



Universidad del Desarrollo
Facultad de Diseño

ANCESTRAL

Ignacia Fuentes Turull

ANCESTRAL

moda artesana

Proyecto de Título

Ignacia Fuentes Turull

Guías: Alejandra Ruiz y Trinidad Justiniano

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

Proyecto de diseño que ofrece una solución frente al fast fashion a través de la revalorización de la actividad artesana nacional, con piezas de moda sostenible y local.

Santiago de Chile, Diciembre 2022.

Agradecimientos

En primer lugar dar las gracias a mis profesoras guías, grandes docentes que se han esforzado por ayudarme a llevar a cabo el desarrollo de este proyecto. Gracias por las ganas de transmitir sus conocimientos, dedicación y pasión por lo que hacen.

Y también a mi familia y amigos que fueron un apoyo incondicional en cada etapa del proyecto.

The Index Project

Este proyecto fue realizado bajo la metodología The Index Project. Propone un diseño para mejorar la vida de las personas y resolver las necesidades reales de la sociedad.

ÍNDICE

ABSTRACT

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Selección del tema	
1.1.1. Moda Sostenible	22
1.2. Delimitación del tema	
1.2.1. Artesanía	26
1.2.1.1. Artesanía Textil	26
1.2.1.2. Antecedentes históricos de la artesanía	29
1.2.2. Moda Artesana	30
1.2.2.1. El nuevo lujo	34
1.3. Formulación del problema	
1.3.1. Impacto socio - ambiental negativo del Fast Fashion	36
1.3.1.1. Cadena de valor	46
1.3.1.2. Modelo de negocios	50
1.3.2. Artesanías de Chile	56
1.3.2.1. Artesanos	56
1.3.2.2. Clasificación	60
1.3.2.3. Principales Disciplinas	64
1.3.2.3.1. Artesanía textil	65
1.3.2.4. Comercialización y Cadena de valor	74
1.3.2.5. Participación	84
1.3.3. Tejido en Valle Hermoso	88
1.3.3.1. Historia	89
1.3.3.2. Materialidades	94
1.3.3.2.1. Fibras Naturales	96
1.3.3.2.2. Fibras Sintéticas	97
1.3.3.3. Técnicas	100
1.3.4. Problemas de la actividad artesana en Chile según las agendas de la sostenibilidad	106
1.3.4.1. Ámbito Social	108
1.3.4.2. Ámbito Cultural	109
1.3.4.3. Ámbito Económico	110
1.3.4.4. Ámbito Medioambiental	111
1.3.4.5. Pérdida del quehacer tejedor en Valle Hermoso	112
1.4. Oportunidad	116
1.5. Planteamiento de objetivos	
1.5.1. Objetivo General	119
1.5.2. Objetivos Específicos	119
1.6. Herramientas metodológicas	
1.6.1. Objetivo de desarrollo sostenible	120
1.6.2. Comercio justo	122
1.6.3. Artesano + Diseñador	124
1.6.4. Línea de tiempo global	128
1.6.5. Casos de Diseño	132

2. PERCEPCIÓN

2.1. Estudio de usuario	136
2.1.1. Usuario I consumidor hoy	140
2.1.2. Usuario II consumidor futuro	142
2.1.3. Usuario III artesano tejedor	144
2.2. Estudio de casos	150
2.2.1. Casos Internacionales	152
2.2.2. Casos Nacionales	162
2.3. Benchmark	166
2.3.1. Maydi	168
2.3.2. Nomad Interior Studio	170

3. PROTOTIPADO

3.1. Manifiesto	
3.2. Bussines model canvas	176
3.1.1. Propuesta de valor	177
3.1.2. Segmento de cliente	179
3.1.3. Canales	179
3.1.4. Relación con el cliente	179
3.1.5. Fuente de ingresos	179
3.1.6. Recursos clave	178
3.1.7. Actividades clave	178
3.1.8. Socios clave	178
3.1.9. Estructura de costos	178
3.3. Propuesta preliminar	
3.3.1. Proceso de diseño prendas	180
3.4. Testeo con usuarios	188

4. PRODUCCIÓN

4.1. Propuesta final	
4.1.1. Identidad visual	198
4.1.2. Prendas	210
4.1.3. Piezas gráficas	232
4.1.4. Redes sociales	256
4.1.5. Micro escuela	262
4.1.6. Modelo de gestión	262
4.2. Cadena de valor	264
4.3. Estrategias de implementación	268
4.4. Carta gantt	270
4.5. Presupuesto	272

5. CONCLUSIÓN

5.1. Resultados	276
5.2. Proyecciones	278

7. BIBLIOGRAFÍA

8. ANEXOS	292
------------------	------------



Imagen 01
(Cottonbro, 2015)

Moda Sostenible y Social:

La artesanía
como una
alternativa



Imagen 02
(Elaboración del autor, 2021)



ABSTRACT

“La artesanía representa una forma valiosísima de expresión cultural, una de las expresiones humanas más antiguas de nuestra existencia. Una acción transformadora que tiene impresas las huellas digitales de hombres y mujeres que ante el mundo y su desarrollo, ofrecen sus conocimientos y su maestría como instrumentos capaces de unir los elementos entregando a la comunidad que lo rodea, una respuesta creativa.”

Política Nacional de Artesanía 2010 - 2015

Las actividades artesanales representan una forma de expresión cultural y son una tradición que se distingue según el territorio en que se produzcan. La textilería existía en nuestro país antes de la llegada de los españoles. Y hoy en día este oficio se mantiene vivo gracias a hombres y mujeres que llenos de historia han decidido pasar sus conocimientos de generación en generación.

Lamentablemente, la actividad artesana nacional se ha desvalorizado económica y culturalmente. Según la Política Nacional de Artesanía 2017 - 2022, una de las grandes dificultades de los artesanos y artesanas a la hora de poder reflexionar sobre su oficio, es la urgencia que existe de tener que concentrarse en la producción y en sus ventas para poder subsistir.

La textilería, eje de este proyecto de título, es la actividad más practicada a lo largo de Chile, con un 37,6% de artesanos que la elaboran. (CNCA, 2017, pág. 10) La globalización y la dificultad de comercialización han generado que la artesanía textil nacional tenga la obligación de competir con productos que no llevan carga cultural, afectando al valor y horas de dedicación detrás de cada prenda.

El proyecto busca abarcar el problema en colaboración con la comunidad de tejedores de Valle Hermoso, pueblo ubicado en la Región de Valparaíso, artesanos que por generaciones han fabricado tejidos para distribuirlos en todo el país y que hoy necesitan ayuda desde el diseño.

El propósito es diseñar una marca junto con ellos, en la que se sientan representados y así lograr crear una identidad que sea sinónimo de moda y artesanía a la vez. "Ancestral" busca crear piezas atemporales, donde la unión de los materiales naturales y sintéticos coexistan, dar trabajo basado en el comercio justo y fomentar la artesanía textil como el nuevo lujo y slow fashion. En la línea de la sostenibilidad se encontró la oportunidad de incorporar al tejido un residuo en desuso, recolectado en la costa de nuestro país, como son las redes de pesca.

El fin es generar comunidad y vestir prendas eternas que cargan con un valor cultural, una expresión humana que sea el reflejo de una identidad y creatividad nacional.

KEY WORDS Comercio Justo
Diseño Social
Sostenibilidad
Artesanía
Moda Artesana
Moda Local
Artesano + Diseño

INTRODUCCIÓN



Imagen 03
(Artesanías de Chile, s.f.)

Este proyecto busca dar una respuesta a la moda sustentable y social a través de la artesanía nacional. Vemos además que esto puede aportar a revalorizar esta actividad, aprovechando dos grandes tendencias que se observan a nivel mundial: la sostenibilidad y responsabilidad social.

Existen diversas actividades artesanales en Chile, entre las cuales se encuentra la artesanía textil. Esta actividad tienen origen prehispánico y da cuenta de la riqueza ancestral de los artesanos y el sincretismo cultural propio de nuestra historia; lo que permite proyectarlas en función de su conocimiento, valoración y fortalecimiento. La importancia del sector artesanal significa también un aporte en términos sociales, culturales y económicos para el desarrollo del país, es por eso que desde el diseño y la moda sostenible se busca hacer un aporte a la comunidad de artesanos textiles. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, [CNCA], pág. 3)

La inquietud de trabajar con la artesanía textil fue principalmente por tres factores. En primer lugar, por una relación personal con el sector costero de la región de Valparaíso, ya que me ha permitido tener la oportunidad de conocer muchas mujeres que por generaciones se han dedicado a los tejidos, pero hoy han abandonado este oficio. Valle Hermoso es un pueblo cercano a La Ligua que vistió con sus tejidos a la población chilena durante los años 1982 y 1995, pero lamentablemente eso quedó en el pasado, y hoy los pocos tejedores y tejedoras que quedan luchan, día a día por mantener sus negocios y su cultura.

En segundo lugar, existe una gran motivación por hacer un aporte desde el diseño de moda y desde la sostenibilidad. Se observa que los tejidos artesanales de esta zona están alejados de las tendencias más vigentes. En esta línea, lo que se busca es generar una alternativa a los productos fast fashion, con dos grandes atributos diferenciadores, como son la sostenibilidad y la responsabilidad social, y al mismo tiempo, mantener el trabajo artesanal bajo un comercio justo.

En tercer lugar, aportar en la mantención de la tradición artesana de la zona, con esto lograr que el artesano se sienta orgulloso de su oficio, historia y origen. El paso de generación en generación en el área de las artesanías es un pilar fundamental para que el oficio perdure, por lo que es importante enseñar a la sociedad de hoy el valor que tiene ser artesano.

1.

INTRODUCCIÓN

- 1.1. Selección del tema
- 1.2. Delimitación del tema
- 1.3. Formulación del problema
- 1.4. Oportunidad
- 1.5. Planteamiento de objetivos
- 1.6. Herramientas metodológicas

1.1. Selección del tema

1.1.1. Moda Sostenible



Imagen 04
(Bruckler, 2020)

“un sector de la industria de la moda que se propone impulsar el desarrollo social y la sustentabilidad ambiental, sin violar al mismo tiempo los derechos y las condiciones laborales de la mano de obra empleada”

El término moda, derivado del latín *modus*, que significa “modo” o “medida”, expresa una serie de valores que incluyen ideas tan diversas como conformidad y corrección social, rebeldía y excentricidad, aspiraciones sociales y estatus, seducción y persuasión. El deseo de vestirse bien trasciende los límites históricos, culturales y geográficos y aunque la forma y el contenido pueden variar la motivación sigue siendo la misma: adornar el cuerpo humano como expresión de identidad. (Fogg, 2017, pág.9)

Valerie Steel en el prólogo del libro “Moda Toda la Historia” propone la moda como un fenómeno que toca muchos aspectos de la vida, el arte, los negocios, el consumo, la tecnología, el cuerpo, la identidad, la modernidad, la globalización, el cambio social, la política y el medio ambiente, entre otros. “Las prendas las llevamos sobre el cuerpo y expresan nuestros gustos personales, que se desarrollan dentro de un contexto cultural concreto, la moda desempeña un papel especialmente importante en el sentido individual de identidad. Es una especie de “segunda piel” que transmite a los otros una idea de quiénes somos o de quienes nos gustaría ser.” (Steel, 2017, pág.7). Y es aquí cuando nos cuestionamos ¿Qué queremos vestir? Vestir lo que nos representa, vestir moda sostenible, vestir moda artesana o vestir simplemente la moda. Son variadas las opciones y una no es mejor ni peor que la otra pero algo que hoy sí es claro, es que la industria de la moda necesita implementar un modelo sostenible.

Hoy el consumidor compra un 60% más de lo que consumía hace una década, y una pieza se utiliza en promedio 10 veces antes de ser desechada según el informe de la ONU. Eso significa que consumimos más del doble de ropa de lo que se consumía antes. Vivimos en una sociedad hiperconsumista, que se ve reflejada en los altos niveles de contaminación mundial y que ha impuesto un nuevo estilo de vida, basado en “usar y tirar”. Expertos, incluidos los especialistas de la ONU, “consideran que esta tendencia es responsable de una amplia gama de efectos negativos en el ámbito social, económico y ambiental, y subrayan la importancia de garantizar que la ropa se fabrique de la manera más sostenible y ética posible.” (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2019)

Como una solución a esto surge la moda ética y sostenible. Treccani, la enciclopedia italiana, define la moda ética como “un sector de la industria de la moda que se propone impulsar el desarrollo social y la sustentabilidad ambiental, sin violar al mismo tiempo los derechos y las condiciones laborales de la mano de obra empleada”. Está enfocada en transparentar los procesos de producción y destaca la importancia de un comercio justo con los trabajadores. También están involucrados los materiales y su explotación, propone una actitud de producción responsable, fomentar el trabajo local, bajo condiciones justas y en lo posible el reciclaje de tejidos para crear con lo que ya existe prendas duraderas y de bajo impacto ambiental. (Ascolani, 2021)

La moda sostenible, pone foco en el medio ambiente y cómo afecta sobre este la producción de prendas, se concentra en la recuperación y el reuso de materiales. (Ascolani, 2021). La sostenibilidad es una realidad y una oportunidad, no es sólo una tendencia verde, el consumidor hoy tiene data del fast fashion, huella de carbono, huella hídrica, eso influye directamente en su decisión de consumo.

Necesitamos aportar en la moda, la fe esta puesta en que el desarrollo debe satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones. Los vectores de expansión del localismo de la moda comienzan con lo que está disponible. Forman un proceso de adaptación que sirve para intensificar las ideas sobre lo que es importante en una región o país y lo que se puede hacer ahí.

El consumidor tiene una conexión emocional con lo que viste, poco a poco se da cuenta que necesita comprar menos y enfocar el consumo en prendas de calidad y duraderas. Productos que cuenten una historia y nazcan en la línea de la sostenibilidad.



Imagen 05
(Bruckler, 2020)

“

Necesitamos aportar en la moda, la fe esta puesta en que el desarrollo debe satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.

”

1.2. Delimitación del tema

1.2.1. Artesanía

En el área de las artesanías existen tres grandes términos de definición:

En primer lugar, entendemos **artesanía** como “una actividad vinculada a la acción de producir y crear un objeto o una serie de objetos y que se constituye como una actividad cuya cadena de valor contiene hitos relacionados al Patrimonio Cultural Inmaterial y Material, relacionados simbólicamente con el territorio y la construcción de identidad de la comunidad en la que se insertan, sea esta a nivel local o nacional.” (CNCA, pág.1)



Imagen 06
(Artesanías de Chile, s.f.)

Por “**artesano/a** se entiende cualquier cultor/a o creador/a que desarrolla la actividad artesanal, en la cual el saber y la acción humana predominan por sobre una mecanizada. Los artesanos son capaces de elaborar con destreza, conocimiento, creatividad y expresión cultural objetos útiles, simbólicos, rituales o estéticos con materias primas provenientes de recursos sostenibles y generalmente representativos de un medio cultural. Por maestro/a artesano/a debe entenderse aquél/aquella que domina todas las técnicas del área de su oficio. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes [CNCA], 2017, pág. 2)

La definición utilizada por la UNESCO, plantea que “los **productos artesanales** son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.” (UNESCO, 2017)



Imagen 07
(Artesanías de Chile, s.f.)



Imagen 08
(Artesanías de Chile, s.f.)

1.2.1.1. Artesanía Textil

Es importante entender el significado de artesanía textil ya que es la esencia y la base principal de este proyecto, en donde se aborda desde la etapa de investigación hasta la salida y producto final.

“Las fibras textiles comprenden un amplio espectro de sustratos y materialidades; de origen vegetal, animal o artificial. Antes de ser tejidas, deben someterse a una serie de procesos que necesitan de espacios y estructuras de apoyo: los husos o ruecas para hilar; telares verticales, horizontales, de cintura, de pedal para tejer, además de palillos o crochet; instrumentos e insumos para teñir, estampar, bordar y aplicar todas aquellas técnicas decorativas que son posibles.” (CNCA, s.f, pág. 13) Este desarrollo da forma al textil artesano, realizado por un creador que domina el oficio del textil.



Tejido artesano

Imagen 09
(Artesanías de Chile, s.f.)

1.2.1.2. Antecedes históricos de la artesanía

Es importante reconocer que la artesanía es un oficio que ha estado presente a lo largo de toda historia y cuando surge la Revolución Industrial, hecho que afectó fuertemente a esta área, ya habían corrientes que buscaban el cuidado y valoración de estas. La Revolución Industrial proponía imitar la artesanía a través de una producción maquinaria y utilizando materiales sustitutivos que permitieran la producción en serie a menor coste.

Esta lógica de producción durante la segunda mitad del siglo XIX, trajo consigo dos corrientes de pensamiento con el fin de subsanar los problemas ocasionados por la máquina moderna. La primera de estas corrientes, impulsada por John Ruskin, que rechazaba el maquinismo y apelaba a la vuelta de un trabajo artesano. Consideraba que la máquina arrastra a la sociedad a la decadencia, ya que genera un conflicto inconciliable entre arte e industria, belleza y maquinismo, calidad y producción mecánica. Lo fundamental es la revalorización frente a la modernidad, el trabajo manual y los métodos artesanales. (Lipovetsky y Serroy, 2016, pág. 133)

En segundo lugar William Morris y el movimiento Arts & Craft también defiende la idea de volver al trabajo artesano. Morris, deseoso de conciliar arte y vida cotidiana, trata de elevar al artesano a la categoría de artista y a su vez invita a los artistas a aprender los dominios de la artesanía. (Lipovetsky y Serroy, 2016, pág. 134)

William Morris



Imagen 10
(Revista Mito, 2014)

1.2.2. Moda Artesana

La moda artesana es un concepto que engloba varias temáticas, entre ellas moda ética, slow fashion, sostenibilidad, y localidad. Expresa un contacto vivo con el proceso creativo del artesano y su trabajo manual. Es un tema que está muy alejado del fast fashion y se considera como el nuevo lujo, pues expresa una forma diferente de hacer moda que se traduce a través de una prenda emocional, un legado, tradición, cultura pero sobre todo un proceso único. Empatiza con prácticas éticas, bajo una producción artesana responsable dando la posibilidad al artesano de perpetuar sus tradiciones. (Ventura, 2019)

A lo largo de todo Chile, existen tejedores y tejedoras que practican la actividad textil artesanal, personas dedicadas a la producción y mantención en el tiempo de su oficio. Ellos dan vida a una amplia variedad de objetos que visten, contienen y protegen distintos aspectos de la vida, desde los más cotidianos hasta los más refinados. Todos estos productos y prendas han sido desarrollados a lo largo del tiempo por medio de un colectivo de conocimientos tanto indígenas como mestizos que han influido en la artesanía textil que podemos presenciar hoy. Cada pieza ha sido hecha por un hombre o una mujer, y en ellas se expresa el saber hacer de un grupo o localidad. Es por eso que podemos afirmar que cada artesanía refleja la identidad cultural propia de un territorio. (Fundación Artesanías de Chile, 2020, pág. 6)

Antes de que los españoles llegaran al continente, el tejido era ya una de las formas artesanales mejor logradas. Según la Política Nacional de Artesanías 2017 - 2022, hoy la textilería también es una de las mejor logradas y practicadas con un 37,6 %, de artesanos activos.

El mundo del textil considera que las tradiciones textiles andinas y mapuches forman dos ejes fundamentales de saber ancestral, que junto a algunos elementos incorporados de la tradición textil hispana, forman hoy parte de las tradiciones textiles mestizas presentes a lo largo del territorio nacional. El hecho de que este oficio se mantenga vivo significa que ha tenido que competir con los productos importados y sus amenazas, las que hacen que hoy la artesanía textil sea más interesante aún debido a la persistencia y la resiliencia del oficio. (Fundación Artesanías de Chile, 2020, pág. 6)

La artesanía textil necesita atención y estímulo, ya que solo mediante su revalorización, podrá posicionarse apropiadamente, de manera de asegurar su sustentabilidad económica en el tiempo.

Este proyecto busca educar sobre el valor de la moda artesanal, correspondiente a la forma de expresión humana, la manifestación más significativa de la diversidad cultural, y al reflejo de creatividad e identidad cultural a través del tejido; además de romper con los paradigmas de que artesanal es sólo aquello que estéticamente refleja identidad nacional. Se busca mostrar que las prendas artesanas pueden convertirse en elementos significativos dentro del mundo de la moda y el nuevo lujo.

Luego de la presentación de los temas principales es importante aclarar que la investigación de este proyecto se centra en presentar por qué la artesanía es una alternativa para el desarrollo de la moda sostenible, y así mismo una alternativa para su valorización.



Sostenibilidad

Moda Slow

Moda Localista

Nuevo Lujo Local

Imagen 11
(Chocobar, 2019)

Gráfico 01
(Elaboración del autor)



Imagen 12
(Maydi, 2017)



Imagen 13
(Maydi, 2017)

1.2.2.1. El nuevo lujo local



Imagen 14
(British wool, s.f.)

“La cultura y el comercio son dos conceptos profundamente entrelazados para dar forma a los valores del consumidor. En el siglo XXI, el nuevo mercado de lujo está cambiando debido al desarrollo de una cultura evolutiva impulsada por la preocupación ambiental, que toma forma a través de la demanda de productos y servicios conscientes y progresistas.” (Luxiders, s.f)

Durante la segunda mitad de los años 90 y a principio de los 2000, el rápido crecimiento y diversificación del mercado permitieron que los productos de lujo estuvieran al alcance de más consumidores, a medida que el lujo se hacía mas asequible debía definir sus propios códigos para mantener la exclusividad. Este periodo coincidió con la imitación y la falsificación a nivel mundial, esto provocó un llamado de alarma para el sector y el lujo se vio obligado a evolucionar.

Hoy el lujo esta enfocado en un producto, su proceso y su experiencia con el usuario, a través de un proceso de fabricación sin residuos desde la creación hasta la etapa de venta. “La ética ambiental y humana guía la formación de una economía circular a través de un proceso integral de suministro, producción y descarte con la innovación informando de cada paso”. (Luxiders, s.f.) Es un producto aspiracional que busca satisfacer las necesidades a través de la atemporalidad, la optimización de la utilidad, la calidad y la iconicidad, el lujo vuelve a unirse a la idea de artesanía y un trabajo único hecho a mano.

“El producto de lujo aspiracional de hoy debe satisfacer todas las posibles interpretaciones, reemplazando miles de otros diseños temporales con el todo en uno: **la optimización de la utilidad, la calidad y la iconicidad.**”(Luxiders, s.f)

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Impacto socio ambiental negativo del fast fashion



Imagen 15
(Cortesía de Vogue, s.f.)

A nivel global, la industria de la moda es de los negocios más insostenibles, durante las última décadas se ha caracterizado por promover el consumo fast, que consiste en una producción constante y desmedida de prendas a bajo costos. Esta producción produce 62 millones de toneladas de ropa al año, debido a la necesidad de producir ropa lo más rápido posible y llevar las tendencias a las tiendas. (Sandoval, 2019)

Este modelo tuvo sus inicios en el siglo XIX, sin embargo, el comienzo de la revolución tecnológica, le dio más fuerza al concepto, instaurándose con más solidez. En la mitad del siglo XX, el fast fashion comenzó a ser visible en el mundo del retail, con la llegada de las marcas Topshop en 1964, Zara en 1975, y Forever 21 en el año 1948, marcas que lideran hasta hoy la moda fast.

Este comportamiento excesivo de compra ha provocado impactos ambientales negativos, ya que la gran mayoría de los consumidores no es consciente del proceso de producción detrás del producto. Un modelo de negocio enfocado en la venta de prendas económicas y de baja calidad material, producción y venta rápida. Con el constante avance de la tecnología y los medios de comunicación masivos, el consumo se masificó y obligó a la industria a producir más, de la manera más rápida posible y a través de una mano de obra muy económica, lo que afecta a la seguridad y bienestar de los trabajadores. (Sandoval, 2019)

s. XIX

Inicios del fast fashion

R. Tecnológica

Le da fuerza al concepto

s. XX

Mundo del retail

1948

Forever 21

1964

Topshop

1975

Zara

Gráfico 02
(Elaboración del autor)



Imagen 16
(Industriall, s.f.)

80%

De la fuerza laboral es femenina

98%

No gana el sueldo mínimo

\$4

Sueldo promedio diario

\$50.000

Pesos chilenos mensuales

Para llevar a cabo este modelo rápido, las empresas recurren a una mano de obra mal pagada y explotada. En países como China, Camboya y Bangladesh, las condiciones laborales no son dignas y los sueldos son miserables, sumado a horarios de trabajos muy largos. El 80% de la fuerza laboral es femenina y el 98% no gana el sueldo mínimo. El sueldo promedio es de 4 dólares diarios, o sea unos \$50.000 pesos chilenos al mes. (Quijada, 2017)

Es una realidad de trabajo que sigue presente, no discrimina edad o sexo, la mayoría de estos trabajos son en países en vías de desarrollo, ya que esos son los mayores productores de textiles, en el año 2016, más del 55,4% de las exportaciones de vestuario salieron de países asiáticos.

La mano de obra es la etapa de producción donde más se abaratan costos en la industria de la moda rápida. (Sandoval, 2019)

En más de una oportunidad esas condiciones han salido a la luz producto de accidentes, como lo fue el derrumbe de la fábrica del edificio conocido como Rana Plaza, uno de los mayores desastres industriales de la historia. El edificio contaba con 5 fábricas de prendas de tejido y su colapso dejó a 1.134 muertos y más de 2.500 heridos en Bangladesh el año 2013. (Fatás, 2018)

Otro aspecto social que pasa a llevar con su producción, es la contaminación ambiental, ya que es responsable del 20% de los desechos tóxicos que se vierten en el agua. De los 62 millones de toneladas de ropa producidas al año, un 50% termina en vertederos o incineradas. La gran mayoría de esos desechos no son biodegradables, ya que un 60% de la ropa esta confeccionada con materia prima sintética, que pueden demorarse siglos en descomponerse. (González, Torres, 2019)

En promedio las personas ocupan entre 7 a 10 veces una prenda antes de desecharla, ya que en algunos casos la materia prima utilizada no es de buena calidad por lo que la prenda dura pocas puestas y también se debe al constante cambio de colecciones que mantienen al consumidor actualizando reiteradamente su closet.

La moda rápida tiene un nivel de producción tan importante para el mercado, que es difícil erradicarla, sin embargo, se pueden hacer pequeños cambios e influencias para educar al usuario sobre lo que consume. Se debe priorizar una compra ética y la utilización de materiales de origen natural, con el fin de darle un mayor valor en el tiempo. Bajo estas críticas surge la moda slow, que propone hacer prendas de calidad y privilegiar la fabricación artesanal y sostenible. La moda slow es lo opuesto a fast fashion, propone nuevos modelos de negocio que favorecen a las agendas sociales y medioambientales. (Sandoval, 2019)

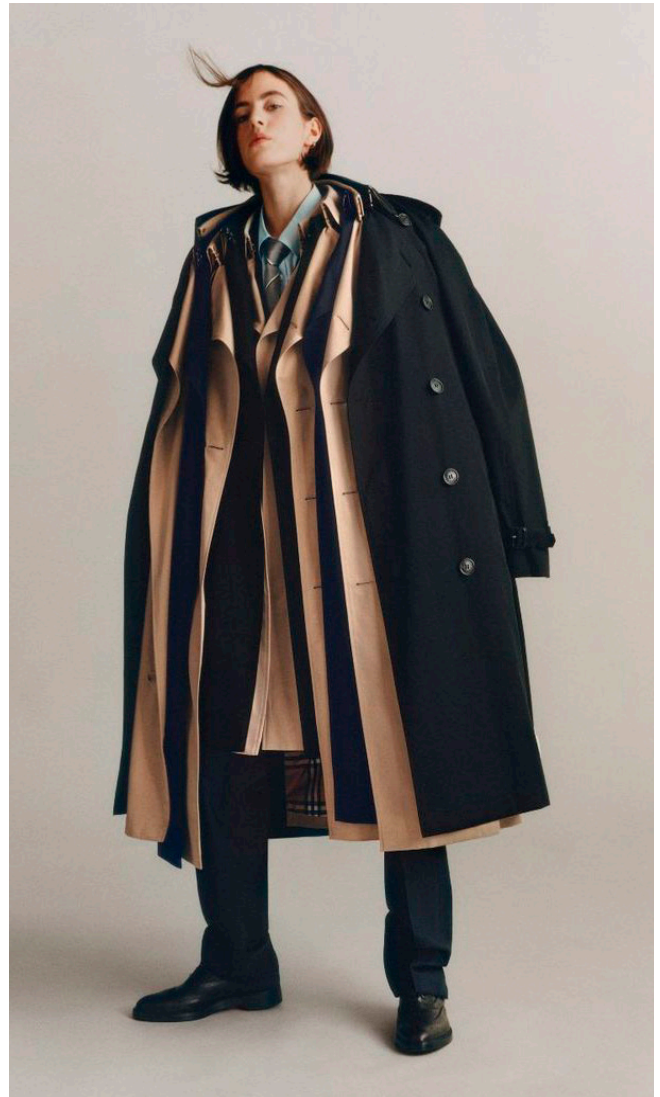


Imagen 17
(Redding, 2018)



Imagen 18
(Redding, 2018)

En promedio las
personas ocupan entre

7 a 10

veces una prenda antes
de desecharla.

El consumidor cada vez es más consciente de lo que compra y está optando por opciones slow o sustentables, también algunos optan por reducir su consumo de ropa. Aquí surgen muchas oportunidades de moda sostenible, como tiendas vintage, reutilizar textiles, arriendo de closet, etc. Estas oportunidades son el punto de partida para los diseñadores, en la industria de la moda y la sostenibilidad. (Sandoval, 2019)



Imagen 19
(Redding, 2018)

La producción de ropa se **duplicó** entre 2000 y 2014.

Cada segundo se entierra o quema una cantidad de textiles equivalente a un **camión de basura**.

La industria de la moda es responsable del **20%** del **desperdicio total de agua** a nivel global.

ONU, 2019.



Imagen 20
(Lanch, 2020)

Fast fashion en Chile

Chile no quedo liberado de esta problemática, ya que de a poco se instalaron algunas empresas internacionales de retail que practican el modelo de producción del fast fashion. El principal problema del proceso es que la ropa llegará a la basura cuando esta sea comprada ya que el proceso no es visibilizado y no existe transparencia por parte de las fábricas involucradas en la producción. (González, Torres, 2019)

Una prenda contamina en todo su proceso de producción. Desde la extracción irresponsable de materia prima, hasta el termino de vida útil, que termina en vertederos o basurales. Generalmente la ropa esta compuesta por fibras sintéticas y naturales, y el sistema de producción acelerado se preocupa de que estas sean útiles, pero no si estas afectan al medio ambiente o incluso a la salud de las personas que trabajan de manera directa con el tejido. (González, Torres, 2019)

Por otro lado la ropa va cambiando muy rápido, Claudio Quintanilla ex trabajador de H&M Chile, detalla que las prendas se cambian cada 14 días, y si estas no se venden pasan a liquidación, el tiempo limite para que una prenda este vigente es de 6 semanas. Más allá del cambio de colección es la constante producción que genera este ciclo, la ropa pasa muy rápido desde el maniquí a la basura, y no solo por parte de las tiendas, los consumidores también lo hacen, ya que es de mala calidad y adquiere como característica ser desechable. (González, Torres, 2019)

Debido a la llegada de las empresas internacionales, las ya existentes en el país debieron ajustarse al modelo acelerado para competir en el mismo nivel. En la actualidad somos consumidores que accedemos a modelos de alta costura y con precios alcanzables, con estándares de moda a escala internacional, sin embargo, no sabemos que a través de ese consumo estamos siendo cómplices de la contaminación ambiental. Pablo Galaz, director de Fashion Revolution Chile, lo explica como:

“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 mi”.

1.3.1.1. Cadena de valor



Imagen 21
(Damage, 2015)

diseño	El diseño tiene como misión desarrollar la parte creativa de la colección, empezando por imaginar la prenda, elección de tejidos y forma de confección. Luego decisión de colores y terminaciones.	embalaje	El embalaje y etiquetado es necesario en la prenda unitaria en tienda y para el transporte de mercancía, sirve para identificar de manera eficiente y logística la distribución desde el almacén hasta la tienda.
materiales	Una vez emitida la orden de compra el proveedor procede a la producción de tejidos. Debe abastecerse con la cantidad suficiente para cubrir la producción especificada. Para un menor coste de producción sea bajo, se confecciona un alto número de prendas.	tienda	La tienda es el espacio físico en el que se realiza la venta de la prenda. Recibe las expediciones del almacén, aquí se abren las cajas y se colocan las prendas para facilitar su exposición. Al ser un espacio físico la tienda conlleva el consumo de recursos energéticos, así como la gestión de los materiales de embalaje y etiquetado.
producción	Proceso de producción comprende la pre-producción, producción, plancha y acabados. Se lleva a cabo en una fábrica verticalmente integrada. El principal consumo de recursos, como energéticos, hídricos y de sustancias químicas, se producen en los procesos relacionados con tinte y estampado. Los procesos de acabado son todavía mayormente manuales, los pasos previos están siendo gradualmente automatizados.	uso	El cliente es el que hace el uso de la prenda, la viste por un tiempo, la mayoría de las veces por un período mucho más corto que su vida útil. En algunos casos le busca otras aplicaciones cuando deja de tener utilidad. Y por último decide prescindir de ella.
distribución	Se entrega la prenda acabada en los almacenes del comprador, para luego ser distribuidas en tiendas. El medio de transporte empleado depende de la distancia entre el país de origen y el destino y de su coste. Puede ser vía terrestre, marítima o aérea.	vida útil	El consumidor decide desprenderse del artículo. Cuando las prendas son desechadas en contenedores, van generalmente al vertedero o a incineración. Si la prenda llega a un proceso de tratamiento se llevan a cabo las siguientes fases: selección según estado, fibras principales, color, etc; lavado en algunos casos. Las opciones son, venta de segunda mano, uso de las fibras para otros sectores o, si los materiales que se han empleado lo permiten, reciclaje.
almacén	La producción entra al almacén dónde se califica, desde allí son seleccionadas para pedidos o enviadas a tienda. Generalmente un almacén abastece a las tiendas y otro esta destinado a pedidos específicos.		

Gómez, Fuenmayor, 2019



Imagen 22
(Cottonbro, 2020)

La sostenibilidad en la moda depende de muchos agentes que incluyen a la marca y a el consumidor.

Se debe analizar según las características de la prenda, **cómo y dónde se haya fabricado, con qué materiales y a través de qué procesos. Y según la utilidad o vida útil ésta podrá ser considerada más o menos sostenible o circular.** Según si se respetan o no criterios de sostenibilidad en toda su cadena de valor y si desde la fase de diseño se ha pensado en el potencial de circularidad de la misma, desde el momento en que se concibe la colección hasta que se da por terminada la primera vida útil de la prenda y cómo se gestionan sus siguientes usos. En cada eslabón de la cadena se está definiendo y potencialmente comprometiendo los valores de sostenibilidad. (Gómez, Fuenmayor, 2019)

1.3.1.2. Modelo de negocios

El impacto económico de la moda fast fashion a nivel mundial es importante. Genera una actividad valorada en 2,4 trillones de dólares (The Business of Fashion y Mc Kinsey & Company 2016).

El 50% de las grandes empresas del mundo lo componen las empresas del sector de la moda rápida. Del 2005 al 2015 el crecimiento económico ha sido del 8% anual y del 5% el número de ventas.

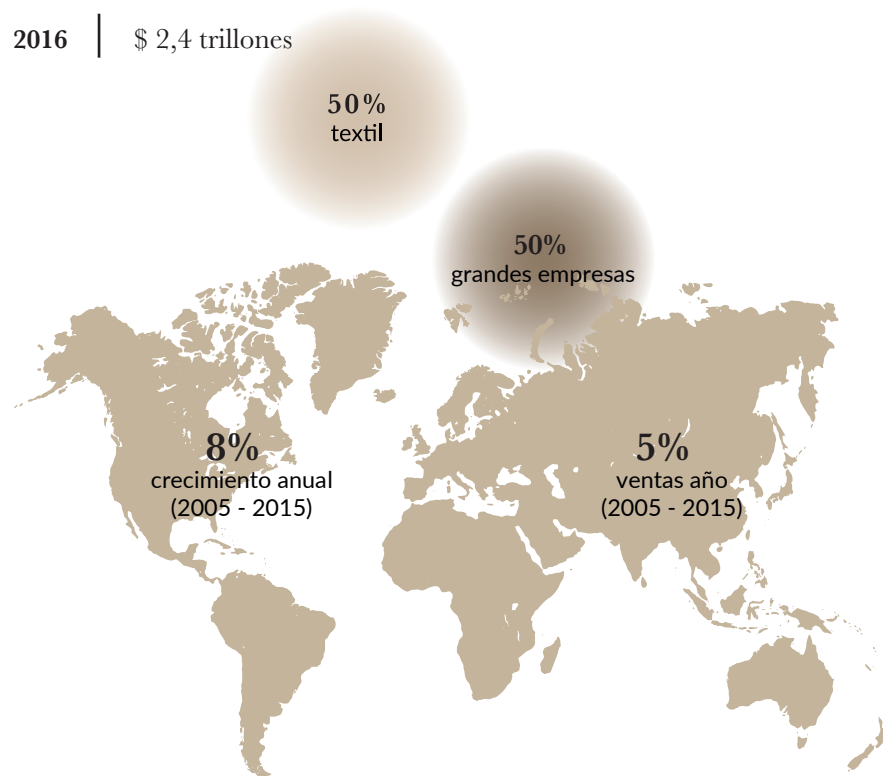


Gráfico 03
(Gómez, Fuenmayor, 2020)

diseño

“Se ha pasado de diseñar 2 colecciones al año a diseñar 50. Este incremento de creación de colecciones es consecuencia del modelo de negocio. El fast fashion busca satisfacer de inmediato una demanda cambiante, ofreciendo productos fabricados rápidamente a precios bajos. En estas colecciones el 60% de los modelos son básicos y el 40% modelos de moda.”



materiales

“El consumo de recursos para la elaboración de las materiales primas, sobretodo tejido, es muy importante. Se calcula que la producción anual de tejido asciende a los 53 millones de toneladas. Abarca todos los procesos productivos del tejido, desde la explotación de recursos agrícolas con el cultivo de fibras que en ocasiones se agota, el consumo de petróleo, liberación de sustancias potencialmente tóxicas, etc.”



producción

“La producción ha tenido un crecimiento del 400% en los últimos 20 años. La deslocalización de los procesos de fabricación, ha producido un incremento de las desigualdades. El 60-70% de la producción se hace como compra de prenda acabada. Unos 60.000 millones de prendas al año se producen en Asia. El 80% de este trabajo es de baja especialización, calidad y realizado por mujeres. La diferencia salarial entre España y Bangladesh es un menos 97%. Al mismo tiempo, en Bangladesh las jornadas laborales son de media 33% más largas.”

53 millones toneladas de fibra
2ª empresa más contaminante



distribución

El transporte de las mercancías de la industria textil es responsable del 8% de la huella de carbono a nivel mundial. La mayoría de la producción de moda rápida es en Asia y desde ahí son trasladadas por barco o avión a Europa y el resto del mundo.

Gráfico 04, 05, 06.
(Gómez, Fuenmayor, 2020)



Imagen 23
(Bernetti, 2020)

embalaje

“El embalaje está formado por diversos elementos, cajas de cartón, bolsas, perchas, papel, alfileres, etc. Y los materiales empleados son básicamente cartón, papel de origen celulósico y plásticos del petróleo.”

100.000 millones
bolsas / año

17 millones
de barriles
petróleo

2.500 millones
cajas / año

35% árboles
son talados
para papel

tienda

“El consumo de ropa ha crecido un 65% en los últimos 15 años. Con la moda rápida la oferta se renueva constantemente. Cada semana entra una nueva colección que tendrá una vida en tienda de unas 3 semanas.”

modelo
de consumo

H&M 2018
3.400 millones €
stock sin vender

colecciones
del año
3 semanas
en tienda

uso

“El mayor impacto medioambiental producido por una prenda es el tiempo de “vida” que se le da y los hábitos de conservación. El uso medio que se le da a una prenda ha disminuido un 36,3 % desde el 2002. Según la Fundación Ellen MacArthur, en Europa una prenda se utiliza unas 95 veces, en China unas 62 y en EEUU unas 34 antes de ser descartada.” Los hábitos de conservación son el número de veces que se lava una prenda, la temperatura del agua, el tipo de detergente, y el uso de la plancha.

