



UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21

Trabajo Final De Grado

Proyecto De Diseño – Marca País

- *Indumentaria Zero Waste* –

“RE-CONSTRUIR-SE”

Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil

Autora: Rossi Fernandez, Candelaria

DNI: 41.520.991

Legajo N°: 01432

Tutora: Cubeiro, Ana

Córdoba, Argentina - 2023

Resumen

A partir de la problemática de la contaminación ambiental que la industria textil y sus lógicas de consumo y producción han dejado en la sociedad actual, es que, en el siguiente proyecto de diseño se desarrolló una marca de indumentaria *Zero Waste*, sin género, para personas de 20 a 30 años , de triple impacto motivada por las dinámicas de la moda lenta, consciente y responsable.

La propuesta se abordó desde el paradigma de la sostenibilidad , que contempla un balance entre la sociedad y su medio, a través de una alternativa viable de modelo de negocios que impactó positivamente en la reducción de agentes contaminantes ambientales en la industria textil de argentina y su sociedad.

Fue de interés aplicar una filosofía de cero desperdicios, en el desarrollo de la colección, en el *packaging*, la etiquetería y en los modos de producción; donde los lineamientos de optimización de recursos y sus beneficios fueron aplicados integralmente, según aspectos simbólicos, de diseño, técnicos, comerciales y estratégicos de comunicación, que aportaron valor al proyecto.

Palabras Claves

Cero Desperdicio, Triple Impacto, Optimización de Recursos, Desarrollo Sostenible

Abstract

From the problem of environmental pollution that the textile industry and its logics of consumption and production have left in today's society, the following design project developed a Zero Waste clothing brand, genderless, for people from 20 to 30 years old, with triple impact, motivated by the dynamics of slow, conscious and responsible fashion.

The proposal was approached from the paradigm of sustainability, which contemplates a balance between society and its environment, through a viable alternative business model that positively impacted on the reduction of environmental pollutants in the textile industry in Argentina and its society.

It was of interest to apply a zero waste philosophy in the development of the collection, in the packaging, labeling and production methods; where the guidelines of resource optimization and its benefits were applied integrally, according to symbolic, design, technical, commercial and strategic aspects of communication, which added value to the project.

Key Words

Zero Waste, Triple Impact, Resource Optimization, Sustainable Development

Índice

CAPÍTULO 1 <u>Definición estratégica del proyecto de diseño</u>	pág.9
1.1 Tema	pág.10
1.2 Introducción al problema	pág.10
1.2.1 Formulación del problema	pág.11
1.3 Descomposición del problema	pág.11
1.4 Objetivo General	pág.11
1.4.1 Objetivos Específicos	pág.11
1.5 Justificación	pág.12
CAPÍTULO 2 <u>Marco teórico</u>	pág.13
2.1 <i>Fast Fashion</i> y lógicas de consumo actual	pág.14
2.1.1 Revolución industrial	pág.15
2.1.2 Consumo y democratización de la moda	pág.15
2.1.3 Siglo XX y Revolución digital	pág.16
2.1.4 <i>Fast Fashion</i>	pág.16
2.2 Impacto Socioambiental de la industria textil	pág.17
2.2.1 Impacto social	pág.18
2.2.2 Impacto ambiental	pág.18
2.2.3 Industria textil	pág.19
2.2.4 Contaminación causada por la industria textil	pág.19
2.3 Slow Fashion y vías sostenibles con impacto Socioambiental	pág.19
2.3.1 Sostenibilidad	pág.20
2.3.2 ODS	pág.20

