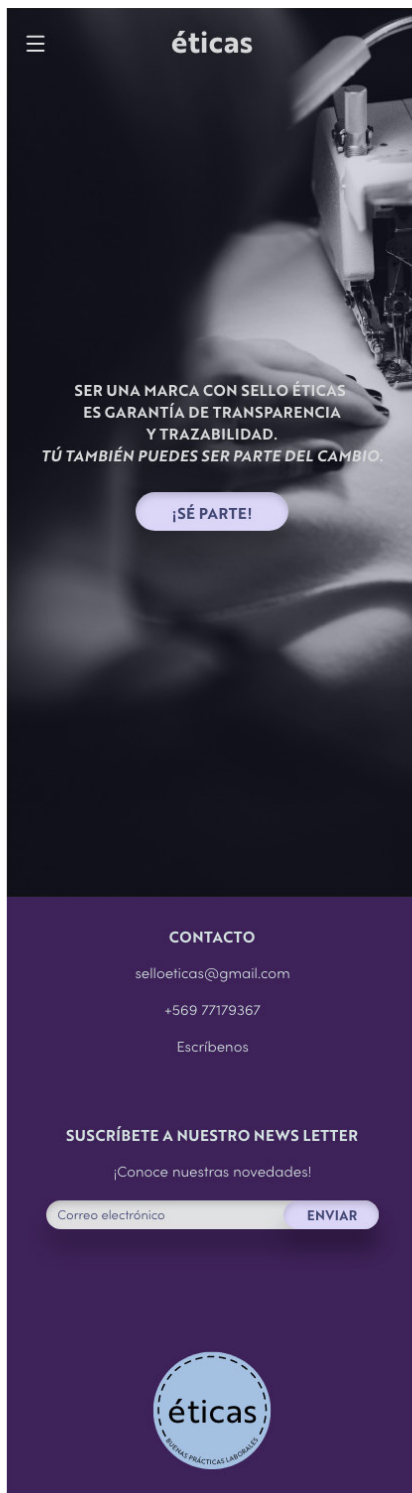
SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWS LETTER

(Conoce nuestras novedades!)

Correo electrónico

Luego, al abrir la sección "buenas prácticas" se encuentran los cuatro pilares fundamentales del proyecto, para que el consumidor conozca las características que tienen las marcas con el sello.

Finalmente, la última sección "sé parte" se solicita la información de las marcas que quieren obtener el sello para así enviarles el formulario de diagnóstico y comenzar el proceso de certificación.



ÉTICAS

SER UNA MARCA CON SELLO ÉTICAS  
ES GARANTÍA DE TRANSPARENCIA  
Y TRAZABILIDAD.  
TÚ TAMBIÉN PUEDES SER PARTE DEL CAMBIO.

¡SÉ PARTE!

CONTACTO

selloeticas@gmail.com



+569 77179367

Escríbenos

SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWS LETTER

¡Conoce nuestras novedades!

Correo electrónico ENVIAR



ÉTICAS

QUIÉNES SOMOS

Éticas es una organización que promueve una industria de la moda más ética y justa con sus trabajadoras. Nos preocupamos de destacar marcas que cumplan con nuestros requisitos para que así el consumidor sepa dónde comprar de manera consciente e informada.

MISIÓN

Concientizar a la sociedad sobre el consumo responsable y de iniciativas respetuosas con las trabajadoras textiles en la industria de la moda. E informar sobre las precarias condiciones laborales de las trabajadoras textiles, a través del contraste con las buenas prácticas.

VISIÓN

Expandir y viralizar el sello a nivel nacional, invitando a quienes consumen moda chilena a tomar conciencia con las personas que están detrás de la ropa, para lograr una industria más transparente y ética.



CONTACTO

selloeticas@gmail.com

+569 77179367

Escríbenos

SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWS LETTER


¡Conoce nuestras novedades!


Correo electrónico ENVIAR





☰ **éticas**


**MARCAS CON NUESTRO SELLO**  
ENCUENTRA LAS MARCAS DE MODA ÉTICAS Y TRANSPARENTES


  
VISITA SU SITIO WEB


  
VISITA SU SITIO WEB


  
VISITA SU SITIO WEB


  
VISITA SU SITIO WEB


  
VISITA SU SITIO WEB

  
VISITA SU SITIO WEB

  
VISITA SU SITIO WEB

  
VISITA SU SITIO WEB


  
VISITA SU SITIO WEB

  
VISITA SU SITIO WEB

**CONTACTO**  
selloeticas@gmail.com  
+569 77179367  
Escribenos

**SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWS LETTER**  
¡Conoce nuestras novedades!


Correo electrónico



☰ **éticas**

**INSCRIBIR MI MARCA**  
EN ÉTICAS DAMOS VISIBILIDAD A MARCAS DE MODA REALMENTE DE BUENAS PRÁCTICAS CON SUS TRABAJADORAS

Nuestro sello apuesta por una industria de la moda más ética, con más transparencia y menos lavado de imágenes. Buscamos generar incentivos para la formalización del trabajo y generar condiciones justas.  
*Tú también puedes ser parte de este cambio.*



Completa este formulario y nos contactaremos contigo para enviarte el diagnóstico y así comenzar el proceso de certificación.