2003 ————— 2018
+ 65 %
consumo de ropa

uso de
la ropa

uso de la ropa

40 %
del closet

25 %
impacto
ambiental

vida útil

“Del total de prendas que se desechan al año un 90% van al vertedero. Entre un 5 - 8% se deriva a contenedores de ropa usada. Y de este porcentaje sólo se recicla un 2% para producir nuevas prendas recicladas.”

800.000
toneladas vertido textil

Gráfico 07, 08, 09.
(Gómez, Fuenmayor, 2020)



Imagen 24
(Pistoletto, s.f.)

Una vez revisados los datos es fácil concluir que el cambio de la moda fast fashion hacia un modelo circular no puede ser un proceso sencillo. Son muchos los aspectos a tener en cuenta para que éste sea realmente sostenible.

Podemos señalar a **3 como los agentes activos** para hacer posible este cambio. Por un lado, como agente principal, **las empresas de moda**. Estas son las responsables de presionarse en el mercado con un modelo de negocio basado en un alto grado de consumo, con una oferta continua y de bajo precio. Con unos altos niveles de ingresos concentrados en un reducido número de empresas. Un modelo productivo de empleo de mano de obra de bajo coste, en países terceros de bajo nivel de vida. Con un alto grado de consumo de materiales textiles para satisfacer los altos niveles de producción de la industria. Y por último con una importante huella de carbono debido al transporte.

Por otro lado está el **cliente**. Sin su participación en el modelo no es posible el negocio del fast fashion. El cliente es responsable de sus hábitos de consumo, de escoger un tipo u otro de consumo. Así como de decidir el uso que hace de sus prendas.

Y por último los **gobiernos**, que con su labor de árbitro regulan las actividades de su sociedad. Y que a través de la normativa tienen la capacidad de favorecer o limitar determinados tipos de modelo de sociedad. (Gómez, Fuenmayor, 2020)

1.3.2. Artesanías de Chile

1.3.2.1. Artesanos

Nuestro país cuenta con cultores artesanos y manifestaciones de calidad, conservando aún modos de vida ancestrales y expresiones de altísimo valor. En la actualidad, según cifras de la encuesta CASEN, las personas que declaran ser artesanos en Chile son 40.713, distribuidos en un total de 19.368 mujeres y 21.345 hombres. El intervalo de edades de más alta concentración en practicar la artesanía va de entre 41 y 50 años. La actividad artesanal se concentra principalmente en la zona central 62,3%, seguida por la zona sur 33,8% y la zona norte 3,8%, con una distribución urbana del 85,6% y rural del 14,4%. (CNCA, 2010, pág. 23)

La principal actividad artesanal a nivel nacional, según el número de cultores, es la textilería, con un 37,6%. Luego sigue la orfebrería con un 20,6%, la alfarería con el 11,6% y la madera con un 10,2%.

Aunque estas cifras corresponden a fuentes de información secundaria, entregan referencias a tener en cuenta para el diagnóstico del sector. (CNCA, 2017, pág. 28)

El sector textil es el que aporta mayor cantidad de empleos, con una cifra que supera los 18 mil artesanos en todo el país, en tanto la cestería contribuye solamente con 95 creadores. Las regiones VIII, X y RM aportan la mayor cantidad de trabajadores artesanales al país con 3.603, 3.485 y 13.716 personas respectivamente. (Infante, 2007).

Del total de personas dedicadas al oficio en todo el país, el **45% corresponde a artesanas y el 55% a artesanos**, de los cuales el **60% de los artesanos(as) aprende la actividad de forma autodidacta**, seguido por la transmisión familiar en un **20%**, talleres en un **10%** y con algún maestro en un **7%**. En ese sentido, el oficio es aprendido en el tiempo, y se va perfeccionando según la evolución o cambios que se puedan presentar. (CNCA, 2010, pág. 24)

Artesanos por zona

Política Nacional de Artesanía 2017 - 2022

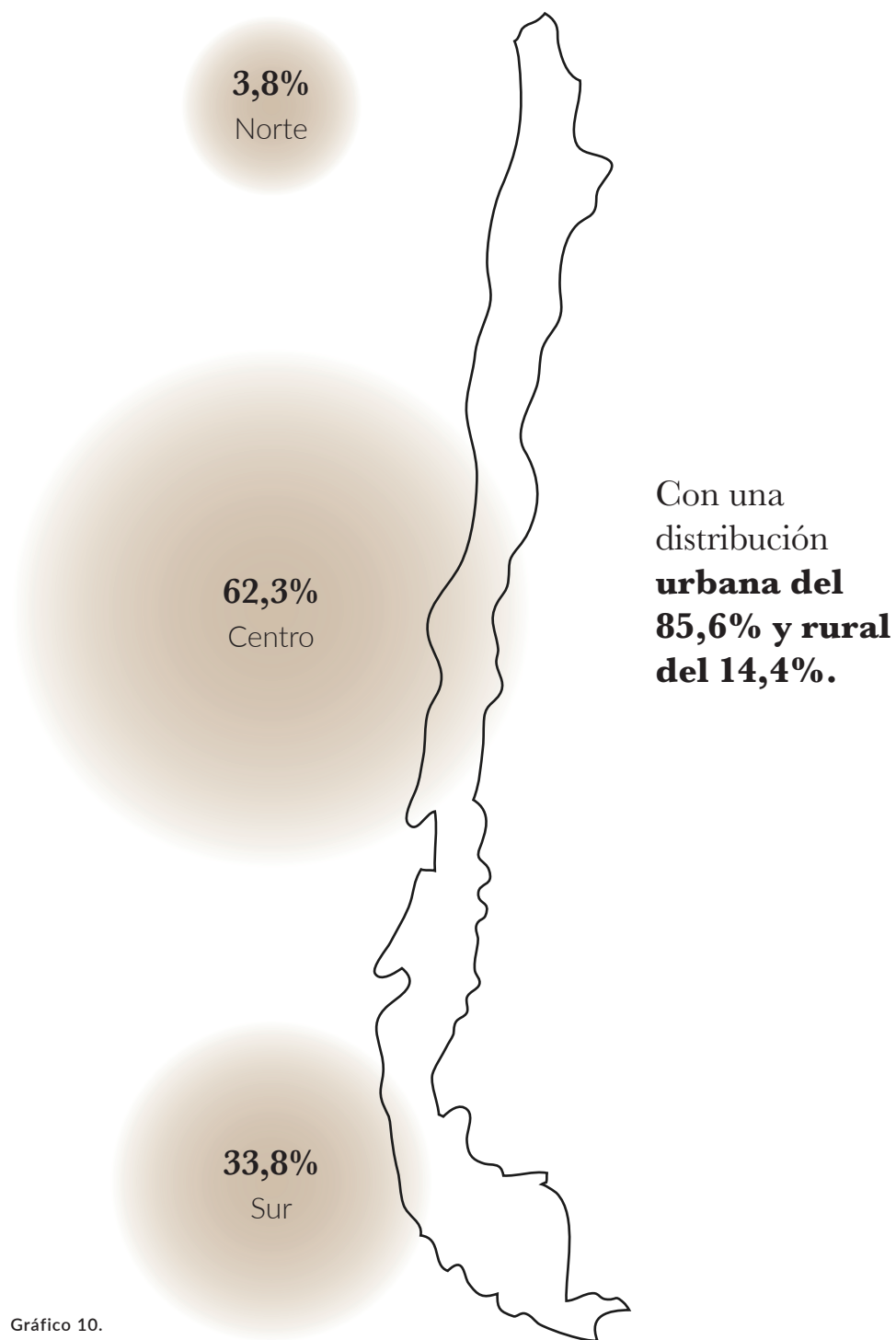
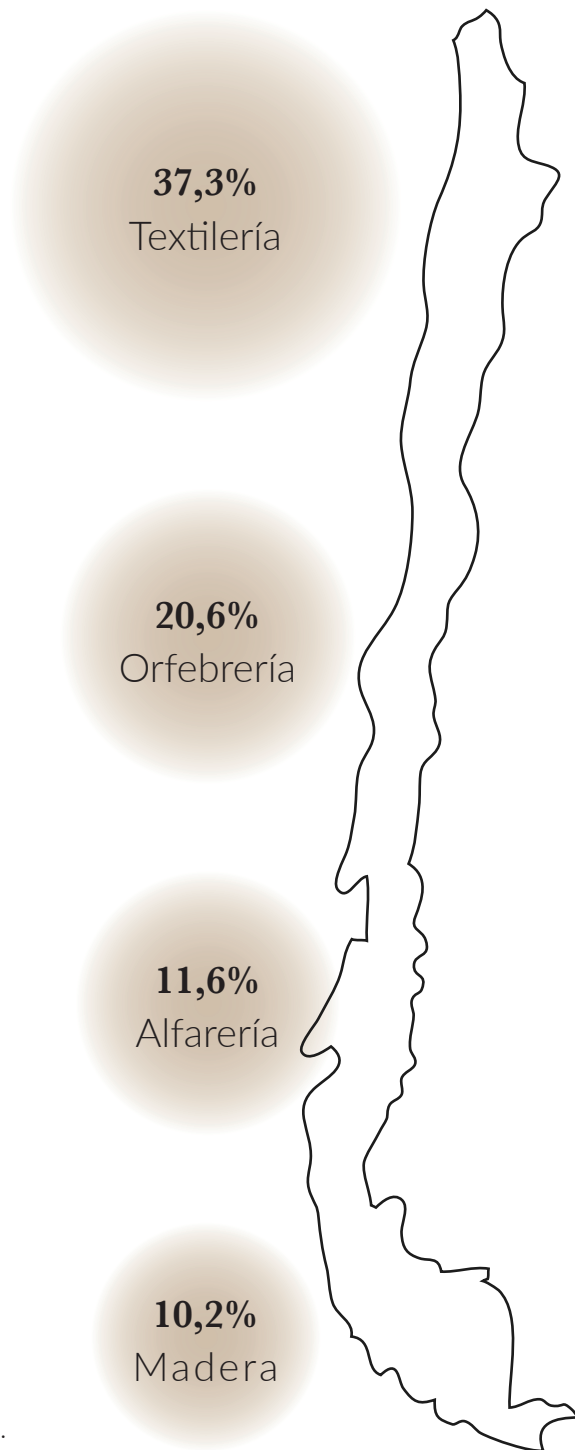


Gráfico 10.

Artesanos por oficio

Política Nacional de Artesanía 2017 - 2022



Artesanos por región

Política Nacional de Artesanía 2017 - 2022

- Arica y Parinacota | **63**
- Tarapacá | **142**
- Antofagasta | **54**
- Atacama | **59**
- Coquimbo | **113**
- Valparaíso | **130**
- Metropolitana | 296**
- O' Higgins | **99**
- Maule | **145**
- Biobío | **207**
- La Araucanía | **155**
- Los Ríos | **85**
- Los Lagos | **158**
- Aysén | **46**
- Magallanes | **27**

Gráfico 11.

Diagrama del sector artesanal
 Política Nacional de Artesanía 2017 - 2022

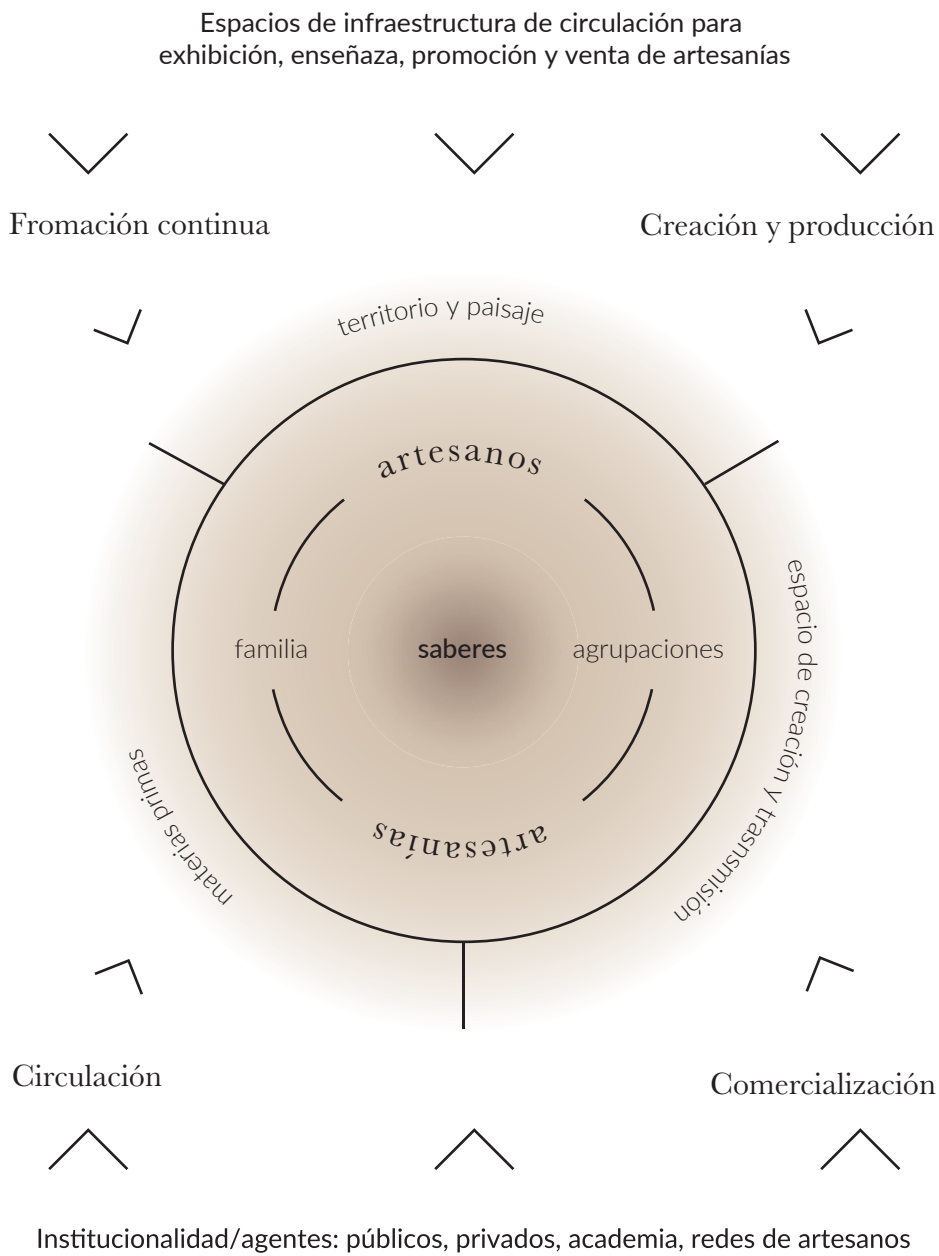


Gráfico 12.

1.3.2.2. Clasificación

En el área de las artesanías existen dos tipos de clasificaciones, según tipo de artesanía y según tipo de objeto artesanal. A continuación se definirán según tipo de artesanía, entiendo estas como tradicional, indígena y contemporánea.

De acuerdo a las definiciones del Área de Artesanías del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, existen 3 tipos:

01.

Artesanía tradicional, como “aquella práctica asociada al dominio de un oficio transmitida de generación en generación en un pueblo o comunidad ligada a su territorio y paisaje cultural. Su principal característica es el hecho de formar parte de la memoria y el patrimonio que constituyen la cultura material de un colectivo que emerge y se desarrolla en un contexto histórico particular. La artesanía tradicional manifiesta una continuidad de determinados patrones estéticos y simbólicos definidos por formas, colores y técnicas, cuyas estructuras originales pueden ser mantenidas a través del tiempo así como también re elaboradas, aunque siempre conservando aquellos elementos distintivos que le otorgan identidad y sentido de pertenencia a la cultura e historia a las cuales pertenece. La artesanía tradicional constituye la referencia cultural de base para el desarrollo de la artesanía contemporánea o de innovación, y tiene como principal motivo de sustento y promoción la memoria cultural de una comunidad arraigada en su territorio y paisaje cultural.” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, s.f.)



Imagen 25
(Berneti, 2020)

02.

Artesanía indígena, como “aquella actividad relacionada directamente con las manifestaciones culturales de los pueblos originarios, y entendida como vehículo del patrimonio inmaterial.

Es el testimonio de las creencias y sabidurías de diversos grupos étnicos, que se manifiesta en artefactos con fines utilitarios y/o rituales, que incluso puede ser proyectada con otros fines. Es una actividad ancestral transmitida a través de las generaciones en una comunidad particular. Los objetos artesanales, formas y producción deben respetar, resguardar y tener coherencia con la iconografía y medios simbólicos de los pueblos originarios a quien representa. La permanencia en el tiempo de estas manifestaciones y sus múltiples re elaboraciones está asociada a formas particulares de transmisión intergeneracional de esos conocimientos y al modo en que éstas expresan valores fundamentales para dichas comunidades. Por lo tanto, estas producciones forman parte de un capital cultural y un patrimonio colectivo que tiene una significación cultural e identitaria.” (Mincap, s.f.)



Imagen 26
(Matamala, pueblo mapuche, s.f.)

03.

Artesanía contemporánea, “corresponde a las producciones y expresiones actuales que incorporan propuestas creativas y reflexivas, a través de la transformación o re interpretación en el uso y aplicación de materiales, técnicas, formas y conceptos emanados de la artesanía tradicional en objetos artesanales que no requieren de una referencia identitaria específica, aunque en algunos casos podrían tenerla.” (Mincap, s.f.)



Imagen 27
(Palma, 2019)

También se definirán los tipos de productos artesanales, con el fin de examinar en cada manifestación la aplicación de los objetos y sus diferencias:

01.

Artesanías del Recuerdo y Souvenir, “corresponden a los objetos artesanales elaborados con fines comerciales para la venta turística, como recuerdo de la visita a determinado lugar o comunidad. Por lo general, sus elementos formales responden a elementos que identifican la comunidad o localidad visitada. Puede incorporar la elaboración de réplicas en menor escala de artefactos o escenarios relevantes.” (CNCA, s.f., pág. 3)



Imagen 28
(Artesanías de Chile, s.f.)

02.

Artesanía de Rescate y Elaboración de Réplicas, “corresponde a la producción de piezas para museos y público especializado, donde a partir de la investigación existente y la reproducción de procedimientos tecnológicos tradicionales, reúnen en un artefacto, elaborado como imitación de un original, los contenidos simbólicos cuyo valor cultural interesa rescatar. Incluye la investigación, práctica y puesta en valor de tecnologías y contenidos simbólicos de artefactos cuya producción se ha discontinuado o se encuentra en riesgo. Busca, del mismo modo, fomentar su revitalización en la misma comunidad que la desarrolla tradicionalmente. Puede incorporar la elaboración de réplicas en menor escala de artefactos o escenarios en riesgo de desaparición.” (CNCA, s.f., pág. 4)



Imagen 29
(Artesanías de Chile, s.f.)

Esta sección de la investigación define estos conceptos con la idea de presentar el enfoque en que se desarrollara el proyecto y su futura aplicación. El enfoque está en la **artesanía tradicional y en los objetos artesanales del recuerdo y souvenir**, ya que dentro de las artesanías estas dos opciones son las más afectadas, tal como se menciono anteriormente, afectan de manera directa al artesano y sus ingresos diarios, es por eso que el fin es potenciar la artesanía y su comercialización a nivel nacional, a través de la aplicación de ideas y/o conceptos contemporáneos.

1.3.2.3. Principales disciplinas

Nuestro país tiene una gran variedad de materias primas trabajadas a lo largo del territorio, entre ellos se encuentra el textil, el cuero, la cerámica, los metales, la madera y el trabajo con fibras vegetales como paja de trigo, crin, varillas de coirón, mimbre, etc. La artesanía trabajada responde a las características del sector, su disposición de materias primas y las tradiciones propias de la gente del lugar. Los oficios más comunes según los materiales mencionados son la textilería, cestería, alfarería, tallado, orfebrería y la cerámica. El enfoque del proyecto tal como se ha mencionado desde el principio es la textilería, oficio que se describirá en detalle a continuación.



Imagen 30
(Artesanías de Chile, s.f.)

1.3.2.3.1. Artesanía textil nacional

La artesanía textil nacional es el área de foco de este proyecto es por eso que es importante reconocerlo y entenderlo.

Entendemos **textil** como, un tejido confeccionado a partir de fibras textiles, las que pueden ser naturales, sintéticas o artificiales. Las fibras textiles son el conjunto de filamentos o hebras, son la estructura básica del textil y son usados para formar el hilo que posteriormente se convertirá en el textil. Los antecedentes de la tela son históricos, surgió como una necesidad básica del hombre para cubrir su cuerpo y protegerlo del medio ambiente hostil. Desde ese momento comienza la exploración de nuevos usos de las fibras y sus infinitas posibilidades que han ido evolucionando hasta el día de hoy. (Toledo, 1948, pág. 9)

Entendemos **tejido artesanal** como “aquel que no se crea de una forma industrial ni en serie. Es creado de forma manual normalmente en casa o en pequeños locales. Antes de la llegada de las máquinas, el hilado se hacía a mano con el uso de la rueca. Crear algo como un tejido artesanalmente tiene muchas ventajas. Nos asegura una mano de obra personal y cuidada y por otra parte, nos ayuda a ejercitar nuestra mente mediante la concentración, inventiva, imaginación, memoria, lógica y creatividad. Los tejidos artesanales son casi tan antiguos como la humanidad y los tipos de estos tejidos varía según la técnica que se utilice a la hora de su creación.” (Textiles Pastor, 2021)



Imagen 31
(Artesanías de Chile, s.f.)

Evolución de la artesanía textil en Chile

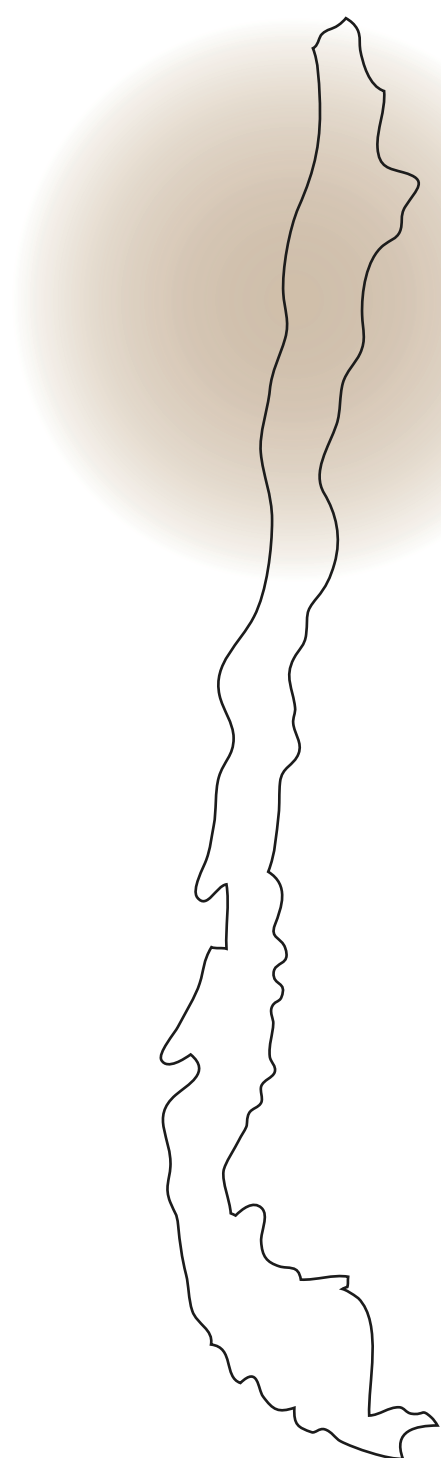
La actividad artesanal comienza con los pueblos originarios de nuestro país. Ellos elaboraban piezas con lana de llamas, alpacas, vicuñas y guanacos, las que eran teñidas con plantas silvestres del sector. Con la llegada de los conquistadores, se vio la oportunidad de introducir nuevas formas de hilado y tejido, entregando también nuevas opciones de fibras, surgiendo así la industria textil artesanal. Esta industria estaba dedicada a la producción de paños, frazadas y alfombras. Durante el período republicano, se desarrolló un activo comercio de importación de productos textiles provenientes de diferentes partes del mundo. Estas producciones internacionales entregaron al mercado nacional diferentes tipos de lanas y paños, lo que llevó a un aumento en la oferta de productos textiles. Qué a su vez afectaron de manera directa a la expansión de la industria textil nacional. (Memoria Chilena, 2018)



Imagen 32
(Artesanías de Chile, s.f.)

Artesanos textiles por zona

Fundación Artesanías de Chile



Zona Norte

La **textilería Aymara** tiene orígenes precolombinos, y se define por sus tejidos de gran prolijidad, realizados con pocas herramientas y artefactos muy simples. Estas técnicas se mantienen intactas hasta el día de hoy, el proceso comienza con la obtención del vellón animal, sigue con la selección de la fibra, el hilado y finalmente el tejido en el telar.

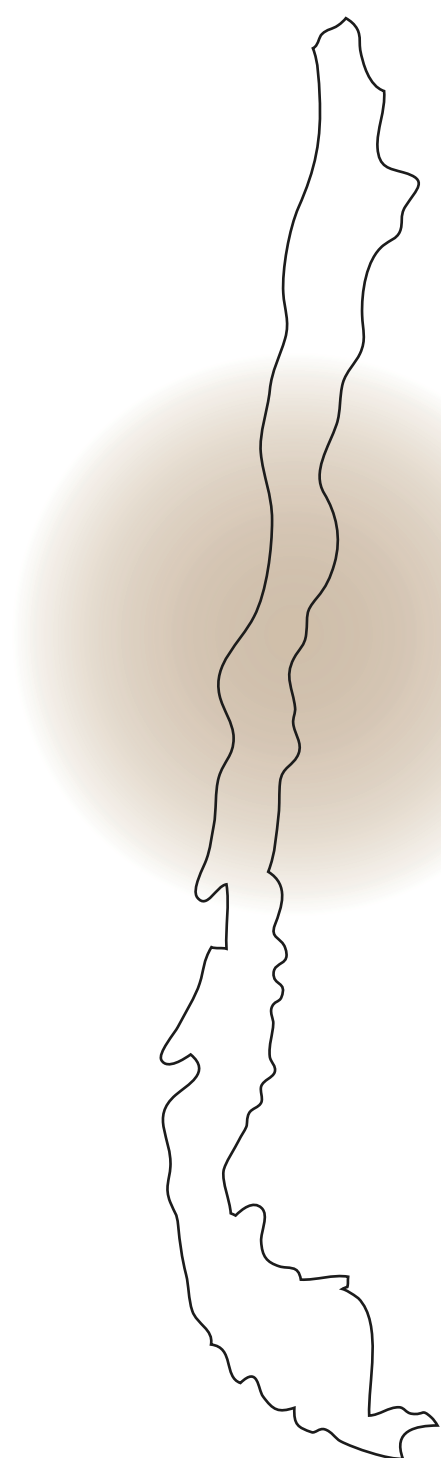
La **textilería Atacameña** forma parte de la vida cotidiana, social y ritual de las comunidades que habitan el lugar. Se destacan por plasmar en el tejido una serie de identidades, tradiciones y forma de ver el mundo, es por eso que muchos investigadores se refieren al tejido atacameño como un lenguaje visual. La finura del hilado y la calidad del tejido dan cuenta del nivel de complejidad de la técnica. La materia prima principal es la fibra de llama o lana de oveja, el proceso consiste en esquilar los animales, seguido de escarmenado e hilado del vellón con huso, que luego es torcido, teñido y tejido a telar, finalizan con las terminaciones. (Memoria Chilena, Área de Patrimonio Fundación Artesanías de Chile, s.f.)

Gráfico 13.



Imagen 33
(Artesanías de Chile, s.f.)

Artesanos textiles por zona
Fundción Artesanías de Chile



Zona Centro

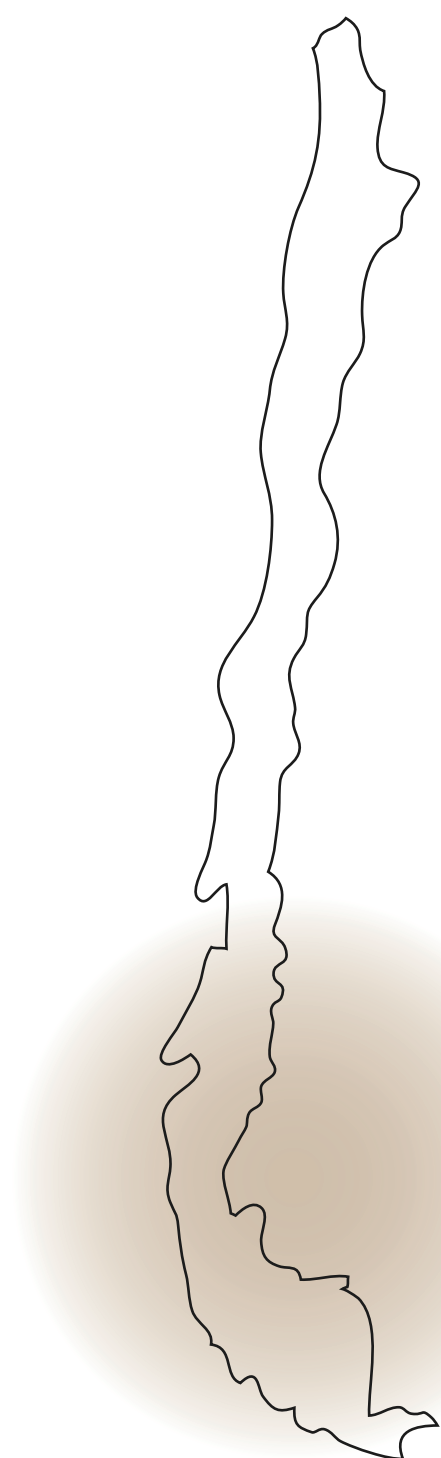
El tejido en la zona central tiene una evidente **influencia europea**, el textil tiene una expresión mestiza, sin embargo, mientras más a la cordillera es más indígena y se ven menos las características europeas. Los cruces de influencias se expresan en el tipo de hilo que utilizan y también en el tipo de telar. Esta mezcla que se presencia en el centro es entre el telar mestizo y una adaptación del telar mapuche. (Memoria Chilena, Área de Patrimonio Fundación Artesanías de Chile, s.f.)

Gráfico 14.



Imagen 34
(Artesanías de Chile, s.f.)

Artesanos textiles por zona
Fundción Artesanías de Chile



Zona Sur

En la zona sur encontramos la **textilería mapuche**, es de origen prehispánico, y con la llegada de los españoles vivió un proceso de mestizaje, dónde se sustituyo el pelo de camélidos por lana de oveja. Sin embargo, la técnica original en witrial o telar parado se conserva hasta hoy. Para los mapuches la textilería es un oficio muy importante, ya que a través de estos visten y dan abrigo a su hogar. El telar mapuche es un vertical compuesto por dos palos largos de madera, dispuestos paralelamente y dos palos que se disponen de manera transversal, uno arriba y uno abajo, estos definen el largo del tejido a realizar. (Memoria Chilena, Área de Patrimonio Fundación Artesanías de Chile, s.f.)

Gráfico 15.



Imagen 35
(Artesanías de Chile, s.f.)

1.3.2.4. Comercialización y Cadena de valor

La artesanía es una actividad desarrollada por un creador que en algunas ocasiones requiere del apoyo de aprendices o ayudantes. Generalmente, es un sistema de producción en bajos volúmenes, y la mayoría de las veces es de carácter familiar donde aproximadamente el 80% de los artesanos trabaja desde su hogar. Esta posibilidad permite que el trabajo artesano en Chile se aleje del sistema de producción seriado y se trabaje más bien en base a creaciones propias y micro economías familiares.

Cerca de un 10% de artesanos trabaja con terceros y casi un 70% afirma pertenecer a una organización de carácter gremial, funcional o asociativa, con el fin principal de comercializar en conjunto, ya sea para beneficios de espacios comunes o para un sistema de distribución específico. (CNCA, 2010, pág. 24)

Por otro lado, la obtención de materias primas se hace principalmente a través de la compra, siendo un 54% de compra nacional y un 21% de fuera. Esta situación demuestra que el artesano, un 75%, tiene una necesaria condición de contar con recursos financieros para la adquisición de materia prima para el desarrollo de su trabajo. (CNCA, 2010, pág. 25)

80%

de los artesanos trabaja desde su hogar

10%

de los artesanos trabaja con terceros

70%

de los artesanos afirma pertenecer a una organización de carácter gremial

75%

de los artesanos necesita recursos financieros para adquirir materia prima

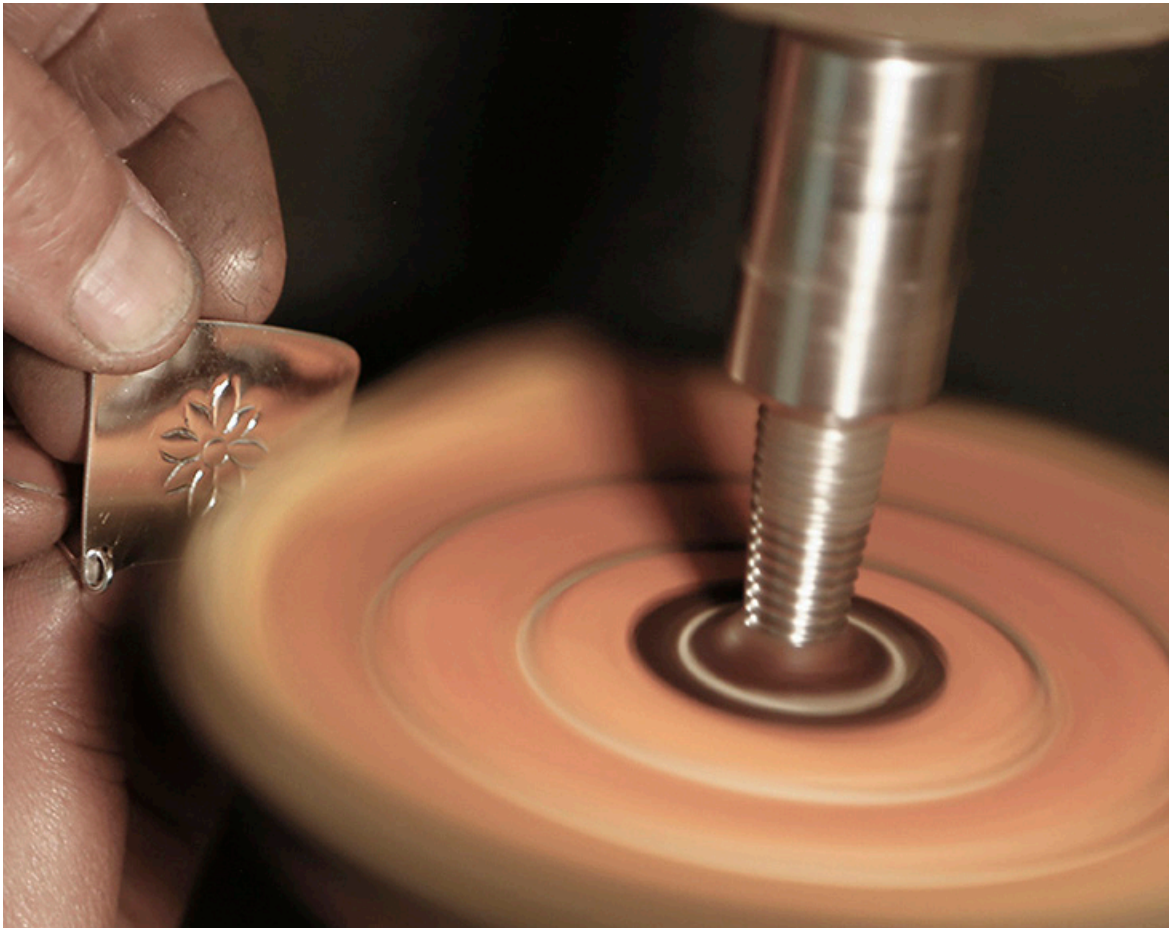


Imagen 36
(Artesanías de Chile, s.f.)

La **cadena de valor** es una larga etapa de sucesos. El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, plantea esta como un proceso que comienza con “la interpretación de saberes transmitidos por generaciones: destrezas, conocimientos, creatividad, expresión de tradición y cultura, transformación de materias primas y elaboración de objetos. Éstos pueden ser bienes útiles, simbólicos, rituales o estéticos y requieren de un sistema de producción, venta, comercialización y distribución que haga posible que la actividad sea sustentable para quien la realiza, algo que no se logra frecuentemente. Esto conlleva a una inestabilidad del sistema productivo, el cual se encuentra cada vez más lejos de poder aunar necesidades, beneficios, insumos y capital.” (CNCA, 2010, pág. 25)



Interpretación

Producción

Venta

Comercialización

Distribución

Imagen 37
(Artesanías de Chile, s.f.)

La cadena de valor de la actividad artesana involucra conocimientos, condiciones y una estructura necesaria para su desarrollo sostenido. El proceso requiere de un artesano o artesana que disponga de las capacidades humanas para llevar a cabo la producción. El proceso de las artesanías inicia por la necesidad de comunicar la expresión cultural de un territorio determinado, a través de la transmisión de conocimientos y aprendizaje de las diferentes técnicas. Dentro del proceso se encuentran también variados significados y procesos de elaboración de objetos. Las actividades artesanales dependen de la disponibilidad, la obtención y preparación de insumos y materias primas, que posteriormente se materializaran en el objeto y trabajo de creación, seguido de la formación, producción y/o comercialización del producto artesanal. (CNCA, 2010, pág. 10)

El sistema de comercialización aún es débil en las etapas productivas a nivel local y regional, ya que la nula vinculación entre el abastecimiento de materias primas e insumos, y entre las destrezas y capacidades de producción, como así también en el sistema de distribución y circulación de servicios culturales afectan de manera directa al artesano y sus productos.

Es un sector de bajos ingresos, ya que como muchas otras es una actividad dependiente de la producción, comercialización y las demandas del mercado. La artesanía depende de la valoración y riqueza de las diversas manifestaciones de objetos artesanales. Si esas dependientes no cooperan, repercuten directamente en el artesano ya que duda de su identidad y expresión disciplinar.

Según los datos de la encuesta CASEN, el promedio de los ingresos autónomos totales de la actividad artesana el año 2006 fue de \$205.292. Entendiendo que el promedio de los ingresos totales monetarios de un hogar, es \$527.866, no alcanza ni a la mitad del total de su aporte. Sin embargo, los datos muestran que la artesanía puede ser una importante parte del ingresos para los hogares en Chile, entendiendo que el ingreso promedio total de las personas a nivel nacional es de \$294.154.

Los mínimos ingresos en la artesanía son en el área de la cestaría con un ingreso \$88.464, seguido de las maderas y derivados con \$236.389 y finalmente la orfebrería con un ingreso mensual de aproximadamente \$380.553. (CNCA, 2010, pág. 25)



Imagen 38
(Queirolo, 2020.)



Imagen 39
(Queirolo, 2020.)



Imagen 40
(Queirolo, 2020.)

“El promedio de los ingresos autónomos totales de la actividad artesana el año 2006 fue de **\$205.292**. Entendiendo que el promedio de los ingresos totales monetarios de un hogar, es **\$527.866**, **no alcanza ni a la mitad del total de su aporte.**”

En los canales de distribución y comercialización de las artesanías se destaca en el mercado interno, las ferias y muestras regionales realizadas en épocas festivas o temporales. También se encuentra la entrega a terceros o comercializadoras, que definen el costo y precio final del producto artesano por su propia cuenta, factor que afecta fuertemente el ingreso de los creadores. En algunos casos el artesano no logra fijar un precio que realmente de cuenta del significado y valor del objeto, ya que es presentado en lugares con escaso valor agregado y poco énfasis en la presentación final del producto, factor relacionado fuertemente al diseño.

Por otro lado, el comercio internacional de las artesanías es a baja escala y sin apoyo permanente para comercialización. La capacidad de producción de la oferta nacional está orientada en productos de alta calidad, identidad, con potencial económico, y alta consideración con el medio ambiente. Busca alejarse de la producción en grandes cantidades y masificadas, por lo que las artesanías tienen una gran oportunidad de surgir a nivel nacional.