2.3.3 Vías sostenible : Triple impacto	pág.21
2.3.4 <i>Slow Fashion</i>	pág.21
2.4 Zero Waste como una alternativa viable	pág.22
2.4.1 R:Reducir, Reutilizar, Reciclar	pág.23
2.4.2 Surgimiento del <i>Zero Waste</i>	pág.24
2.4.3 <i>Zero Waste International Alliance</i>	pág.23
CAPÍTULO 3 <u>Metodología de la investigación</u>	pág.24
3.1 Ficha Técnica del diseño metodológico.	pág.25
3.2 Explicación del diseño metodológico	pág.25
3.2.1 Información que se espera obtener	pág.25
3.2.2 Criterios de selección de la metodología y las muestras	pág.25
3.3 Diseño de los instrumentos que se implementarán en la investigación	pág.26
CAPÍTULO 4 <u>Análisis de Resultados</u>	pág.27
4.1 Recolección de datos	pág.28
4.2 Análisis de antecedentes	pág.31
4.3 Resultados y datos obtenidos de la investigación	pág.35
CAPÍTULO 5 <u>Diseño de Concepto</u>	pág.37
5.1 Concepto de Diseño	pág.38
5.2 Objetivo Principal de Aplicación	pág.38
5.2.1 Objetivos Específicos de Diseño	pág.39
CAPÍTULO 6 <u>Programa de Diseño</u>	pág.40
CAPÍTULO 7 <u>Plan de Trabajo o cronograma</u>	pág.43
7.1 Cronograma o Diagrama de Gant	pág.44
CAPÍTULO 8 <u>Alternativas de Diseño</u>	pág.45

8.1 Moodboard Concepto	pág.46
8.2 Moodboard Usuario	pág.47
8.3 Colección	pág.49
8.4 Cuadro de Constantes y Variables	pág.57
8.5 Cuadro de Tipologías	pág.58
CAPÍTULO 9 <u>Propuesta Final de Diseño</u>	pág.59
9.1 Definición Técnica	pág.60
9.1.1 Fichas Técnicas Integrales de la Colección	pág.60
9.1.1.1 Serie 1 - Conjunto 1	pág.60
9.1.1.2 Serie 1 - Conjunto 2	pág.69
9.1.1.3 Serie 1 - Conjunto 3	pág.78
9.1.1.4 Serie 1 - Conjunto 4	pág.87
9.1.1.5 Serie 2 - Conjunto 5	pág.99
9.1.1.6 Serie 2 - Conjunto 6	pág.112
9.1.1.7 Serie 2 - Conjunto 7	pág.122
9.1.1.8 Serie 2 - Conjunto 8	pág.133
9.2 Carta de Tejidos	pág.143
9.3 Texturas	pág.148
9.4 Prototipo	pág.152
9.5 Etiquetería	pág.158
9.5.1 Comunicación de Usos	pág.159
9.5.2 Beneficios	pág.159
9.5.3 Cuidado de las Prendas	pág.159

CAPÍTULO 10 <u>Propuesta Final de Marca</u>	pág.161
10.1 Identidad de Marca y <i>Branding</i>	pág.162
10.2 Estrategias Productivas y Comerciales	pág.164
CAPÍTULO 11 <u>Análisis de Costos</u>	pág.174
11.1 Estrategia	pág.175
11.2 Conjunto 1	pág.175
11.2.1 Prenda N° 1	pág. 176
11.2.2 Prenda N° 2	pág. 176
11.2.3 Prenda N° 3	pág. 177
11.3 Conjunto 2	pág. 177
11.3.1 Prenda N° 4	pág. 178
11.3.2 Prenda N° 5	pág. 178
11.3.3 Prenda N° 6	pág. 179
11.4 Conjunto 3	pág. 180
11.4.1 Prenda N° 7	pág. 180
11.4.2 Prenda N° 8	pág. 180
11.4.3 Prenda N° 9	pág. 181
11.5 Conjunto 4	pág. 181
11.5.1 Prenda N° 10	pág. 182
11.5.2 Prenda N° 11	pág. 182
11.5.3 Prenda N° 12	pág. 183
11.5.4 Prenda N° 13	pág. 183
11.6 Conjunto 5	pág.184
11.6.1 Prenda N° 14	pág.184