**INFORMACIÓN SOBRE EL REPRESENTANTE**

RUT DE LA EMPRESA

RAZÓN SOCIAL

NOMBRE REPRESENTANTE

APELLIDO REPRESENTANTE


CORREO

NÚMERO DE TELÉFONO

**CONTACTO**  
selloeticas@gmail.com  
+569 77179367  
Escribenos

**SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWS LETTER**  
¡Conoce nuestras novedades!

Correo electrónico

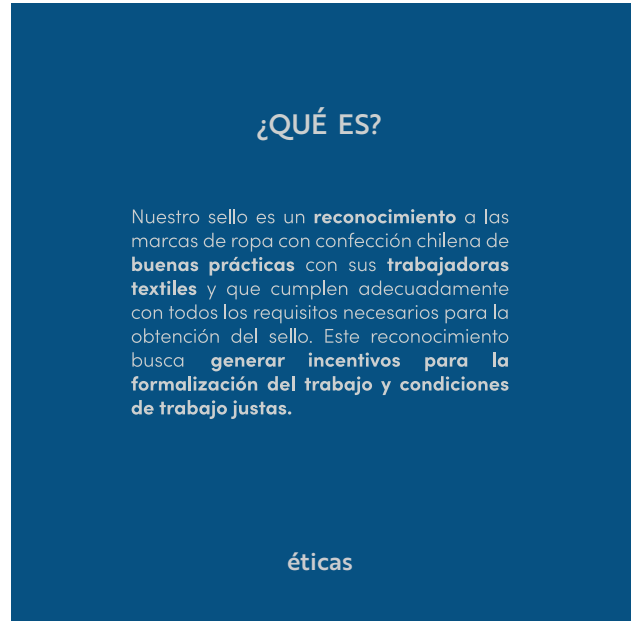


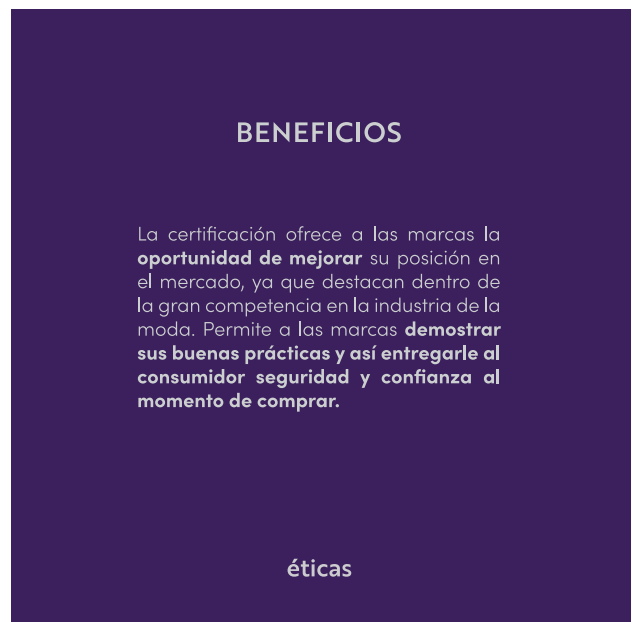
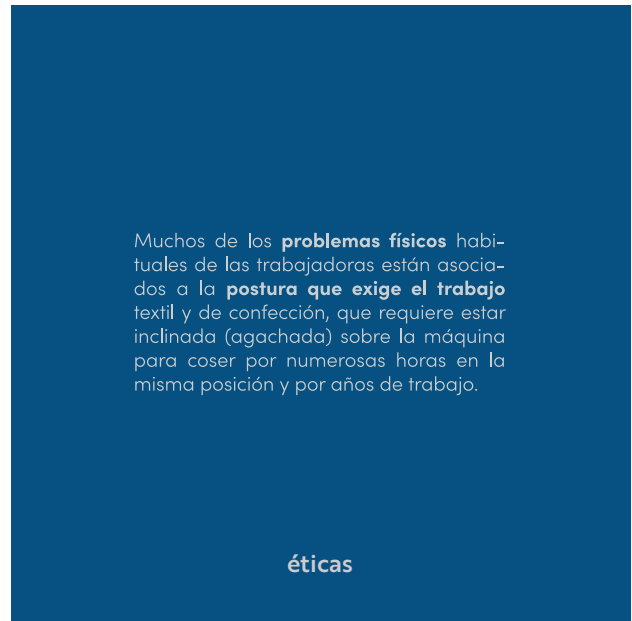
## **7.7** **REDES SOCIALES**

Se ha utilizado la red social instagram para la difusión del proyecto.

Se creó un perfil llamado @selloeticas, con la finalidad de informar y difundir, además de que el usuario tenga la posibilidad de interactuar con este mediante preguntas, comentarios, recomendaciones, etc.

Dentro del perfil hay información sobre la problemática, el sello y las buenas prácticas.







Otro **factor de riesgo** al trabajar en este rubro es la **inestabilidad económica** y los bajos salarios que se producen. Esto se da porque **las marcas desvalorizan** el trabajo que realizan las confeccionistas de ropa. Además, **la ganancia mensual de las trabajadoras siempre es relativa**, ya que depende de la cantidad de pedidos que les hagan.

éticas



Con el sello de certificación **se busca incentivar a las marcas** a que sean **responsables con las condiciones laborales** de sus trabajadoras textiles. Que se den cuenta que **a muchos consumidores si les importa saber en que condiciones trabajan las personas que hacen su ropa** y así tengan el incentivo de obtener el sello éticas.

éticas

Para la gráfica de la página web y las redes sociales se diseñó una imagen corporativa, debido a la formalidad del proyecto.

Los diseños se hicieron de una forma legible, utilizando solamente imágenes y textos, para que así el consumidor logre entender la información que se está entregando.

Con esta identidad visual, se quiere comunicar la seriedad e importancia que tiene el proyecto, respondiendo también a los valores y principales características de este.

# 8. TESTEO Y VALIDACIÓN

Con mas de 1.200 millones de usuarios, Instagram es una de las redes sociales mas grandes del mundo.

*“Un estudio de comparación de Sprout Social de 2019 mostró que Instagram tiene una tasa de interacción promedio de 1.60 por ciento por publicación en comparación con el 0.09 por ciento de Facebook. Esto indica que un post diseñado para que la audiencia interactúe obtiene más clics, impresiones y visitas en Instagram que en Facebook” (Tapia, 2022).*

Esta plataforma digital permite a las personas interactuar con perfiles mediante comentarios, dar me gusta, compartiendo publicaciones, etc.

Es por esto, que para la difusión del proyecto se creó una cuenta de Instagram con el fin de publicar información sobre la problemática, y a la vez visibilizar las buenas prácticas en marcas.

También, para testear el sello, se diseñó una etiqueta con el logo y un código qr que lleva directamente al Instagram de Éticas. Este código se hizo en qr.io, el cual da la opción de ver la cantidad de escaneos que se han obtenido.

Se seleccionó una tienda que cumpla con los pilares fundamentales del proyecto para colgar la etiqueta en sus prendas y así ver cómo reacciona el consumidor.



Fig. 33  
(Elaboración propia, 2022)



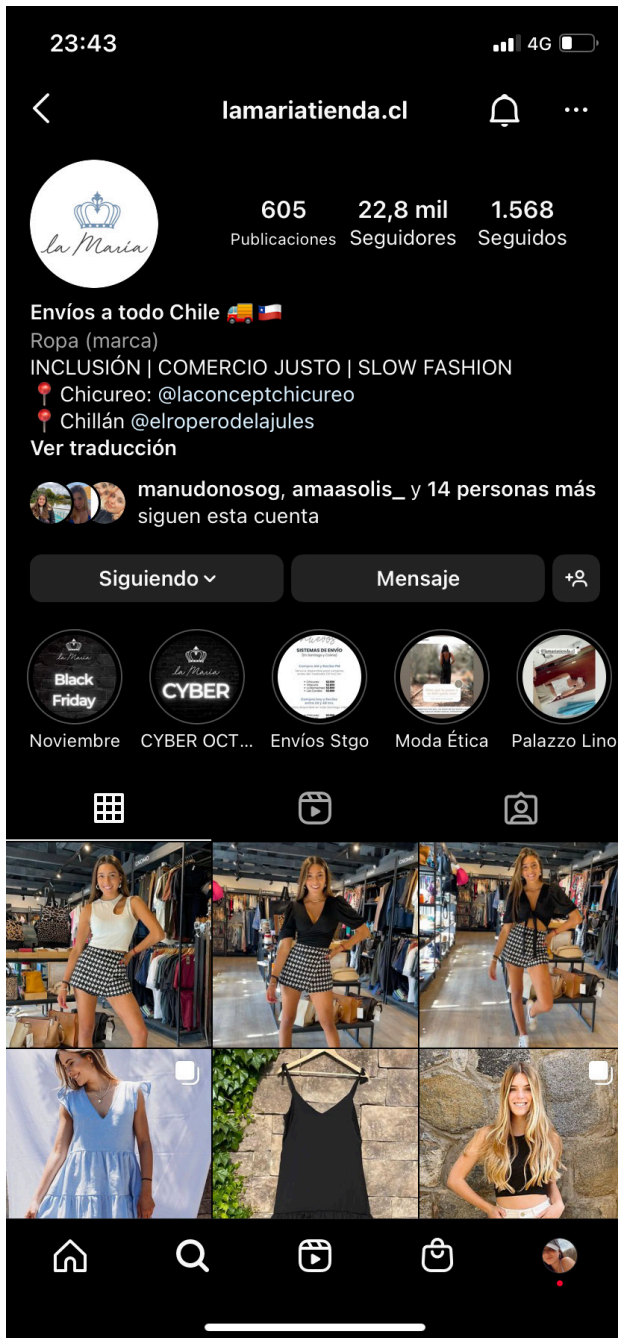
Fig. 34  
(Elaboración propia, 2022)



Fig. 35  
(Elaboración propia, 2022)



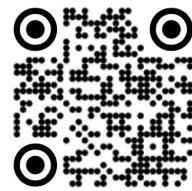
Fig. 36  
(Elaboración propia, 2022)



La marca que se seleccionó para el testeo es “La María Tienda”, por ser de moda lenta y comercio justo. Es por esto que se ha elegido, ya que sigue con los pilares fundamentales de este proyecto.

El Instagram de la marca cuenta con más de 22.800 seguidores, abarcando un gran público interesado en las buenas prácticas laborales.