“Existe un aporte real de la artesanía al producto interno bruto y una incorporación de alto valor agregado a materias primas principalmente naturales. Sin embargo, la participación económica de las artesanías en el consumo cultural y los márgenes de ingresos y rentabilidad por sobre otras áreas artísticas o culturales, no siempre puede ser cuantificado. Esto debido a la informalidad del sector en la valoración de insumos, conocimientos, materias primas y a la estacionalidad de la actividad, entre otras causas.” (CNCA, 2010, pág. 26)

diseño

Proceso de búsqueda y adaptación de las materias primas necesarias para la producción del objeto artesanal, debe ser una adquisición sostenible en relación al entorno y su comunidad. En esta etapa se intervienen los recursos según distintas técnicas aprendidas a través de la transmisión entre generaciones, estas técnicas conforman los factores identitarios reflejados en la artesanía final. (CNCA, 2010, pág. 26)



Imagen 41
(Artesanías de Chile, s.f.)

creación

Son las acciones producidas desde el imaginario de un creador, es la habilidad de sus manos, las técnicas empleadas y las herramientas manuales o mecánicas que ocupa como apoyo. Estas acciones son transmitidas y aprendidas en el tiempo, dan vida a singulares creaciones, que se diferencian entre sí gracias a las huellas de cada creador. Los elementos según el tiempo y conocimiento hacen que la obra no solo sea un relato estético o utilitario sino que también significativo, histórico, poético y trascendente. (CNCA, 2010, pág. 26)



Imagen 42
(Artesanías de Chile, s.f.)

comercialización

Esta etapa hace que la actividad se siga desarrollado, ya que permite que los creadores, sus familias y comunidades puedan mantenerse económicamente por lo que realizan. Esto varía según la oferta y demanda de la producción, temporada del año o territorio en el que se distribuye. Es muy importante para la permanencia de los valores y características creativas e identitarias de las artesanías. (CNCA, 2010, pág. 27)



Imagen 43
(Artesanías de Chile, s.f.)

1.3.2.5. Participación

La actividad artesanal es reconocida como un proceso creativo artístico ligado a la cultura y al patrimonio, sin embargo, la poca valorización que existe de la actividad artesana se debe al escaso conocimiento que de esta se tiene, ya sea por su cultura, proceso, origen y materialidades.

Esto genera precios bajos y un nulo reconocimiento de quienes la realizan. La falta de espacios de promoción y difusión de las actividades y también de los productos, significan un bajo conocimiento y apreciación, ya que cuando uno ve el proceso por el que pasa, lo que consumimos nos hace valorarlo más cuando es necesario.

Según la Encuesta de Consumo Cultural 2009, un 3,3% de la población declaró haber asistido a talleres o ferias de artesanías, cifra que sitúa a las artesanías en tercer lugar después de talleres de danza y terapia corporal, ambos con 3,6%. (CNCA, 2010, pág. 27)

Por otro lado, la participación de los cultores o artesanos es reducida, ya que su capacidad adquisitiva no les permite participar de todo aquello que sería necesario para el comercio de su actividad.

Otro problema que afecta gravemente a su participación, es que una parte de los artesanos no cuentan con acceso a internet u otras plataformas digitales de una forma activa o permanente, por lo que la comercialización online de sus productos no siempre es factible como herramienta de venta. A día de hoy existen plataformas que buscan fomentar los productos artesanos en redes sociales o página web. (CNCA, 2010, pág. 27)

“Existe la necesidad vital de diferenciar la producción nacional de la extranjera, en términos de conocimiento promoción y comercialización” (CNCA, 2010, pág. 28) Ya que sí se diferencian, y la población nacional comienza a conocer los elementos distintivos de la producción artesanal nacional, es posible llegar a su valorización. Y en cuanto a la participación de la comunidad, son muy pocas las personas que están dispuestas a pagar más de lo que actualmente pagan, lo que refleja la baja valoración que se tiene del sector artesanal. Este factor no es solo posible presentarlo en las artesanías, sino también en otras áreas culturales. Es por esta razón que más allá del valor económico del producto, es importante comenzar por la educación del valor artesano y el sin fin de beneficios para el artesano y la economía nacional. (CNCA, 2010, pág. 28)

Es importante reconocer que la creación de las piezas artesanales, la valoración y el capital cultural de las mismas, puede caracterizarse según: materias primas utilizadas, tipo de producción, lugar de origen, persona o agrupación que lo realiza, etnia a la que pertenece, entre otros. La artesanía no se trata solamente de un bien tangible, sino también de una serie de características únicas y distintivas que se incorporan en el valor agregado del producto y estas se relacionan con el significado cultural. Las diferentes expresiones pueden ser conocidas, diferenciadas y valoradas por ese significado que poseen, le da un mayor valor económico a la adquisición de una pieza artesana y aumenta el valor cultural referido a nuestro patrimonio, poniendo en valor las artesanías nacionales. (CNCA, 2010, pág. 29)

La artesanía no se trata solamente de un bien tangible, sino también de una serie de **características únicas y distintivas** que se incorporan en el valor agregado del producto y estas se relacionan con el significado cultural.



Imagen 44
(Queirolo, 2020.)



Imagen 45
(Elaboración del autor, 2021)

Valle Hermoso

La Ligua, Región de Valparaíso.

1.3.3. Tejido en Valle Hermoso

Valle Hermoso es un localidad que se encuentra a 5km de La Ligua, comuna localizada en la región de Valparaíso. Este barrio comercial es un espacio típico artesanal dedicado a la producción de tejidos. Es conocido como “La Cuna del Tejido” y cuenta con aproximadamente 150 tiendas y fábricas. Rescata el patrimonio cultural en la artesanía y los tejidos, durante generaciones su pueblo ha traspasado sus conocimientos del tejido para la manutención en el tiempo del oficio. En el sector es común apreciar prendas de tejido creadas a partir del telar, a mano (crochet y palillo) o máquina.



Imagen 46
(Elaboración del autor, 2021)



Imagen 47
(Elaboración del autor, 2021)

1.3.3.1. Historia

El origen del tejido en el sector de La Ligua, es de tiempos prehispánicos, esta evidencia se basa en hallazgos de torteras de piedra para hilar en tumbas indígenas, posiblemente de las culturas Molle, Las Ánimas y Diaguita desde aproximadamente el 600 a.C. al 1400 d.C. Es posible también que los hallazgos se deban a las migraciones humanas realizadas de norte a sur. Otra teoría dice que la cultura del telar en la zona se debe a la influencia aimara, alrededor del 1300 d.C. Una teoría similar podría haber ocurrido con los incas y su técnica de hilar pelo de vicuña y alpaca entre los años 1420 y 1450, un poco antes de la llegada de los españoles a América. (Municipalidad de La Ligua, 2016)

Durante el período de la Conquista, la zona de La Ligua se dedicó a la producción de oro y no a la textil, aunque se siguió fabricando telares para uso de los propios habitantes. Un dato importante tiene relación con la transformación de la mano

de obra que vivía de las minas de oro que decidió dedicarse a la producción textil. Así es como una de las primeras evidencias de artesanos dedicados al oficio se registra a comienzos del 1800. Hacia 1861, ya cimentado el período Republicano, se comentaba la fama de los tejidos del sector como centro textil, esta producción no era de chalecos, sino de mantas, frazadas, alfombras y pellones, estos últimos eran destinados a la exportación, sin embargo, luego de unos años el bajo precio que se pagaba acabó con su comercialización.

La consolidación del tejido se percibe en el Siglo XX, ya que llegó a ser una actividad económica en el sector tan importante como la minería y la agricultura, el trabajo era más bien lento y a baja escala, ya que estaba orientado en una cosa artesanal y cultural. Posterior a esto podemos decir que la historia del tejido en La Ligua está definida por tres épocas. (Municipalidad de La Ligua, 2016)

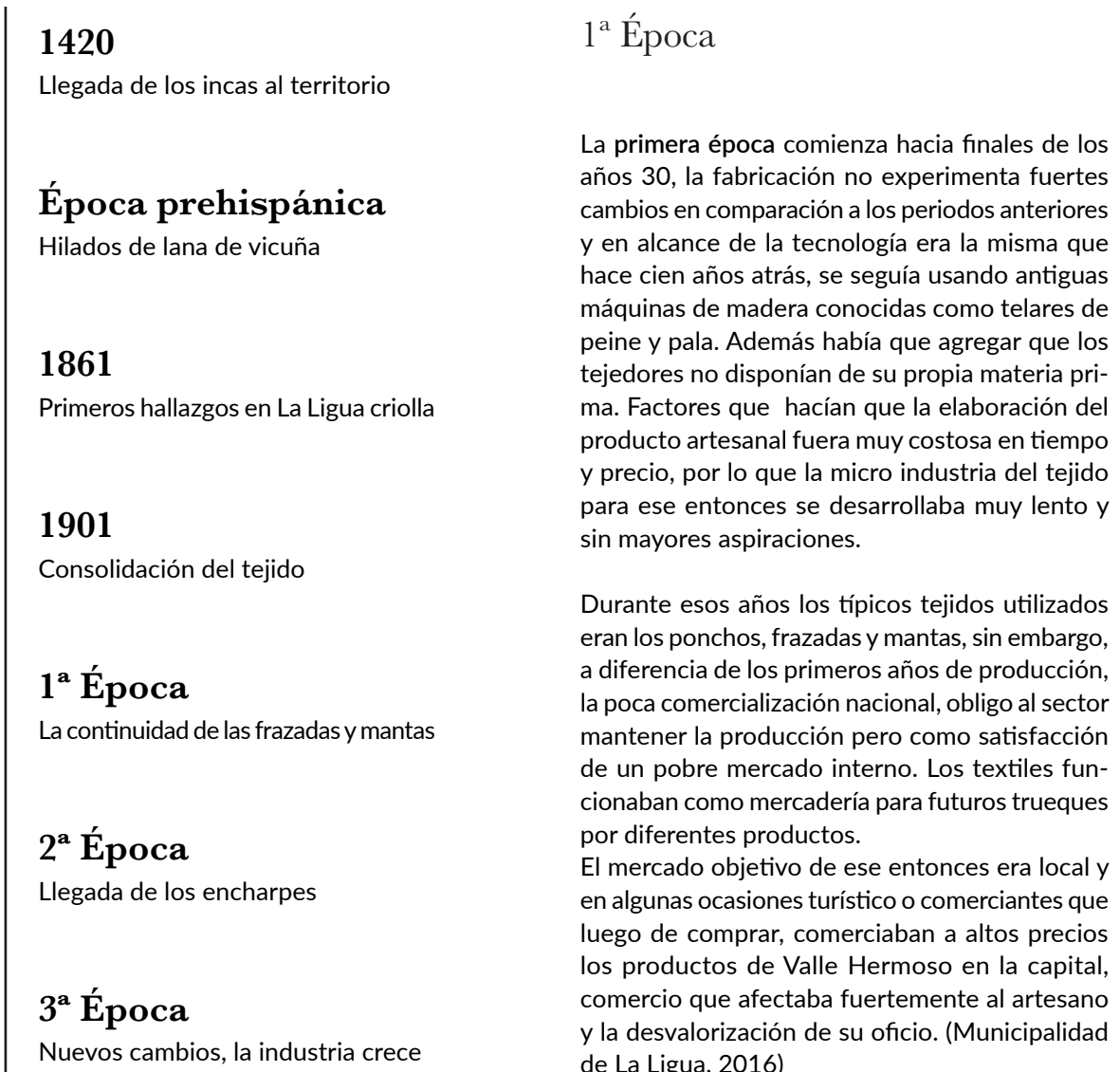


Gráfico 16.
(Elaboración del autor)

2ª Época

La **segunda época** comienza con la llegada de los encharpes, estos consistían en prendas estrechas y largas pero anchas, a diferencia de una bufanda eran utilizados sobre los hombros y se dejaba caer por delante. Estas prendas causaron furor no solo dentro de Valle Hermoso, sino también en otros centros urbanos reconociéndose de manera masiva. El echarpe artesanal permitió al sector el reconocimiento como centro textil y se destacó el uso de telares manuales de correderas con lisos de peine y palo.

Otro hecho importante durante esta época, a mediados de los años 40, comienza a nacer una pequeña industria familiar que estaba formada por el matrimonio de Aníbal Baltra Mondaca y Rosario del Carmen Tapia Toro, quienes deciden continuar con la tradición textil y forman un taller de tejidos en Valle Hermoso, donde las técnicas de tejido utilizadas son los antiguos telares. La familia piensa que deben haber mayores proyecciones de comercialización, y expandir las producciones fuera del valle. Y es así como Aníbal Baltra introduce los primeros telares industriales. Con la entrada de la maquinaria y de la especialización de tareas contratadas externamente se dio la oportunidad para reducir los costos e invertir las ganancias, entregando crecimiento económico a la localidad. (Municipalidad de La Ligua, 2016)

3ª Época

Y finalmente la **tercera época**, comienza a mediados de los 50, la actividad cada vez crecía más y La Ligua disponía de mayor dinero circulante, factor que se vio reflejado en el estado de bienestar y en la percepción de una economía estable. Además dio la posibilidad de diversificar la actividad textil a nivel local, ya que había más trabajo y variedad de diseños.

Durante estos años comienzan a aparecer las primeras máquinas rectilíneas, íconos de la nueva era tecnológica que se acercaba. Según las cifras municipales, llegaron a funcionar hasta 500 máquinas en los distintos talleres y fábricas de Valle Hermoso.

Con el paso del tiempo, nuevas formas de tejido artesanal se desarrollaron y asentaron en la zona, se introdujeron los primeros telares automáticos, gracias a Patricio Walls, en la fábrica de tejidos Pulmahue. La industria comenzó a consolidarse cada vez más a través de las familias de tejedores que aparecieron. Entre 1982 y 1995 La Ligua marcó un peak de ventas de tejidos nunca antes visto, situación que podía verse reflejada en la cantidad de buses que visitaba el sector, llegaban aproximadamente 40 buses todos los días desde la capital con comerciantes que llegaban a comprar. (Municipalidad de La Ligua, 2016)



Imagen 48
(Elaboración del autor, 2021)

Entre **1982 y 1995** La Ligua marcó un **peak de ventas** de tejidos nunca antes vista, situación que podría verse reflejada en la cantidad de buses que visitaba el sector, llegaban aproximadamente **40 buses** todos los días desde la capital con comerciantes y turistas que llegaban a comparar los **valorados tejidos**.

1.3.3.2. Materialidades

Para llevar a cabo un tejido es necesario contar con una fibra textil que pueda ser tejida, tal como se mencionó anteriormente, las técnicas de tejidos utilizadas en Valle Hermosos, son el tejido a máquina, a telar y a mano con palillo o crochet. Las fibras que hoy se trabajan principalmente, son fibras acrílicas y en algunos casos se hacen composiciones de lana de alpaca o de oveja con acrílico.

En general, ambos tipos de fibras poseen las mismas características, destacándose la flexibilidad, sensación de suavidad al contacto con la piel y elasticidad. Se diferencian en los materiales que los componen, entendiendo que las naturales son de origen animal o vegetal y las sintéticas provienen de diversos procesos derivados del petróleo.

El problema en Valle Hermoso es que producto de los bajos ingresos y la desvalorización del sector la gran mayoría de los artesanos no tiene acceso a materia prima natural.

La oportunidad es introducir nuevamente productos de calidad a la oferta artesanal del sector y valorizar los productos desde el diseño, la durabilidad y el trabajo artesano.

A continuación se detalla la ficha técnica de ambas fibras, para analizar cada una de estas, se tomó como referente de fibra natural la lana de oveja y como fibra sintética el poliéster.

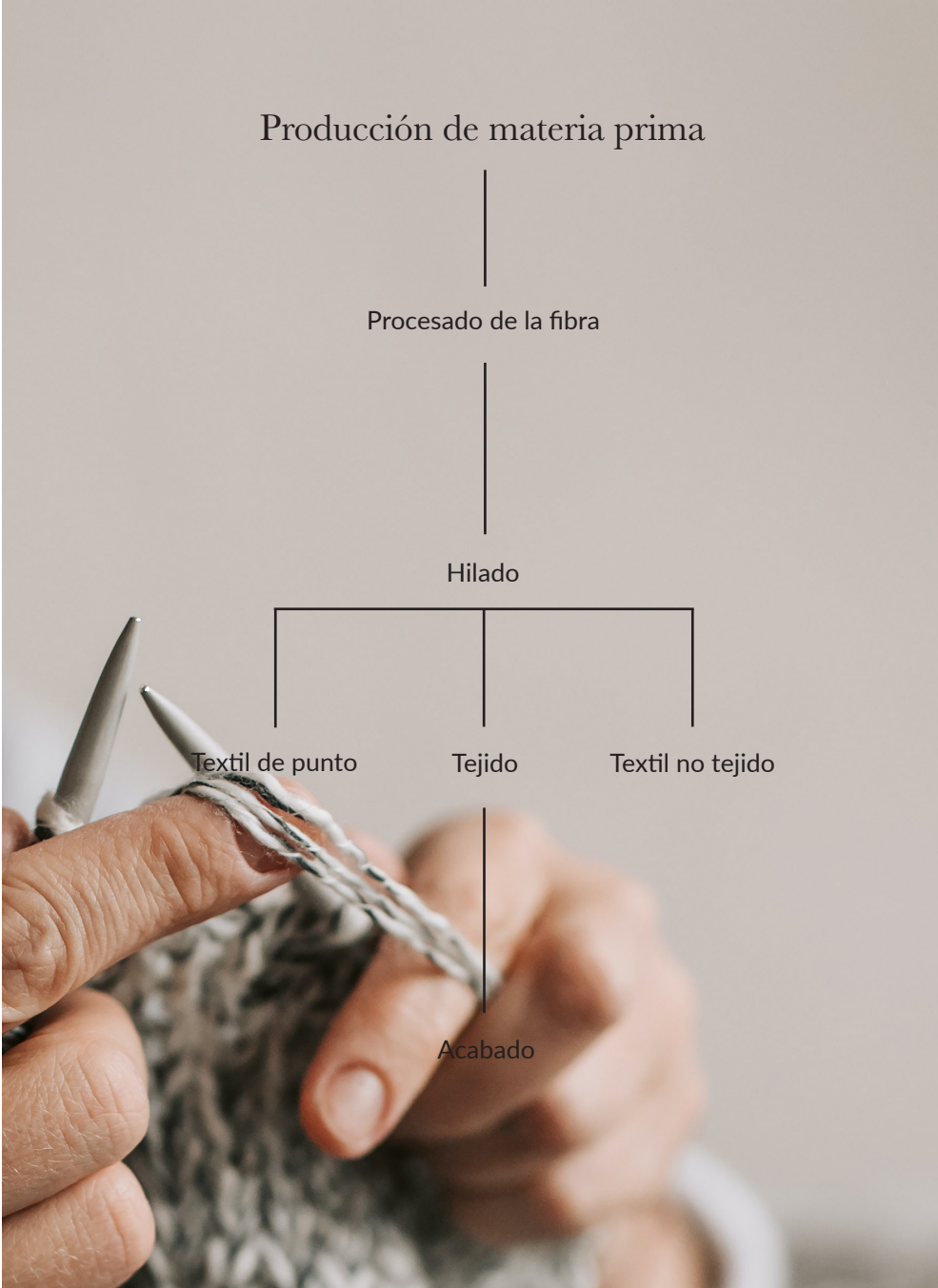


Imagen 49
(Karpovich, 2021)

Gráfico 17.
(Galindo, Hernández, 2008)

1.3.3.2.1. Fibras Naturales

La lana es una fibra de origen animal, se obtiene del vellón del animal mediante esquilado, puede ser de oveja, alpaca o vicuña. Tiene propiedades flexibles y resistentes, capacidad de producción térmica que otorga un adecuado poder aislante y registra una buena elasticidad, también es una fibra anti inflamable. La cadena de valor de esta materia prima comienza en el sector agropecuario, pasa al sector industrial y finalmente a la etapa de comercialización. (Tinoco, 2009, pág 76.)



Imagen 50
(Tankilevitch, 2021)

1.3.3.2.2. Fibras Sintéticas

Las fibras sintéticas son fibras textiles que se obtienen de diversos productos derivados del petróleo, por lo que es una fibra principalmente química. Los textiles más comunes son poliéster, acrílico, polipropileno, nylon. Son tejidos económicos, versátiles, resistentes y de fácil cuidado. (Lafayette, 2017) En Valle Hermoso el más utilizado es el poliéster ya que debido a su fino grosor es sencillo introducirlo en la máquina de tejido industrial y también es una fibra accesible económicamente para los artesanos.



Imagen 51
(Akyurt, 2016)



Imagen 52
(Gómez, s.f.)

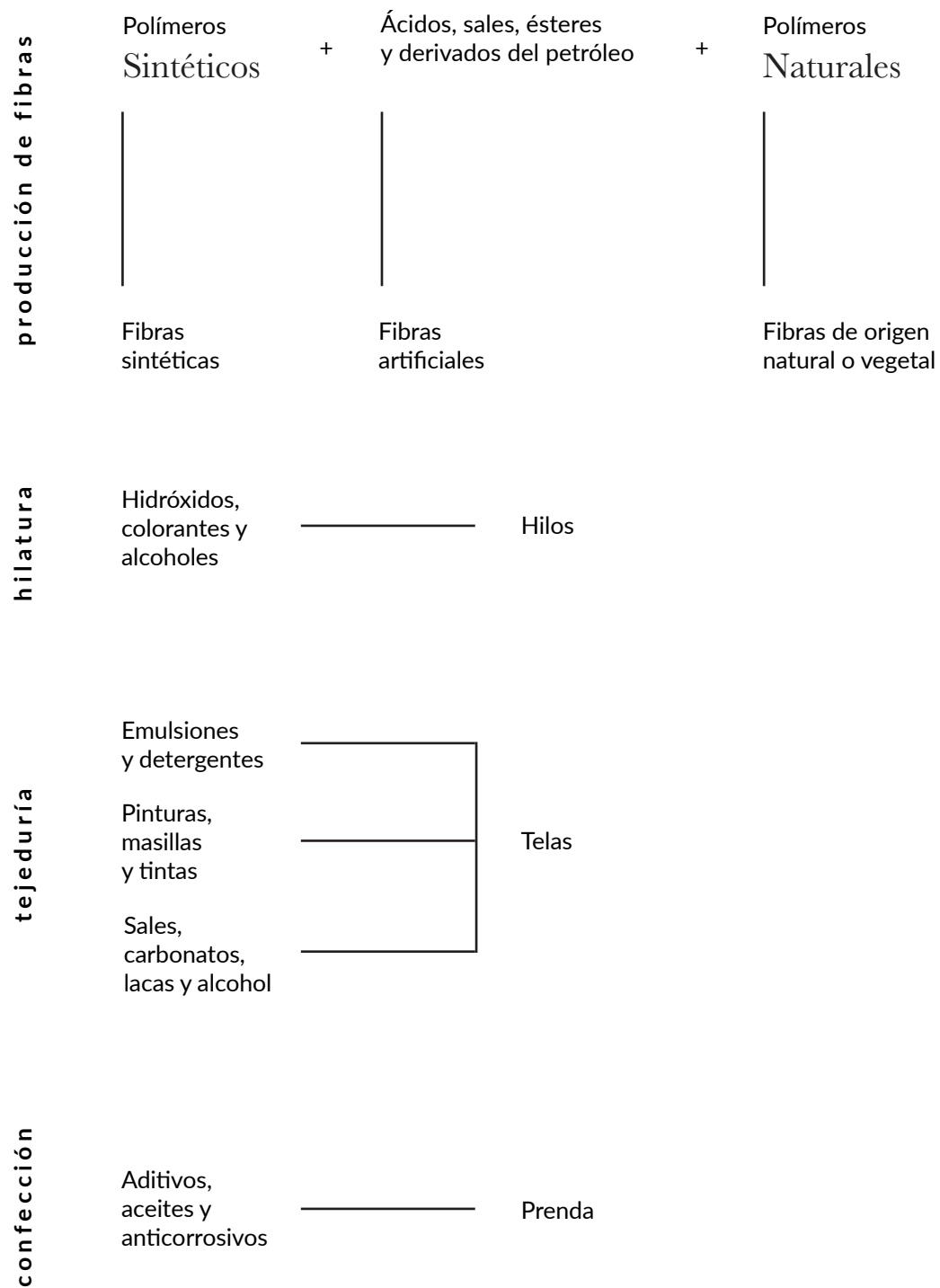


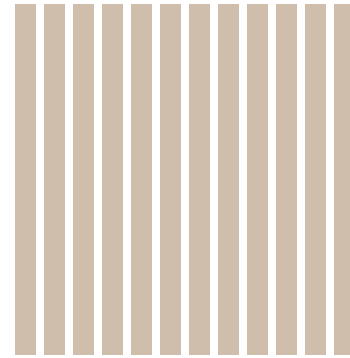
Gráfico 18.
(Nieto, López, 2017)

1.3.3.3. Técnicas

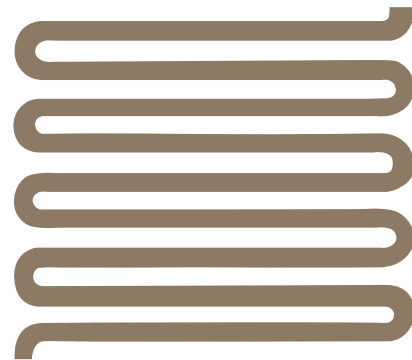
Las técnicas de tejido varían según la cultural y tradiciones del sector. Sin embargo, en el sector artesanal existen dos formas, a palillo o crochet y a telar.

El telar artesanal presente en Valle Hermoso, es el telar de pedal. La estructura del tejido consiste en dos grupos de hilos que se cruzan en ángulo recto, la urdimbre y la trama. La urdimbre reposa tensada sobre el telar de manera vertical y la trama es la que se va entretejiendo horizontalmente.

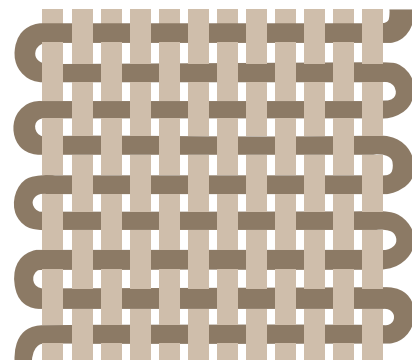
El telar se compone por el plegador de la urdimbre que suele ser a través de un peso externo, dos o más lizos, una lazadera que contiene el hilo de la trama y un plegador que recoge la tela. (Somcultura, 2017)



trama



urdimbre



trama y urdimbre



Imagen 53
(Purl Soho, s.f.)



Imagen 54
(Purl Soho, s.f.)

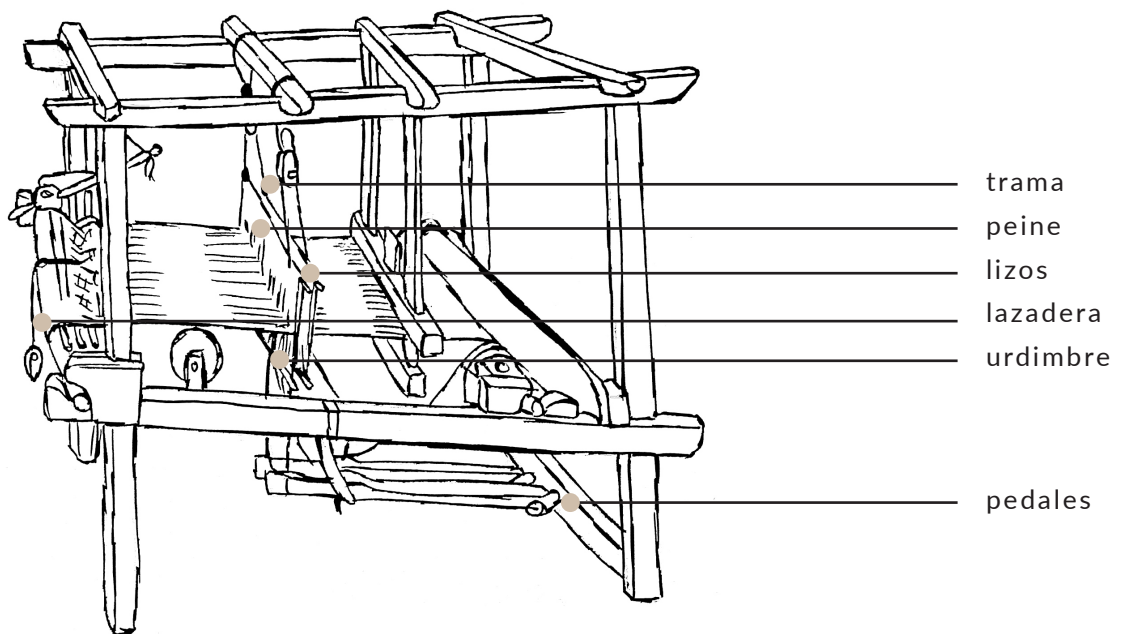


Gráfico 19.
(Elaboración del autor)

En una primera etapa del proyecto se busco revalorizar el trabajo a telar, sin embargo, la investigación y experiencia con el sector mostró que la mayoría de las artesanas, alrededor de un 80% muestra un elevado grado de expertíz en el tejido a palillo. Entendiendo además que solo 1 artesano del sector trabaja el telar, el proyecto no podría haberse sustentado.

Es por eso que se tomo la decisión de formar una comunidad con 3 mujeres de la comuna que han desarrollado la técnica del palillo desde que son pequeñas, dónde aprendieron nuevos puntos y a lo largo de los años más de alguna ha creado su propio punto, valor que se buscar mantener a través de este proyecto.



Imagen 55
(Elaboración del autor, 2021)



Imagen 56
(Elaboración del autor, 2021)

1.3.4. Problemas de la actividad artesana en Chile según las agendas de la sostenibilidad

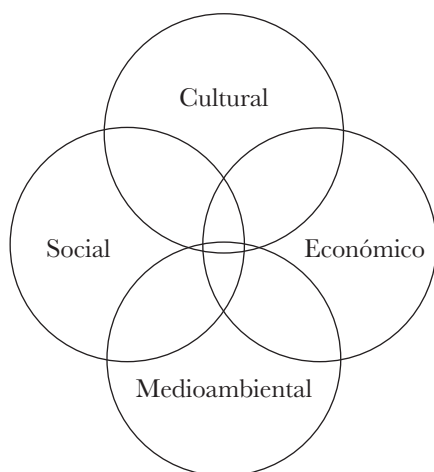


Gráfico 20.
(Elaboración del autor)

“La actividad artesanal se ha visto afectada en su **forma tradicional de producción** y en la **calidad de sus productos**, ya que debido a la necesidad de comercializar sus bienes los han **intervenido** con otras disciplinas, modificando su trabajo y significados, **restándole valor a la actividad.**”

(CNCA, 2010, pág. 25)

En esta sección se busca dar a conocer el problema según las diferentes agendas de la sostenibilidad, con el objetivo de reconocer sus principales dificultades y así guiar el proyecto de la manera más transparente y efectiva posible.

Es importante reconocer que este problema no es algo que solamente ocurre en nuestro país, muchos artesanos alrededor del mundo se ha visto afectados producto de la globalización y la dificultad de acceder a materias primas de calidad. Los artesanos actualmente no disponen de oportunidades para difundir sus producciones en el mercado nacional y menos internacional. Otro factor es que en las sociedades de hoy existe un gusto por consumir, el deseo de los compradores varía según cultura, nivel social, estilo de vida y así diferentes cosas que inconscientemente desarrollan un sistema de valoración diferente en cada persona o consumidor, por lo que el valor formal, funcional, o utilitario también tiene un reconocimiento personal.

“Esta falta de valoración de la labor creativa, transformadora e identitaria de la artesanía, imposibilita cubrir muchas veces los costos de producción y las necesidades económicas básicas de las personas. La actividad se vuelve a veces estacional o compartida con otras funciones productivas para el sustento y mejoramiento de la calidad de vida, perdiendo en varios casos permanencia en el tiempo, sufriendo modificaciones en las formas de producción y en los productos resultantes. La necesidad de rentabilizar la actividad sin considerar aspectos esenciales de su expresión cultural y su desarrollo, afecta el capital fundamental de los objetos elaborados. Si bien es posible alcanzar mejores escenarios para su desenvolvimiento, no se asegura una rentabilidad económica que posibilite su duración en el tiempo, lo cual influye negativamente en materia de creación.” (CNCA, 2010, pág. 23)

1.3.4.1. Ámbito Social

En el ámbito social de las artesanías el problema principal es la pérdida del traspaso de conocimientos. “La transmisión oral, familiar y el aprendizaje creativo se ven afectados por la pérdida de la vida en comunidad, la influencia de los medios de comunicación e información, y las referencias de futuro.”(CNCA, 2010, pág. 23)

Es destacable el traspaso de conocimientos de las antiguas generaciones, ya que es posible encontrar creadores de las disciplinas con un alto nivel de destreza y desarrollo, tal como se mencionó anteriormente el problema esta en la poca valoración y reconocimiento por parte de la comunidad. Ya que la transmisión oral, familiar y el aprendizaje creativo no serán fructuosos sin la valoración de la actividad.

Es importante mencionar que los padres de hoy dentro de la comunidad de artesanos, quieren un mejor futuro para sus hijos por los que insisten en la búsqueda de nuestras profesiones o oficios y dejan de lado la misión de perdurar la artesanía través de las generaciones, lo que significa que si la actividad fuera valorada y aportara los ingresos monetarios necesarios, las generaciones de artesanos de hoy no tendrían la necesidad de buscar nuevas opciones de ingreso económico.

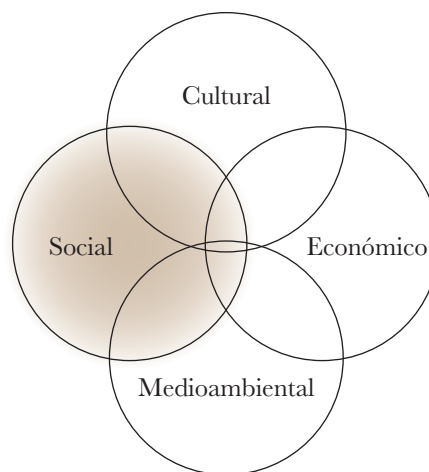


Gráfico 21.
(Elaboración del autor)

1.3.4.2. Ámbito Cultural

En el ámbito cultural, la transmisión de conocimientos de antiguas generaciones significan la preservación de la cultura artesana. Hoy vivimos en "... una época en que la cultura opera en dos dimensiones en constante dialéctica: la global y la local. No obstante, mientras la primera provista de un gigantesco momentum, tiene asegurada su permanencia y crecimiento, la segunda, que da cuenta de lo particular y diferente, se torna frágil y vulnerable, viéndose amenazada por la uniformación. Frente a este desbalance, la «gestión cultural» puede ejercer un rol trascendente, cual es velar por la permanencia y desarrollo de las culturas locales y, con ello, por el equilibrio necesario para no perder la escala humana, dimensión que va asociada a la identidad y sentido de pertenencia que toda comunidad requiere para motivarse y querer vivir en un determinado lugar." (Matthey, 2010)

La artesanía juega un papel importante en la definición cultural de un país o lugar, ya que en el mundo globalizado que vivimos, la cultura de cada país paso a ser un distintivo, para identificarse, diferenciarse y desarrollarse, con el fin de marcar presencia y territorio. Chile contiene una diversidad de culturas, y el principal problema de la desvalorización fue intentar unir estas formas de expresión cultural, como una "cultura nacional unitaria", la diferenciación de la cultura en nuestro país es la diversidad, por lo que fomentar y estimular a las pequeñas comunidades generan una rica y diversa cultural nacional. (Matthey, 2010)

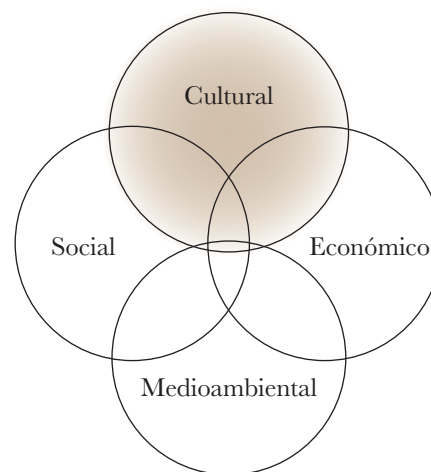


Gráfico 22.
(Elaboración del autor)

1.3.4.3. Ámbito Económico

En el ámbito económico, la falta de valorización de la labor artesana, imposibilita en muchas ocasiones cubrir los costos de producción y las necesidades económicas básicas de la comunidad. La actividad en algunos casos se vuelve estacional y el artesano debe aumentar sus ingresos con otras actividades que aporten a sus ingresos monetarios mensuales. (CNCA, 2010, pág. 23)

El bajo presupuesto económico también afecta la calidad del producto artesano, ya que se ve obligado a sufrir modificaciones en la forma de producción o en la materialidad del objeto, restando valor monetario al producto final. El artesano debe reconocer un modelo de negocios que permita vender productos de calidad a un mayor precio y así aumentar sus ingresos. Pero para que este posible modelo implementado de frutos, es necesario abrir nuevas oportunidades para el comercio nacional, ya que el factor de comercialización es el principal problema para muchas comunidades de artesanos, producto de la centralización a nivel país.

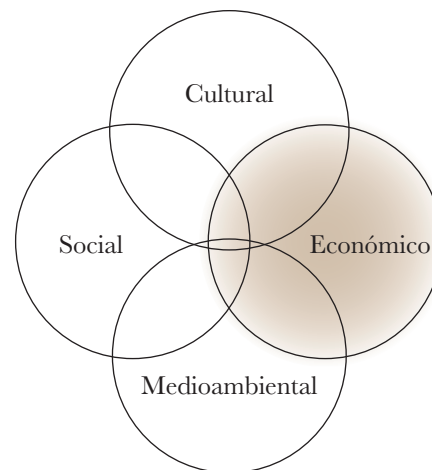


Gráfico 23.
(Elaboración del autor)

1.3.4.4. Ámbito Medioambiental

La artesanía como tal, es una actividad que desde sus orígenes seguía la línea de la sostenibilidad y una producción amigable con el medio ambiente. Una comunidad que trabajaba con la materia prima que la rodeaba y con eso busca crear su arte, su forma de expresión frente al exterior, a veces eran creaciones necesarias como un textil que los protegiera del frío y en otras un adorno para el hogar.

El avance del mundo y la globalización afectaron a lo que hoy entendemos como una desvalorización de la actividad, ya que poco a poco esta artesanía dejó de ser un objeto de necesidad básica para el hombre y comenzó a convertirse en un símbolo, un objeto representativo de una historia y cultura. Esto no significó una pérdida de valor cultural, pero en la gran mayoría de los casos el artesano tuvo la necesidad de adecuarse a materiales más accesibles y de menor calidad, afectando al valor monetario del producto y a la huella de carbono.

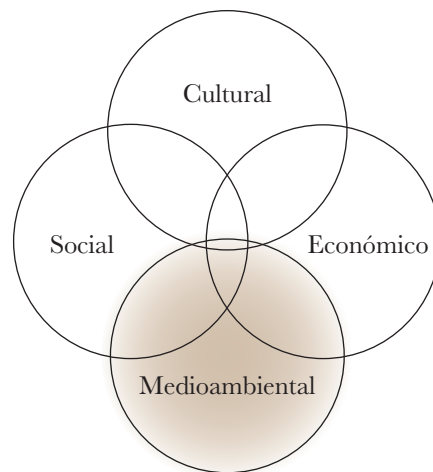


Gráfico 24.
(Elaboración del autor)

1.3.4.5. Pérdida del quehacer tejedor en Valle Hermoso

Valle Hermoso, tal como se menciona anteriormente, es un barrio comercial, dedicado tradicionalmente al rubro textil. Actualmente producto de la pandemia COVID - 19 y la competencia internacional han disminuido considerablemente sus ventas, afectado económicamente al artesano y además desvalorizando la tradición textil del sector. El problema histórico de esta actividad es la gran vulnerabilidad de comercialización.

Robert Godoy, presidente de la agrupación de tejedores del sector asegura en una entrevista realizada para este proyecto, que uno de los problemas principales es la poca conciencia que existe sobre el trabajo detrás del producto, cree que es importante comunicar desde el diseño y así educar sobre el lugar dónde se crean las piezas artesanas, por las manos que pasó durante su producción y que toda esa historia tiene un aprendizaje y un arraigo de tradiciones. Entender además porque el artesano hace lo que hace y dar a conocer que, gracias al tejido la comunidad de Valle Hermoso tiene posibilidades de volver a surgir.

“

Es importante comunicar desde el diseño y así educar sobre el lugar dónde se crean las piezas artesanas, por las manos que pasó durante su producción y que toda esa historia tiene un aprendizaje y un arraigo de tradiciones. Entender además porque el artesano hace lo que hace, dar a conocer que gracias al tejido la comunidad de Valle Hermoso tiene posibilidades de volver a surgir.