11.6.2 Prenda N° 15	pág.185
11.6.3 Prenda N° 16	pág.185
11.5.3 Prenda N° 17	pág.186
11.7 Conjunto 6	pág.186
11.7.1 Prenda N° 18	pág.187
11.7.2 Prenda N° 19	pág.187
11.7.3 Prenda N° 20	pág.188
11.8 Conjunto 7	pág.188
11.8.1 Prenda N° 21	pág.189
11.8.2 Prenda N° 22	pág.189
11.8.3 Prenda N° 23	pág. 190
11.9 Conjunto 8	pág.190
11.9.1 Prenda N° 24	pág.191
11.9.2 Prenda N° 25	pág.191
11.9.3 Prenda N° 26	pág.192
CAPÍTULO 12 <u>Conclusiones</u>	pág.193
CAPÍTULO 13 <u>Referencias Bibliográficas</u>	pág.196
13.1 Referencias Bibliográficas	pág.197
CAPÍTULO 14 <u>Anexos</u>	pág.198
14.1 Tablas y Gráficos	pág.199
14.2 Encuesta completa	pág.200

CAPITULO 1| DESCRIPCIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO DE DISEÑO

1.1| *Tema*

Indumentaria *Zero Waste* / Cero Desperdicio

1.2| *Introducción al problema*

La industria textil y su expansión desde 1760 dada por el comienzo de la revolución industrial, trae con ella una acelerada y desmedida manera de consumir que en la actualidad se ve reflejado en la alta tasa de contaminación causado por la misma industria y las lógicas de mega consumo masificado y veloz de las sociedades modernas.

Las grandes fábricas generan toneladas de ropa en un sistema de comercialización *Fast Fashion*. Trae consigo desechos, desperdicios e ineficiencia a la hora de utilizar y valorar las herramientas y los recursos.

Es importante resaltar que el usuario o consumidor había quedado en un lugar pasivo de toma de decisiones apresuradas, alejándose de su individualidad a la hora de elegir qué, cómo, porqué, cuándo y de qué manera consumir.

En la vorágine cíclica de Generar - Producir - Vender - Descartar de la industria, se deja de lado el valor de la cadena producción, y el ciclo de vida del producto, lo cual implica pensar integralmente la vida de este, su ideación u origen (empresa), hasta su/s destinatario/s (usuario).

En las últimas décadas las nuevas generaciones traspasadas por las diversas problemáticas ambientales, han comenzado a exigirle gradualmente a la industria de la moda como a tantas otras, mejoras en su sistema de producción, en la eficiencia de sus productos, en la transparencia de las cadenas de producción; pensando en todos los factores y los recursos tanto naturales, tecnológicos, humanos, como parte crucial y determinante para conseguir productos con un accionar fehaciente frente a los problemas ambientales y sociales dejando así en segundo plano cuestiones meramente estéticas y de beneficios económicos únicamente.

El presente proyecto de diseño tiene como objetivo concretar la creación y el desarrollo de una marca de *indumentaria Zero waste*, que responda a un paradigma sostenible a través de un modelo de negocio de triple impacto, con 3 ejes claves para su ejecución.

En primer lugar, el eje económico permitirá de manera redituable mantener y afianzar la marca y sus valores a lo largo del tiempo, por ser un componente activo de la economía nacional dentro del rubro.

Por otra parte, el eje ambiental servirá para promover y generar la reducción en la contaminación y en el consumo desmedido que se produce en Argentina, impulsando una producción transparente y justa con un consumo inteligente y responsable.

Finalmente, a partir del eje social se le dará importancia a la gestación de una comunidad consciente y protagonista, de cara a un usuario cocreador que interactúe directamente con las prendas, su historia, su estética y su ciclo de vida, revalorizando el contacto usuario-prenda y dotándolo de significado e identidad.

1.2.1| *Formulación del problema*

- ¿Cuáles son las implicancias socioambientales actuales, de una cadena de producción que no tiene en cuenta la técnica Zero waste, al momento de diseñar y elaborar prendas, en Argentina?
- ¿De qué manera el Zero waste podría ser una alternativa viable en los procesos de producción de indumentaria de Argentina?

1.3| *Descomposición del problema*

A partir de la formulación del problema, es posible evidenciar una arista que trasciende la demanda estética para focalizar en otros aspectos que conlleva toda confección de prendas de vestir. Respondiendo interrogantes como quién diseña, para qué usuarios está destinado, qué implicancias sociales y ambientales tiene el diseño en el entorno inmediato y mediato, entre otros tantos; es posible detectar la relevancia del triple impacto, como ejes que se convierten en una manera viable de lograr la sostenibilidad.