Las etiquetas fueron colgadas el día 24 de noviembre en todas las prendas de la marca, en su tienda de Chicureo. Y hasta el día 1 de diciembre se obtuvieron 21 escaneos, logrando llegar a 117 seguidores en Instagram en siete días.



ÉTICAS  

URL  
Actualizado 24 November 02:35, 2022

 21 Escaneos

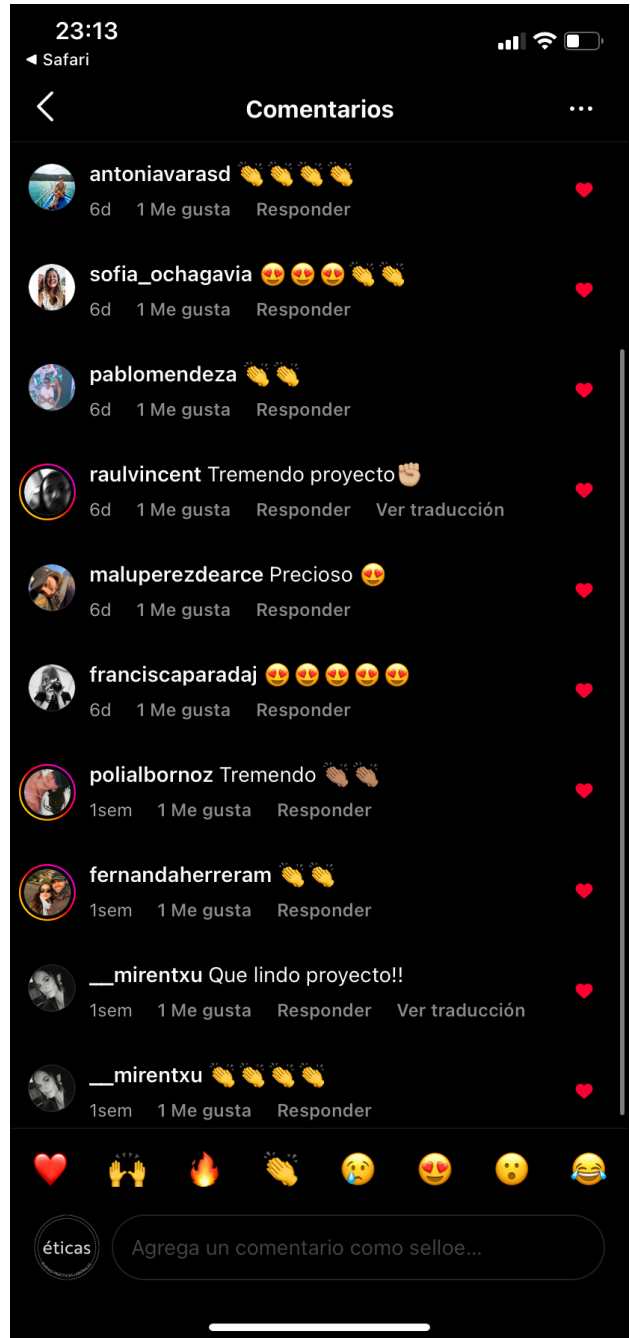
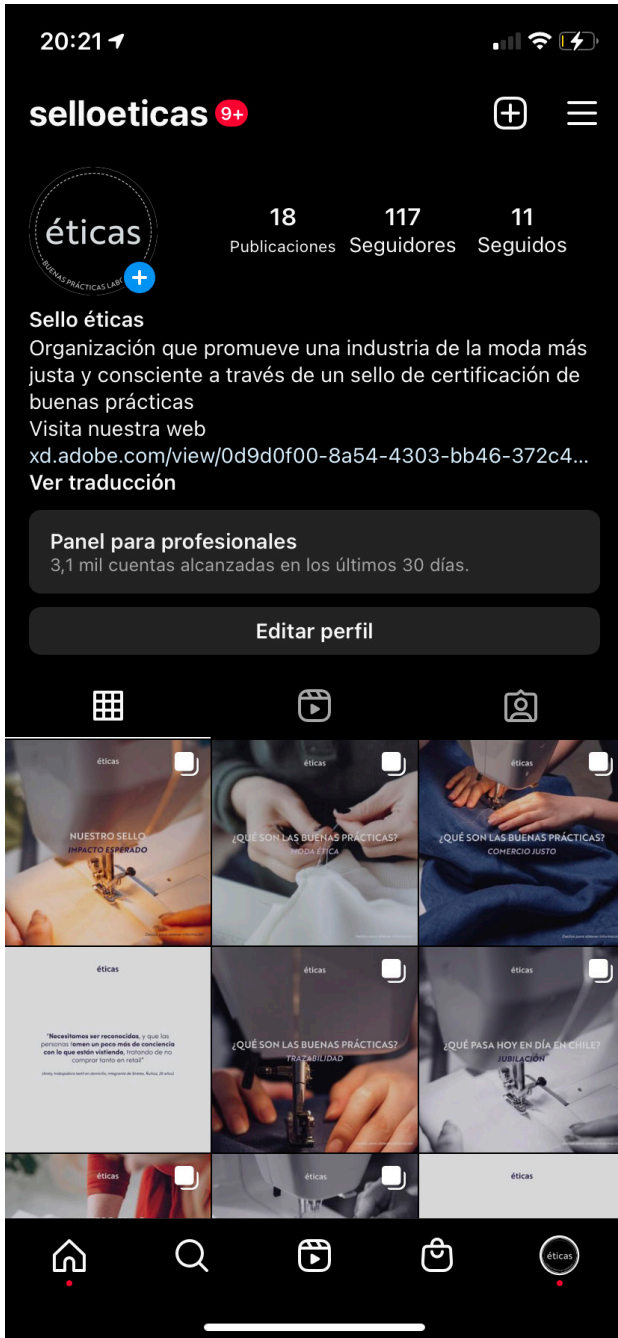
 Editar Contenido

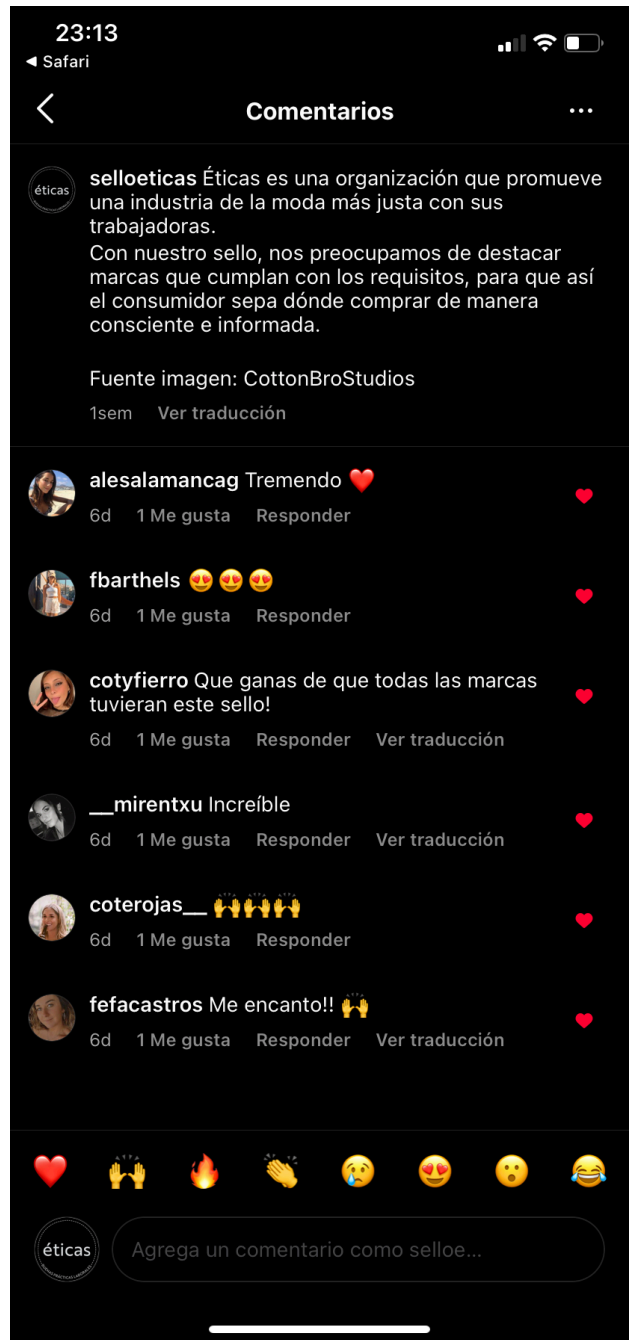
 Editar Color y Forma

 Archivar

 qr.codes/nSVdFX  
[https://www.instagram.co...](https://www.instagram.com/lamariatienda.cl)

Descargar





En las imágenes se muestran algunos de los registros de la cantidad de actividad relacionada con el proyecto.