Robert Godoy, Presidente de la agrupación de tejedores de Valle Hermoso

”

Hoy Valle Hermoso necesita un incentivo para ver que aquello en lo que están trabajando y desarrollando día a día es una prenda valiosa para alguien. Por lo que la valorización artesanal no es solo un bien económico sino también de salud mental. Además es importante destacar que la producción del sector hoy en día, es principalmente con materiales sintéticos, ya que el presupuesto no es lo suficiente como para acceder a materia prima de calidad, lo que afecta al valor monetario del producto y así también al ingreso del artesano. Cabe destacar además que el proceso por el que pasa el material sintético para su producción daña al medio ambiente, entendiendo que la producción de las fibras sintéticas utilizan petróleo y otros químicos para llevarse a cabo.

En las artesanías es importante entender que un objeto no es menos valioso culturalmente por ser de peor calidad, ya que estamos evaluando un producto hecho a mano, que pertenece a la cultura de nuestro país. Sin embargo, hoy el consumidor es más consciente y educado en cuanto a la origen de los materiales, por lo que aquel producto de baja calidad es menos valorado. Valle Hermoso tiene un porcentaje de sus productos que no se venden, debido a que son fabricados con fibras sintéticas y además son prendas se quedaron en un diseño pasado en cuanto a las tendencias actuales. Y es ahí donde surge este proyecto, con el fin de crear moda local, ayudar al artesano y darle una oportunidad al tejido.



Imagen 57
(Elaboración del autor, 2021)

1.4. Oportunidad



Imagen 58
(La Gaviota, 2020)

Moda Sostenible y Social: La artesanía como una alternativa

La oportunidad consiste en la valoración de la artesanía textil patrimonial y a través de esta dar una respuesta la moda sustentable y social a nivel local. Con el fin de preservar, difundir y comercializar un oficio artesano de gran carga cultural en nuestro país y así mismo fomentar el consumo de moda local. Para eso se trabajará en colaboración con la comunidad de tejedores de Valle Hermoso, pilar fundamental del proyecto ya que junto a ellos se creará una marca nacional. Que a través del desarrollo de una colección dará trabajo basado en el comercio justo y al mismo tiempo fomentará la artesanía como el nuevo lujo y slow fashion. Busca crear piezas atemporales a través de fibras recicladas. Piezas que se venderán bajo un modelo pre order, con el fin de crear un involucramiento emocional con la prenda. El fin es crear un modelo de gestión sostenible a futuro desde la artesanía, junto a la creación de una microescuela, con el fin de perdurar el oficio y sus tradiciones en el tiempo.

1.5. Planteamiento de objetivos



Imagen 59
(Maydi, 2017)

1.5.1. Objetivo general

Diseñar una marca nacional junto a artesanos y artesanas textiles para crear moda local y revalorizar el oficio y su historia.

1.5.2. Objetivos específicos

- Formar una relación virtuosa entre la comunidad de artesanos y el diseñador.
- Contribuir a la economía local.
- Relatar los valiosos procesos detrás de cada pieza textil artesana.
- Analizar el material de tejido y sus propiedades.
- Diseñar piezas emocionales y atemporales.
- Generar una comunidad entre los artesanos y sus consumidores.

1.6. Herramientas metodológicas

1.6.1. Objetivos de desarrollo sostenible

El objetivo 8; trabajo decente y crecimiento económico propone que un crecimiento inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida.

El proyecto en desarrollo no es a gran escala como para generar grandes cambios, pero busca ser un aporte para la comunidad de artesanos de Valle Hermoso y encaminar al usuario a un consumo de moda local, de calidad y sostenible.



Imagen 60
(Artesanías de Chile, s.f.)

El 25 de septiembre de 2015, líderes mundiales deciden adoptar un conjunto de objetivos globales, que tienen como fin erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse los próximos 15 años, para lograrlo todo el mundo debe poner de su parte. Este proyecto busca a través del diseño hacer un pequeño aporte al objetivo 8, por medio de la revalorización de un oficio artesanal promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente.

El objetivo 8; trabajo decente y crecimiento económico propone que un crecimiento inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida. A través de la valoración de la actividad artesanal se aportará a la meta 8.3, que busca promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros. Y también a la meta 8.9 que propone de aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales. (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2019)

1.6.2. Comercio Justo



Imagen 61
(Artesanías de Chile, s.f.)

Es importante reconocer e identificar este modelo con el fin de aplicar esta relación con la comunidad de tejedores que se trabajará. Uno de los principales objetivos es cumplir con una **valorización del trabajo artesano y aportar con salarios justos a la comunidad.**

El comercio justo es una forma de comercio que lucha por las desigualdades y la pobreza. La definición consensuada internacionalmente es: “El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos”. (Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO)

Sus principios proponen respeto a los derechos humanos, laborales y sociales, lo que significa salarios dignos, condiciones laborales adecuadas y seguras. También apela a la lucha contra la explotación infantil e igualdad de género.

Las prácticas de trabajo deben ser justas, relaciones comerciales estables y los trabajadores deben tener derecho a libertad sindical, que se busque la democracia al minuto de la toma de decisiones. Y finalmente propone la protección del medio ambiente a través de técnicas de producción ecológicas y sostenibles que sean respetuosa con el entorno que las rodea. Este modelo constituye un movimiento internacional que esta formado por organizaciones y personas de todo el mundo. El objetivo es cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza, la desigualdad mundial y la contaminación ambiental. (Coordinadora estatal de comercio justo[CECJ], s.f.)

1.6.3. Artesano + Diseñador

“El sector de las artesanías es uno de los sectores más potentes y sostenibles de las industrias culturales, proporcionando un **beneficio multifacético**. Las artesanías estimulan, por un lado, la generación de trabajo y ganancias económicas, a la vez que revalorizan el inapreciable bien que es la cultura, y arrojan una nueva aplicación a los conocimientos tradicionales que pueden estar amenazados por el actual proceso de mundialización y homogeneización cultural. “
(UNESCO, 2011)



Imagen 62
(Artesanías de Chile, s.f.)

El taller Artesanos y Diseñadores, es organizado por la UNESCO, tiene como objetivo generar vínculos entre el diseño y la artesanía con el fin de contribuir al bienestar y desarrollo de las actividades nacionales. Surge como una forma de contribuir con el sector, por medio de la inspiración, continuidad e intercambio de prácticas creativas. Para el encuentro realizado en Santiago de Chile, la UNESCO, decide hacer una colaboración entre artesanos y diseñadores para que a través del intercambio de conocimientos o posibles estrategias, se mejore la calidad de vida de los artesanos, y así reducir los índices de pobreza y proteger el patrimonio cultural nacional. Esta asociación es estratégica, ya que el artesano aporta sus conocimientos y técnicas ancestrales y por otro lado el diseñador tiene la posibilidad de inspirarse y visibilizar oportunidades de diseño que sean un aporte para la comunidad de artesanos. Es importante destacar que ambos comparten valores de excelencia, innovación y creatividad. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2011)

Los objetivos principales del encuentro son establecer rigurosos estándares de excelencia para los productos artesanales, con el fin de generar un sistema confiable que garantice a los consumidores productos de alta calidad y en condiciones de fabricación responsables social y medioambiental.

El segundo objetivo es fomentar la innovación, con el fin de preservar las tradiciones, asegurar una mejor integración al mercado y adecuación del producto en la vida moderna.

El tercer objetivo consiste en ofrecer servicios de capacitación a través de programas y talleres para los productores y educar a más personas en el oficio. Y finalmente ofrecer oportunidades que aseguren el desarrollo sostenible de las empresas artesanales, ya que es un sector que desempeña un rol económico importante, ayudarlos a combatir la pobreza y promover nuevas oportunidades en el mercado ya que el estímulo de los consumidores genera más participación y motivación en el oficio.

A + D

Para este proyecto se busca aplicar aquellos objetivos con el fin de apoyar de manera eficaz a la moda local y sus artesanos.

Las 3C

La relación A + D, que se busca aplicar, está basada en un concepto denominado “The 3Cs”, establecido por la iniciativa de Propiedad Intelectual y Cultural de Derechos. Ellos proponen modelos comerciales de distribución y de beneficios para fomentar la colaboración social y cultural sostenible entre artesanos y diseñadores contemporáneos en el negocio de la moda. Buscan orientar las mejores prácticas para el compromiso ético en el co-diseño y colaboraciones con pueblos indígenas y comunidades locales. El modelo esta basado en una distribución justa de los derechos de propiedad intelectual y los derechos de propiedad intelectual cultural. Para llevarlo a cabo proponen el termino mencionado anteriormente; la regla de las 3Cs: Consentimiento, Crédito y Compensación. (Cultural Intellectual Property Rights Initiative, s.f.)

def. Cultura

Son las características particulares de una comunidad, que los destaca y define; sus singularidades propias, como la lengua, vestimenta, arte, canto, alimentación, ritualidad, entre otros; sus conocimientos ancestrales, que se heredan de generación en generación; en consecuencia, todo el desarrollo intelectual, espiritual, estético, ideologías y creencias que comparten personas que forman parte de una comunidad.

Consentimiento

libre, previo e informado del artesano, comunidad indígena o local.

Crédito

reconocimiento de la comunidad de origen e inspiración.

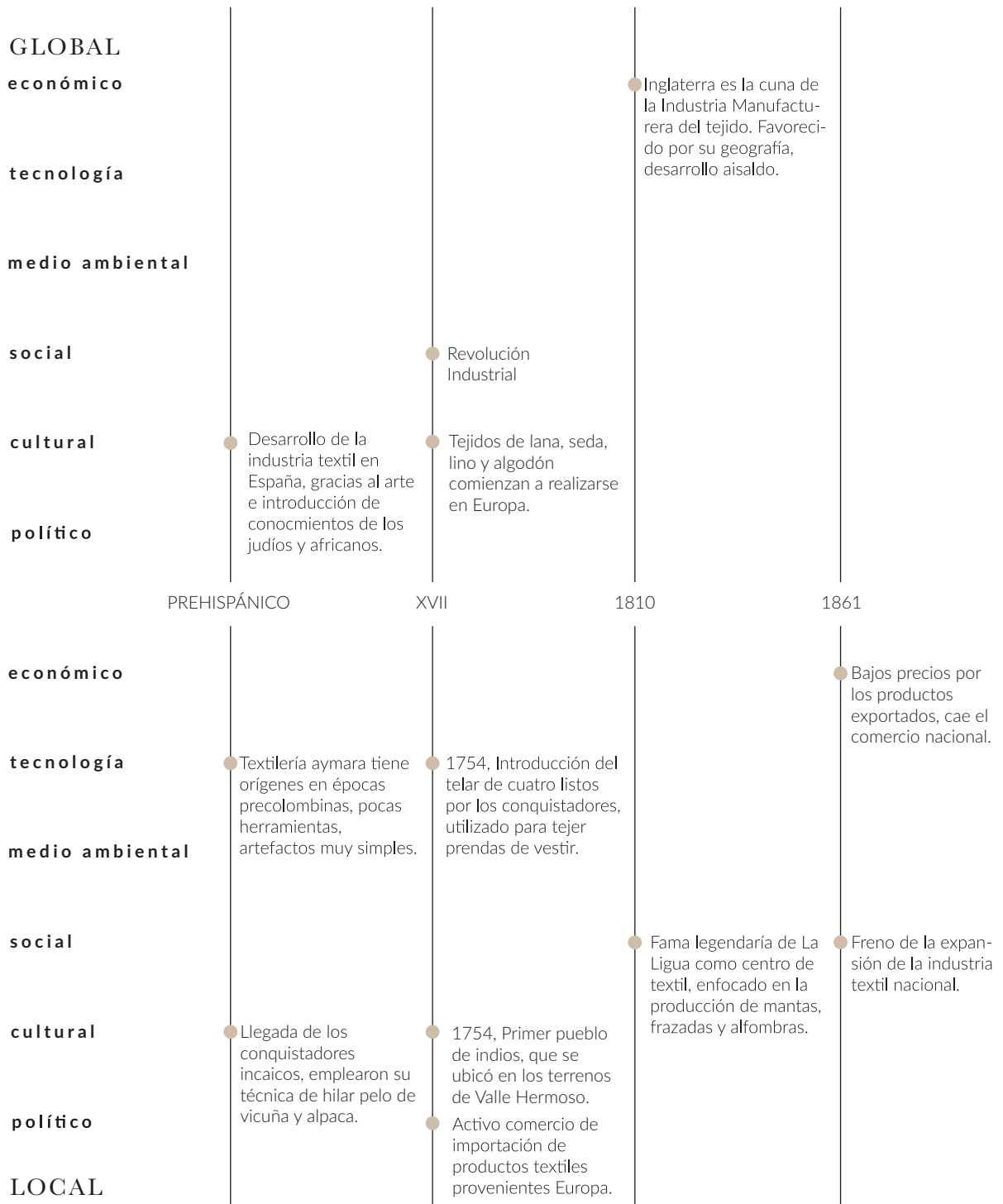
Compensación

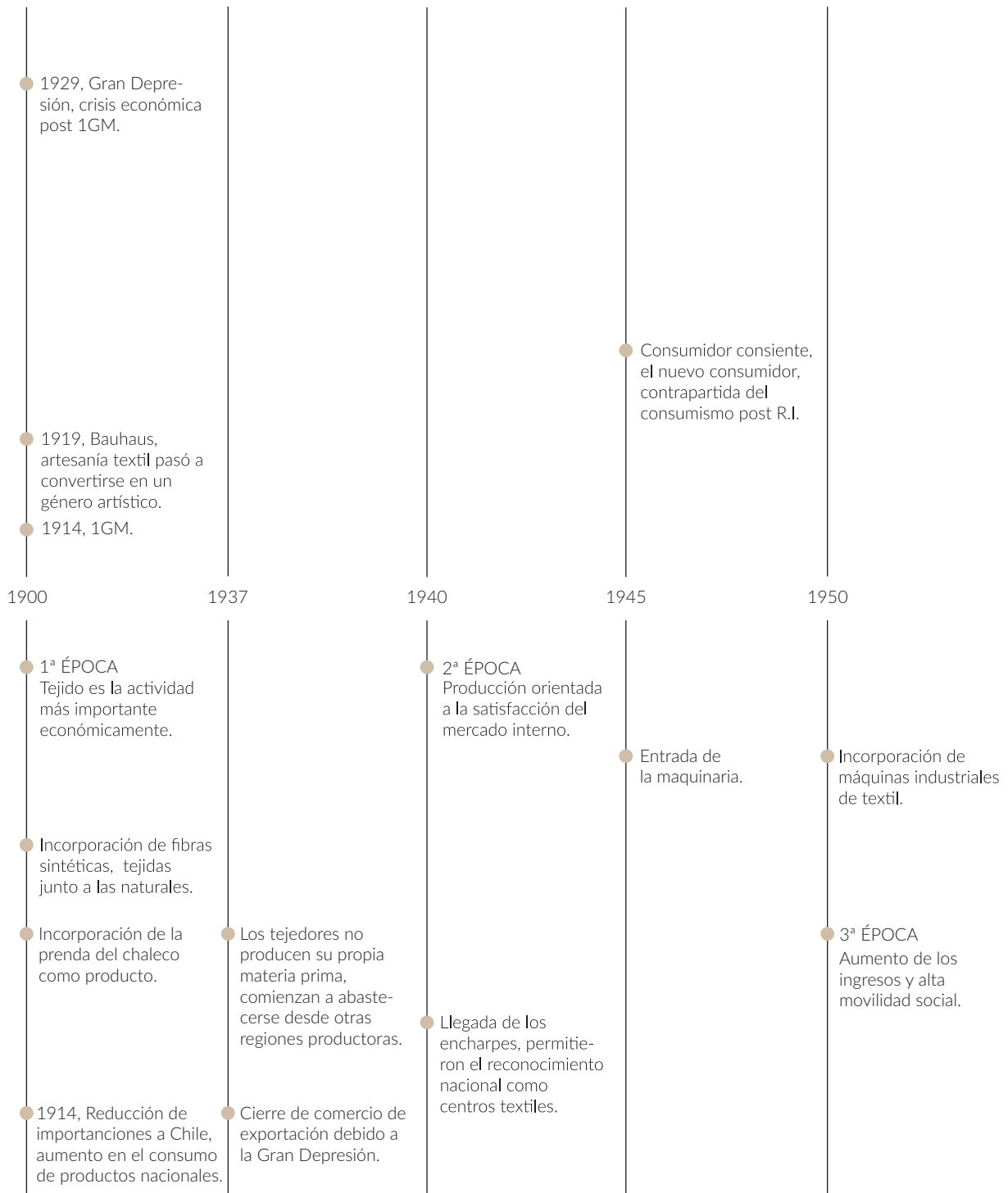
monetaria o no monetaria.

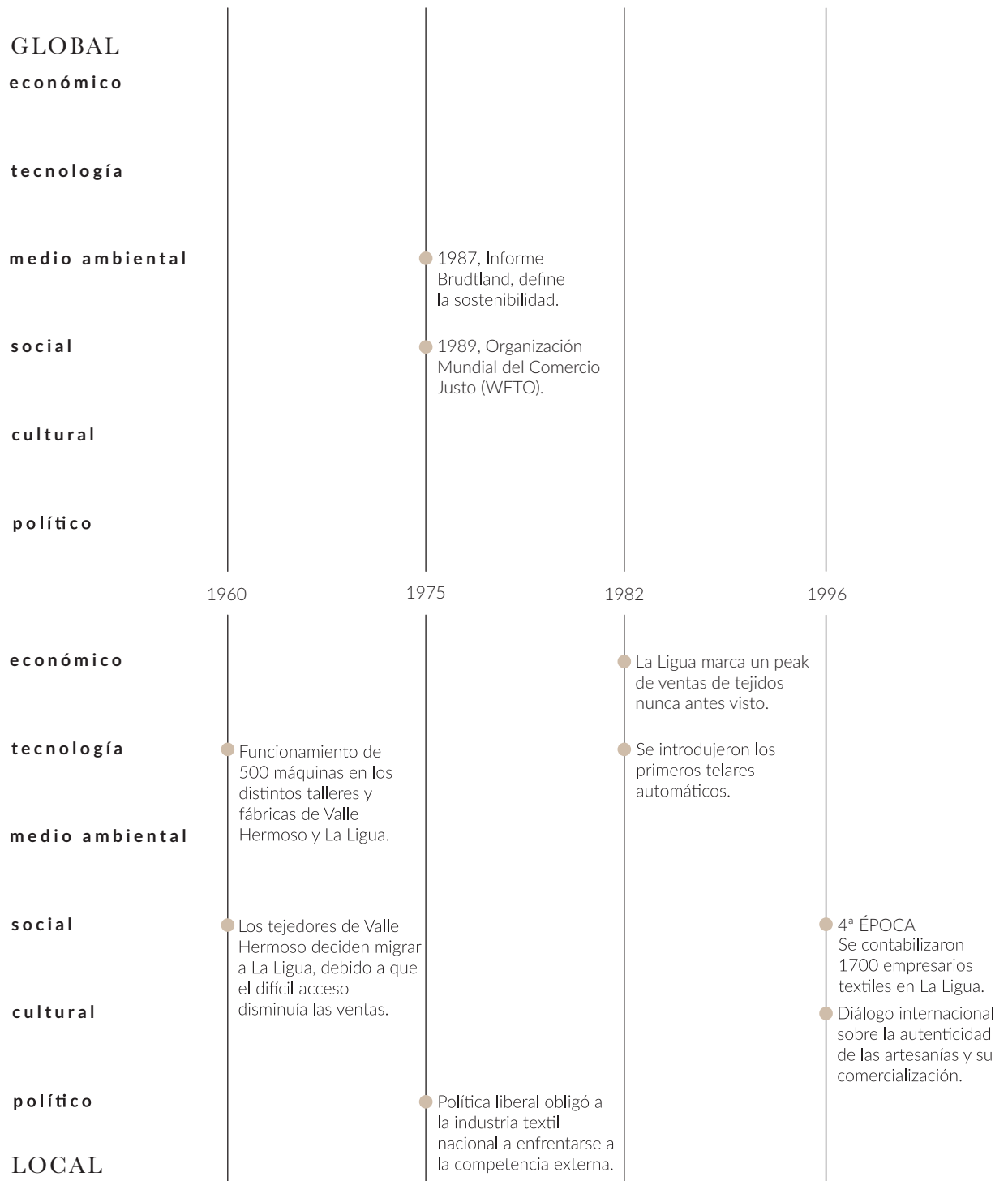


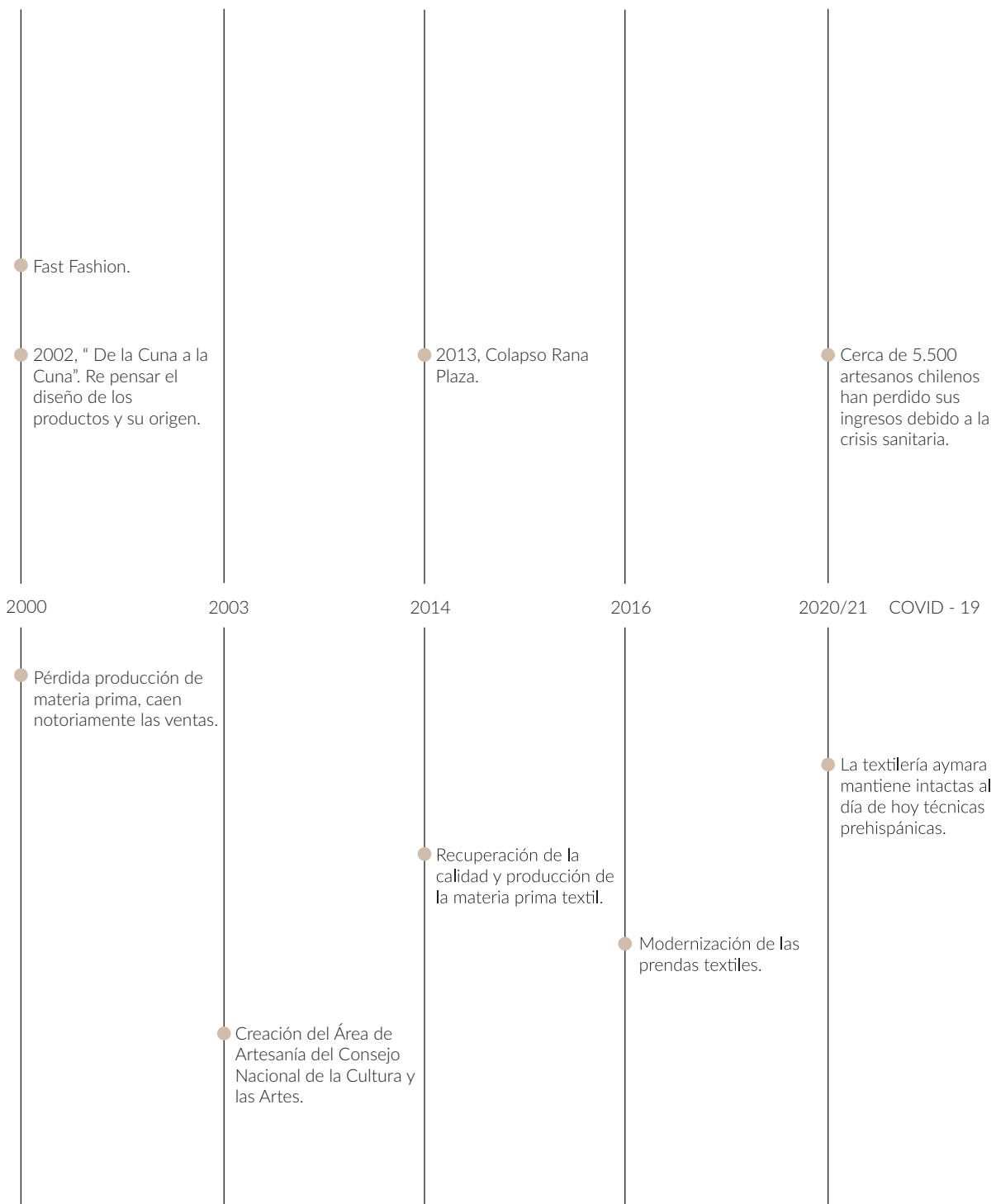
Imagen 63
(Artesanías de Chile, s.f.)

1.6.4. Línea de tiempo









1.6.5. Casos de diseño

1916



Imagen 64
(The Saint, 2017)

Coco Chanel

Traje de tres piezas de punto

Prendas emblemáticas, ya que la prenda de punto se utilizaba en aquella época solo en la ropa interior femenina, sus prendas estaban diseñadas para una mujer activa rompiendo con todos los esquemas establecidos de una prenda ajustada.

1927



Imagen 65
(Viste la calle, 2012)

Elsa Schiaparelli

Jersey con trampantojo
Técnica inmigrante armenia de
Agroosiag Mikaelian

Jersey trampantojo, uno de sus mayores éxitos, consiste en una prenda negra con blanco jaspeado, hace la ilusión a través del tejido de tener un gran lazo en el cuello y los puños blancos, una idea efectista e icónica.

1948

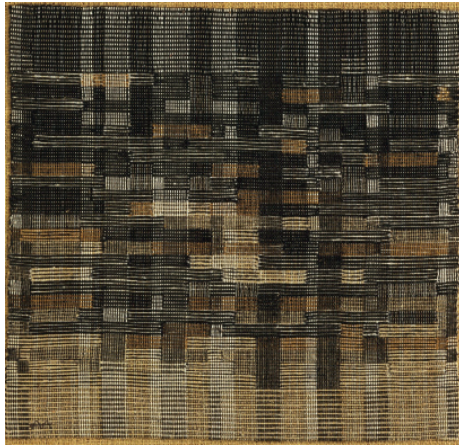


Imagen 66
(Annie Albers, s.f.)

Annie Albers

Tapestry

Annie Albers, reconocida como una de las artistas textiles más importantes del siglo XX. Esta pieza se compone de un patrón de tablero de ajedrez tejido a mano que cambia sutilmente de la oscuridad a la luz, producido con materiales naturales, lino y algodón.

2000



Imagen 67
(Zara, s.f.)

Amancio Ortega

Inditex

Conocida hoy como una de las mayores compañías de distribución de moda del mundo. Ofrece productos a precios asequibles, esta al tanto de las tendencias y en una contante actualización.

2.

PERCEPCIÓN

- 2.1. Estudio de usuario
- 2.2. Estudio de casos
- 2.3. Benchmark

2.1. Estudio de usuario



Imagen 68
(Cottonbro, 2021)

Consumidor de hoy
Consumidor del futuro
Artesano tejedor

Para llevar a cabo este proyecto fue muy importante entender al usuario, sus necesidades y comportamiento. A continuación se presenta el perfil supuesto de 3 tipos de usuarios, en primer lugar se analizó al consumidor que hoy visita Valle Hermoso, con las características que este posee a la fecha. Luego se analizó al usuario que tras este proyecto estaría interesado en el sector y sus artesanías. Y finalmente se estudió al artesano, usuario colaborador de este proyecto.

El público objetivo de este proyecto son mujeres que producto de la contaminación y los cambios en el mundo han decidido llevar un estilo de vida más lento, a través de la valorización del producto de consumo, su proceso y su desecho. Un grupo de personas que exigen justicia ambiental, que valoran su país y sus tradiciones, la educación y la transparencia de la etapa del proceso productivo. Son consumidores conscientes que desean saber dónde y cómo se fabrican los productos que compran, valoran los materiales y la artesanía de alta calidad.



Imagen 69
(Cottonbro, 2021)



Imagen 70
(Cottonbro, 2021)

2.1.1. Usuario I consumidor de hoy

Fernanda

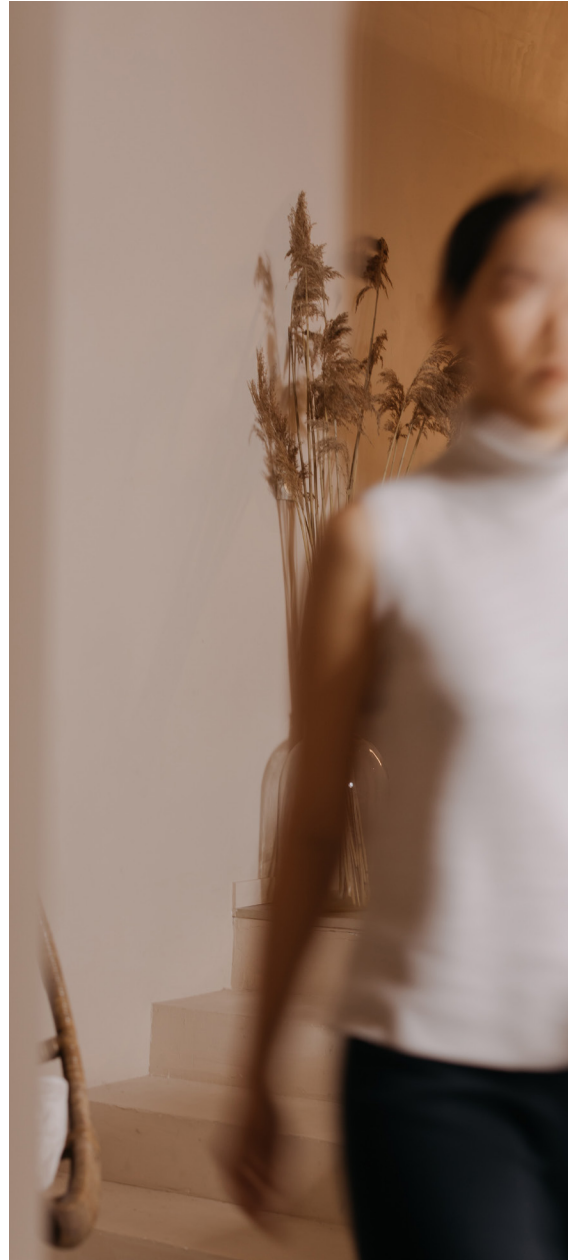


Imagen 71
(Cottonbro, 2021)

30 años | Mujer | Emprendedora | Santiago.

Social

- No está en una relación, no tiene tres hijos
- Trabaja en su emprendimiento, muy cercana a sus empleados y los tejedores
- Le gusta juntarse con amigas, nunca tiene tiempo
- Cuando tiene tiempo prefiere salir a correr
- Es muy optimista en cuanto a lo que hace

Cultural

- Le gusta leer papers sobre economía
- Escucha ideas de negocios que le puedan aportar

Económico

- Sus únicos ingresos son de su emprendimiento
- Compra tejidos en Valle Hermoso y los re vende en la capital

Tecnología

- Relación muy cercana con las redes
- Forma de contacto con los clientes
- Su hobby es la fotografía

Medio Ambiente

- Vende tejidos acrílicos

La haría feliz

- No dejarse influenciar tanto por comentarios en las redes, aprender de la resiliencia.

¿Qué consume?

- Tejido Acrílicos
- Delivery y Cornershop
- Compra ropa del fast fashion
- Suscripción del gimnasio
- Materiales para su emprendimiento
- Complementos para su cámara fotográfica



Imagen 72
(Cottonbro, 2021)

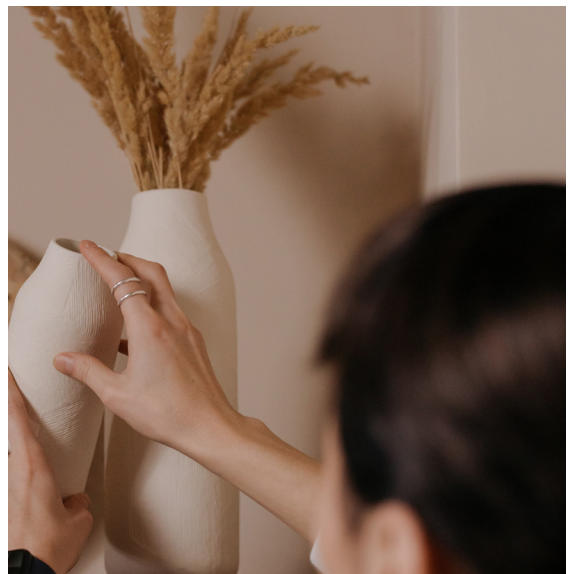


Imagen 73
(Cottonbro, 2021)

2.1.2. Usuario II consumidor del futuro

Emilia



Imagen 74
(Cottonbro, 2021)

24 años | Mujer | Ingeniería Comercial | Santiago.

Social

- Pololea, no tiene hijos
- Le gusta sociabilizar y pasar tiempo con su familia
- Sus hobbies son pasar tiempo al aire libre, salir con sus amigas y comer cosas saludables

Cultural

- Persona comunitaria, prudente y comprensiva
- Prefiere negocios y tiendas locales

Político

- Visión a futuro de la política

Económico

- Tiene un trabajo estable
- Le gusta gastar en ropa y alimentación saludable

Tecnología

- Activa en las redes sociales
- Dependiente de su celular y cosas personales

Medioambiental

- Ecoasienda, inseguridad por el futuro y el cuidado del medio ambiente

La haría feliz

- Estabilidad social y emocional

¿Qué consume?

- Moda Local
- Restaurantes y Delivery
- Productos de belleza
- Gastos en bencina
- Apps de uso diario
- Mensualidad gimnasio
- Comida saludable



Imagen 75
(Cottonbro, 2021)



Imagen 76
(Cottonbro, 2021)

2.1.3. Usuario III artesano tejedor

Pamela

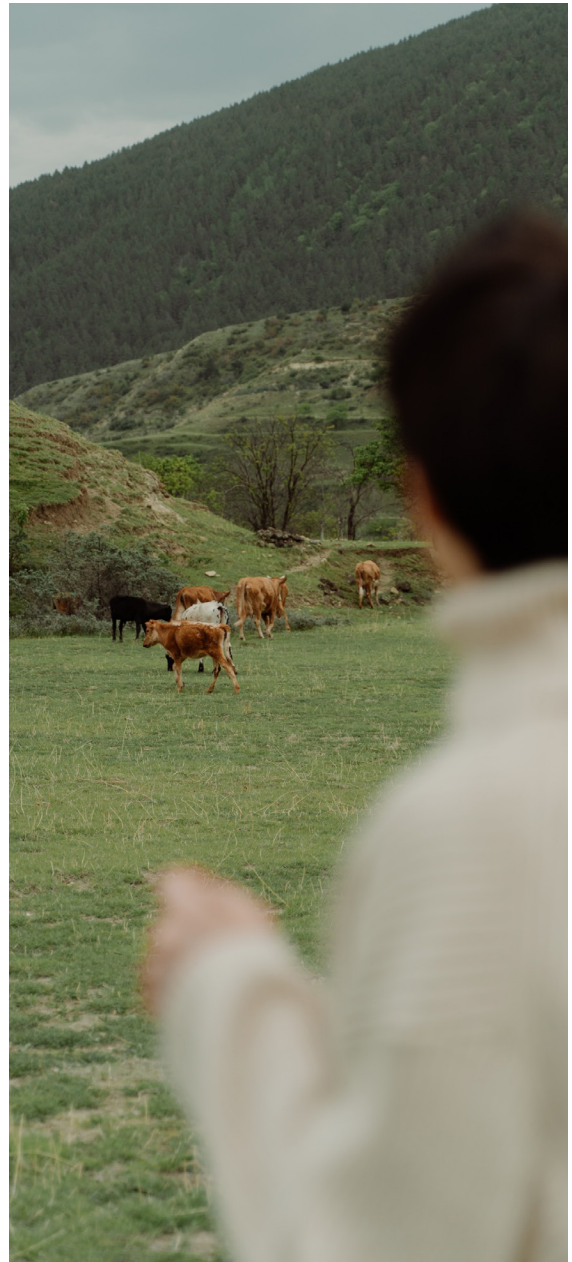


Imagen 77
(Cottonbro, 2021)

55 años | Mujer | Tejedora | La Ligua.

Social

- Casada, tiene tres hijos
- Su prioridad es la familia
- Le gusta juntarse con amigas vecinas y cocinar
- Cuando tiene tiempo le gusta ir a la playa

Cultural

- Localista, implicada en su comunidad
- Preocupación por su oficio y la pérdida de valor
- Le gusta enseñar a su hija lo que sabe sobre el tejido y nuevos puntos que aprende

Económico

- Incertidumbre económica
- Inseguridad área de trabajo

Tecnología

- No tiene relación con la tecnología
- Utiliza solo whatsapp para comunicarse con su familia y seres queridos

Medio Ambiente

- Se preocupa de reutilizar los desechos diarios del hogar

La haría feliz

- Aumentar su capital y expandir sus artesanías de tejido a otras regiones

¿Qué consume?

- Tejido Acrílicos
- Comida Casera
- Compra su ropa en la capital
- No consume comida del comercio
- Materiales para sus tejido
- Locomoción



Imagen 78
(Cottonbro, 2021)



Imagen 79
(Cottonbro, 2021)

El nuevo consumidor

Según el informe de El nuevo consumidor en el contexto COVID - 19, por Accenture. Los consumidores del futuro son 4.

El primero es, en el extremo (31%), ellos están preocupados por la salud, la economía y la seguridad laboral. El 48% reducirá los gastos futuros y el 64% está explorando nuevas fuentes de ingreso. El consumidor retornador tentativo (39%), esta preocupado por el reingreso de la sociedad y la vuelta a la normalidad, evitará lugares no confiables, teme por el sistema de salud y la economía. El consumidor reinventado (14%), aprovecha las oportunidades de transformarse a sí mismos para mejorar, el 89% hace compras más sostenibles y el 92% es más consciente de la salud, se siente cómodo visitando lugares públicos y viajando, es probable que compre productos online a través de canales digitales. Y finalmente el consumidor buscador de la normalidad (16%), es indiferente a los cambios que evocan volver a la forma de como eran las cosas antes, el 38% esta comprando con mayor consciencia en los costos, el 37% no cambiará los patrones de gasto después de la crisis y lo más probables es que piensen que las restricciones se están levantando muy lento, y lo menos probable es que las cumplan.

Para estudiar al usuario se usaron tres técnicas, un perfil persona supuesto para cada caso, una encuesta real a futuros consumidores con una muestra total de 210 encuestados. Con el fin de conocer de mejor manera al futuro consumidor y también entender qué es lo que no los hace preferir la moda local hoy. Y una entrevista al presidente de la agrupación de tejedores de Valle Hermoso, para conocer de manera cercana a la comunidad y sus problemas.

Según el masterclass de WGSN El secreto de las tendencias por las pasarelas. Una de las tendencias que proponen se denomina Ingenio.

WGSN propone crear mejor con menos y así lograr un futuro mejor, más respetuoso y sostenible.

Define esta tendencia como “Ingenio”, enfocada en reevaluar la relación con las cosas y los materiales, que usamos y cómo se fabrican. Defiende lo local sobre lo global, se asienta en la preparación, la practicidad, la sostenibilidad y la artesanía.

Plantea que la historia de cómo se crea el producto debe ser igual de importante que el producto en sí. Aplaudiendo las cualidades imperfectas y decorativas de los materiales naturales y de los procesos hechos a mano. El consumidor asumirá el minimalismo como una forma de pensar más que como una estética. El foco está en crear menos productos pero mejores.

Encuesta a futuros consumidores

Mujeres
20 - 45 años.

Se realizó una encuesta a 210 personas, con el fin de obtener una muestra suficiente para que la información recopilada sea relevante y un aporte para esta etapa del proyecto. El fin de esta encuesta fue estudiar a un futuro consumidor real, ver que es lo que valora a la hora de adquirir una prenda de tejido y confirmar que porcentaje de los encuestados podría ser consumidor de una posible prenda según el valor monetario que están dispuestos a pagar cuando se anuncia que es una pieza hecha a mano. El mínimo fue de 30.000 pesos y el máximo 150.000 pesos.

También fue relevante para estudiar cuanto tiempo le duran al usuario hoy las prendas de tejidos del fast fashion, entendiendo que son de materiales sintéticos por lo que la vida útil de estas es menor en comparación a una prenda de lana. Las opciones de durabilidad eran, una puesta, un mes, un año, más de un año, el porcentaje mayor se dio en más de un año con 45,5%.

Los datos recopilados confirman que un 71,9% de los encuestados no siente culpa al minuto de comprar prendas del fast fashion, por lo que nos preguntamos estará el consumidor lo suficientemente informado sobre el proceso de las prendas que llevan puestas. Tras analizar esta pregunta se vio la oportunidad de informar y transparentar los procesos por los que pasa la prenda y obligar al usuario a preguntarse de porque otras marcas no son así de transparentes, que están ocultando.