En cuanto a la etiqueta, los consumidores de la marca se mostraron con interés en el sello ya que se alcanzaron varios escaneos, logrando que vean el contenido de Instagram.

Las redes sociales también tuvieron un gran resultado y respuesta del público, ya que se obtuvieron muy buenos comentarios sobre el proyecto y se logró tener una cantidad adecuada de seguidores.

## **8.1** APOYO DE ORGANIZACIÓN Y COOPERATIVA

Al momento de crear una ONG y un sello de certificación de este tipo es muy importante estar bien posicionado para contar con una mayor credibilidad y confianza. Es por esto que se contactó con Beatriz O'Brien, gerenta de Costureras a toda máquina y coordinadora de Fashion Revolution Chile, para solicitar el apoyo de ambas organizaciones en cuanto al proyecto.

El hecho de que el proyecto cuente con estas entidades como base de validación le da jerarquía al sello Éticas, ya que ambas organizaciones tienen una gran trayectoria en el ámbito laboral textil, destacándose en la producción ética y en promover una moda sostenible y justa.

# 9. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

ÍTEM	COSTO (CLP \$)	
Programador página web	\$2.000.000	Único
Sueldo community manager	\$600.000	Mensual
Sueldo diseñador	\$800.000	Mensual
Sueldo fiscalizador	\$480.000	Mensual
Sueldo equipo comercial	\$1.000.000	Mensual
Sueldo equipo TI	\$800.000	Mensual
Pago abogado	\$2.500.000	Único
Inscripción marca INAPI	\$61.157	Único
Publicidad RRSS	\$30.000	Mensual
Impresión etiquetas	\$30.000	Mensual
Computador	\$700.000	Único
<hr/>		
Costos operacionales año 1	\$50.141.157	

Costos operacionales mensuales	\$3.740.000
Costos operacionales anuales	\$44.880.000
Costos únicos	\$5.261.157

## COSTO SELLO PARA MARCAS

TRAMO DE VENTA	VENTAS ANUALES	PAGO PRIMER ABONO	VALOR RESTANTE
Tramo 1	0-5 Millones	1 UF	2,7 UF
Tramo 2	5-30 Millones	1,5 UF	3,8 UF
Tramo 3	30-150 Millones	2,1 UF	6,4 UF
Tramo 4	150-500 Millones	3,5 UF	8,8 UF
Tramo 5	500-1.000 Millones	5,1 UF	11 UF
Tramo 6	1.000 Millones +	7,5 UF	14 UF

\*Valor UF: \$34.823

## SUPUESTO AÑO 1 MARCA NUEVA

TRAMO DE VENTA	CIERRES CON MARCAS	PRIMER ABONO	VALOR RESTANTE
Tramo 1	25	25 UF	67,5 UF
Tramo 2	20	30 UF	76 UF
Tramo 3	10	21 UF	64 UF
Tramo 4	4	14 UF	35,2 UF
Tramo 5	2	10,2 UF	22 UF
Tramo 6	1	7,5 UF	14 UF
	62	\$3.750.437	\$8.822.882

Ingresos año 1	\$12.573.319	Costos operacionales	\$44.880.000
Utilidad	<b>\$-32.306.681</b>		

## SUPUESTO AÑO 2 MARCAS NUEVAS

TRAMO DE VENTA	CIERRES CON MARCAS	PRIMER ABONO	VALOR RESTANTE
Tramo 1	35	35 UF	94,5 UF
Tramo 2	25	37,5 UF	95 UF
Tramo 3	15	31,5 UF	96 UF
Tramo 4	6	21 UF	52,8 UF
Tramo 5	4	20,4 UF	44 UF
Tramo 6	3	22,5 UF	30,5 UF
	88	\$6.431.460	\$15.812.428

Ingresos año 2	\$22.243.888
----------------	--------------

## SUPUESTO AÑO 2 MARCAS REPETIDAS

TRAMO DE VENTA	CIERRES CON MARCAS	PRIMER ABONO	VALOR RESTANTE
Tramo 1	20	20 UF	54 UF
Tramo 2	18	27 UF	68,4 UF
Tramo 3	8	16,8 UF	51,2 UF
Tramo 4	4	14 UF	35,2 UF
Tramo 5	2	10,2 UF	22 UF
Tramo 6	1	7,5 UF	14 UF
	53	\$3.325.597	\$8.524.670

Ingresos año 2	\$11.850.267	Costos operacionales	\$44.880.000
Utilidad	\$-10.785.845		

\*La utilidad fue calculada sumando el ingreso año 2 marcas nuevas e ingreso año 2 marcas repetidas menos los costos operacionales anuales.

SUPUESTO AÑO 3 MARCAS NUEVAS

TRAMO DE VENTA	CIERRES CON MARCAS	PRIMER ABONO	VALOR RESTANTE
Tramo 1	40	40 UF	108 UF
Tramo 2	30	45 UF	114 UF
Tramo 3	20	42 UF	128 UF
Tramo 4	7	24,5 UF	61,6 UF
Tramo 5	5	25,5 UF	55 UF
Tramo 6	4	30 UF	54 UF
	106	\$8.722.117	\$21.935.913
Ingresos año 3	\$30.658.030		

SUPUESTO AÑO 3 MARCAS REPETIDAS

TRAMO DE VENTA	CIERRES CON MARCAS	PRIMER ABONO	VALOR RESTANTE
Tramo 1	40	40 UF	108 UF
Tramo 2	35	52,5 UF	133 UF
Tramo 3	22	46,2 UF	140,8 UF
Tramo 4	6	21 UF	52,8 UF
Tramo 5	4	20,4UF	44 UF
Tramo 6	2	15 UF	28 UF
	53	\$6.793.967	\$17.641.332
Ingresos año 3	\$24.435.299	Costos operacionales	\$44.880.000
Utilidad	\$10.213.329		

Suponiendo que el proyecto crecerá a una tasa del 10% anual, estas son las utilidades esperadas en los siguientes años.

	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
Utilidad futura	\$11.234.662	\$12.358.128	\$13.593.941	\$14.953.335	\$16.448.669	\$18.093.535

## FINANCIAMIENTO

Para que el proyecto se lleve a cabo se necesita recaudar \$50.141.157 para el primer año, es por esto que se necesita recibir un capital inicial. Este se puede obtener de el **Fondo Chile de Todas y Todos**.

Con este fondo, el Ministerio de Desarrollo Social, tiene como objetivo aumentar los niveles de colaboración público-privada, a través del financiamiento de programas o proyectos de organizaciones de la sociedad civil, especialmente aquellos destinados a brindar protección social a las personas o grupos vulnerables.

Pueden participar fundaciones, corporaciones, ONGs de desarrollo, entre otros. El monto a entregar son hasta \$20.000.000.

Además de recaudar un capital inicial con el fondo, se espera recibir donaciones privadas, procedentes de empresas o entidades sociales , o bien de personas individuales que apoyan la labor de las organizaciones, cubriendo así todos los gastos iniciales del proyecto.