Los detalles de la encuesta se encuentran en la sección de Anexos, pág, 294.



Imagen 80
(Cottonbro, 2021)

2.2. Estudio de casos



Imagen 81
(Rannes, s.f.)

Gráfico 25.
(Triángulo de la innovación)

En esta sección de la investigación, se analizaron 11 casos distintos, entre ellos referentes directos e indirectos. Se presentarán a continuación 7 de ellos, ya que una vez evolucionado el proyecto estos resultaron ser los más apropiados de mencionar. Se utilizó el “triángulo de la innovación” para analizar cada uno de los casos según las dimensiones de lo funcional, simbólico y/o formal. El aspecto funcional se refiere a los referentes utilitarios, el simbólico a los conceptuales o comunicacionales y el formal a los morfológicos.

Triángulo de la innovación

Referentes Funcionales

Funcional, utilitario

Referentes Formales

Formal, morfológico

Referente Conceptuales

Simbólico, comunicacional

2.2.1. Casos internacionales

Amt Studio

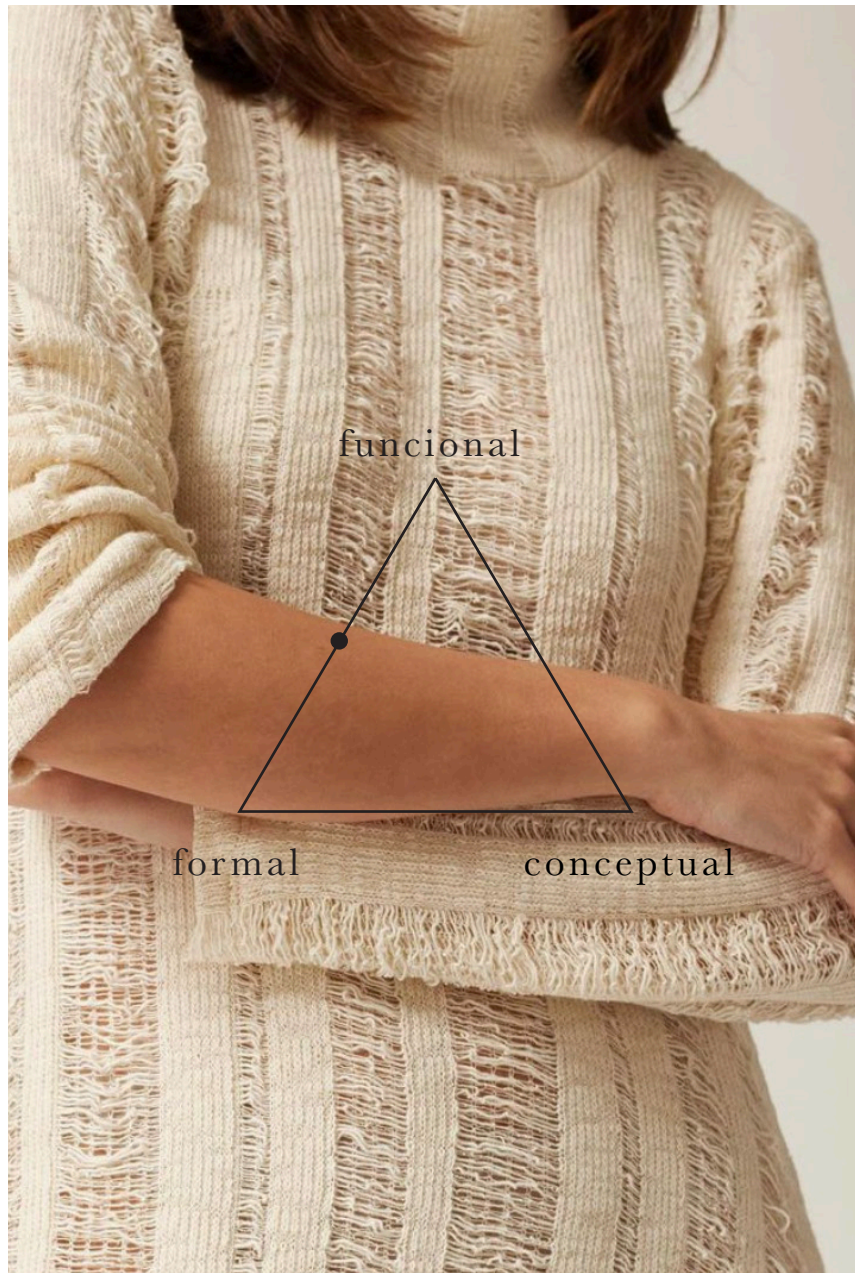


Imagen 82
(Amt studio, 2021)

Gráfico 26.
(Triángulo de la innovación)



Imagen 83
(Amt studio, 2021)

Autor: Adría Machado

Año: 2016

Lugar: Manresa, España.

Descripción: Marca de ropa, trabaja bajo procesos lentos, “we make it slow, to make it last”. Creen en un trabajo ético y responsable a nivel local. Todos sus productos son hechos a mano y un porcentaje son hechos a través de material reciclado, orgánico o fibras sostenibles.

Es referencia formal y funcional porqué, el trabajo es muy delicado respecto a la materia prima de calidad y el diseño del producto final, a nivel de identidad de marca es muy atractivo y transparente, características importantes de analizar para el presente proyecto. Aquí también se puede apreciar el uso de materiales reciclados y como incorporarlos al proceso de producción y la apariencia final.

Brother Vellies



Imagen 84
(Brother Vellies, 2020)

Gráfico 27.
(Triángulo de la innovación)



Imagen 85
(Brother Vellies, 2020)

Autor: Aurora James

Año: 2013

Lugar: Nueva York, Estados Unidos.

Descripción: Marca que surge con la meta de mantener las prácticas tradicionales africanas y crear piezas artesanales. Es una marca de lujo de accesorios que trabaja en la línea de la sostenibilidad.

Es referencia conceptual porqué, a través de este referente surgió la inquietud por trabajar con aquellas tradiciones que se están perdiendo debido a los avances del mundo y apoyar a aquellos sectores que se encuentran más vulnerables. Es una marca que trabaja en base al comercio justo, en cooperación con las artesanas africanas, para luego vender estos productos de lujo en diferentes ciudades del mundo. Y son estas mismas prácticas las que se buscan aplicar en diferentes sectores del país, para generar prendas sostenibles y apelar a la valoración del trabajo artesano.

Maydi

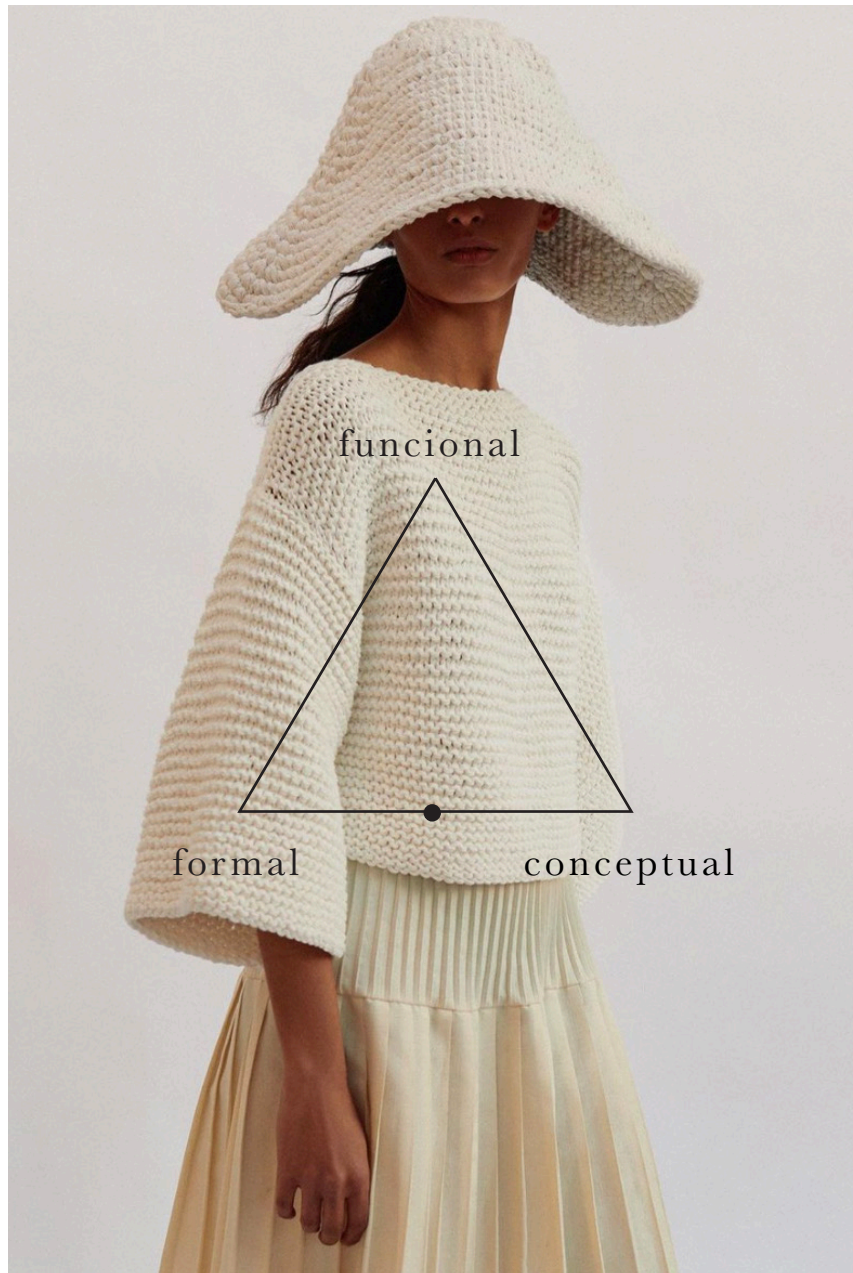


Imagen 86
(Maydi, 2020)

Gráfico 28.
(Triángulo de la innovación)



Imagen 87
(Maydi, 2020)

Autor: Maria Abdala - Zolezzi

Año: 2014

Lugar: Argentina.

Descripción: Es una marca contemporánea y sustentable de prendas de tejidos, surge por una admiración particular por los tejidos realizados por medio de técnicas tradicionales.

Es referencia conceptual y formal porqué, trabaja la artesanía a partir de un diseño único y cuidado, pone una medida de calidad muy exigente. El proceso de creación se enfoca en personas que saben apreciar los tiempos y el diseño, redoblando el valor de cada prenda al ser diseños confeccionados a medida. De esta manera, se intensifica la unicidad de los diseños y la relación personal con cada prenda. Es esta la relación que se busca lograr de manera local, por lo que se toma como referencia su modelo de creación y relación del consumidor con la prenda.

Nomad Interior Studio

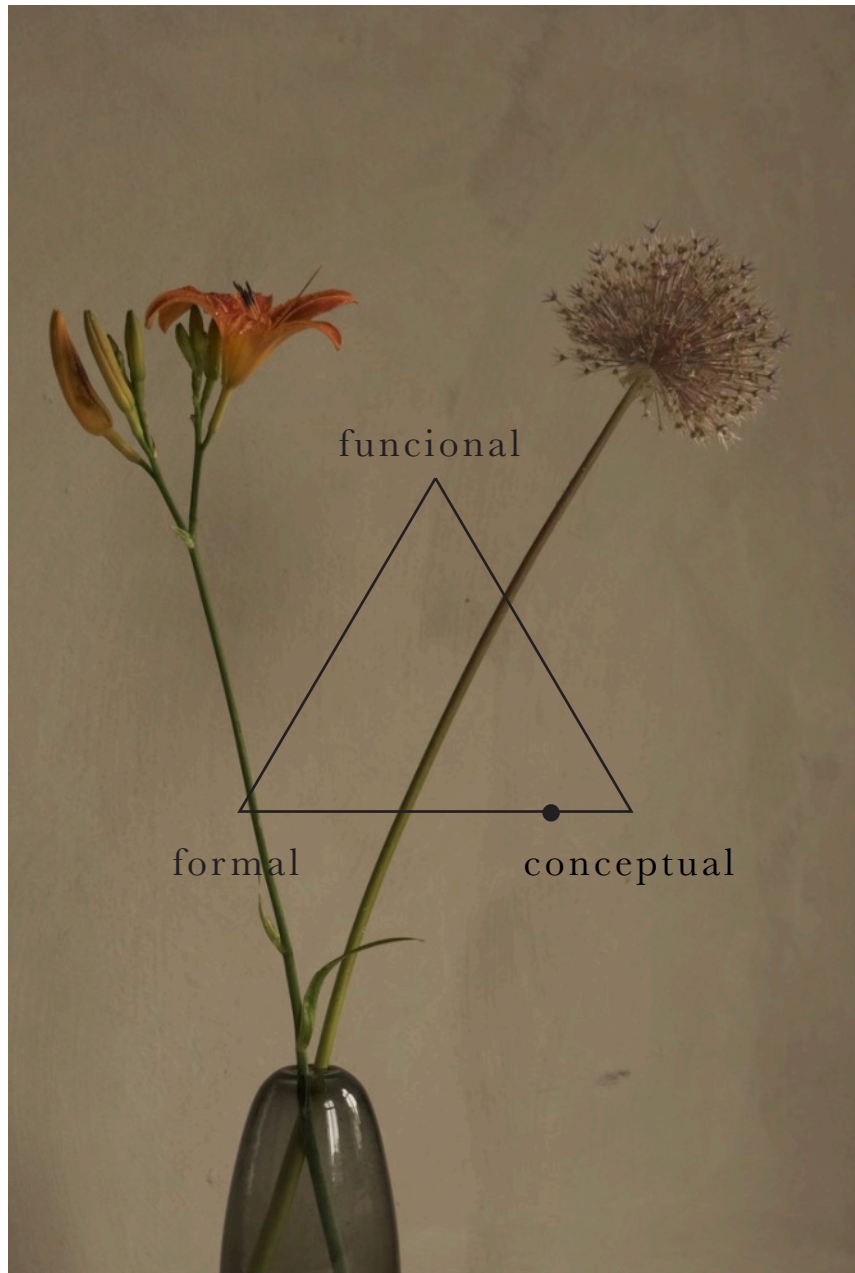


Imagen 88
(Daki, 2021)

Gráfico 29.
(Triángulo de la innovación)



Imagen 89
(Daki, 2021)

Autor: Jutta Werner

Año: 2013

Lugar: Alemania.

Descripción: Marca alfombra de diseño único, que trabaja bajo el lema “Produce well and produce less”. Crea piezas interiores para el hogar en base a la sostenibilidad y a historias vividas.

Es referencia conceptual porque, esta marca surge luego de encontrar un material de residuo en los Himalayas, papeles de dulce, tras esto se crean alfombras con materia prima de calidad en conjunto con estos papeles, creando una combinación estéticamente atractiva, ya que no trata de camuflar el material sino que es el protagonista dentro del producto. Es referente para este proyecto ya que trabaja a partir de un material de alta calidad, por lo que la producción es exclusiva y slow, modelo de venta que se busca aplicar para el proyecto.

Neutrale

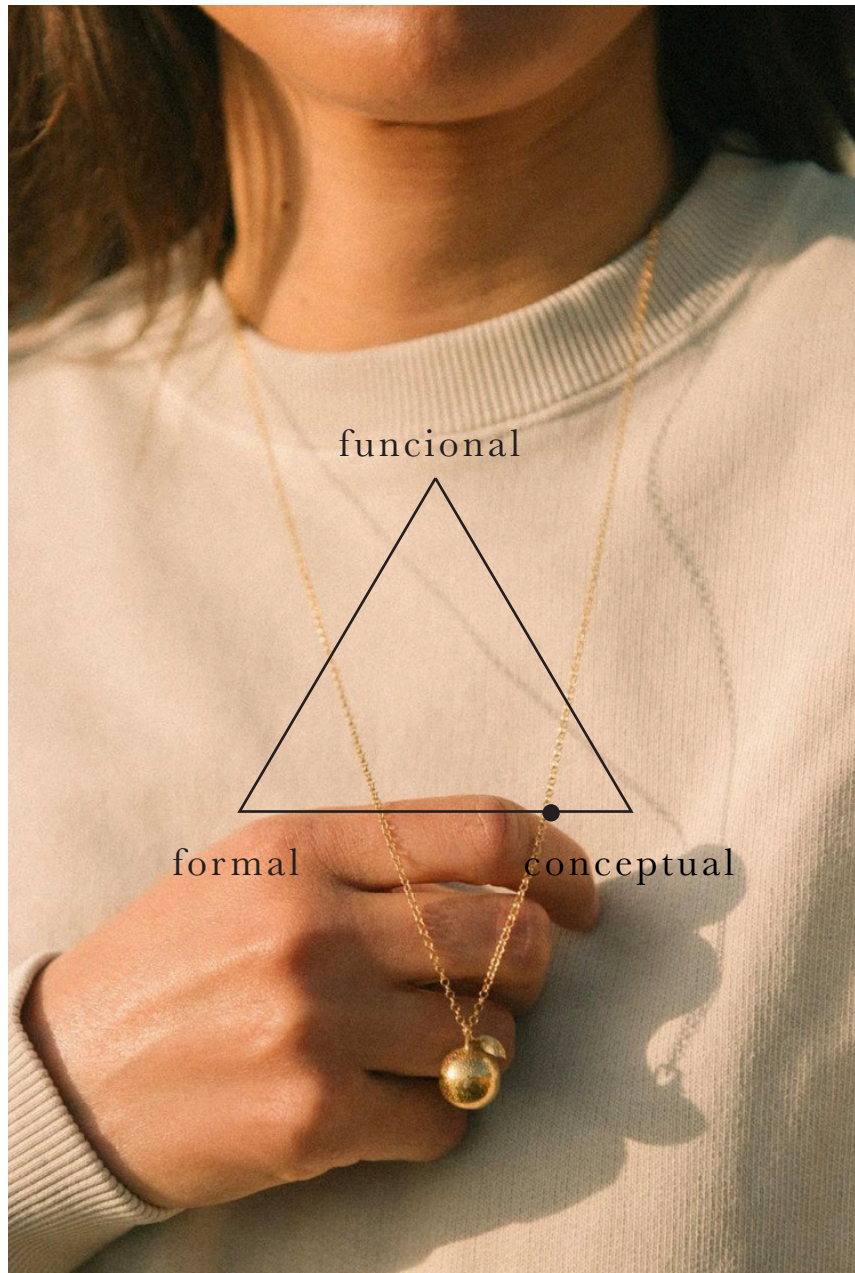


Imagen 90
(Neutrale, 2021)

Gráfico 30.
(Triángulo de la innovación)



Imagen 91
(Neurale, 2021)

Autor: Ignacio Aragon

Año: 2019

Lugar: Madrid, España.

Descripción: Marca sostenible que crea productos esenciales para el día a día, ropa, accesorios y objetos. Su propósito es diseñar productos atemporales que vivan fuera del extenuante ruido de la destructiva moda rápida.

Es referencia conceptual porque, trabaja bajo una estética que fomenta la valoración de los productos y el cuidado del medio ambiente. Se relaciona con los mejores productores, comparten valores y apelan a productos de alta calidad. Neurale fusiona estilo, comodidad, calidad y sostenibilidad, busca comunicar un mensaje de conciencia y a través de sus productos contribuir a un mundo más sano y limpio. Sus productos son elaborados con materiales, orgánicos, naturales y reciclados. La referencia aplicable al presente proyecto es su manera de comunicar y transparentar todo aquellos procesos de diseño y producción.

2.2.2. Casos nacionales

Munay Sisters

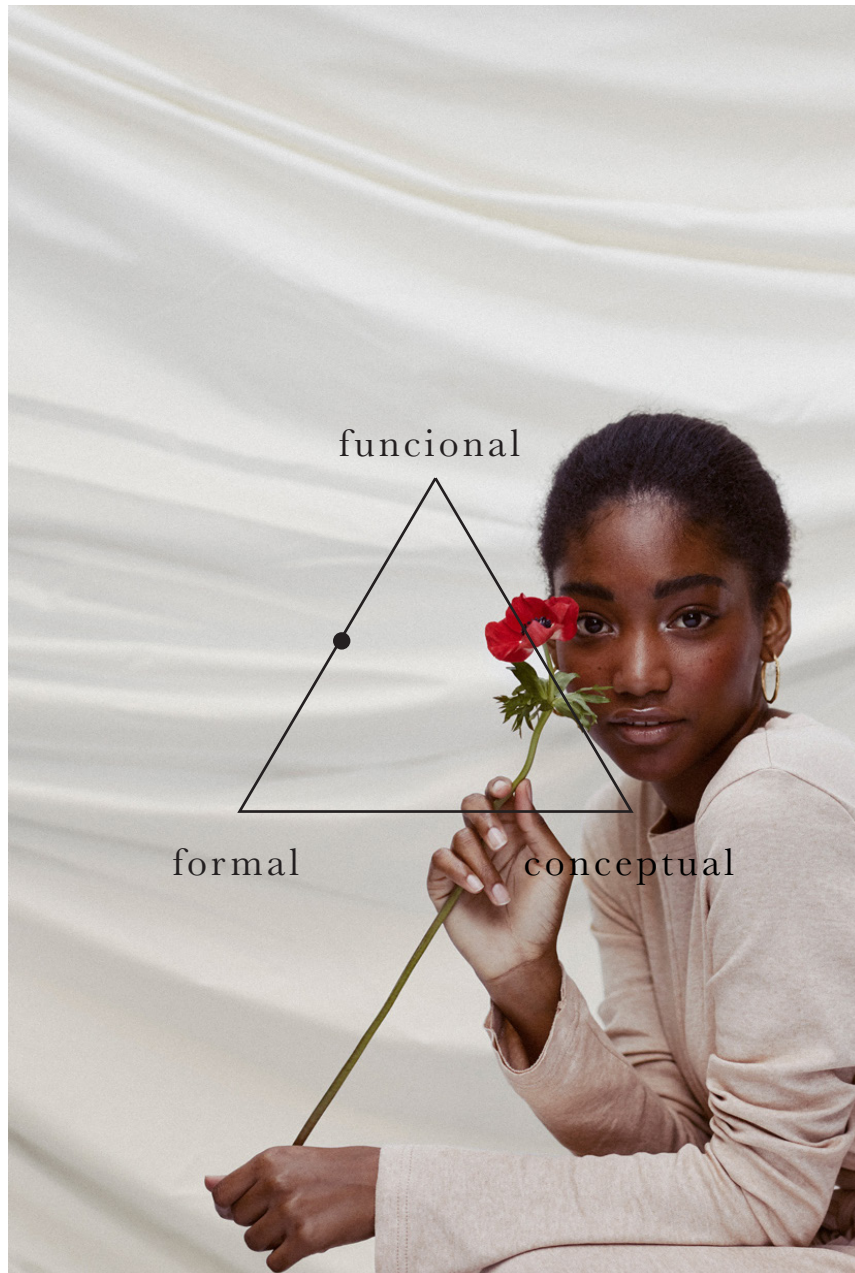


Imagen 92
(Jorquera, 2020)

Gráfico 31.
(Triángulo de la innovación)



Imagen 93
(Jorquera, 2020)

Autor: Loreto y Pía Leiva

Año: 2018

Lugar: Santiago, Chile

Descripción: Es una marca de ropa sustentable con fuerte compromiso en la creación de prendas de calidad, en el cuidado de la utilización de recursos orgánicos respetando un comercio justo.

Es referencia funcional y formal porque, dentro del mercado nacional es líder en sostenibilidad y transparencia en cuanto al proceso de sus productos. Además se rescata el análisis de las tendencias según los modelos que presentan en sus colecciones, por otro lado es destacable el formato de pre order que tienen instalado como sistema de venta, elemento muy destacable y posible de aplicar en un proyecto como en el que se esta trabajando.

Valdes Studio



Imagen 94
(Valdés studio, 2021)

Gráfico 32.
(Triángulo de la innovación)



Autor: Benjamín Valdés

Año: 2021

Lugar: Santiago, Chile

Descripción: Marca que propone ropa sin género, son prendas hechas por personas para personas. Inspirada en el norte de Chile, piezas en tonos grises y tierra, se destaca la fusión de texturas y materiales sostenibles en prendas oversize de cortes holgados y confortables, cada pieza puede convivir con un estilos muy variados.

Es referencia funcional y conceptual porque, es capaz de transmitir en un tejido características propias de un territorio y al mismo tiempo ser una prenda de deseo. Además la forma de comunicar la marca tiene características que son importantes de tener en cuenta para el proceso de este proyecto.

Imagen 95
(Valdés studio, 2021)

2.3. Benchmark



Imagen 96
(La gaviota, 2020)



Imagen 97
(La gaviota, 2020)

La palabra benchmark proviene del inglés y significa punto de referencia. Es una herramienta que se utiliza en marketing para tener como referencia un producto o técnica que sea exitosa y se relacione con el negocio o proyecto en desarrollo. Una vez analizadas las características o técnicas nos permite comparar y realizar mejoras (Sevilla, 2016.)

Para este proyecto se analizaron dos estudios, uno internacional y uno nacional. Como referente internacional Maydi y como nacional Munay Sisters. Y finalmente para estudiarlos se utilizó la metodología FODA, con el fin de conocer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

2.3.1. Maydi

Fortalezas

- Calidad productos
- Material nacional
- Piezas atemporales
- No gender
- The Wildlife Friendly Enterprise Network (WFEN)
- The Wildlife Conservation Society-Argentina

Oportunidades

- Transparentar el proceso de producción
- Protagonismo a la mano artesana
- Comunicación con los consumidores

Debilidades

- Cadena de distribución desconocida
- Transparencia comercio justo
- Costo materia prima
- Imagen de marca
- Procesos de producción lentos, Slow Tec

Amenazas

- Costo materia prima
- Mercado internacional
- Fast Fashion



Imagen 98
(Maydi, 2018)

2.3.2. Munay Sisters

Fortalezas

- Productos de calidad
- Piezas de colección
- Comercio Justo (WFTO)
- Salud y Seguridad (ILO)
- Mano artesana
- Zero waste

Oportunidades

- Material nacional
- Promoción en el mercado internacional
- Lujo

Debilidades

- Cadena de distribución desconocida
- Línea de tejidos reducida
- Imagen de marca
- Huella de carbono

Amenazas

- Aumento de competencia nacional
- Fast fashion
- Retail



Imagen 99
(Munay sisters, 2020)

3.

PROTOTIPADO

- 3.1. Manifiesto
- 3.2. Bussines model canvas
- 3.3. Propuesta preliminar
- 3.4. Testeo con usuarios

3.4. Manifiesto



Imagen 100
(Giddings, 2016)

La moda artesana surge para combatir al fast fashion, valora el proceso lento y entiende de calidad antes que cantidad.

Respeto a sus artesanos, es un trabajo justo entre aquel que lo realiza y el consumidor. Este entiende del valor del tiempo y la espera.

Es utilidad, es calidad y es iconicidad, refleja expresión e identidad. Es sostenibilidad, se concentra en la recuperación y el rehuso de materiales.

Vestir moda local es más que moda, es ayudar al artesano a perpetuar su oficio y al mismo tiempo al crecimiento económico nacional.

Ancestral son piezas únicas, hechas a mano por artesanas tejedoras chilenas, son prendas eternas que cargan con un valor cultural, una expresión humana, propia de la mano artesana.

Es el nuevo lujo, son productos aspiracionales que busca satisfacer las necesidades a través de la atemporalidad.

Es responsable de los recursos que utiliza en la producción, no abusa de ellos y protege al entorno.

Ancestral es vestir el reflejo de identidad y creatividad nacional.

3.1. Bussines model canvas

El modelo Canvas, es una herramienta de gestión estratégica que sirve para conocer las áreas claves del negocio en desarrollo y así entender como estas se relacionan y compensan entre sí. Es una forma de hacer visible la infraestructura del negocio para identificar las posibles deficiencias y de esa forma analizar el rendimiento y mejorar. (Calvijo, 2021)

Este modelo fue desarrollado por el consultor de negocios Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, ellos definieron 9 categorías que representan los componentes básicos de una organización.

Es una herramienta ideal ya que permite analizar de manera directa y estructurada el modelo de negocios, es por eso que para el proyecto en desarrollo se trabajo en base a las 9 categorías que se detallaran a continuación, con el fin de tener una base solida para el desarrollo como negocio.

1. Propuesta de valor
2. Segmento de clientes
3. Canales
4. Relación con el cliente
5. Fuente de ingresos
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Socios clave
9. Estructura de costos

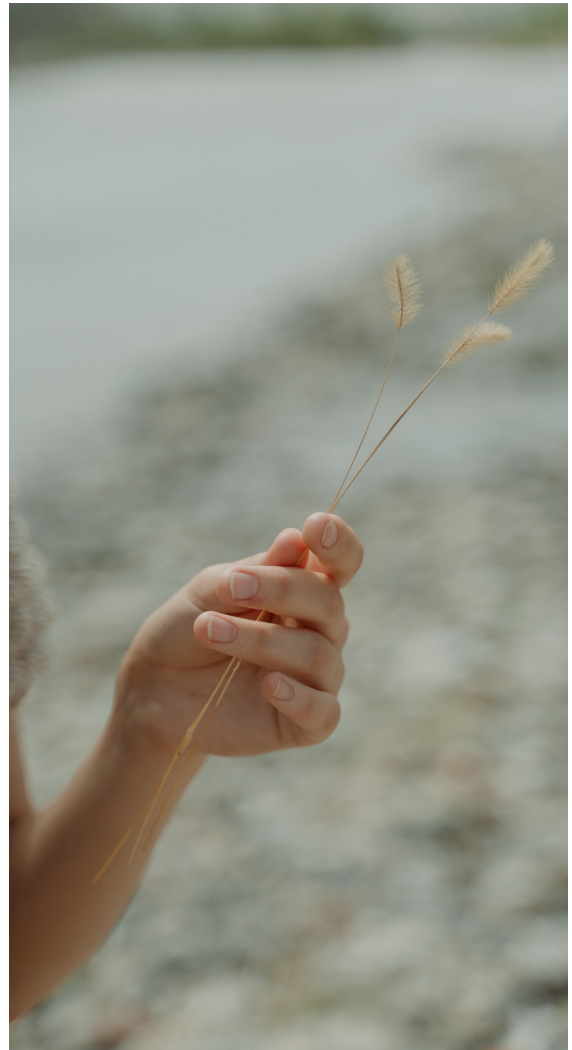


Imagen 101
(Cottonbro,2020)

3.1.1. Propuesta de valor

Preservar, difundir y comercializar piezas únicas, hechas a mano por artesanas tejedoras chilenas, prendas eternas que cargan con un valor ancestral, una expresión humana, son el reflejo de la identidad y creatividad local.

3.1.8. Socios clave

Los socios de analizaron según; socios estratégicos, son los artesanos, desarrolladores de la prenda, entregan las técnicas de producción y el fomento de la microescuela. Una diseñadora de vestuario, que aporta en la producción de las propuestas, estudio del cuerpo humano y medidas. Los socios industriales, Hilacoop que entrega el material de calidad, lana de oveja hilada en Valle Hermoso. Y finalmente los socios inversores, capital semilla y posibles inversores de sectores cercanos, como la municipalidad de la Ligua y Zapallar, feria del tejido y actividades locales que ayuden a la venta y fomento de las artesanía.

3.1.7. Actividades clave

Las actividades clave para llevar a cabo este proyecto son, en primer lugar contar con artesanas que se hayan visto afectadas producto de la desvalorización de sus tejidos o que busquen formar parte del proyecto. En segundo lugar, contar con proveedores de materia prima, necesaria para realizar los tejidos. Y contando con eso empezar la producción, distribución, confección y diseño del producto.

3.1.6. Recursos clave

Los recursos clave se analizaron según categoría, en los recursos físicos encontramos la lana y los materiales que se necesitan para llevar a cabo el tejido, palillos y ganchos. Los recursos intelectuales, son los artesanos de Valle Hermoso y los recursos humanos, un diseñador que lleva a cabo la marca y sus piezas. Y finalmente los recursos financieros, comercio justo y un futuro posible inversor.

3.1.9. Estructura de costos

Cuantificar la inversión, ingresos de venta por producto. Los recursos más costosos son la producción, es un proceso lento, factor que otorga un valor más alto al producto final. Es costoso también el material de calidad, aporta durabilidad y atemporalidad a la prenda. El coste que tienen las relaciones, son de movilidad, comunicación y tiempo.

3.1.4. Relación con el cliente

Es una relación personal, hay una cercanía con el consumidor a través de las plataformas online y en tienda física, se busca ofrecer un servicio particular y exclusivo con el cliente, el artesano sabe para quién es la pieza que esta produciendo y el consumidor sabe quién es el artesano que realizo su pieza de tejido. Se busca formar una comunidad entre todos los integrantes a través de una red de seguimiento.

3.1.3. Canales

Los canales se dividen en 6 etapas, conocimiento del producto, compra, entrega, evaluación, satisfacción y posventa. Ancestral combina canales físicos y digitales durante estas etapas, de manera de llevarlos a cabo de la manera más eficiente y cercana posible. Cuenta con una página web para hacer los pedidos, un sistema de redes sociales dónde se comunican procesos de producción y cuidados de la prenda.

3.1.2. Segmento de cliente

Estas personas, son mujeres entre los 20 y 50 años, ellas valoran el comercio local y por sobre todo entienden de calidad dado que el producto y la experiencia que Ancestral ofrece es cercana y transparente en sus procesos de producción. El consumidor es consiente de quién que se encuentra detrás de la producción de la prenda. Son mujeres que creen que esperar la venta pre-order de su prenda es un lujo y exclusividad.

Son conscientes del medio ambiente y su cuidado, entienden los problemas que conlleva la producción de la moda rápida y es por eso que valoran un producto de calidad realizado con materiales nobles, en este caso lana de oveja.

Son clientes conscientes que desean saber dónde y cómo se fabrican los productos que compran, valoran los materiales y la artesanía de alta calidad.

3.1.5. Fuente de ingresos

La línea principal de ingresos es la venta del producto final, prenda de textil artesanal. El pago al artesano es bajo un monto establecido y conversado dónde se ve reflejado el trabajo y las horas de producción. Para diversificar las fuentes de ingresos, se propone para un futuro el re diseño de prendas ya existentes, darles una nueva oportunidad de venta. Y finalmente una microescuela para perdurar la tradición y enseñar a otras comunidades el tejido y sus técnicas.

3.2. Propuesta preliminar

3.2.2. Proceso de diseño prendas



Imagen 102
(Sin autor)

El tejido es una prenda que se utiliza durante todo el año, el fin es lograr prendas atemporales y diseños básicos que perduren en el closet. Lo principal a la hora de crear la colección fue entender al consumidor, analizar las prendas de tejido que existen hoy en el mercado nacional. Y según eso nació la primera colección de Ancestral, que propone en una primera etapa un modelo tipo vest de calce holgado, un diseño pensado para mujeres. El sistema de producción es pre order, lo que lo que permite distribuir de manera más eficiente el material y evitar el exceso de mercadería. Este modelo de venta permite producir solo aquello que se va a consumir, con el objetivo de medir la demanda del producto y mantener exclusividad.

Para llevar a cabo la etapa de diseño de las prendas de tejido, se analizaron en primer lugar los tejidos ya existentes en Valle Hermoso.

En general son piezas simples, se prioriza el color fuerte y un diseño más bien holgado. La gran mayoría de las prendas del sector se realizan con materiales sintéticos, principalmente poliéster, esto permite llegar a colores de teñido más llamativos.

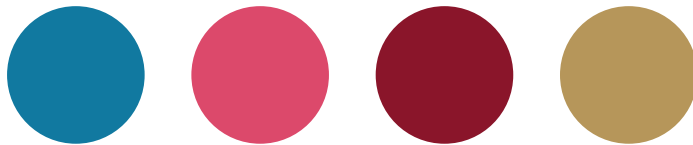


Imagen 103 - 106
(Elaboración del autor, 2021)



Una vez estudiados los productos que hoy se realizan en Valle Hermoso, se realizó este moodboard con el fin de analizar las tendencias actuales en relación al tejido y desde ahí desarrollar las propuestas de diseño de las prendas a producir. En esta etapa del estudio se definió que se quería trabajar con colores neutros y básicos, poner como foco principal de la prenda el punto de tejido con la idea de valorizar aún más el proceso y la mano de la artesana.



Imagen 107 - 110
(Cortesía de Vogue, s.f.)



Avistamiento de tendencias

Para llevar a cabo el avistamiento de tendencias y hacer válida la relación A + D, se desarrollo una comparativa de elementos con el fin de aclarar y establecer permanentes en el diseño de la pieza de tejido. Anteriormente se realizo un moodboard de cada área a estudiar dónde se detallaron las principales características.

Según WGSN, líder en el pronóstico de tendencias se definieron ciertos factores:

1. La industria de la moda está cambiando su enfoque en hacer menos daño a hacer más bien. Ya sea a través de fibra reutilizada o por medio de la asociación con comunidades de artesanos.
2. Diseños más duraderos, uso de materiales naturales. Ser consecuente en toda la cadena de producción y abastecimiento del material. El objetivo debe ser obtener fibras naturales vírgenes.
3. Colaboraciones estratégicas, transmisión de ideas y conocimientos, mantener vivas las habilidades tradicionales.
4. Impulsar piezas versátiles o transestacionales, cada detalle influye en la reducción de la huella de carbono de la prenda. Reducir los componentes innecesarios al máximo.
5. Experimentar con componentes que mejoren la reciclabilidad del producto. Materiales nobles y biodegradables.
6. Co creación entre artesano y diseñador, dar acceso a un mercado de trabajo equitativo y responsable. Comprender y respetar la cultura, la importancia detrás del diseño que crea.

A + D

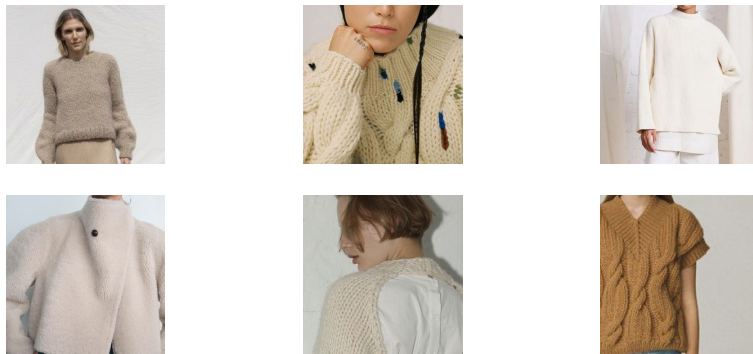


Imagen 111 - 117
(Cortesia de Vogue, s.f.)

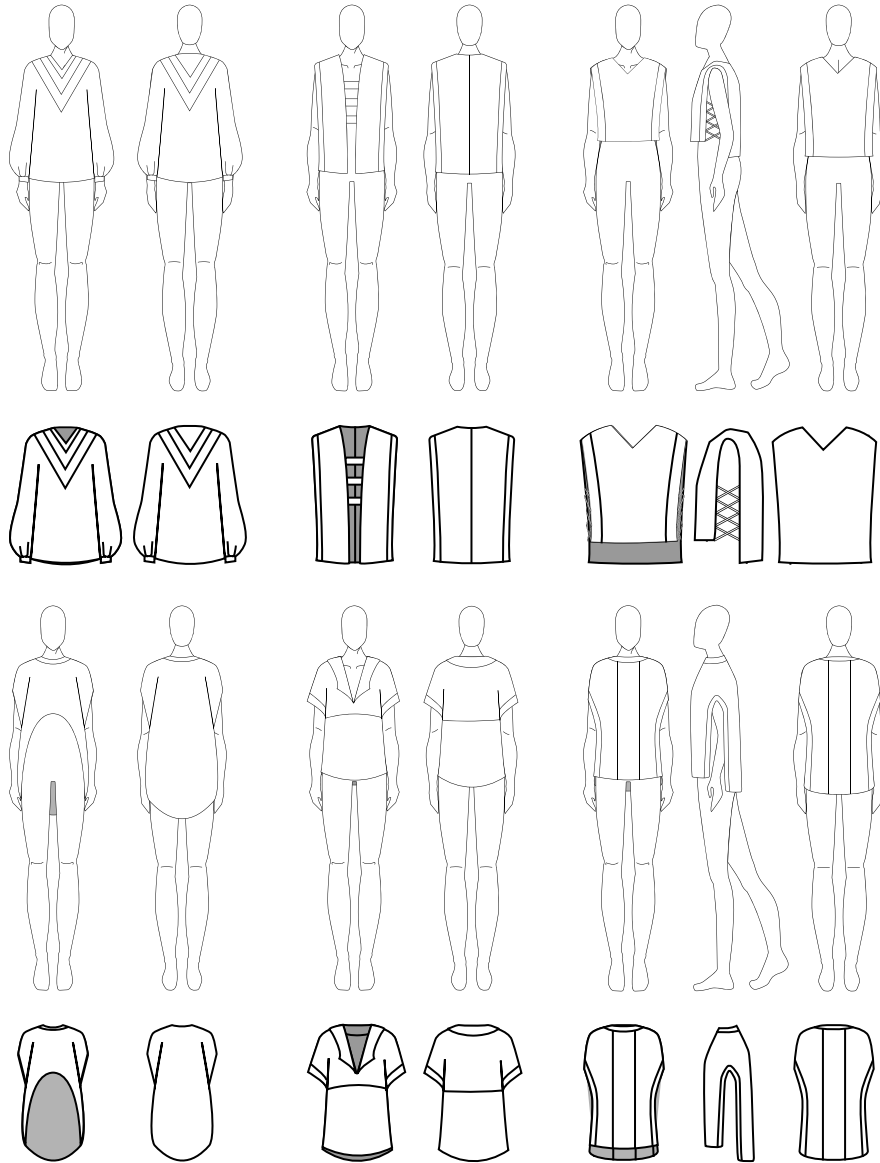


Imagen 118 - 124
(Elaboración del autor.)