# 10. CONCLUSIÓN PROYECTO


La realidad en la que viven las trabajadoras textiles es algo silencioso, precario y no tan visible. Es una problemática que abarca distintos aspectos, tales como la falta de regulación laboral, bajos salarios y malas condiciones de trabajo.

Estos problemas son realmente complejos de solucionar, pero se cree que visibilizando las buenas prácticas se da un gran paso a que las marcas y los consumidores logren ser más responsables con la industria laboral textil.

A través de un sello de certificación se busca darle reconocimiento a las marcas con el fin de que los consumidores se cuestionen la razón de por qué hay algunas que no lo tienen, causándoles la curiosidad suficiente para que se informen sobre el sello y la problemática, logrando así cambiar sus prácticas de consumo.

Se cree que es necesaria la visibilización de las buenas prácticas laborales, para que todos tomen conciencia y logremos progresar a una industria textil más responsable.

# 11. ANEXOS

 **ANTONIA SOLISDEOVANDO ATAL** <asolisdeovando@udd.cl>  
para chile@fashionrevolution.org

12 abr 2022, 10:01 ☆ ↶ ⋮

Hola! Mi nombre es Antonia Solis de Ovando, estudiante de diseño gráfico en la Universidad del Desarrollo. Me encuentro en mi último año preparando mi proyecto de título sobre las trabajadoras textiles en Chile y la poca visibilidad que tienen.  
Me gustaría ver la posibilidad de conversar con ustedes para que me cuenten un poco sobre el tema (si es que saben 😊) cómo es el día a día de las trabajadoras textiles en Chile, cuánto les pagan, si reciben el sueldo mínimo, como son sus condiciones de trabajo, cuantas trabajan desde sus domicilio, etc.  
Si es que saben sobre el tema, me gustaría que conversáramos por teléfono o coordinemos una reunión por zoom.  
Muchas gracias  
Quedo atenta  
Antonia

 **María Beatriz O'Brien.** <chile@fashionrevolution.org>  
para mí

12 abr 2022, 10:58 ☆ ↶ ⋮

Hola Antonia,

Te escribe Beatriz O'Brien, coordinadora nacional de Fashion Revolution.  
Yo soy socióloga de profesión y tengo mucha experiencia en temas de trabajadoras textiles en Chile.  
El día viernes podría hacer tiempo para una entrevista, cuéntame si te acomoda.  
Beatriz.


...

--



**María Beatriz O'Brien.**  
Country Coordinator Chile.  
Fashion Revolution Foundation  
web [fashionrevolution.org](http://fashionrevolution.org)  
Newsletter [Suscríbete](#)

## MAIL CON BEATRIZ O'BRIEN (12/04/2022) COORDINADORA DE FASHION REVOLUTION CHILE

 **Camila Cortínez** <camila@ongteprotejo.org>  
para mí


lun, 22 ago, 13:54 ☆ ↶ ⋮


Hola Antonia!

lamento el retraso, adjunto respuestas:

1. ¿Cómo formaron Te Protejo?  
Te Protejo nace el 2012 luego de que observamos la necesidad de contar con una fuente de información confiable y en español sobre las pruebas en animales para cosméticos en Chile. En ese entonces no existía una organización en América Latina que se dedicara a estos temas, y la información disponible era contradictoria y mayormente en inglés. Por ello nace Te Protejo primero como una plataforma digital de información y posteriormente como una Corporación sin fines de lucro.
2. ¿Bajo qué criterios eligen las marcas que son parte de Te Protejo?  
Las marcas que se encuentran en el listado de Te Protejo deben seguir los siguientes requisitos:  
a. Poseer una certificación Cruelty Free de una ONG oficial (Peta, Leaping Bunny, Te Protejo, Acene, Natrue, One Voice, entre otras)  
b. Contar con registro sanitario de la institución correspondiente a cada país.  
c. Estar oficialmente en el país en caso de importación, a través de representación o franquicia.
3. ¿Tienen especialistas que vean que realmente las marcas son sin testeos animales? ¿Cómo se aseguran que las marcas son honestas?  
Claro, una de nuestras áreas de trabajo es la Certificación, donde contamos con una Químico farmacéutica y una Ingeniera Civil que se preocupan de que el proceso sea intachable. Las marcas deben presentar documentación oficial para pasar por este proceso, por lo que no damos espacio para los errores.
4. ¿Cual fue el proceso legal, si es que hay, para formar la ong?  
En el caso de Chile, el proceso es de alrededor de 7 pasos, es necesario contar con respaldo del Registro Civil, escribir los Estatutos, conformar directorio y luego solicitar aprobación de personalidad jurídica. Acá hay más información: <https://www.bizlatinhub.com/es/como-crear-una-ong-en-chile-comprenda-los-pasos-e-impuestos/>
5. ¿Cual es el proceso para crear y difundir el sello que ustedes tienen?  
Nuestro sello de certificación es otorgado únicamente a aquellas empresas cosméticas que se someten a nuestro análisis, una vez que pasan por el proceso de certificación y se comprueba que efectivamente sus ingredientes, formulaciones finales y políticas de exportación son libre de pruebas en animales pueden utilizar nuestro sello.


## MAIL CON CAMILA CORTÍNEZ (22/08/2022) DIRECTORA GENERAL ONG TE PROTEJO


 **ANTONIA SOLISDEOVANDO ATAL** <asolisdeovandoa@udd.cl> mar, 16 ago, 18:54 ☆ ↶ ⋮  
 para Javiera ▾  
 Hola Javiera!  
 Acabo de ver tu respuesta, perdón por la demora en contestar.  
 Principalmente, me gustaría saber ¿Cómo hacen para elegir las marcas que son parte de Vitrina Franca? ¿Cómo se aseguran que cumplen con sus valores sostenibles?  
 Quedo atenta  
 Un abrazo,  
 Antonia  
 ...

 **Javiera Amengual** <javiera@francamagazine.com> vie, 30 sept, 15:27 ☆ ↶ ⋮  
 para mi ▾  
 Hola Antonia,  
 Mil disculpas por la demora, han sido un par de semanas muy intensas de este lado de la pantalla a términos emocionales, laborales y de salud. Espero que aún sirva mi respuesta.  
 Tenemos un formulario tipo que las marcas deben llenar, que es completamente autodeclaratorio. Cuando nos llegan las solicitudes las revisa el equipo de Franca, contrastando con la información pública de cada marca y si hay algo que no nos termina de cerrar enviamos un correo pidiendo alguna aclaración. Hay mucho de confianza y la curatoria solemos hacerla basándonos en la estética de la marca, el contenido que declara, la precisión de ese contenido y la consolidación y potencial de crecimiento que vemos. No buscamos ser una certificación, por eso el proceso es bastante artesanal y basado en la confianza.  
 ...

**MAIL CON JAVIERA AMENGUAL (30/08/2022)**  
 DIRECTORA FRANCA MAGAZINE

 **Simón Ponce** mar, 18 oct, 13:03 ☆  
 Estimada Antonia: Nuestra atención presencial es en Renca, lugar en donde se encuentra ubicada nuestra Clínica Jurídica. Podemos reunirnos allí o bien, generar

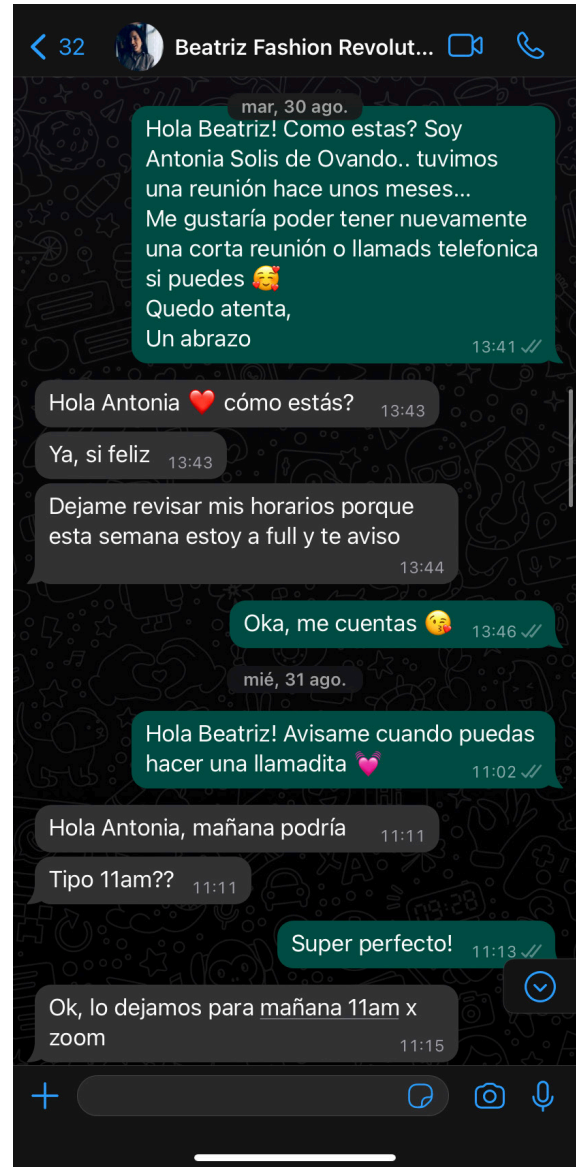
 **ANTONIA SOLISDEOVANDO ATAL** mar, 18 oct, 13:17 ☆  
 Aah oka! Entonces online mejor, porque luego tengo clases en la U! Gracias!

 **Simón Ponce R.** <sponcer@udd.cl> mar, 18 oct, 15:54 ☆ ↶ ⋮  
 para ROXANA, MABEL, Ximena, mi ▾  
 Estimada Antonia:  
 Confirmando entonces la entrevista para el lunes 24 de octubre a las 9:00 horas. Copio a continuación el link para la entrevista:  
 SIMÓN: Antonia Solis De Ovando (Emprendimiento)  
 Lunes, 24 de octubre - 9:00 - 9:30am  
 Información para unirse a Google Meet  
 Enlace a la videollamada: <https://meet.google.com/oif-zxxw-gsi>  
 Saludos cordiales,

**MAIL CON SIMÓN PONCE (18/10/2022)**  
 ABOGADO CLÍNICA JURÍDICA UDD



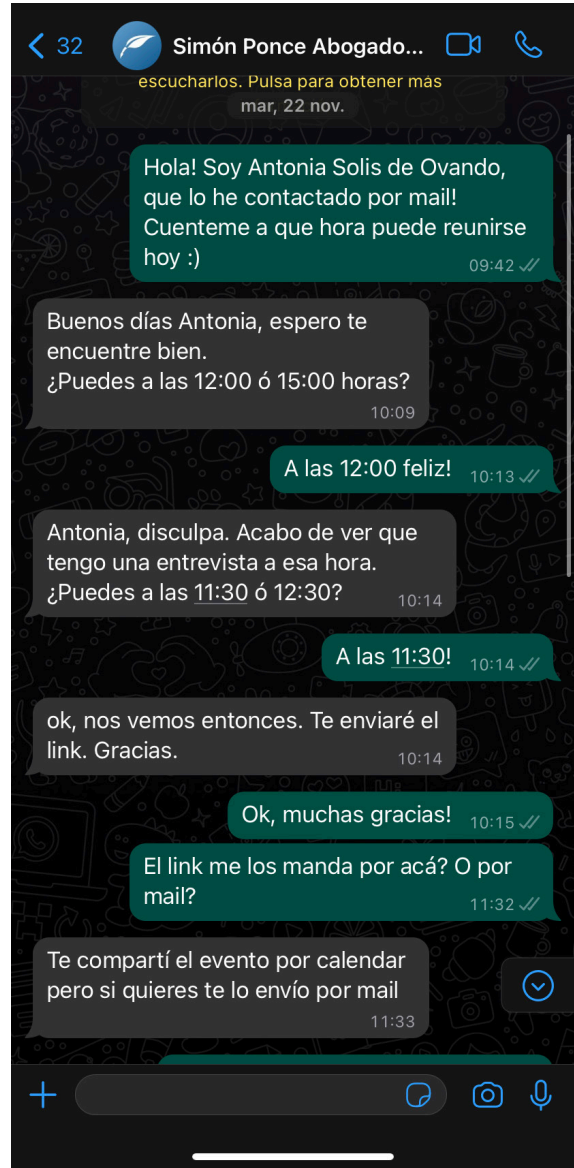
MENSAJES CON BEATRIZ O'BRIEN (25/04/2022)  
COORDINADORA DE FASHION REVOLUTION CHILE



MENSAJES CON BEATRIZ O'BRIEN (30/08/2022)  
COORDINADORA DE FASHION REVOLUTION CHILE



MENSAJES CON BEATRIZ O'BRIEN (24/11/2022)  
COORDINADORA DE FASHION REVOLUTION CHILE



MENSAJES CON SIMÓN PONCE (22/11/2022)  
ABOGADO CLÍNICA JURÍDICA UDD



Santiago, 3 de noviembre de 2022

Sra.

Antonia Solís de Ovando

Presente:

Junto con saludar, y esperando se encuentre bien, informo que revisados los antecedentes relativos a su consulta, existen 2 alternativas para ejecutar su emprendimiento o proyecto de título:

1. Certificar u otorgar sellos sin que exista una validación previa de la empresa que hará tales certificaciones. Esta alternativa está sujeta al reconocimiento que pueda obtener en el mercado la empresa.
2. Certificar u otorgar sellos, previa validación de la empresa ante las autoridades competentes. Respecto a este punto, existen 2 alternativas:
  - a. Recibir o tramitar para terceros la validación por parte de la Dirección del Trabajo respecto del cumplimiento de normas laborales y previsionales; y/o
  - b. Recibir acreditación como "organismo de inspección" según la Norma Chilena ISO 17020:2012 en los términos en que se indica en ella.

No obstante lo anterior, quedamos a su disposición para aclarar o ampliar el contenido del presente informe.

**SIMÓN PONCE RIQUELME**  
Abogado Clínica Jurídica UDD

**INFORME DE SIMÓN PONCE (03/11/2022)**  
ABOGADO CLÍNICA JURÍDICA UDD

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIG. 1</b>	_____	<b>pag. 12</b>
<b>FIG. 2</b>	_____	<b>pag. 19</b>
<b>FIG. 3</b>	_____	<b>pag. 22</b>
<b>FIG. 4</b>	_____	<b>pag. 25</b>
<b>FIG. 5</b>	_____	<b>pag. 31</b>
<b>FIG. 6</b>	_____	<b>pag. 35</b>
<b>FIG. 7</b>	_____	<b>pag. 38</b>
<b>FIG. 8</b>	_____	<b>pag. 44</b>
<b>FIG. 9</b>	_____	<b>pag. 46</b>
<b>FIG. 10</b>	_____	<b>pag. 48</b>
<b>FIG. 11</b>	_____	<b>pag. 51</b>
<b>FIG. 12</b>	_____	<b>pag. 54</b>
<b>FIG. 13</b>	_____	<b>pag. 55</b>
<b>FIG. 14</b>	_____	<b>pag. 56</b>
<b>FIG. 15</b>	_____	<b>pag. 64</b>
<b>FIG. 16</b>	_____	<b>pag. 65</b>
<b>FIG. 17</b>	_____	<b>pag. 66</b>
<b>FIG. 18</b>	_____	<b>pag. 67</b>
<b>FIG. 19</b>	_____	<b>pag. 93</b>
<b>FIG. 20</b>	_____	<b>pag. 94</b>
<b>FIG. 21</b>	_____	<b>pag. 95</b>
<b>FIG. 22</b>	_____	<b>pag. 96</b>
<b>FIG. 23</b>	_____	<b>pag. 97</b>