1º Bocetos

En un principio las prendas eran pensadas para hombres y mujeres, sin embargo, la experiencia personal en conocimientos de moda llevaron a desarrollar una línea enfocada solo en mujeres.



2º Bocetos

La colección de 6 piezas propuesta en un principio no se llevo a cabo debido al cambio de usuario, además agregar que se opto por trabajar con un material de alta calidad y potenciar desde ahí la prenda, por lo que la inclusión de un material en desuso también se deajo de lado.

3.3. Testeo con usuario

Entender a los consumidores es vital para conseguir un proyecto exitoso, es necesario conocer que es lo que necesitan y los problemas que enfrentan a la hora de adquirir el producto que se quiere vender. Esta etapa del proyecto está enfocada en recopilar la información necesaria que permita llevar a cabo el producto de la mejor manera posible.

Para este testeo se utilizó el prototipo de la pieza de tejido y se le realizó un test tipo entrevista, a 3 posibles usuarios. Las preguntas se dividieron en tres áreas, aquellas relacionadas a lo **funcional** iban dirigidas al funcionamiento y utilidad de la prenda. Las preguntas del área **formal** apuntan a lo morfológico y las **conceptuales** están enfocadas en lo simbólico y comunicacional.



Imagen 125
(Tatiana, 2013)

Gráfico 33.
(Triángulo de la innovación)

Javiera Johnson | 24 años

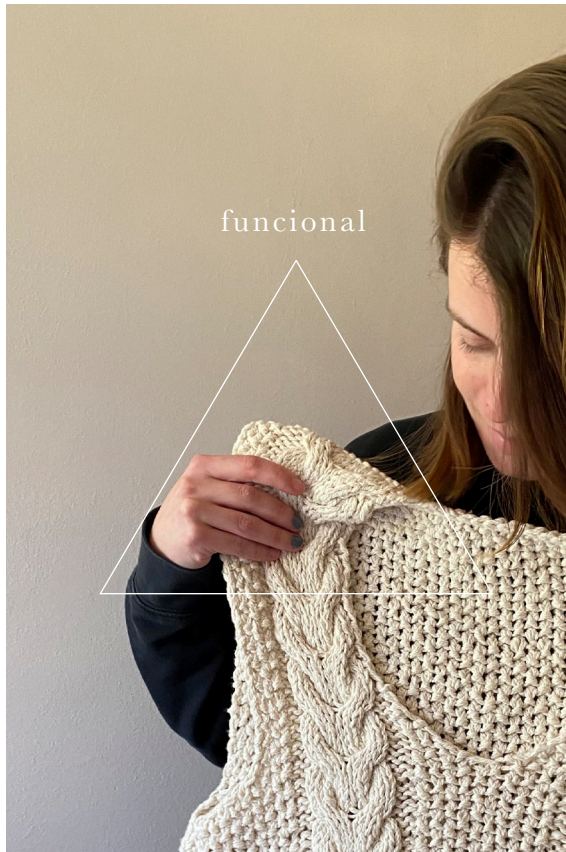


Imagen 126
(Elaboración del autor, 2021)

Gráfico 34.
(Triángulo de la innovación)

1. ¿Lo sientes cómodo al tenerlo puesto?

Si demasiado

2. ¿Crees que la calidad te permite varios usos?

Si creo que a primera impresión transmite calidad, a diferencia de un chaleco de H&M

3. ¿Consideras que el punto y el color son atemporales?

Si muy, creo que es muy lindo el punto para mi gusto, y el hecho de que sea palillo grueso le da un toque muy diferente

4. ¿Consideras que la forma es atemporal?

Si, me imagino varias formas de ponérmelo, en verano con una camisa abajo por ejemplo y en invierno combinar con otro chaleco o algo más grueso

5. ¿Te parece fácil de combinar?

Si, creo que este color crudo es muy acertado

6. ¿Al tacto con la lana percibes calidad o no?

Si mucho, creo que es muy rica la calidad

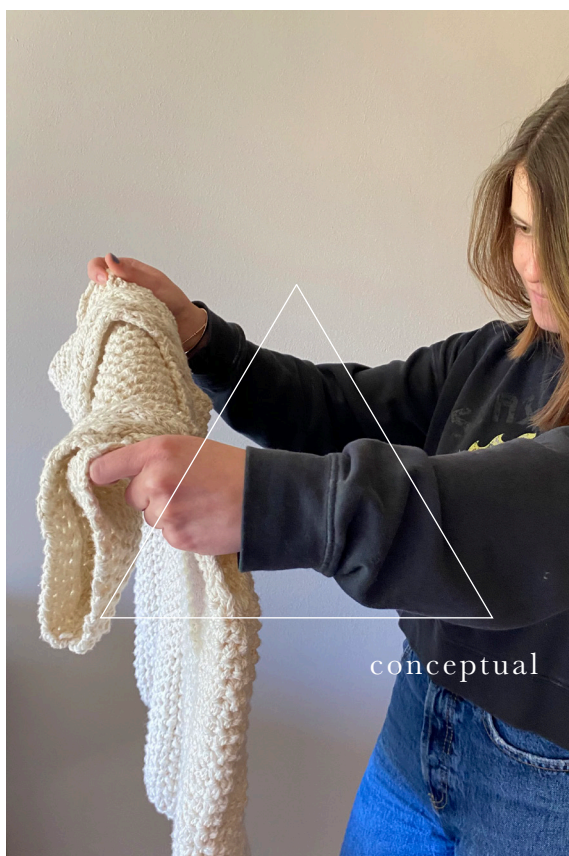


Imagen 127
(Elaboración del autor, 2021)

Gráfico 35.
(Triángulo de la innovación)

1. ¿Valoras que este hecho a mano?

Definitivamente, creo que es un gran valor a tener en cuenta al minuto de comprar

2. ¿Qué características te hacen darte cuenta que es un trabajo manual?

Las terminaciones, ya que al ver los puntos en los que se acaba la lana y las costuras se nota que a la tejedora se le acabo el ovillo y creo que esos detalles son lo que lo hacen único

3. ¿Te gustaría saber quien hizo el producto que compras?

Si, mucho sobre todo que después de ver el proyecto y su fin me gustaría saber a quién estoy ayudando a través de mi compra

4. ¿Cuanto estarías dispuesta a pagar por este chaleco?

Yo creo que máximo 35.000

5. ¿Te genera culpa comprar fast fashion?

Mmmm no y si, creo que a día de hoy es algo muy difícil de evitar pero creo que poco a poco pretendo incorporar prendas de mejor calidad en mi closet y aportar al medio ambiente y al desarrollo de las comunidades locales



Imagen 128
(Elaboración del autor, 2021)

Gráfico 36.
(Triángulo de la innovación)

1. ¿Que opinas de la forma de la prenda?

Me gusta mucho la forma, creo que el hecho de que sea sin mangas es muy atemporal y es una tendencia que siempre se ha visto

2. ¿Que te parece el tejido?

La trenza me gusta mucho creo que refleja muy bien el trabajo artesano y su profesión

3. ¿Que priorizas al minuto de comprar un tejido, las tendencias o la atemporalidad?

Priorizo las tendencias, la verdad es que suelo comprar lo que se vende pero me mantengo en las tendencias más básicas

4. ¿Que consideras importante al nivel de terminaciones?

Creo que sobre esta prenda hay ciertos nudos que se pueden mejorar

5. ¿Te parece que podría ser tanto para hombre y cómo para mujer?

Esta pieza en particular creo que no

Conclusiones testeo

Gracias al testeo se redirigió el proyecto y se enfocó en una producción únicamente para mujeres, el área de expertiz dentro del diseño de moda me acercó más a una producción femenina, producto de la experiencia y conocimientos en el rubro.

Por otro lado se validó la comodidad de la prenda y el gusto al tacto con la lana, los entrevistados afirmaron sentirse cómodas con la prenda y a primera vista notaron que era un producto hecho a mano, aclarando que para ellas eso lo hace más especial y valioso. Creen que la calidad es clave en cuando a una pieza de tejido o punto, ya que el cambio entre una de alta calidad y una pieza realizada de manera industrial es notorio a la hora del tiempo de vida útil. Una pieza realizada con hilos o lanas de baja calidad, es una fibra débil, lo que implica que con algunos lavados esta se rompe y al separarse una fibra con otra produce “bolitas” en la tela.

El testeo se realizó a más personas, el detalle de las entrevistas se encuentra en los Anexos en la pág. 296.

4.

PRODUCCIÓN

- 4.1. Propuesta final
- 4.2. Cadena de valor
- 4.3. Modelo de negocios
- 4.4. Carta gantt
- 4.5. Presupuesto



Imagen 129
(Elaboración del autor, 2021)



4.1. Propuesta final

4.1.1. Identidad visual

ancestral

Del fr. ant. *ancestre* / *anθes'tral*, adj.

Que tiene carácter tradicional y origen remoto, costumbres ancestrales. Es la transmisión de hechos históricos y elementos culturales de generación en generación.

“

Una mujer cargada
con sabiduría
ancestral posee una
fuerza imparable.

”

Logo

El logo que se propone para “Ancestral” es una combinación entre tipografía y trazo. Se busca generar un pequeño gesto de unión entre los caracteres E, S y T, dónde la “S” representa con su movimiento la hebra del tejido, concepto que engloba todo el proyecto.

ANCESTRAL

Tipografía / Okta Neue

Agnitiv elloribus doloribusae. Endi officimus volupta taquia acit ipsapici ommodigenit etur ad quas volorep tibusaeperio odi quossus, int re sit ape delendis modi rescid quid eatibusdae ma si dolupta cus verovide est la volumenda sitis dolut est, coratium erationectat eosapel enimusEhentusa dolorep rovides suntisti inus magnisto explabo rposti audaest exceatius as ma si dolupta cus verovide est la volumenda

Light / 10 pt.

Endi officimus
volupta
taquia acit
ipsapicidigenit

Light / 25 pt.

ANCESTRAL

ANCESTRAL

ANCESTRAL

ANCESTRAL

ANCESTRAL

ANCESTRAL

Isotipo

El isotipo nace de la abstracción de la tipografía "S" del logo. Para llegar a esta se roto la letra en 45° y se unió a través de una trazo que continua con el movimiento del carácter. La propuesta final representa la hebra del tejido, este isotipo se aplico también de manera repetitiva la hebra con el fin de generar el tejido y su textura.

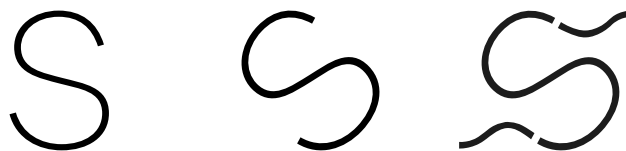
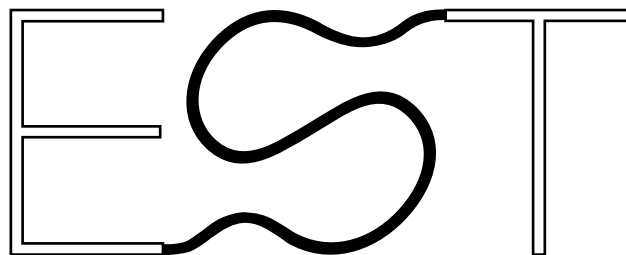
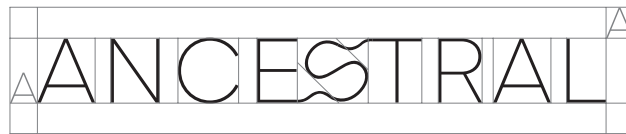




Imagen 130
(Elaboración del autor, 2021)



Imagen 131
(Elaboración del autor, 2021)



Imagen 132
(Elaboración del autor, 2021)

Paleta cromática

La paleta cromática seleccionada se abstrae de la materia prima, de la esencia del tejido y las artesanías. La artesanía textil es una tradición ancestral, esta desde los orígenes y el color café y sus tonalidades representa el paso del tiempo y lo hecho a mano.



Imagen 133
(Deirdre, s.f.)



CMYK	RGB
C 17%	R 216
M 21%	G 199
Y 30%	B 179
K 2%	

WEB	PANTONE
#d8c7b3	130 - 3 C



Imagen 134
(Danilyuk, 2020)



CMYK	RGB
C 34%	R 153
M 40%	G 130
Y 53%	B 105
K 23%	

WEB	PANTONE
#998269	23 - 10 C



Imagen 135
(Danilyuk, 2020)



Imagen 136
(Elaboración del autor, 2021)



4.1.2. Prendas

Tal como se vio anteriormente en la memoria, el diseño de estos chalecos nace a partir de un estudio de las tendencias y del sector de Valle Hermoso. También cabe destacar que para llegar a esas decisiones de diseño se exploraron dos materiales que se trabajan en la localidad, con la idea de hacerlo lo más local posible.

Estas opciones son lana nativa reciclada y lana nativa. Para una primera etapa, la colección 2021 del proyecto se presentará el modelo Olivia en lana reciclada, en las tallas S, M y L. Y el chaleco Bidy pertenece a la colección 2022, lana nativa 100%. A continuación se detalla las características de cada prenda de tejido y su desarrollo.



Imagen 137
(Elaboración del autor, 2021)



Colección 2021

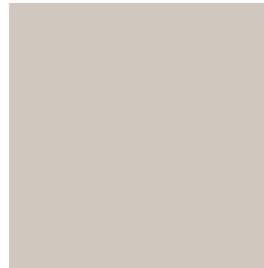
Imagen 138
(Elaboración del autor, 2021)

Chaleco Olivia

Color

100% crudo, lana natural sin pigmentación

Se decidió trabajar con este color porque representa a la lana en su forma más natural y honesta posible, una línea simple y de básicos. Tras esquila la oveja y lavar la lana el color natural que se obtiene se denomina "lana cruda", sin ningún tipo de pigmento.



Materiales

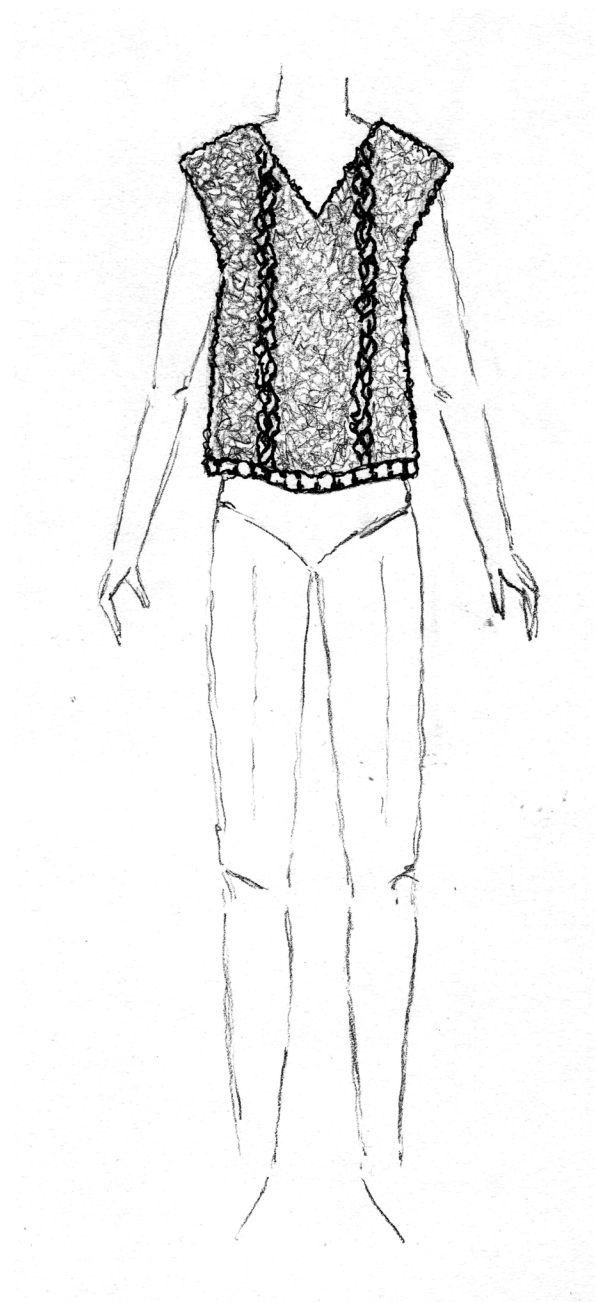
100% lana nativa reciclada

La lana de oveja tiene la posibilidad de ser reciclada, es un material noble y biodegradable. Para reciclarla se procesa la prenda y se vuelve a hilar la fibra, con el paso del tiempo la lana puede perder su resistencia por lo que la lana reciclada se refuerza con algodón o nuevas fibras de lana virgen.



Figurines Olivia

frente



atrás



Ficha producción | Olivia

Ignacia Fuentes Turull
Diseño Gráfico UDD

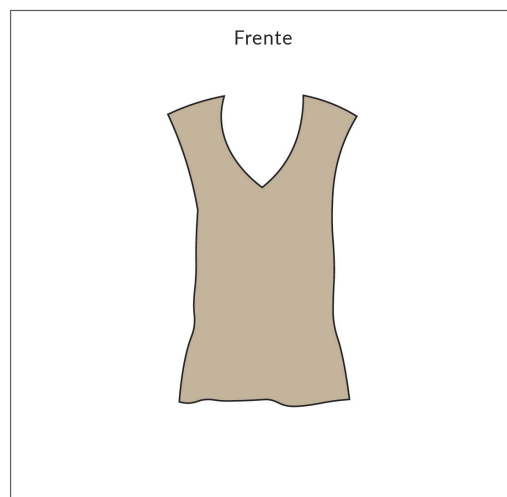
ANCESTRAL

Nombre colección: Colección 2021	Fecha: 01 Octubre 2021
Nombre prenda: chaleco Olivia	Estilo: Básico
Descripción: Pieza de tejido	Temporada: Primavera - Verano
Colores: Lana cruda	Rango tallas: S - M - L

1. Materiales:
Lana nativa 100% reciclada

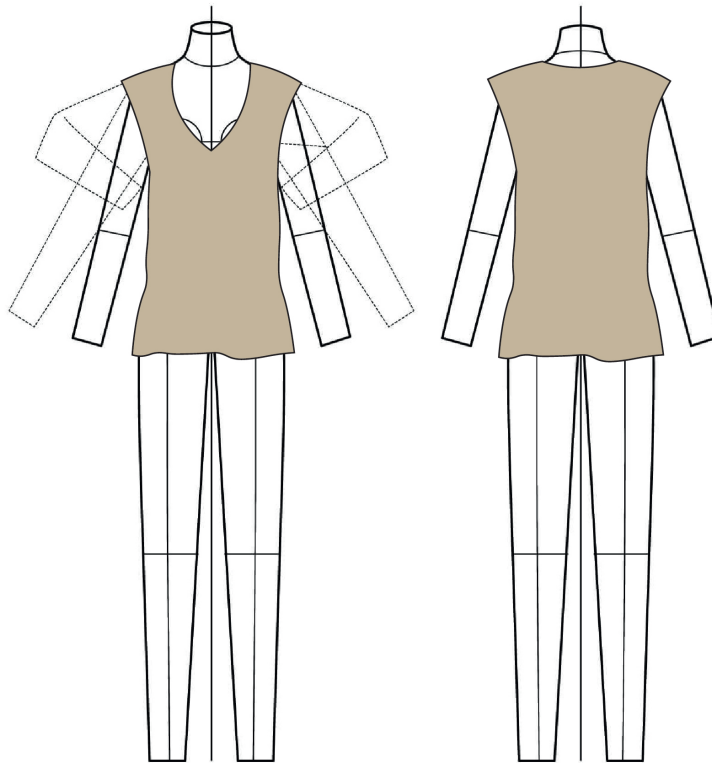
2. Terminaciones	Materiales
Botones	_____
Almohadillas	_____
Cierres	_____
Apliques	_____
Elástico	_____
Etiqueta	Algodón
Etiquetas colgantes	Papel reciclado
Otros	_____

Notas: Prenda hecha 100% a mano. Los puntos de tejido consisten en dos corridas de punto revés y dos corridas de punto derecho. Punto Olivia, artesana de Valle Hermoso.



Ignacia Fuentes Turull
Diseño Gráfico UDD

ANCESTRAL



Notas

Ficha costos | Olivia

Ignacia Fuentes Turull
Diseño Gráfico UDD

ANCESTRAL

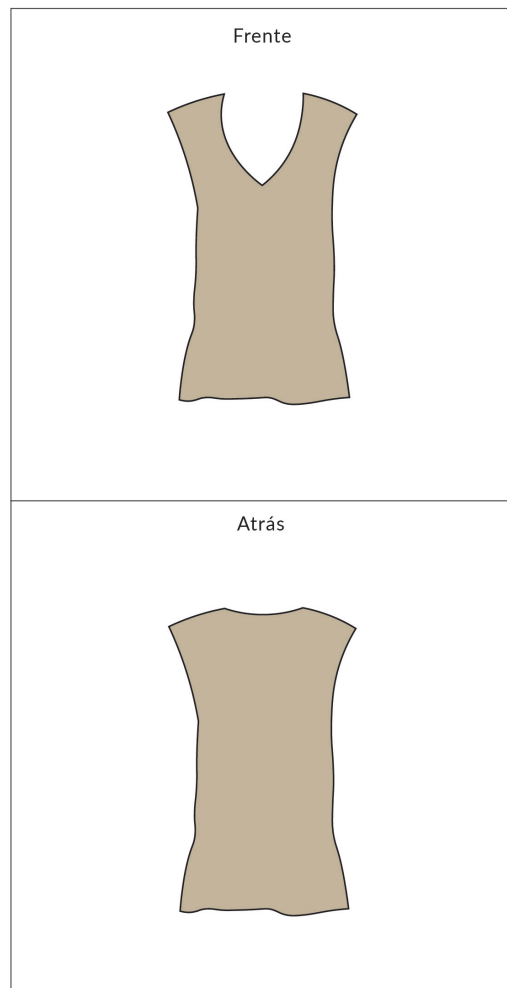
Nombre colección: Colección 2021	Fecha: 01 Octubre 2021
Nombre prenda: chaleco Olivia	Estilo: Básico
Descripción: Pieza de tejido	Temporada: Primavera - Verano
Colores: Lana cruda	Rango tallas: S - M - L

1. Materiales:	Metros	Precio	Cantidad
Lana nativa	5 m	\$ 1.500 c/u	4 ovillos
100% reciclada			

2. Terminaciones	Metros	Precio	Cantidad
Botones	_____	_____	_____
Almohadillas	_____	_____	_____
Cierres	_____	_____	_____
Apliques	_____	_____	_____
Elástico	_____	_____	_____
Etiqueta	0,06 m	\$ 90 c/u	1
Etiquetas colgantes	0,12 m	\$ 120 c/u	2
Otros	_____	_____	_____

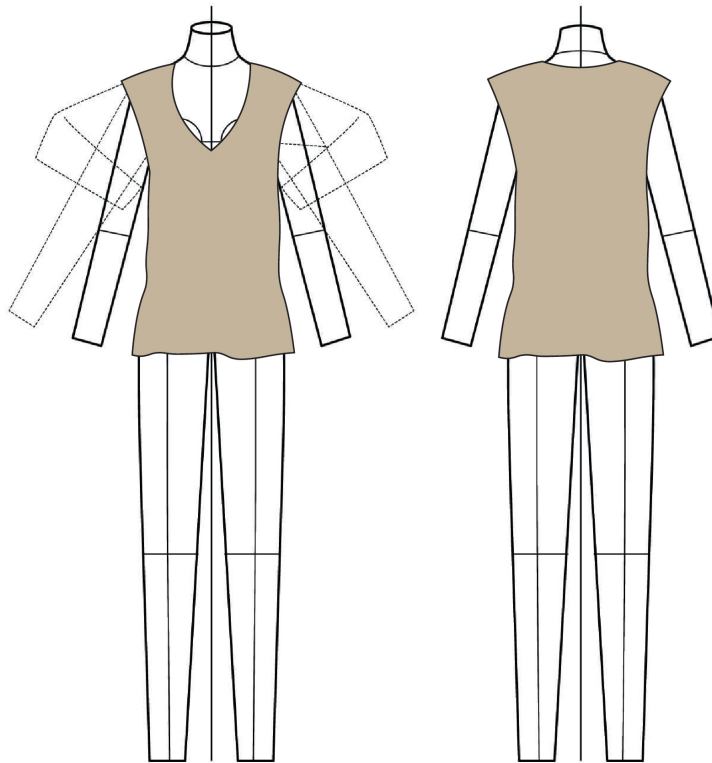
3. Labores:	Metros	Precio	Cantidad
Cortes	_____	_____	_____
Costuras	_____	_____	_____
Detalles	_____	_____	_____
Otros	_____	_____	_____

Precio: \$65.000



Ignacia Fuentes Turull
Diseño Gráfico UDD

ANCESTRAL



Notas

Confección

La confección de esta pieza consiste en una producción a palillos, 100% hecha a mano. El tiempo de producción fueron 10 días. El punto bajo el que realizo consiste 2 corridas de derecho y 2 de revés. Y luego se invierte, 2 corridas de revés y 2 de derecho y así sucesivamente, el punto fue creado por la artesana. En el mundo del tejido a palillo existen un sin fin de combinaciones, este punto es uno de esos. .

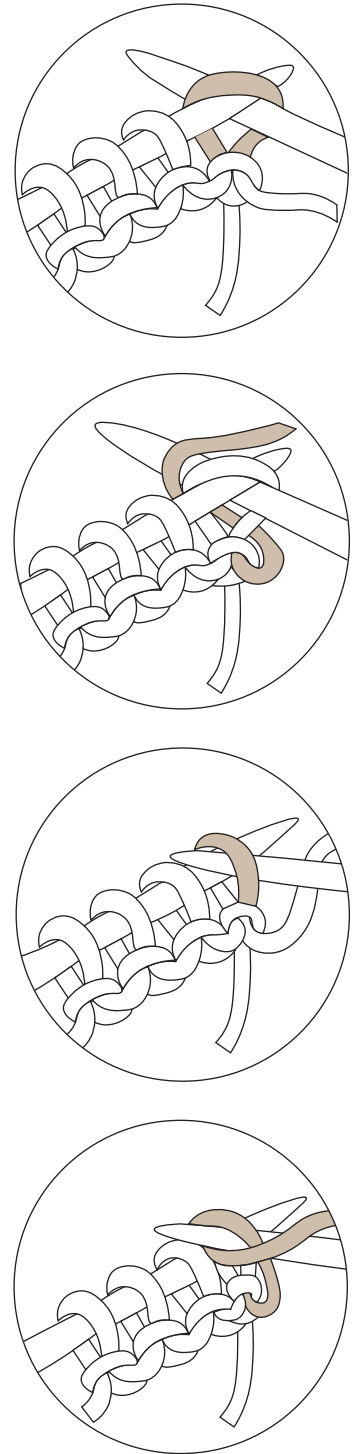


Gráfico 37.
(Elaboración del autor)



Imagen 139
(Elaboración del autor, 2021)



Colección 2022

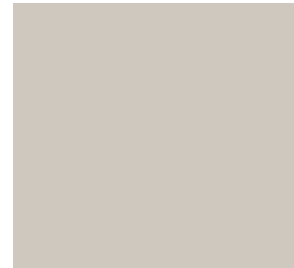
Imagen 140
(Elaboración del autor, 2021)

Chaleco Bidy

Color

100% crudo, lana natural sin pigmentación

Se decidió trabajar con este color porque representa a la lana en su forma más natural y honesta posible, una línea simple y de básicos. Tras esquila de la oveja y lavar la lana el color natural que se obtiene se denomina "lana cruda", sin ningún tipo de pigmento.



Materiales

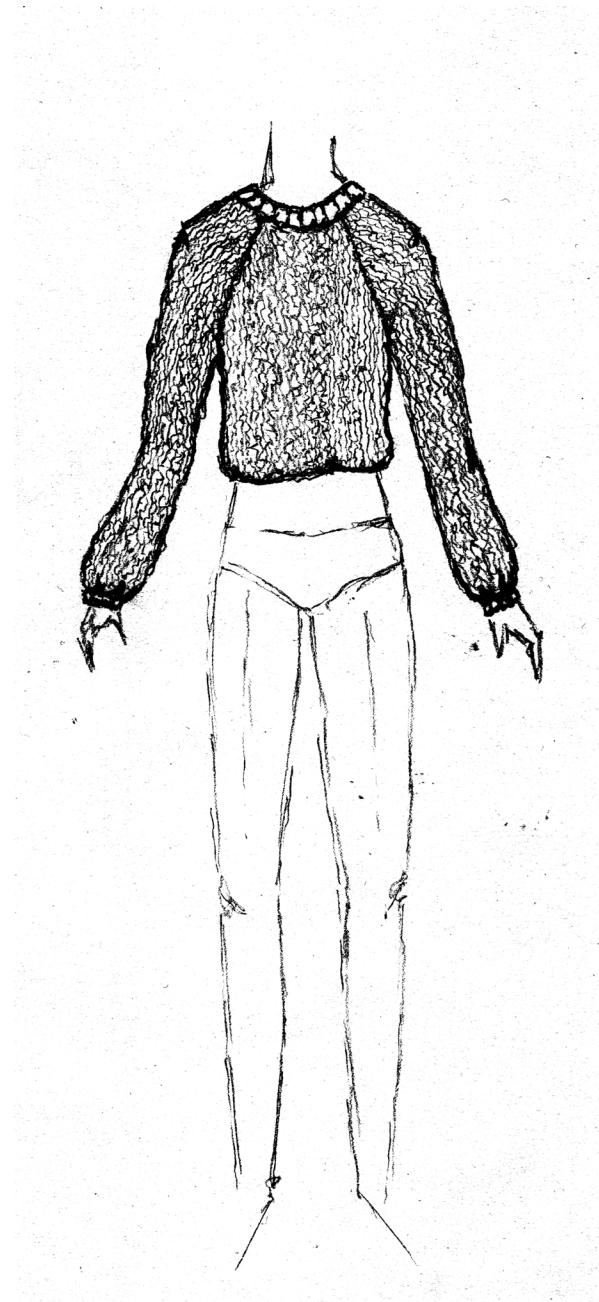
100% lana nativa

La lana de oveja utilizada para esta colección es producida en el sector de Valle Hermoso, es lana 100% natural, hilada por artesanas de la localidad. Es la versión más fina de hilado lo que resulta en una prenda más delicada.

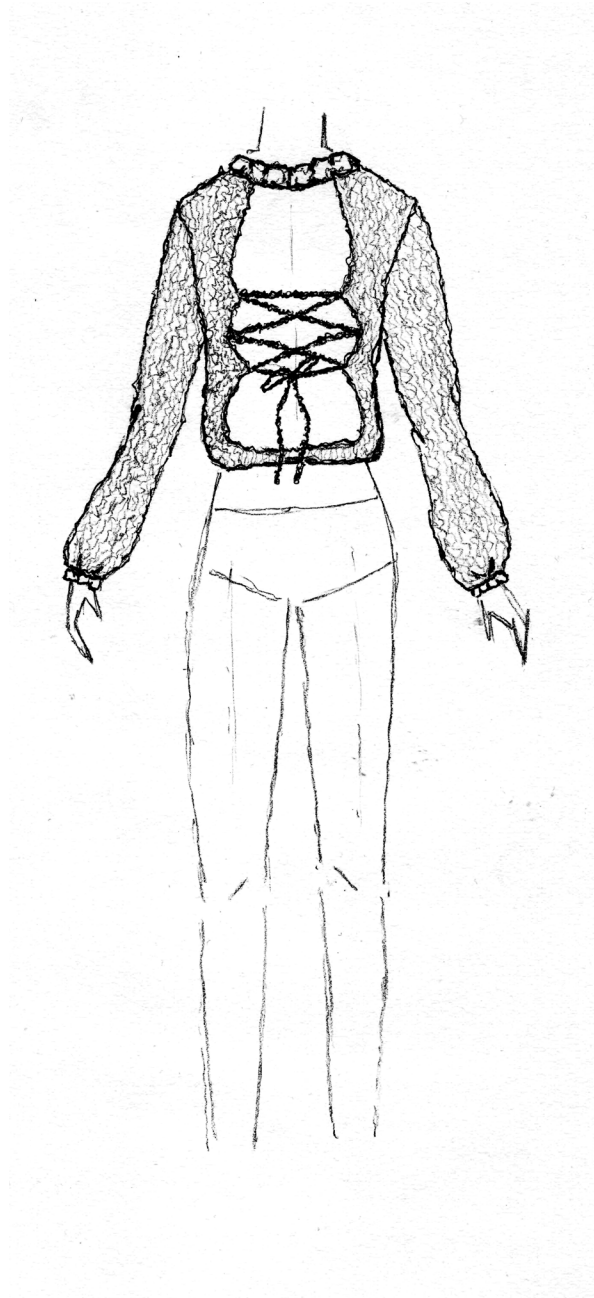


Figurines Bidy

frente



atrás



Ficha producción | Bidy

Ignacia Fuentes Turull
Diseño Gráfico UDD

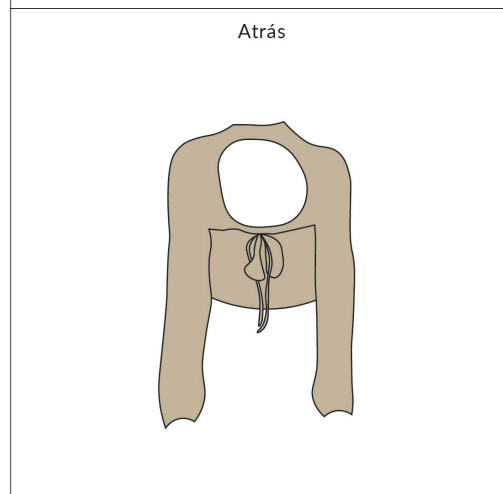
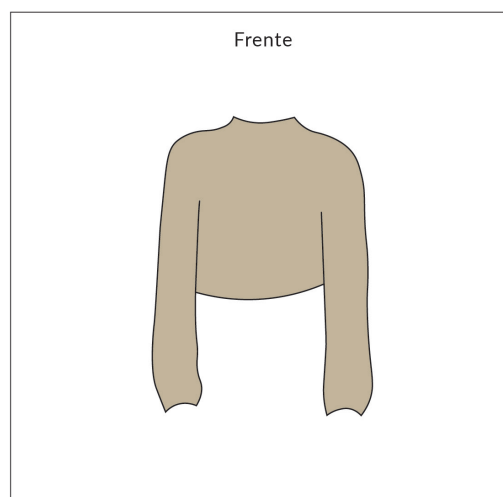
ANCESTRAL

Nombre colección: Colección 2022	Fecha: 15 Diciembre 2022
Nombre prenda: Chaleco Bidy	Estilo: Básico
Descripción: Pieza de tejido	Temporada: Otoño - Invierno
Colores: Lana cruda	Rango tallas: Modelo pre order

1. Materiales:
Lana nativa 100% natural

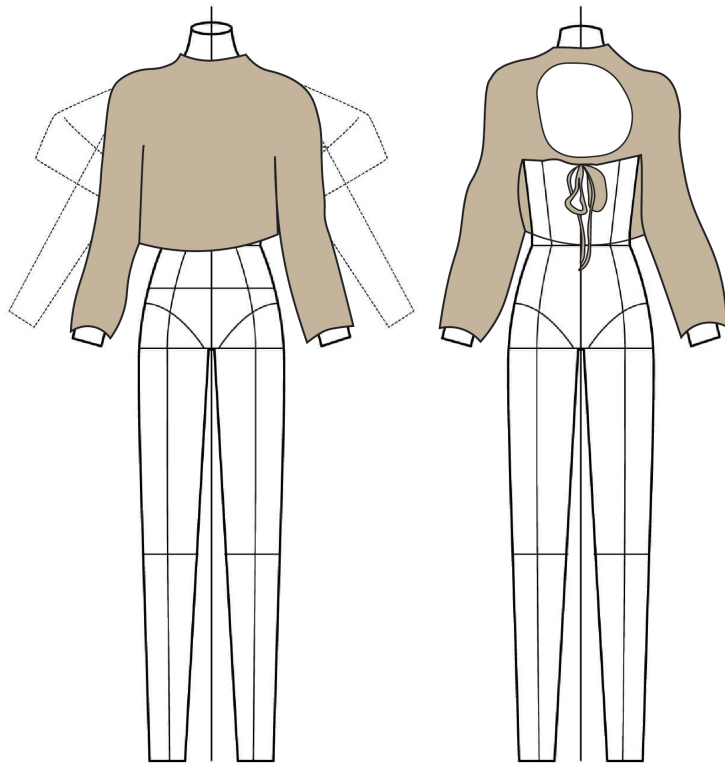
2. Terminaciones	Materiales
Botones	_____
Almohadillas	_____
Cierres	_____
Apliques	_____
Elástico	_____
Etiqueta	Algodón
Etiquetas colgantes	Papel reciclado
Otros	_____

Notas: Prenda hecha 100% a mano. Confeccionada a partir de 60 corridas de punto derecho.



Ignacia Fuentes Turull
Diseño Gráfico UDD

ANCESTRAL



Notas

A large empty rectangular box intended for notes or additional design specifications.

Ficha costos | Bidy

Ignacia Fuentes Turull
Diseño Gráfico UDD

ANCESTRAL

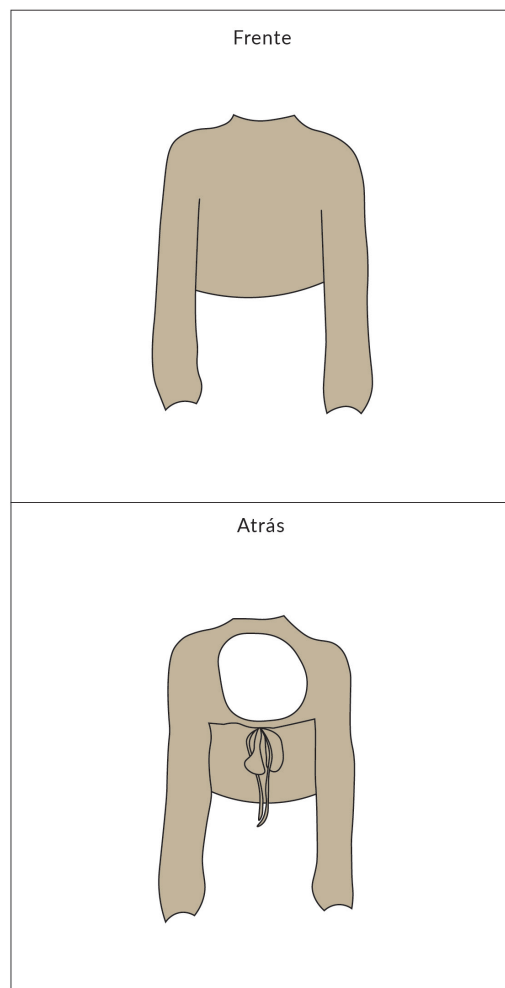
Nombre colección: Colección 2022	Fecha: 15 Diciembre 2021
Nombre prenda: Chaleco Bidy	Estilo: Básico
Descripción: Pieza de tejido	Temporada: Otoño - Invierno
Colores: Lana cruda	Rango tallas: Modelo pre order

1. Materiales:	Metros	Precio	Cantidad
Lana nativa	5 m	\$ 2.990 c/u	4 ovillos
100% reciclada			

2. Terminaciones	Metros	Precio	Cantidad
Botones	_____	_____	_____
Almohadillas	_____	_____	_____
Cierres	_____	_____	_____
Apliques	_____	_____	_____
Elástico	_____	_____	_____
Etiqueta	0,06 m	\$ 90 c/u	1
Etiquetas colgantes	0,12 m	\$ 120 c/u	2
Otros	_____	_____	_____

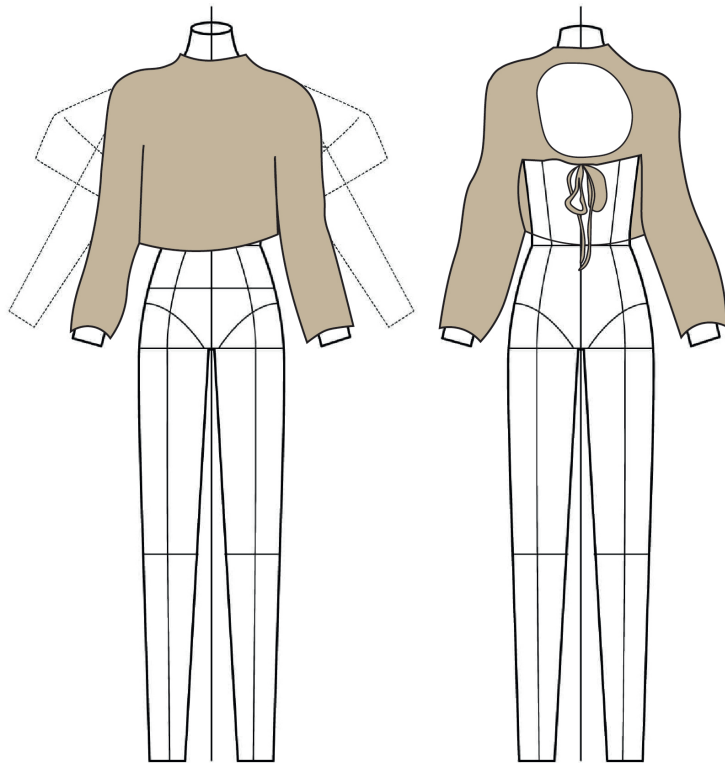
3. Labores:	Metros	Precio	Cantidad
Cortes	_____	_____	_____
Costuras	_____	_____	_____
Detalles	_____	_____	_____
Otros	_____	_____	_____

Precio: \$95.000



Ignacia Fuentes Turull
Diseño Gráfico UDD

ANCESTRAL



Notas

Confección

La confección de esta pieza consiste en una producción a palillos, 100% hecha a mano. El tiempo de producción fueron 15 días. Para esta prenda se selecciono una lana más bien fina, que fue tejida con un punto derecho, lo que genera un chaleco regular y sencillo. El protagonismo está en el detalle de la espalda ya que lo hace un producto deseable y en la línea de las tendencias.

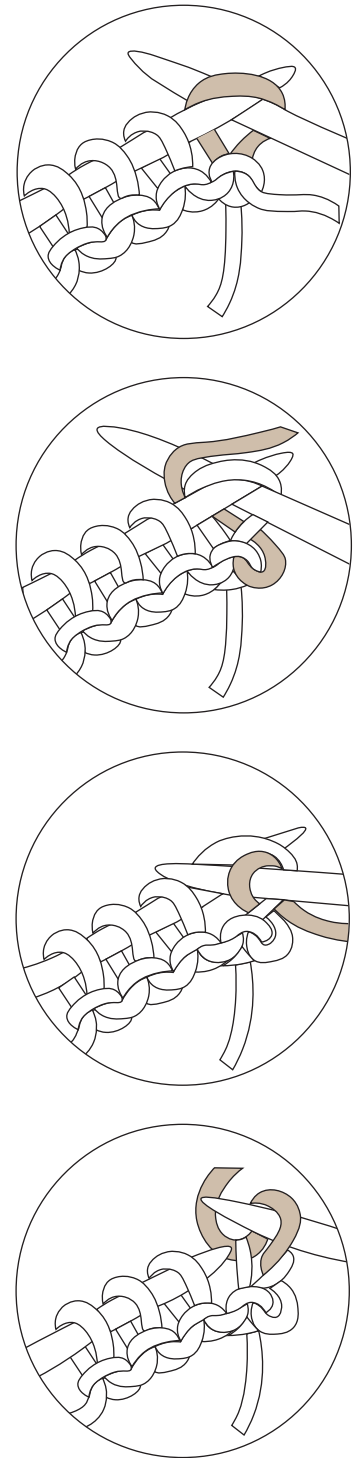


Gráfico 38.
(Elaboración del autor)



Imagen 141
(Elaboración del autor, 2021)

4.1.3. Piezas gráficas

Las piezas gráficas que acompañan a la prenda son la claves para la comunicación e historia del tejido. La idea de crear una marca es más que solo el diseño del chaleco por lo que a continuación se muestran las diferentes piezas comunicativas que responden a lo que el proyecto Ancestral quiere generar hoy con su creación.

La prenda cuenta con un handtag compuesto por dos piezas, una de estas señala el nombre de la artesana que realizó la pieza y la segunda detalla el material con el que fue realizado el tejido.

Además posee una etiqueta que va con costuras sobre el chaleco. Esta etiqueta contiene el nombre de la prenda, o sea el nombre de la artesana que realizó aquel tejido y el isotipo de la marca.

Los cuidados y detalles de esta prenda son muy importantes de contar y transmitir, es por eso que además cuenta con un packaging y dos tarjetas que componen al sistema completo del producto y su experiencia. Una de las tarjetas señala los cuidados y la otra un breve resumen del proyecto. Finalmente destacar, que el packaging se pensó como objeto de transporte y cuidado, compuesto por una caja ecommerce, para ser transportado a la dirección de compra, un tote bag y un saco de algodón. Todos los materiales utilizados para este packaging son biodegradables y reutilizables.

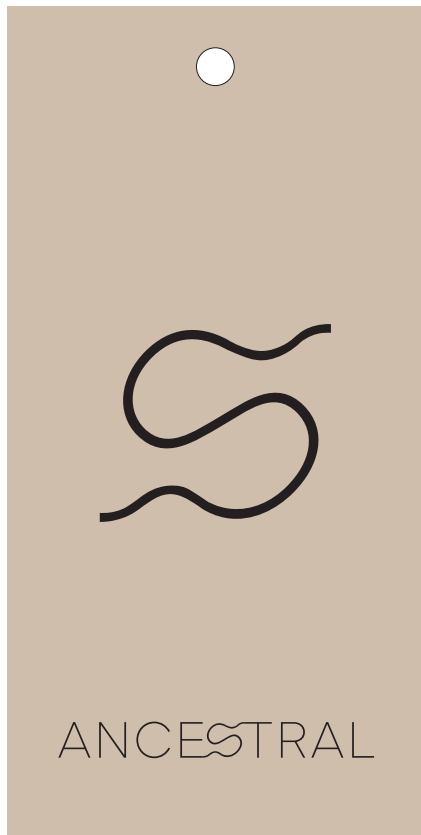




Imagen 142
(Elaboración del autor, 2021)

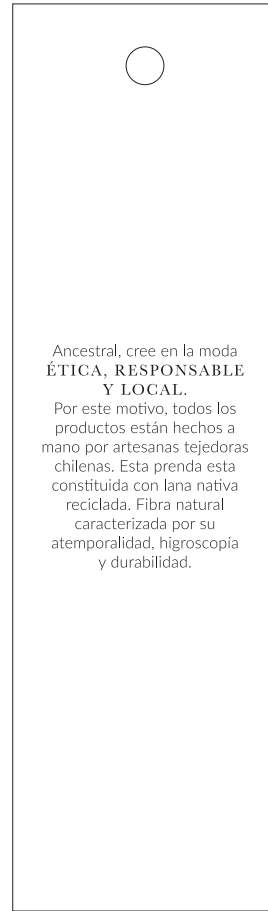
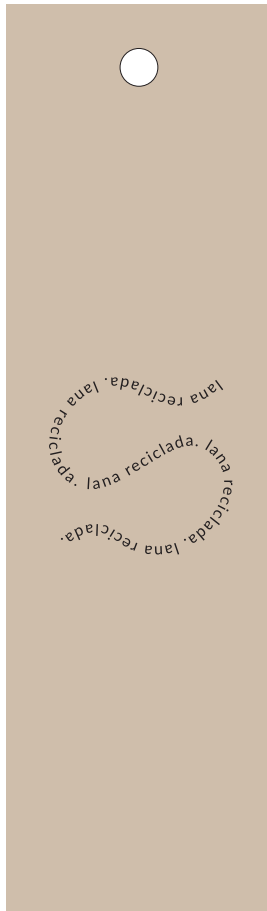


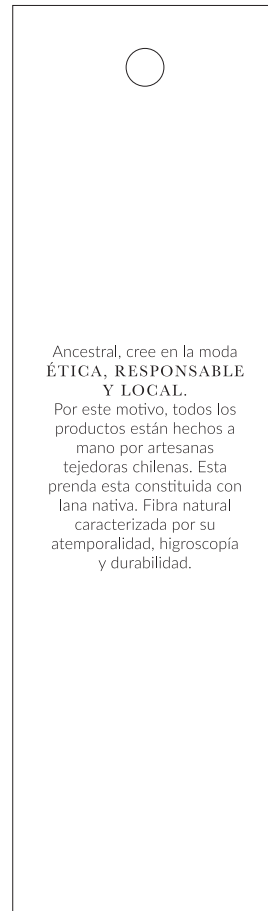
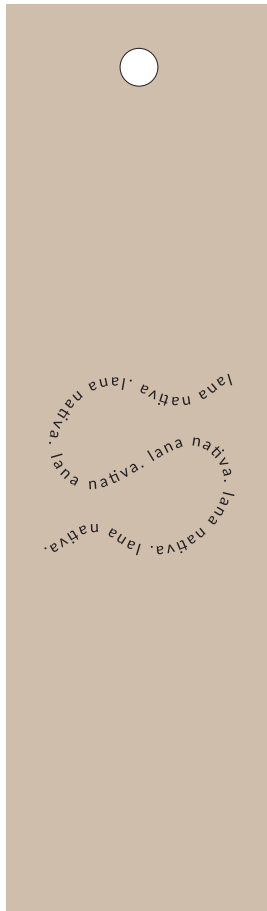


Imagen 143
(Elaboración del autor, 2021)





Imagen 144
(Elaboración del autor, 2021)



Ancestral, cree en la moda
**ÉTICA, RESPONSABLE
Y LOCAL.**
Por este motivo, todos los
productos están hechos a
mano por artesanas
tejedoras chilenas. Esta
prenda esta constituida con
lana nativa. Fibra natural
caracterizada por su
atemporalidad, higroscopia
y durabilidad.



Imagen 145
(Elaboración del autor, 2021)



Imagen 146
(Elaboración del autor, 2021)



Esta pieza del sistema es fundamental ya que para Ancestral es muy importante el valor del artesano y su nombre. Y si estuviera solo en el handtag, una vez comprada la prenda esta se eliminaría y el nombre de la artesana se perdería.



Imagen 147
(Elaboración del autor, 2021)

HECHO A MANO

ANCESTRAL

UNA PIEZA
ARTESANAL ESPECIAL



Lava a mano las prendas o usa un programa corto sin centrifugado.



No lavar a temperaturas elevadas, ni con productos a base de cloro.



Usar detergente especial para lanas. No dejar en remojo.



Escurre sin retorcer y deja secar en horizontal sobre una superficie plana a la sombra.



Plancha a baja temperatura con un pañuelo para evitar el contacto directo.



ANCESTRAL

DISEÑO Y ARTESANÍA TEXTIL.

Proyecto Ancestral propone preservar, difundir y comercializar, un oficio artesano de gran carga cultural en nuestro país y así mismo fomentar el consumo de moda local. Son piezas únicas, hechas a mano por artesanas tejedoras chilenas, prendas eternas que cargan con un valor ancestral, una expresión humana, son el reflejo de la identidad y creatividad local.

www.ancestralstudio.cl



Imagen 148
(Elaboración del autor, 2021)

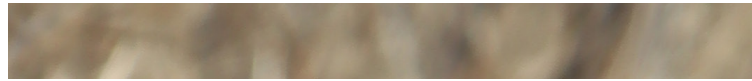
Como pieza final de este sistema se desarrollo un patrón de tejido en papel a través de la técnica de bordado. Se realizo en tarjetas de 15 x 20cm, con un hilo que lleva el color de Ancestral. La idea es representar la delicadeza y dedicación de la prenda adquirida. Esta pieza acompaña al tejido, es un recuerdo de la trama que la artesana realizo para llevar a cabo la prenda única y especial.

*Esta copia de la memoria simula las páginas más pequeñas adjuntadas en la copia original.

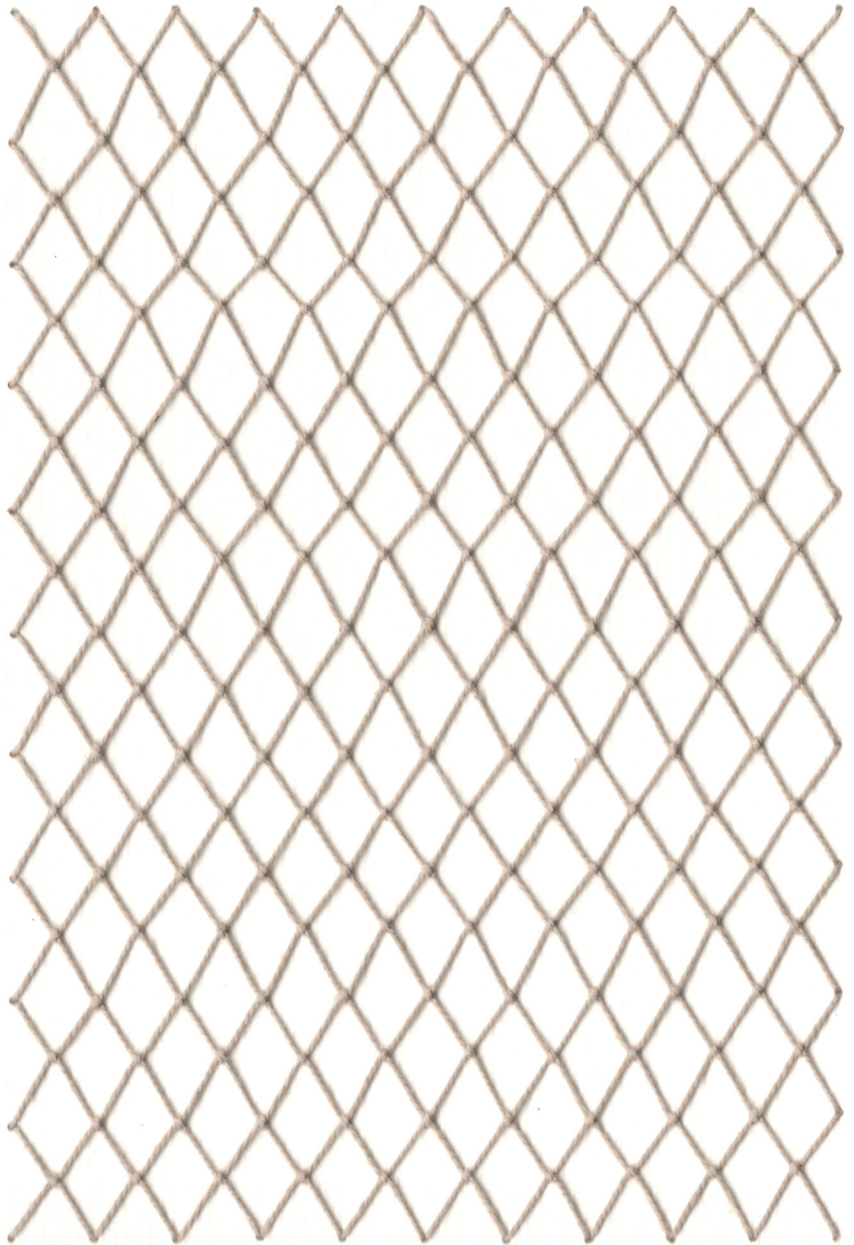


Imagen 149
(Elaboración del autor, 2021)

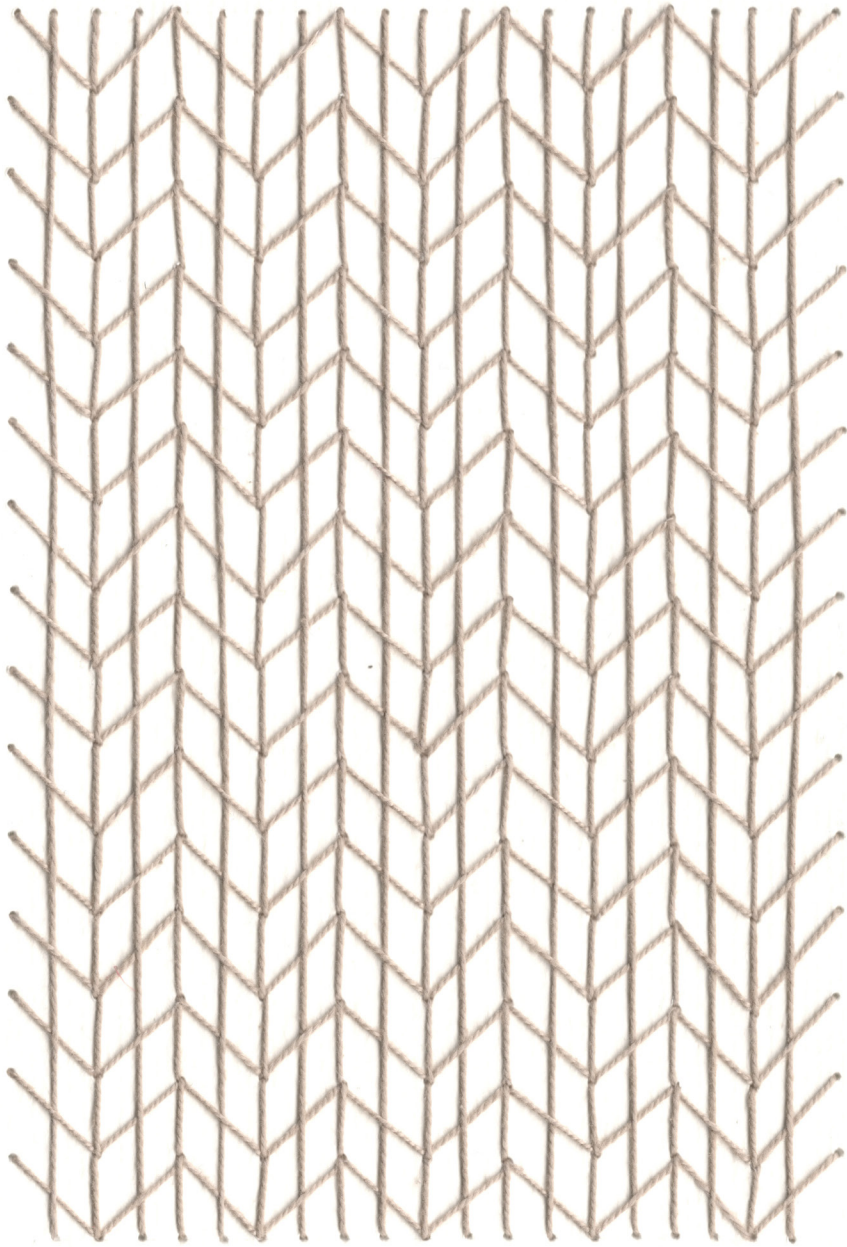


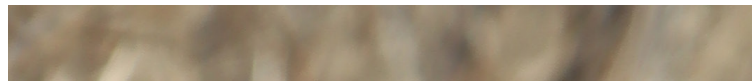


Como pieza final de patrón de tejido en bordado. Se realizó un hilo que lleva el representar la delicadeza adquirida. Esta pieza es un recuerdo de la tradición que se lleva a cabo la pre

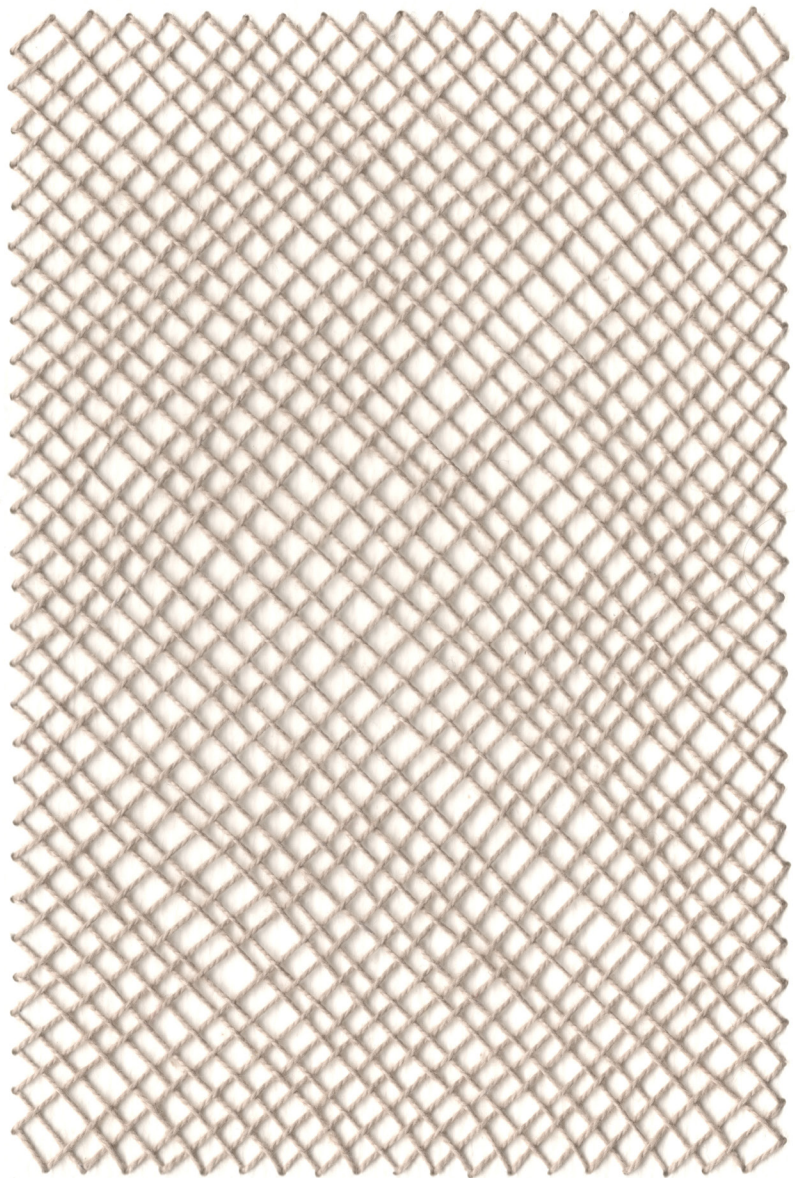


(Elaboración del autor, 2021)





Como pieza final de patrón de tejido en bordado. Se realizó un hilo que lleva el representar la delicadeza adquirida. Esta pieza es un recuerdo de la tradición que se lleva a cabo la pre



(Elaboración del autor, 2021)

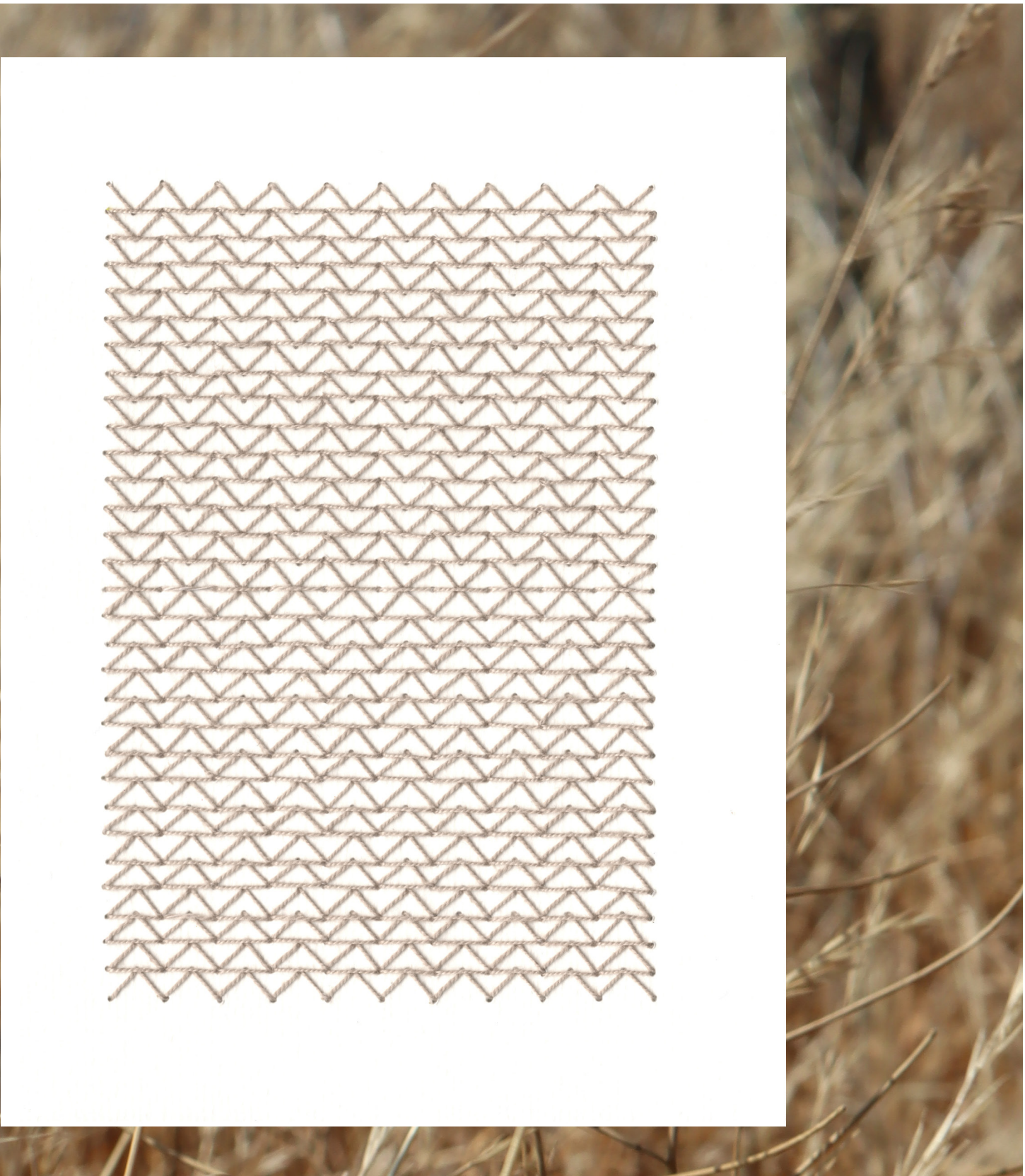




Imagen 150
(Elaboración del autor, 2021)



Imagen 151
(Elaboración del autor, 2021)



Imagen 152
(Elaboración del autor, 2021)



Imagen 153
(Elaboración del autor, 2021)

4.1.4. Redes sociales

Instagram

Para comunicar y relatar este proyecto se creó un instagram bajo el nombre de usuario @ancestral_studio. Este perfil busca demostrar y hacer visible la relación A + D.

La grilla que se utilizó propone imágenes de la localidad de Valle Hermoso, con la idea que se conozca más sobre el sector, su entorno y artesanas tejedoras. Por otro lado se muestran las piezas de tejido, para esto, se realizó una sesión de fotos, que a través de la dirección de arte comunica la esencia que quiere transmitir Ancestral.

Las fotos que se ven son una mezcla de todo el sistema y proyecto, podemos visualizar, el packaging, las artesanas que realizan las piezas de tejido y a las piezas siendo utilizadas.

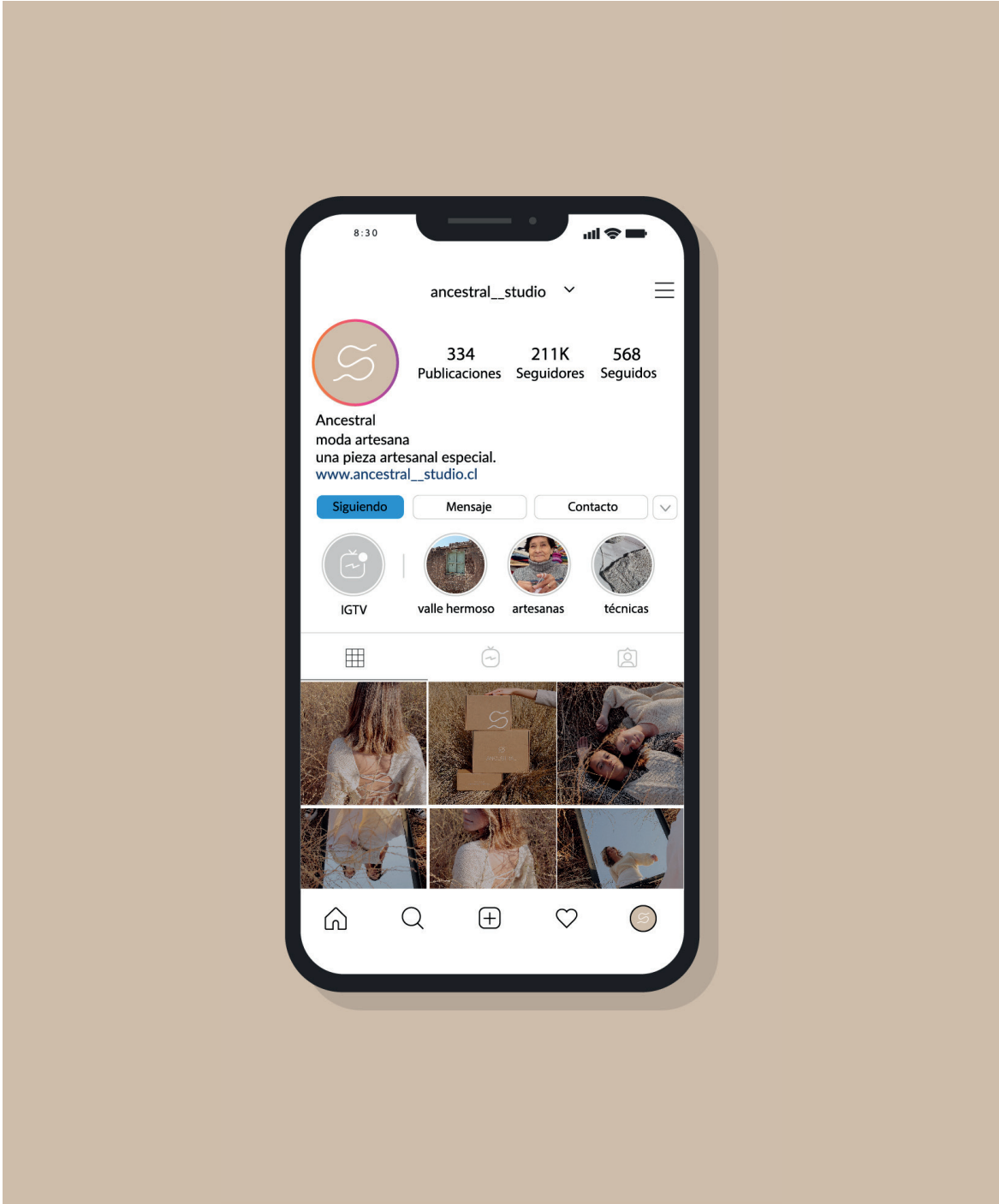
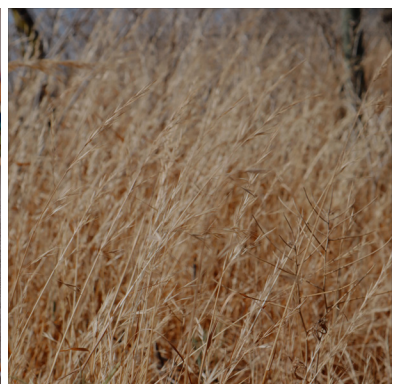
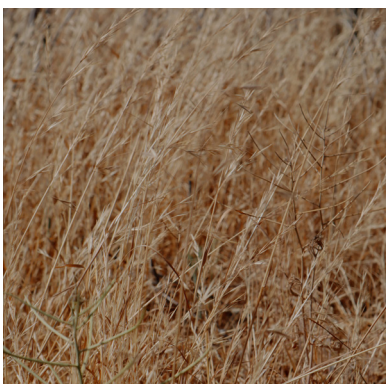
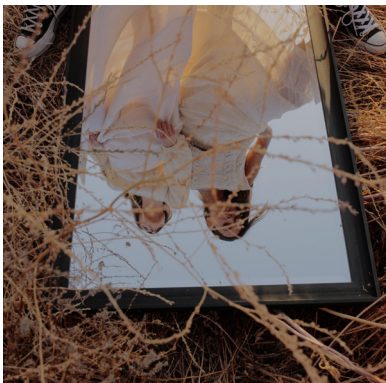


Imagen 154
(Elaboración del autor, 2021)





Página web

La página web es parte fundamental del proyecto, ya que es una herramienta comunicacional que busca proyectar y transmitir de la manera más eficiente y coherente el proyecto Ancestral.

La página esta compuesta por 4 secciones, artesanas, productos, micro escuela y contacto. En primer lugar la sección artesanas tiene como fin relatar y hacer visible a las personas más importantes de este proyecto, queremos contar su historia y que cada usuario las conozca tanto como yo.

Por otro lado en la sección de productos encontramos el detalle de las materialidades utilizadas, sus propiedades y la importancia que es para Ancestral la línea de la sostenibilidad. Entendiendo que únicamente se utilizan materiales nativos naturales. Se exponen los beneficios del consumo local y lo influyentes que son para la economía nacional.

En micro escuela el usuario encontrará instructivos y videos de distintos puntos de tejido. Esta sección es relatada por las artesanas que buscan perdurar sus tradiciones en el tiempo y dejar su legado para las nuevas generaciones. Y finalmente y no menos importante la sección de contacto. Se utilizará este medio para contactar con nuevas comunidades de artesanos tejedores alrededor del mundo. El fin de esta sección es crecer como comunidad y revalorizar el tejido artesanal.

ARTESANAS

- Historia de artesanas
- Colaboraciones
- Oficios

PRODUCTOS

- Tienda
- Materialidades
- Colecciones
- Sostenibilidad

MICO ESCUELA

- Artesanías
- Talleres
- Material educativo

CONTACTO

- Formulario de contacto
- Foros

Gráfico 39.
(Elaboración del autor)



- ARTESANAS
- PRODUCTOS
- MICRO ESCUELA
- CONTACTO



ANCESTRAL



Una pieza artesanal especial.



4.1.5. Micro escuela

Ancestral además de fomentar el consumo de moda local y revalorizar el oficio artesano de la comunidad de Valle Hermoso, propone un sistema de micro escuela, dónde artesanas entregan la oportunidad de aprender sobre nuevos puntos de tejido o tradiciones propias del sector artesanal. Para llevar a cabo esta idea, se proponen planillas y videos con la explicación del proceso y la técnica de tejido, esta escuela se comunicará a través de plataformas online, principalmente página web e instagram. Con la idea de mostrar a las nuevas generaciones y a todo el mundo el arte del tejido y mantener su historia en el tiempo.

4.1.6. Modelo de gestión

El modelo de gestión es lo que resume a este proyecto, un sistema de aplicación comunicacional a comunidades de artesanos del país o del mundo. Lo que plantea Ancestral y tal como se puede ver en toda la investigación, es un proyecto justo y social, con la idea de aportar en dos áreas de enfoque. En primer lugar a la moda sostenible y local y en segundo lugar a artesanos tejedores que producto de la globalización y los avances en el mundo sus prendas han perdido valor. Es por esta razón que dentro de la página web y redes sociales se busca crear una comunidad y poco a poco proyectar Ancestral a más tejedores y fomentar la moda local y slow. Para lograr esto dentro de la página web se encontrará una sección de contacto, dónde nuevas artesanas tejedoras pueden unirse y formar parte. Y así aplicar este sistema comunicacional y de venta en más sectores, ayudando a preservar, difundir y comercializar un oficio artesano.



Imagen 155
(Elaboración del autor, 2021)

4.2. Cadena de valor

La cadena de valor es un modelo de negocio que permite identificar y analizar las actividades necesarias para crear un producto o servicio, esta cadena involucra a los pasos desde la etapa de concepción hasta la de distribución.

El propósito es analizar la eficiencia de todo el proceso para entregar el valor máximo con el menor gasto posible. Para este proyecto fue fundamental aplicar este modelo ya que permitió tener claridad de los gastos que involucran a cada etapa del proyecto, desde la huella de carbono hasta los gastos monetarios. Lo que ayuda también para posteriormente dar a conocer al futuro cliente la huella del producto que está adquiriendo.

Se propone una producción realizada bajo una cadena de valor sostenible y circular, donde la sostenibilidad está puesta en la moda, el nuevo lujo y la utilización de un material noble.

El valor más importante de este proyecto está puesto en el eslabón de la producción:

Esta etapa involucra a los tejedores y las personas que se van a impactar positivamente a través de este proyecto, tanto porque no van a perder su oficio, sino que lo van a perpetuar y además van a recibir una remuneración justa por su trabajo y por mantener su oficio vigente, este factor es clave para la identidad de la moda local y su desarrollo. Además este proyecto busca cautivar al consumidor por medio de la transparencia del proceso y cada persona involucrada. Ya que llevar a cabo cada pieza significa valorar el trabajo artesano, un proceso lento que promueve la educación del tejido a los consumidores y entre las mismas comunidades de artesanos.