<b>FIG. 24</b>	_____	<b>pag. 98</b>
<b>FIG. 25</b>	_____	<b>pag. 114</b>
<b>FIG. 26</b>	_____	<b>pag. 114</b>
<b>FIG. 27</b>	_____	<b>pag. 115</b>
<b>FIG. 28</b>	_____	<b>pag. 115</b>
<b>FIG. 29</b>	_____	<b>pag. 116</b>
<b>FIG. 30</b>	_____	<b>pag. 116</b>
<b>FIG. 31</b>	_____	<b>pag. 117</b>
<b>FIG. 32</b>	_____	<b>pag. 117</b>
<b>FIG. 33</b>	_____	<b>pag. 133</b>
<b>FIG. 34</b>	_____	<b>pag. 133</b>
<b>FIG. 35</b>	_____	<b>pag. 134</b>
<b>FIG. 36</b>	_____	<b>pag. 134</b>

## REFERENCIAS

Westreicher, Guillermo (2020), "Industria textil".

Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/industria-textil.html>

Gálvez, Recaredo, Sáez, Benjamin, Sato, Andrea (2022), "Trabajo en Domicilio: Pandemia y transformaciones en el trabajo textil y la cadena del vestuario en Chile", Fundación SOL, Santiago, Ed. 1º, pág. 11.

Disponible en: <https://fundacionsol.cl/blog/estudios-2/post/trabajo-en-domicilio-pandemia-y-transformaciones-en-el-trabajo-textil-y-la-cadena-del-vestuario-en-chile-6845>.

ChileAtiende (2022), "Pago de cotizaciones previsionales y de salud".

Disponible en: <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/7360-pago-de-cotizaciones-previsionales-y-de-salud>

Brega, Carla, Durán, Gonzalo, Narbona, Karina, Páez, Alexander (2017), "Estudio del trabajo en domicilio en la cadena del vestuario en Chile y de la creación de organizaciones sindicales territoriales de las trabajadoras involucradas", Fundación SOL, Santiago, Ed. 1º, pág. 41.

Disponible en <https://fundacionsol.cl/blog/estudios-2/post/estudio-del-trabajo-en-domicilio-en-la-cadena-del-vestuario-en-chile-estudio-completo-6172>

SOL, Fundación (2017), "Nueva industria textil, "temporeras" de la ropa".

Disponible en <https://fundacionsol.cl/blog/actualidad-1/post/nueva-industria-textil-temporeras-de-la-ropa-5745>

Memoria Chilena, "La industria textil en Chile" (2022).

Disponible en <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-100671.html>

Memoria Chilena, "La industria textil en Chile" (2022).

Disponible en <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-100671.html>

Memoria Chilena, "La industria textil en Chile" (2022).

Disponible en <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-100671.html>

Viste la Calle, "Historia de la industria textil en Chile" (2010).

Disponible en <https://vistelacalle.com/28837/historia-de-la-industria-textil-en-chile/>

Memoria Chilena, "La industria textil en Chile" (2022).

Disponible en <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-100671.html>

Memoria Chilena, "La industria textil en Chile" (2022).

Disponible en <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-100671.html>

Brega, Carla, Durán, Gonzalo, Narbona, Karina, Páez, Alexander (2017), "Estudio del trabajo en domicilio en la cadena del vestuario en Chile y de la creación de organizaciones sindicales territoriales de las trabajadoras involucradas", Fundación SOL, Santiago, Ed. 1º, pág. 10.

Disponible en <https://fundacionsol.cl/blog/estudios-2/post/estudio-del-trabajo-en-domicilio-en-la-cadena-del-vestuario-en-chile-estudio-completo-6172>

ChileAtiende (2022), "Pago de cotizaciones previsionales y de salud".

Disponible en: <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/7360-pago-de-cotizaciones-previsionales-y-de-salud>

Brega, Carla, Durán, Gonzalo, Narbona, Karina, Páez, Alexander (2017), "Estudio del trabajo en domicilio en la cadena del vestuario en Chile y de la creación de organizaciones sindicales territoriales de las trabajadoras involucradas", Fundación SOL, Santiago, Ed. 1º, pág. 39.

Disponible en <https://fundacionsol.cl/blog/estudios-2/post/estudio-del-trabajo-en-domicilio-en-la-cadena-del-vestuario-en-chile-estudio-completo-6172>

Doctor Julio Maset (2015), "Estrés laboral"

Disponible en <https://cinfasalud.cinfa.com/p/estres-laboral/>

- Dirección del trabajo (2022).  
Disponibile en <https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-propertyvalue-22094.html>
- SOL, Fundación (2017), "Nueva industria textil, "temporeras" de la ropa".  
Disponibile en <https://fundacionsol.cl/blog/actualidad-1/post/nueva-industria-textil-temporeras-de-la-ropa-5745>
- Fashion Revolution (2022). "Trabajo Decente en la Industria Textil nacional", Youtube.  
Disponibile en <https://www.youtube.com/watch?v=OenDm7kkXYQ&t=14s>
- Gobierno de Chile, "Pensiones - SP. Superintendencia de Pensiones" (2022).  
Disponibile en <https://www.spensiones.cl/portal/institucional/594/w3-propertyvalue-9910.html>
- Fashion Revolution (2022). "Trabajo Decente en la Industria Textil nacional", Youtube.  
Disponibile en <https://www.youtube.com/watch?v=OenDm7kkXYQ&t=14s>
- Franca Magazine, "Transparencia y trazabilidad: ¿Cómo se diferencian en la industria?" (2022).  
Disponibile en <https://francamagazine.com/transparencia-y-trazabilidad-como-se-diferencian-en-la-industria-de-la-moda/>
- Franca Magazine, "Transparencia y trazabilidad: ¿Cómo se diferencian en la industria?" (2022).  
Disponibile en <https://francamagazine.com/transparencia-y-trazabilidad-como-se-diferencian-en-la-industria-de-la-moda/>
- Franca Magazine, "Transparencia y trazabilidad: ¿Cómo se diferencian en la industria?" (2022).  
Disponibile en <https://francamagazine.com/transparencia-y-trazabilidad-como-se-diferencian-en-la-industria-de-la-moda/>
- Franca Magazine, "Transparencia y trazabilidad: ¿Cómo se diferencian en la industria?" (2022).  
Disponibile en <https://francamagazine.com/transparencia-y-trazabilidad-como-se-diferencian-en-la-industria-de-la-moda/>
- Quinta Trends, "Trazabilidad en la moda o cómo transparentar los procesos" (2013).  
Disponibile en <https://www.quintatrends.com/2013/03/trazabilidad-en-la-moda-o-como.html>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo, "Qué es el Comercio Justo" (2022).  
Disponibile en <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo, "Los 10 principios internacionales" (2015).  
Disponibile en <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/los-10-principios-internacionales/>
- Fairtrade International (2022), "Textiles".  
Disponibile en <https://info.fairtrade.net/es/product/textiles>
- Ascolani, Valentina, (2021), "¿Qué es la moda ética?", Franca Magazine.  
Disponibile en <https://francamagazine.com/que-es-la-moda-etica/>
- 24horas, "¿Por qué somos tan fanáticos de la ropa los chilenos?" (2017).  
Disponibile en <https://www.24horas.cl/economia/por-que-somos-tan-fanaticos-de-la-ropa-los-chilenos-2519945>
- Freire, Valentina y Torres, Francisca, (2019), "La ruta del fast fashion en Chile: El impacto de la moda desechable", Doble Espacio Revista de Periodismo.  
Disponibile en <https://doble-espacio.uchile.cl/2019/10/02/del-maniqui-a-la-basura-el-alto-impacto-ambiental-de-la-moda-desechable/>
- INAPI, "Tipos de sello" (2022)  
Disponibile en <https://www.inapi.cl/sello-de-origen/tipos-de-sello/marca-de-certificacion>
- Flotats, Sonia "¿Son fiables los sellos y certificaciones de moda sostenible?" (2022)  
Disponibile en <https://www.sogoodsocute.com/son-fiables-los-sellos-y-certificaciones-de-moda-sostenible/>
- Ethical Time, "Real Sustainable Fashion" (2020)  
Disponibile en <https://ethicaltime.com/pages/como-verificamos-real-sustainable-fashion>