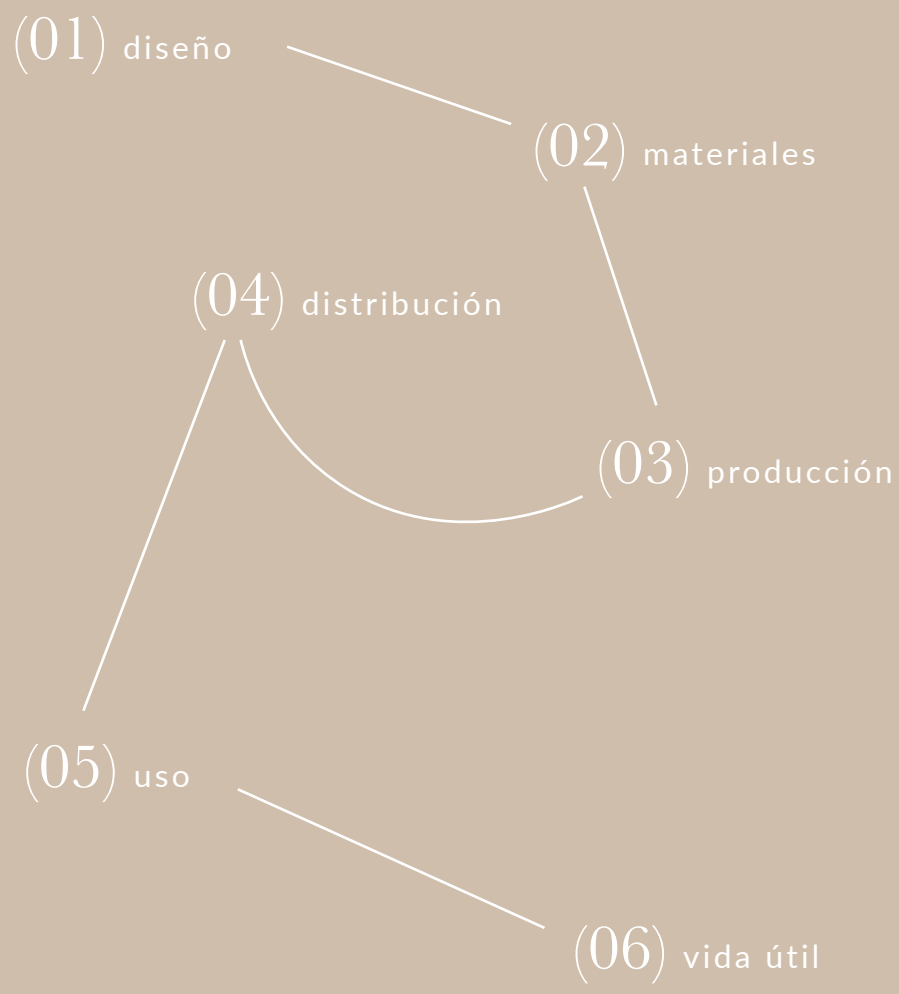


Gráfico 40.
(Elaboración del autor)

diseño	<p>Colaboración / A + D</p> <p>Colección de 2 piezas, prendas básicas, dónde el tejido refleja el talento propio de las tejedoras y su tradición.</p>	uso	<p>Materia prima / Lana nativa reciclada</p> <p>Lana, Hilacoop, artesanas hilanderas elaboran sus propias fibras e hilados naturales. Productos de alta calidad, 100% naturales y artesanales. Realizan el proceso completo en Valle Hermoso desde la elaboración de sus propias fibras e hilados hasta el tejido de prendas de vestir. Entendiendo que al ser un producto 100% natural es de alta calidad, lo que le entrega un mayor valor monetario y emocional a la prenda, ya que tiene una vida útil de muchos usos.</p>
materiales	<p>Reutilización del material / Reciclaje</p> <p>Al ser un material noble tiene la posibilidad de volver a la tierra o ser triturada y procesada de nuevo en fibras. Suelen ser fibras dañadas, por lo que es una lana menos resistente y de menos durabilidad que la lana virgen. Para mejorar su resistencia se pueden mezclar con fibras de algodón o lana virgen, alargando el tamaño de las fibras y otorgándole mayor calidad al producto.</p>	vida útil	<p>Larga vida útil</p> <p>Lana nativa: Propiedades, aislante natural, cuenta con propiedades impermeables hacen que sea un tejido capaz de mantener el cuerpo abrigado, la suciedad no penetra la fibra, sólo se queda en la superficie, no tienen mucha estática no atraen pelusas, suciedad y polvo. Resistentes a las arrugas ya que su textura natural hace que sea la fibra más resistente. Lana siempre mantendrá su forma original y son naturalmente resistentes al fuego.</p> <p>Cuidados, requieren menos cantidad de lavados que las prendas con otro tipo de fibra. Usar un detergente suave o neutro en agua ligeramente caliente. No utilizar productos para blanquear, una pequeña cantidad hará que las fibras de lana se vuelvan rígidas y amarillentas. No se deben estrujar, para secar, se debe poner la prenda sobre una superficie plana. Mantener el tejido alejado de la luz directa del sol y el calor.</p> <p>Los cuidados y propiedades de la lana son muy importantes de comunicar en este proyecto ya que serán los determinantes para la durabilidad de la prenda.</p>
producción	<p>Valle Hermoso / Artesanas tejedoras</p> <p>Prenda Biddy. Días de producción / 15 días Prenda Olivia. Días de producción / 8 días</p> <p>Producción slow + materia prima de calidad, productos de larga vida útil. Prendas tejidas a mano con palillos, el punto de tejido se decide junto a la artesana, donde plasma sus mejores técnicas y tradiciones por lo que ninguna pieza es igual a otra.</p>		
distribución	<p>Santiago - Valle Hermoso - Santiago - Mundo</p> <p>Huella de carbono terrestre / 143km La distribución de los productos es desde Santiago, ya que una vez producidos son mandados hacia la capital y desde ahí se mandan a sus consumidores. La huella de carbono que se estima en un principio que es a nivel nacional y en un futuro al mundo. Entendiendo que esta segunda sería mayor ya que aumentan los km de distancia entre el lugar de producción y el lugar de la compra.</p>		

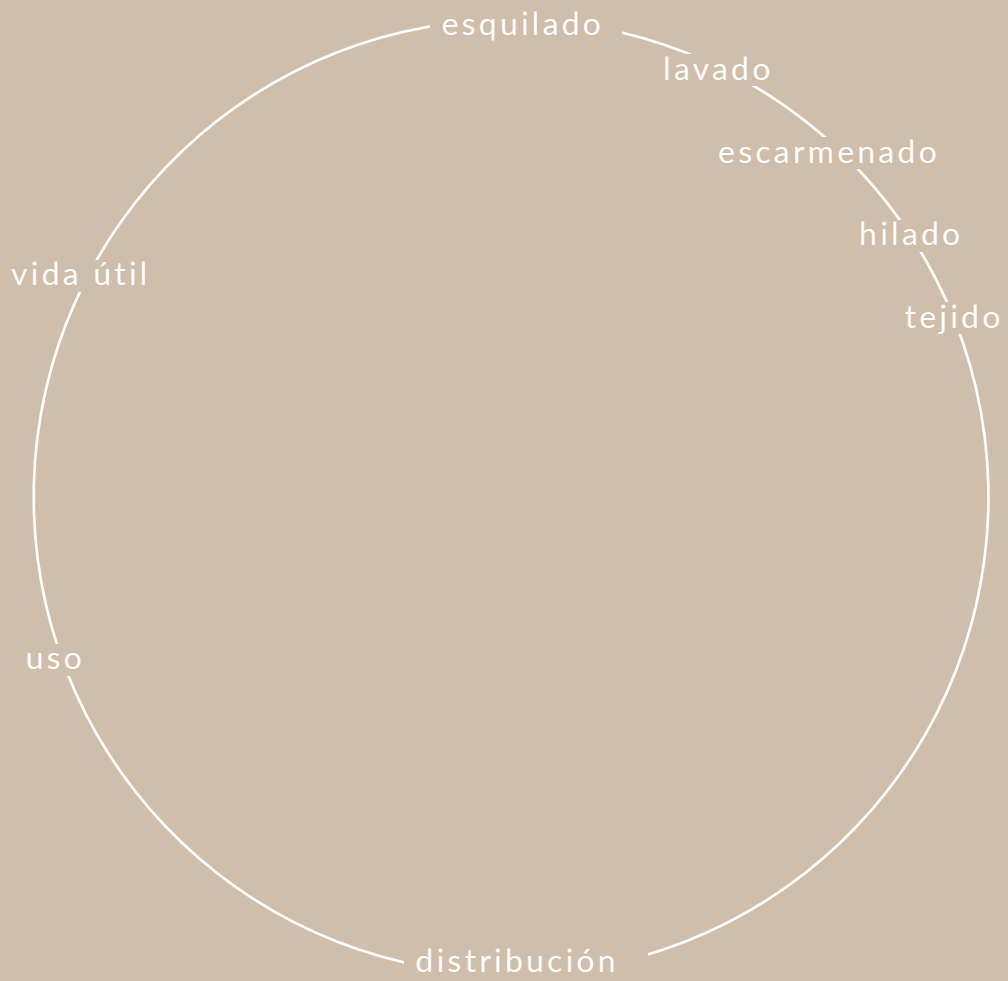


Gráfico 41.
(Elaboración del autor)

4.3. Estrategias de implementación

crear



Imagen 156
(Elaboración del autor, 2021)

Economía Creativa

Diseñador

El diseñador y el artesano crean en conjunto la prenda o la colección, esta refleja la expertiz de la artesana y atiende a las tendencias actuales.

producir



Imagen 157
(Chernaya, 2020)

Economía Colaborativa

Proveedores

Los proveedores se contactan directamente con el diseñador, Hilacoop es el produce lana 100% natural en Valle Hermoso, lugar dónde posteriormente se produce la pieza de tejido.

comunicar

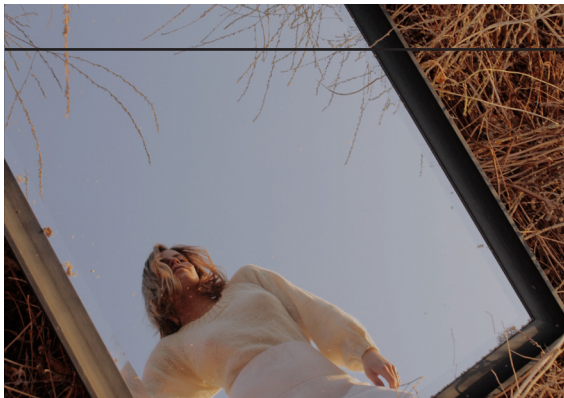


Imagen 158
(Elaboración del autor, 2021)

Economía Creativa

Diseñador

El diseñador tiene como misión comunicar y transparentar el proceso de la prendas para introducir la artesanía en el comercio de moda nacional. Para esto es necesario medios de comunicación y gráfica en redes sociales.

Economía Circular

Artesano

El artesano transmite al diseñador las posibilidades de creación según las técnicas dominadas.

Creativa - Circular

Economía Circular

Artesanas

Se trabaja la materia prima bajo las técnicas artesanales del sector. Es un proceso de producción lenta, proceso que se trasmite posteriormente en la etapa de comunicación.

Colaborativa - Circular

Economía de la experiencia

Consumidores

Con los consumidores finaliza el proceso ya que su compra significa un ingreso digno para el artesano y la valoración de su oficio.

Creativa - Experiencia

4.4. Carta gantt

	AGOSTO					SEPTIEMBRE				
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Diseño y confección						■				
Creación de marca										
Testeo con usuarios									■	■
Visita Valle Hermoso	■			■						■
Abastecimiento de materia prima										
Entrevista con artesanos	■	■							■	
Elaboración de chalecos									■	■
Reuniones Incuba	■		■		■		■		■	
Sesión de fotos										
Impresión de packaging										

OCTUBRE					NOVIEMBRE					DICIEMBRE				
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
		■	■							■	■			
■	■	■	■											
	■		■			■								
■	■													
■	■	■												
■		■	■			■								
	■	■												
										■	■			

4.5. Presupuesto

En esta sección de la investigación se detalla un presupuesto estimado, lo que nos permite identificar que tan viable es llevar a cabo el proyecto y analizar también sus posibles proyecciones como negocio.

Costos variables

Producto	Costo x unidad	Unidades al mes	Total al mes
Lana nativa reciclada	\$ 6.000	30	\$ 180.000
Lana nativa	\$ 11.600	30	\$ 348.000
Transporte	\$ 20.000	1	\$ 20.000
Tote bag	\$ 1.078	30	\$ 32.340
Saco algodón	\$ 886	30	\$ 26.580
Caja	\$ 500	30	\$ 15.000
Etiquetas	\$ 20	30	\$ 600
Tarjetas	\$ 900	30	\$ 27.000

Honorarios profesionales

Servicio	Total al mes
Artesana	\$ 600.000
Diseñadora	\$ 600.000

Ingresos

Producto	Valor unidad	Unidades al mes	Ingreso mensual
Tejido	\$ 65.000	30	\$ 1.950.000

Flujo proyectado

Total ingreso al mes	Total al mes
----------------------	--------------

Ingresos	\$ 1.950.000
----------	--------------

Total costos al mes	Total al mes
---------------------	--------------

Costos variables	\$ 649.520
------------------	------------

Honorarios profesionales	\$ 600.000
--------------------------	------------

Total ingreso al mes	\$ 1.950.000
----------------------	--------------

Total costos al mes	\$ 1.249.520
---------------------	--------------

Flujo mensual	\$ 748.000
---------------	------------

5.

CONCLUSIÓN

- 5.1. Resultados
- 5.2. Proyecciones

5.1. Resultados



Imagen 159
(Elaboración del autor, 2021)

A pesar de los inconvenientes a los que el proyecto se enfrentó durante el año creo que los resultados a día de hoy son lo que se esperaban.

El tema seleccionado era algo de gran inquietud personal, tenía una especial conexión con la moda y como hacer un aporte, más que solo seguir produciendo y contaminando. Creo que eso se logró al 100%, se vio una manera de hacer un aporte social a la localidad de Valle Hermoso y además producir de manera local ayudando a perpetuar una tradición de gran valor cultural. Hoy estudiando los resultados se puede decir que las artesanas, son personas de las que se tuvo la oportunidad de aprender y descubrir cosas que sólo este proyecto podría haber entregado.

El principal problema fue el hecho de que en una primera etapa la idea estaba centrada en producir sólo piezas a telar, una vez adentrada en la comunidad, se percató que esta idea no sería viable producto de que solo un artesano mantenía esa tradición vigente. Por lo que se optó por ayudar y colaborar con artesanas que desarrollan la destreza del tejido a palillo, esta técnica se enfoca en la producción de chalecos o prendas de vestir. Entrar a contar el proyecto no fue fácil al principio, muchas no lo entendía o no estaban dispuestas a formar parte, sin embargo, para establecer una relación con ellas se empezó por la escucha, teniendo la oportunidad de conocer gran parte de su historia y vida, se compartieron risas, anécdotas y sobre todo enseñanzas.

Y finalmente mencionar que la materia prima utilizada para desarrollar la pieza también fue un proceso de mucha prueba y error. Para desarrollar moda sostenible, se optó por trabajar la primera colección con lana nativa reciclada, se vio que el proyecto era viable, deseable y transparente. El fin es llevarlo al mercado de manera consiente y real.

5.2. Proyecciones



Imagen 160
(Elaboración del autor, 2021)

Las proyecciones que tiene el proyecto Ancestral están enfocadas en seguir aportando a diferentes comunidades de artesanos, tanto el en territorio nacional, como en latinoamérica. La comunidad que hoy se ha formado, puede crecer, con el fin de seguir aportando a la economía local y fomentar cada vez más, el consumo de moda slow.

El siguiente paso que realizará Ancestral, consiste en la mejora y desarrollo de redes sociales, hacerlo real y que este proyecto se convierta en un aporte a la sociedad. En una segunda etapa y como una posible forma de diversificar las fuentes de ingreso se propone un sistema de venta bajo suscripción, idea que será viable tras años de fidelidad y crecimiento de la marca, ya que de cierta forma se mantendrá a el consumidor al tanto de los nuevos productos y asociaciones. El cliente podrá optar por una compra anual de manera de tener un ingreso fijo y asegurar un sueldo estable a las artesanas.

Finalmente se hará lo imposible por mantener la transparencia y cercanía con las artesanas y así cada día crecer como comunidad. A través de la micro escuela se velará por enseñar a las nuevas generaciones las técnicas del tejido y entregarles a todos oportunidades de aprender sobre su historia. Para esto es importante nuca dejar de lado la comunicación de Ancestral y mantener vida las ganas de generar un aporte positivo para el país y a las artesanas tejedoras.

6.

BIBLIOGRAFÍA

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (s.f.). Artesanía: Nuestra cultura viva. <https://chileartesanía.cultura.gob.cl/archivos/documentos/08fd2c4a51.pdf>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (s.f.). Hacia una noción de artesanía para el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. <https://chileartesanía.cultura.gob.cl/archivos/documentos/0b048a5c09.pdf>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2010). Política de fomento de las artesanías 2010 - 2015. https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/09/politica_artesanía.pdf
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2017). Política nacional de artesanía 2017 - 2022. <https://www.cultura.gob.cl/publicaciones/politica-nacional-de-artesanía-2017-2022/>
- Fogg, M. (prólogo de Steel, V.). (2017), *Moda Toda la Historia*. Editorial Blume.
- Organización de las Naciones Unidas (12 de abril de 2019), El costo ambiental de estar a la moda. <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- Organización de las Naciones Unidas (14 de marzo de 2019), La Alianza de la ONU para la Moda Sostenible abordará el impacto de la “moda rápida”. <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/la-alianza-de-la-onu-para-la-moda-sostenible-abordara-el>
- Ascolani, V. (2 de junio de 2021). ¿Qué es la moda ética?. Franca Magazine <https://franca-magazine.com/que-es-la-moda-etica/>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2017). Sistema Registro Nacional de Artesanías de Chile, Chile Artesana. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2017/08/bases-chileartesanía-2017.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2017). Artesanía y Diseño. Construir la confianza - La artesanía, elemento del desarrollo. <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>
- Ventura, M. (31 de julio 2019). Moda Artesanal v/s Moda Industrial. MOLA. <https://www.universomola.com/index.php/universo-mola/item/122-moda-artesanal-vs-moda-industrial>
- Fundación Artesanías de Chile. (2020). Colección Patrimonial. https://artesaniasdechile.cl/wp-content/uploads/2020/08/Cata%CC%81logo-Patrimonial_TEXTIL.pdf

- Memoria Chilena, Biblioteca Nacional de Chile. (2018). Artesanía chilena. <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-556.html>
- Textiles Pastor. (28 de abril 2021). Tipos de Tejidos Artesanales. <http://blogtextilspastor.es/tipos-de-tejidos-artesanales/>
- Municipalidad de La Ligua. (2016). Los Tejidos de La Ligua. <https://www.comunadelaligua.cl/identidad/los-tejidos-de-la-ligua/>
- Organización de las Naciones Unidas (2015), Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Infante, M. (29 de agosto de 2007), Artesanía, un factor de desarrollo económico y cultural. Universidad de Chile. <https://www.uchile.cl/noticias/42781/artesania-un-factor-de-desarrollo-economico-y-cultural>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (s.f.), Taller A + D, Encuentro en Santiago de Chile. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/Dossier_UNESCO_completo_feb11_01.pdf
- Latam, M. (09 de noviembre de 2020), Redes fantasmas: hasta un millón de toneladas de aparejos de pesca son abandonados cada año en el mar. Bienes Comunes. <https://www.eldesconcierto.cl/bienes-comunes/2020/11/09/redes-fantasmas-hasta-un-millon-de-toneladas-de-aparejos-de-pesca-son-abandonados-cada-ano-en-el-mar.html>.
- Lipovetsky, y G. Serroy. J. (2016), La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico. Editorial Anagrama
- Matthey, G. (2010). Modelo de Gestión Cultural, Para unidades territoriales de Chile. <http://egac.cl/wp-content/uploads/2017/02/Modelo-de-Gesti%C3%B3n-Cultural.-Gabriel-Matthey.pdf>
- Coordinadora estatal de comercio justo, (s.f.). Qué es el Comercio Justo. <https://comercio-justo.org/que-es-el-comercio-justo-2/>
- Tashjian, R. (2020). Qué es el lujo en 2020 ahora que lo artesanal vuelve a estar de moda. <https://www.revistagq.com/moda/articulo/lujo-2020-marcas-moda>
- Lafayette (2017). Fibras Sintéticas vs Naurales, Los dos extremos del hilo. <https://www.lafayette.com/fibras-sinteticas-naturales/>
- Tinco, O. (2009). Cadena productiva de la lana de oveja en el sector textil y de confecciones. file:///Users/ignaciafuentes/Downloads/Cadena_productiva_de_lana_de_oveja_en_el_sector_te.pdf

- Gómez, A. Fuenmayor, O. (2020). La insostenible sostenibilidad del fast-fashion. Seampe-
dia. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:h8mJWNw-xkkJ:https://www.seampedia.com/la-insostenible-sostenibilidad-del-fast-fashion/+&cd=13&hl=es&c-t=clnk&gl=cl>
- Gómez, A. Fuenmayor, O. (2019). Cadena de valor de la moda fast-fashion. Seampe-
dia. <https://www.seampedia.com/cadena-de-valor-de-la-moda-fast-fashion/>
- Sandoval, J. (2019). ¿Qué es la moda rápida o fast fashion?. Franca Magazine.
<https://francamagazine.com/que-es-la-moda-rapida-o-fast-fashion/>
- Galindo, R. Hernández, Y. (2008). La evolución tecnológica del telar. Conceptos básicos del
proceso de producción textil. <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num11/art93/int93-htm>
- Nieto, V. Lopez, J. (2017). Cadena de Textil - Confecciones Estructura, Comercio Interna-
cional y protección. Departamento Nacional de Planeación. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/460.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas (2019). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Organización Mundial del Comercio Justo (s.f.). ¿Qué es el comercio Justo?. <http://www.wfto-la.org/comerciojusto/>
- Accenture (2020). COVID-19: El nuevo comportamiento del consumidor. <https://www.accenture.com/cl-es/insights/interactive/coronavirus-consumer-pulse-chile>
- Luxiders (s.f.). El Nuevo Lujo, Redefiniendo el Lujo en la Era de la Sostenibilidad. <https://luxiders.com/es/lujo-sostenibilidad/>
- Fatás, M. (2018). Cinco años del desastre de Rana Plaza, Lo que ha cambiado desde
entonces y lo que queda por hacer. https://elpais.com/elpais/2018/04/23/alterconsumismo/1524490982_683391.html
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (s.f.). Chile Artesanía. <https://chileartesaniaministerio.cultura.gob.cl/informacion>
- Gómez, V. Torres, F. (2019). La ruta del fast fashion en Chile: Del maniquí a la basura:
el alto impacto ambiental de la moda desechable. <http://www.doble-espacio.uchile.cl/2019/10/02/del-maniqui-a-la-basura-el-alto-impacto-ambiental-de-la-moda-desechable/>

- Somcultura (2017). Cómo funciona un telar. <https://somcultura.com/es/como-funciona-telar-museu-etnografic-ripoll/>
- Quijada, L. (2017) Fast Fashion: Lo Barato Cuesta Caro. <https://www.endemico.org/fast-fashion-lo-barato-cuesta-caro/>
- Toledo, P. (1948). La industria textil. [Tesis de licenciatura, Universidad de Chile]. Memoria Chilena. <http://www.memoriachilena.gob.cl/archivos2/pdfs/MC0059910.pdf>
- Artesanías de Chile. (s.f.). Textilería. <https://artesaniasdechile.cl/oficio-artesano-textileria/>
- Sevilla, A. (08 de abril, 2016). Benchmark. <https://economipedia.com/definiciones/benchmark.html>
- Cultural Intellectual Property Rights Initiative. (s.f.). 3C Rule. <https://www.culturalintellectualproperty.com/the-3cs>
- Calvijo, C. (2021). Modelo Canvas: ¿qué es, para qué sirve y cómo se utiliza?. <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- WGSN. (s.f.). Create Better: Innovating Towards a Sustainable Future. [file:///Users/mariajose/Downloads/wgsn-wp-create-better-en%20\(2\).pdf](file:///Users/mariajose/Downloads/wgsn-wp-create-better-en%20(2).pdf)

Bibliografía de imágenes

- Imagen 01. Cottonbro, 2015. <https://www.pexels.com/photo/persons-hand-on-white-textile-4108804/>
- Imagen 03. Artesanías de Chile, s.f. <https://artesaniasdechile.cl/oficios/>
- Imagen 04, 05. Bruckler, 2020. <https://www.behance.net/gallery/95127205/Another-Tomorrow>
- Imagen 06, 07, 08, 09. Artesanías de Chile, s.f. <https://artesaniasdechile.cl/oficios/>
- Imagen 10. Revista Mito, 2014. <http://revistamito.com/william-morris-1834-1896-arte-politica-y-utopia/>
- Imagen 11. Chocobar, 2019. <https://www.pexels.com/photo/two-llamas-on-the-sand-7823031/>
- Imagen 12, 13. Maily, 2017. <http://maydiaz.com/proceso-ss2017/>
- Imagen 14. British wool, s.f. <https://www.britishwool.org.uk/Fast-Fashion-blog>
- Imagen 15. Cortesía de Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/ports-1961?utm_medium=internal&utm_source=vogue.it
- Imagen 16. Acciente Rana Plaza. <http://www.industrialunion.org/es/trabajadores-de-la-confeccion-bangladeshies-mueren-aplastados>
- Imagen 17, 18, 19. Thurstan Redding, 2018. Recuperado de <https://models.com/work/burberry-the-heritage-trench/880868>
- Imagen 20. Ron Lanch, 2020. <https://www.pexels.com/photo/heap-of-clothes-and-fabric-8453415/>
- Imagen 21. Marc Damage, 2015. <https://www.admagazine.fr/art/sorties/diaporama/lagenda-de-la-semaine/22609#lagenda-de-la-semaine-3>
- Imagen 22. Cottonbro, 2020. <https://www.pexels.com/photo/white-textile-on-brown-clothes-hanger-5854034/>
- Imagen 23. Bernetti, 2020. <https://www.infobae.com/america/medio-ambiente/2021/11/11/moda-toxica-impactantes-imagenes-muestran-un-colosal-cementerio-de-ropa-en-el-desierto-de-atacama/>

- Imagen 24. Pistoletto, s.f. (obra). <https://royalrory.tumblr.com/post/40437274188/free-parking-michelangelo-pistoletto-venere>
- Imagen 25. Shkraba, 2019. <https://www.pexels.com/photo/person-making-clay-pot-4706134/>
- Imagen 26. Julia del Carmen Matamala, s.f. (obra). <https://ide.patrimoniocultural.gob.cl/patrimonio/84>
- Imagen 27. Jaime Palma, 2019. <https://www.latercera.com/masdeco/nueva-artesania-contemporanea/>
- Imagen 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37. Artesanías de Chile, s.f. <https://artesaniasdechile.cl/oficios/>
- Imagen 38, 39, 40, 44. Juan Queirolo, 2020. <https://galio.cl/2020/09/21/artesantias-de-chile-y-su-tienda-online-que-reune-el-trabajo-de-dos-mil-artesanos-del-pais/>
- Imagen 41, 42, 43. Artesanías de Chile, s.f. <https://artesaniasdechile.cl/oficios/>
- Imagen 49. Karoovich, 2020. <https://www.pexels.com/photo/person-holding-silver-scissors-and-white-and-black-textile-5603188/>
- Imagen 50. Polina Tankilevitch, 2021. <https://www.pexels.com/photo/fashion-pattern-texture-abstract-6630893/>
- Imagen 51. Engin Akyurt, 2016. <https://www.pexels.com/photo/brown-textile-1516258/>
- Imagen 52. Caroline Gómez, s.f. <https://www.milkdecoration.com/teintures-vegetales/>
- Imagen 53, 54. Purl Soho, s.f. <https://www.purlsoho.com/create/2018/02/07/weft-floats-scarf/>
- Imagen 58. La gaviota, 2020. https://www.instagram.com/lagaviota_net/
- Imagen 59. Maily, 2017. <http://maydiaz.com/proceso-ss2017/>
- Imagen 60, 61, 62, 63. Artesanías de Chile, s.f. <https://artesaniasdechile.cl/oficios/>
- Imagen 64. The Saint, 2017. Recuperado de <http://www.thesaint.scot/2017/02/the-evolution-of-power-dressing/>

- Imagen 65. Viste la Calle, 2012. <https://vistelacalle.com/72262/que-es-el-trompe-loeil/>
- Imagen 66. Annie Albers. (obra) <https://www.moma.org/collection/works/2613>
- Imagen 67. Marie Clarie, 2020. <https://www.marie-claire.es/moda/tendencias/fotos/chaqueta-punto-zara-pantalon-shorts>
- Imagen 68 – 80. Cottonbro, 2020. <https://www.pexels.com/@cottonbro>
- Imagen 81. Rennes, s.f. <https://www.rennes.us/collections/new>
- Imagen 82, 83. Amt Studio, 2021. <https://www.instagram.com/amt.studio/>
- Imagen 84, 85. Brother Vellies, 2020. <https://www.instagram.com/brothervellies/>
- Imagen 86, 87. Maydi, 2020. <https://maydi.co/en/spring-summer-back-to-innocence-2021/>
- Imagen 88, 89. Anna Daki, 2021. <https://www.nomad-studio.de/journal/collection-2021/>
- Imagen 90, 91. Neutrale 2021. <https://www.instagram.com/neutrale.co/>
- Imagen 92, 93. Maximiliano Jorquera, 2020. <https://galio.cl/2020/09/10/munay-sisters-la-ropa-para-la-sociedad-post-pandemia/>
- Imagen 94, 95. Valdes 2021. <https://www.quintatrends.com/2021/05/Valdes-indumentaria-no-genero-por-Benjamin-Valdes.html>
- Imagen 96, 97. La gaviota, 2020. https://www.instagram.com/lagaviota_net/
- Imagen 98. Maidy, 2018. <http://maydiaz.com/proceso-ss2018/>
- Imagen 99. Munay Sisters, 2020. <https://www.instagram.com/munaysisters/?hl=es-la>
- Imagen 100. Thomas Giddings, 2016. <https://anneofcarversville.com/style-photos/2016/3/6/0h80v9i2bzaehctgm3kdrqritq0rmk>
- Imagen 101. Cottonbro, 2020. <https://www.pexels.com/@cottonbro>
- Imagen 102. Sin autor, s.f.
- Imagen 107 – 117. Cortesía de Vogue, s.f. <https://www.vogue.ru/>

- Imagen 125. Tatiana, 2013. <https://www.pexels.com/photo/person-wearing-white-long-sleeved-top-2704498/>
- Imagen 133. Deidre, s.f. <https://deirdre2h.tumblr.com/image/180319727638>
- Imagen 134, 135. Pavel Danilyuk, 2020. <https://www.pexels.com/@pavel-danilyuk>
- Imagen 157. Ksenia Chernaya, 2020. <https://www.pexels.com/photo/close-up-photo-of-person-knitting-5806941/>

7.

ANEXOS

Entrevistas



Robert Godoy
Presidente Agrupación de Tejedores
en Valle Hermoso.

01. ¿Cuáles son las principales problemáticas que tiene la comunidad de tejedoras? Pre y durante la pandemia

“Pre: Capacitaciones en costos marketing digital. Durante la pandemia: Marketing digital alza de valores de materias primas, tiendas cerradas, bajo público en salas de ventas y algunas personas no manejan ventas online.”

02. ¿Qué tipo de ayuda tienen hoy? Ya sea asociaciones, fundación, gobierno, etc

“Sercotec con postulaciones a programas es la única ayuda que ha existido para algunos ya que todos no califican.”

03. ¿Qué materia prima es la que se trabaja y de dónde se extrae? ¿Se trabaja mayormente con materia prima natural o sintética?

“100% Acrílico y algunas composiciones de lana con alpaca y acrílico pero mayormente con acrílicos.”

04. ¿Cuáles son las técnicas de tejido que se utilizan en Valle Hermoso?

“Tejido a máquina, tejido a telar, tejido a mano palillo y crochet.”

05. ¿Qué comunidad de tejedoras es la que se ve más afectada? Por ejemplo aquellas que no disponen de redes sociales, las que trabajan con materiales no naturales, etc.

“Las que no disponen de redes sociales o no se manejan en más ventas online.”

06. ¿Aproximadamente cuántas mujeres se dedican al oficio?

“De cada 10 son 7 mujeres y 3 hombres.”

07. ¿La comunidad de tejedoras se siente realizada con el trabajo? En cuanto a ingresos, valorización, etc.

“Si, aunque la competencia asiática ha afectado a muchas personas y algunas ya desaparecieron del rubro textil.”

08. ¿Quiénes hoy son los principales compradores de tejidos?

“Clientes de regiones que visitan Valle Hermoso, estos principalmente ingresan al pueblo y es una compra de pasada. Algunos comerciantes que compran nuestros productos para luego comercializar en sus regiones o localidades. Y algunos emprendedores están a la vanguardia de la tecnología ofreciendo sus productos en plataformas digitales o redes sociales.”

09. ¿Aproximadamente cuántas personas tienen la posibilidad de mostrar sus productos en otras comunas? Por ejemplo, Zapallar, Cachagua, Mañuncillo o Región Metropolitana.

“Con tiendas propias NO. Pero con clientes externos que compran para luego revender en esos sectores todos de una u otra forma venden a estos comerciantes”

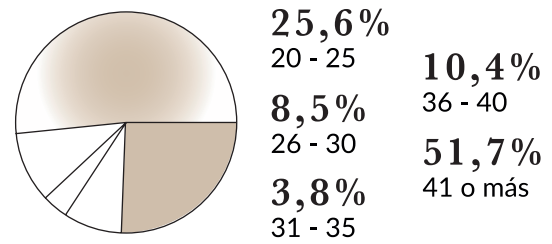
10. ¿Aproximadamente cuál es el costo de producción de una pieza tejida?

“Costo de taller \$ 5.000 considerando mano de obra por prenda. Costos de hilado aprox \$ 5.500 por prenda considerando calidad peso del producto.”

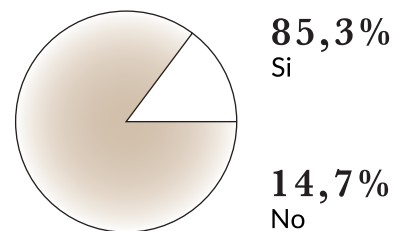
Encuestas

Muestra de 220 mujeres entre 20 y 45 años.

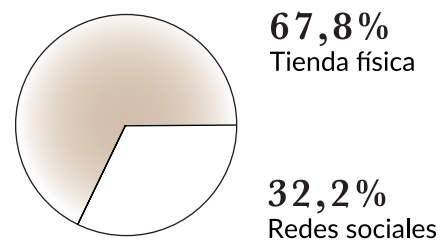
01. Edad



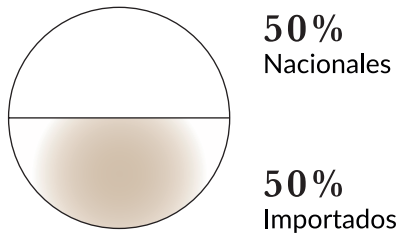
02. ¿Compras prendas de tejido? (Ej: chalecos, ponchos, cardigan, jersey)



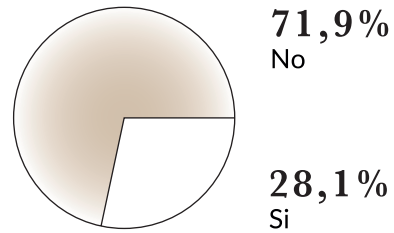
03. En general, compras tu ropa por:



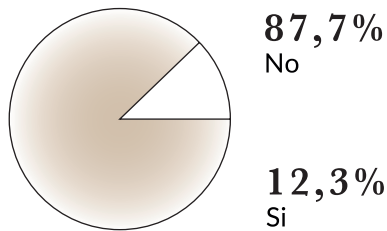
04. Al minuto de comprar ropa, prefieres productos...



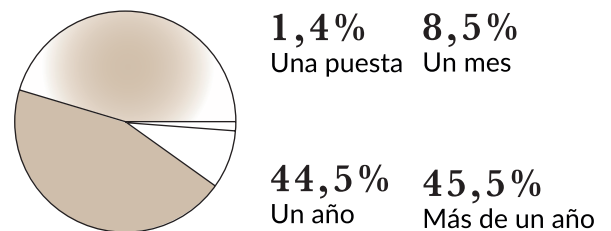
07. ¿Te genera culpa comprar "fast fashion"?



05. ¿Valoras una prenda tejida hecha por artesanas?



08. Aproximadamente ¿Cuánto te dura una prenda de tejido del fast fashion (Ej: HM, Zara, Forever 21) en buen estado?

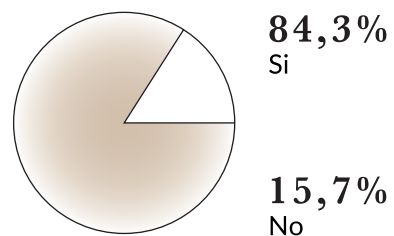


06. ¿Cuánto es el máximo que pagarías por una prenda tejida hecha a mano?

\$150.000
Máximo

\$20.000
Mínimo

09. ¿Pagarías más por un producto tejido sí sabes que durará muchos años?



Testeo con usuario

Bárbara Bunster | 29 años



Imagen 161
(Elaboración del autor, 2021)

1. ¿Lo sientes cómodo al tenerlo puesto?

Si lo encuentro cómodo que no sea ajustado

2. ¿Crees que la calidad te permite varios usos?

Al tocarlo siento que tiene buena calidad, no creo que le salgan pelotitas.

3. ¿Consideras que el punto y el color son atemporales?

Me gusta mucho la trenza pero el otro no me convence tanto, el color creo que es muy atemporal, el punto es muy grueso y eso podría cambiar

4. ¿Consideras que la forma es atemporal?

Si, el color lo hace muy atemporal

5. ¿Te parece fácil de combinar?

Si demasiado fácil, lo usaría para todo

6. ¿Al tacto con la lana percibes calidad o no?

Si al tiro, creo que es muy agradable al tacto



Imagen 162
(Elaboración del autor, 2021)

1. ¿Valoras que este hecho a mano?

Si 100%

2. ¿Qué características te hacen darte cuenta que es un trabajo manual?

Es irregular, no se ve hecho a maquina cada uno es único y no va a ser idéntico al otro

3. ¿Te gustaría saber quien hizo el producto que compras?

Si, lo encuentro choro, creo que a través de una tarjeta se podría transmitir eso

4. ¿Cuanto estarías dispuesta a pagar por este chaleco?

55.000 - 60.000

5. ¿Te genera culpa comprar fast fashion?

Si, porque estoy dispuesta a pagar más entendiendo el valor del tiempo



Imagen 163
(Elaboración del autor, 2021)

1. ¿Que opinas de la forma de la prenda?

Lo haría más largo, estilizaría y más anchas las mangas

2. ¿Que priorizas al minuto de comprar un tejido, las tendencias o la atemporalidad?

Si me voy a gastar harta plata prefiero que sea atemporal, si es lila no lo compraría porque el otro año eso no va a ser tendencia

3. ¿Que consideras importante al nivel de terminaciones?

Terminaciones de punto, valoro la irregularidad pero si esta hecho a mano que vea que me efectivamente me durará.

4. ¿Te parece que podría ser para hombre y para mujer?

Quizás menos escotado y más corto sería mejor para hombre

Bernardita Preece | 47 años



Imagen 164
(Elaboración del autor, 2021)

1. ¿Lo sientes cómodo al tenerlo puesto

Si mucho

2. ¿Crees que la calidad te permite varios usos?

Totalmente, yo trabajo mucho con lanas y esta definitivamente se nota que es un buen ovillo

3. ¿Consideras que el punto y el color son atemporales?

Si muy la usaría en todas las épocas del año

4. ¿Consideras que la forma es atemporal?

Si totalmente

5. ¿Te parece fácil de combinar?

Creo que se puede combinar con muchas cosas diferentes

6. ¿Al tacto con la lana percibes calidad o no?

Si creo que esas cosas son muy valoradas al minuto de comprar cosas de tejido



Imagen 165
(Elaboración del autor, 2021)

1. ¿Valoras que este hecho a mano?

Mucho, yo también trabajo tejidos a mano, hago solo para mi familia como hobby por lo que entiendo el tiempo que uno puede estar haciendo una pieza de este estilo

2. ¿Qué características te hacen darte cuenta que es un trabajo manual?

Todo, creo que un tejido industrial es incomparable a uno hecho a mano

3. ¿Te gustaría saber quien hizo el producto que compras?

Si creo que es de gran valor esa parte entiendo el proyecto en general, hay que comunicar eso de manera muy transparente

4. ¿Cuanto estarías dispuesta a pagar por este chaleco?

Máximo 60.000

5. ¿Te genera culpa comprar fast fashion?

Si y no, ya que lo prefiero por los precios pero es duro saber todo lo que hay detrás de esta empresa



Imagen 166
(Elaboración del autor, 2021)

1. ¿Que opinas de la forma de la prenda?

Creo que esta muy bien hecho

2. ¿Que priorizas al minuto de comprar un tejido, las tendencias o la atemporalidad?

Priorizo 100% la atemporalidad

3. ¿Que consideras importante al nivel de terminaciones?

Todo, creo es único que sea a mano

4. ¿Te parece que podría ser para hombre y para mujer?

Creo que debería tener unas modificaciones para ser también para hombre

Incuba



Incuba UDD es un programa semestral que busca dar apoyo y potenciar a todos los alumnos que tengan una idea de negocio o de emprendimiento. Se tuvo la oportunidad de asistir a charlas, talleres y paneles con expertos. Al inicio del programa se asigna un tutor que te acompaña y guía durante todo el proceso. Fue una experiencia que abarcó una gran cantidad de temas fundamentales para complementar el desarrollo del proyecto.

Mi tutora asignada fue Alejandra Astorquiza, docente de la Universidad del Desarrollo en Concepción, junto a ella se realizó el presupuesto y el modelo de negocios que acompañan a este proyecto. Su apoyo y guía fue clave para abordar el proceso desde otras dimensiones más allá del diseño.

Aprobar todos los procesos de selección y la oportunidad de presentar el proyecto Ancestral a una comisión experta de evaluadores, validando así aún más la idea de poder implementar ese proyecto como un exitoso emprendimiento.

DIPLOMA DE PARTICIPACIÓN

PROGRAMA INCUBA UDD

Se extiende el presente diploma a

Ignacia Fuentes

Por haber participado y aprobado el Programa
de Empendimiento Incuba UDD 2021-2,
con el proyecto

Ancestral


Carlos Varela
Director de Emprendimiento
y Responsabilidad Pública


Laura Fernández
Subdirectora
de Programas Internos

COLABORA

Banco de Chile