- Ethical Time, "Real Sustainable Fashion" (2020)  
 Disponible en <https://ethicaltime.com/pages/reserve-your-place-real-sustainable-fashion-community>
- CO2Cero, "Sello de moda sostenible" (2021)  
 Disponible en <https://co2cero.co/sello-de-moda-sostenible/>
- CO2Cero, "Sello de moda sostenible" (2021)  
 Disponible en <https://co2cero.co/sello-de-moda-sostenible/>
- Ayuda en acción, "¿Qué es una ONG" (2017)  
 Disponible en <https://ayudaenaccion.org/blog/solidaridad/que-es-una-ong/>
- Learning Candid, "¿Qué son las ONG?" (2022)  
 Disponible en <https://learning.candid.org/resources/knowledge-base/definición-de-las-ong-ngo-definition-and-role/>
- Equipo Legal Chile, "¿Cómo crear una ONG?" (2022)  
 Disponible en <https://www.bizlatinhub.com/es/como-crear-una-ong-en-chile-comprenda-los-pasos-e-impuestos/>
- Firma Virtual, "Todo acerca de las ONG" (2022)  
 Disponible en <https://firmavirtual.legal/fundaciones-sin-fines-de-lucro-en-chile/>
- Blasco, Josefina y Pérez, José Antonio, (2007), "Metodologías de investigación en educación física y deportes: ampliando horizontes", pág. 25.  
 Disponible en: <http://hdl.handle.net/10045/12270>
- Albert, María José (2007), "La Investigación Educativa Claves Teóricas", pág. 242.  
 Recuperado de [https://www.academia.edu/27287685/La\\_Investigación\\_Educativa\\_Claves\\_Teóricas\\_Albert\\_G](https://www.academia.edu/27287685/La_Investigación_Educativa_Claves_Teóricas_Albert_G).
- Albert, María José (2007), "La Investigación Educativa Claves Teóricas", pág. 37.  
 Recuperado de [https://www.academia.edu/27287685/La\\_Investigación\\_Educativa\\_Claves\\_Teóricas\\_Albert\\_G](https://www.academia.edu/27287685/La_Investigación_Educativa_Claves_Teóricas_Albert_G).
- Albert, María José (2007), "La Investigación Educativa Claves Teóricas", pág. 115.  
 Recuperado de [https://www.academia.edu/27287685/La\\_Investigación\\_Educativa\\_Claves\\_Teóricas\\_Albert\\_G](https://www.academia.edu/27287685/La_Investigación_Educativa_Claves_Teóricas_Albert_G).
- Pais Circular, "El mercado de la moda en Chile" (2019).  
 Disponible en: <https://www.paiscircular.cl/wp-content/uploads/2021/10/EstudioIEX.pdf>
- Fashion Revolution (2019), "Una guía para involucrarse en la semana Fashion Revolution"  
 Disponible en [https://www.fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2019/04/FR\\_ES\\_GetInvolved\\_Producers\\_2019.pdf](https://www.fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2019/04/FR_ES_GetInvolved_Producers_2019.pdf).
- Uribe, María Pilar (2022). "Costureras a toda Máquina: la cooperativa que busca visibilizar e unir la mano textil chilena", Franca Magazine.  
 Disponible en <https://francamagazine.com/costureras-a-toda-maquina-la-cooperativa-chilena-que-busca-visibilizar-e-unir-la-mano-textil-nacional/>.
- Cooperativa Costureras a toda Máquina (2022), "Manifiesto Cooperativa Costureras".  
 Disponible en <https://cooperativacostureras.cl/manifiesto-cooperativa-costureras-a-toda-maquina/>.
- Franca Magazine, "Vitrina Franca" (2022).  
 Disponible en <https://francamagazine.com/vitrina/>
- Franca Magazine, "Vitrina Franca" (2022).  
 Disponible en <https://francamagazine.com/vitrina/>
- Tapia, Karina, "Por qué Instagram es la mejor aplicación de redes sociales" (2022)  
 Disponible en <https://es.digitaltrends.com/sociales/instagram-mejor-aplicacion-redes-sociales/>

## REFERENCIAS FIGURAS

- Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>
- Editorial Quimantú, (1972) [Fotografía]  
Disponible en <https://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-62485.html>
- Cotton Bro Studios (2020, 15 Febrero) "Hobby" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/hobby-uoftaro/>
- Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>
- Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>
- Cotton Bro Studios (2020, 15 Febrero) "Hobby" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/hobby-uoftaro/>
- Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>
- Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>
- Cotton Bro Studios (2021, 9 Febrero) "Denim" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/denim-am82i7n/>
- Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>
- Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>
- Cotton Bro Studios (2021, 9 Febrero) "Denim" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/denim-am82i7n/>
- Cotton Bro Studios (2020, 15 Febrero) "Hobby" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/hobby-uoftaro/>
- Palo santo, "Chaqueta cala celeste grisáceo" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.shop-palosanto.com/products/chaqueta-clara-celeste-grisaceo>
- Quinta Trends, "Justa camisería" [Fotografía]  
Disponible en <https://www.quintatrends.com/2021/08/justa-camiseria-por-una-moda-consciente.html>
- Ethical Time, "Real sustainable Fashion"  
Disponible en <https://ethicaltime.com/pages/reserve-your-place-real-sustainable-fashion-community>
- Loobo, "Real Sustainable Fashion"  
Disponible en <https://organicloobo.com/real-sustainable-fashion/>
- Revista p&m, "Sello de moda sostenible"  
Disponible en <https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/41739/sello-de-moda-sostenible-una-iniciativa-de-claudia-bahamon-y-co2cero>

CO2Cero, "Sello de moda sostenible"

Disponible en <https://twitter.com/co2cero/status/1448437759350353923>

RockAndPop, "Fashion Revolution"

Disponible en <https://www.rockandpop.cl/tag/fashion-revolution/>

VentDouestimpression, "La Fashion Revolution Week avec Vent d'Ouest"

Disponible en <https://www.ventdouestimpression.fr/la-fashion-revolution-week/>

Franca magazine, "Cooperativa Costureras" (2022)

Disponible en <https://francamagazine.com/costureras-a-toda-maquina-la-cooperativa-chilena-que-busca-visibilizar-e-unir-la-mano-textil-nacional/>

Cooperativa Costureras a toda Máquina, "Confección nacional y comercio justo"

Disponible en <https://cooperativacostureras.cl>

Franca Magazine, "Vitrina Franca"

Disponible en <https://francamagazine.com>

Franca magazine, "Vitrina Franca"

Disponible en <https://francamagazine.com/vitrina/>

Cotton Bro Studios (2020, 15 Febrero) "Hobby" [Fotografía]

Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/hobby-uoftaro/>

Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]

Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>

Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]

Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>

Cotton Bro Studios (2021, 9 Febrero) "Denim" [Fotografía]

Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/denim-am82i7n/>

Cotton Bro Studios (2020, 15 Febrero) "Hobby" [Fotografía]

Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/hobby-uoftaro/>

Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]

Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>

Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]

Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>

Cotton Bro Studios (2020, 26 Junio) "Sewing Factory" [Fotografía]

Disponible en <https://www.pexels.com/es-es/collections/sewing-factory-ug5ypmq/>







Universidad del Desarrollo  
Facultad de Diseño