Esto automáticamente lo transforma en una problemática compleja, que conlleva una profundidad de análisis con significación en sí misma.

Para ello, se tomará la Agenda ODS 2030, con la selección de 3 objetivos de desarrollo sostenible para las empresas, que se reflejarán en los objetivos a desarrollar en el presente trabajo de investigación.

1.4| *Objetivo General*

Crear una marca de indumentaria *Zero Waste* en Argentina.

1.4.1| *Objetivos Específicos de investigación*

- Detectar los desechos o desperdicios en la cadena de producción de la indumentaria *Fast Fashion*.
- Apropiarse del procedimiento y la lógica *Zero Waste*.

- Establecer una cadena de producción a partir del *Zero Waste*.
- Darle viabilidad al *Zero Waste*, como lógica de consumo

1.5| *Justificación*

En función de la relevancia de la temática investigada, se considera que su utilidad posibilitará aportar conocimientos al estado del arte, ofreciendo un nuevo análisis de esta. De igual modo se puede vislumbrar, en estos nuevos escenarios, la posibilidad de contribuir a la situación socioambiental en Argentina, apropiándose de modalidades innovadoras en el diseño de indumentaria, adecuando la práctica a los desafíos que en la actualidad se demandan en Argentina.

A partir del trabajo realizado, se considera que el mismo aporta conocimientos respecto de la técnica *Zero Waste*, en las cadenas de producción, ofreciendo a los diseñadores nuevas líneas de acción optimizadoras en la creación de prendas de vestir. Sería un aporte beneficioso puesto que servirían de base para planificar las estrategias metodológicas más adecuadas, a la hora de solucionar problemas que surgen del uso de los recursos.

Enfatizando lo expresado anteriormente, se pretende ayudar a tomar conciencia de la necesidad de transformar las prácticas para el diseño y la confección de indumentaria que responda a las demandas orientadas a optimizar el uso de recursos cuidados, que surgen como problema actualmente en nuestro país.

Finalmente, se pretende que el presente trabajo favorezca la apropiación de técnicas innovadoras en el diseño de indumentaria, generando inquietudes que movilicen nuevas investigaciones que dé curso, al camino iniciado en la presente investigación.

CAPITULO 2| MARCO TEÓRICO

2| *Marco teórico*

2.1| *Fast Fashion y lógicas de consumo actual*

Al abordar el ámbito de la Industria Textil y su devenir a lo largo de las últimas décadas, es necesario recalcar los aspectos históricos que originan las lógicas de consumo actual y su suceder en el boom la Moda rápida (Fast Fashion).

La Revolución Industrial originada en el siglo XVIII (1750-1780), fue un proceso que se fue extendiendo a los diversos países a lo largo del siglo XVIII-XIX y de manera evolutiva fue acrecentado el desarrollo y la escalabilidad de las industrias del mundo.

Chaves Palacios (2004, p. 96 parr. 3), “El término revolución industrial suele referirse al complejo de innovaciones tecnológicas que, al sustituir la habilidad humana por la maquinaria y la fuerza humana y animal por energía mecánica, provoca el paso desde la producción artesana a la fabril, dando así lugar al nacimiento de la economía moderna”.

Esta revolución generó un quiebre en los modos de producir y de trabajar dando comienzo a una contemporaneidad liberal sostenida en una reorganización de prioridades, herramientas y manejo de recursos. Estos cambios tecnológicos dieron comienzo a una nueva era de producción-consumo que en los países más desarrollados fue generando el crecimiento y consolidación de las inmensas industrias de este siglo.

Es de interés destacar que, en términos del autor, el éxodo del campo a la ciudad, el veloz pasaje del valor del trabajo artesanal, manual y el desinterés del capital humano sino de la máquina que más produzca, avanzó hacia a los pilares de la economía moderna y a su posterior consolidación en cada avance tecnológico.

“Los avances tecnológicos y empresariales continuaron una dirección convergente, de forma que un cambio generaba otro cambio” Chaves Palacios (2004, p. 97 parr. 2). De esta manera la lógica de consumo fue girando hacia lo que el autor refiere como “El despegue”, un “desarrollo que se sostiene a sí mismo”. Y es que un producto nuevo crea la demanda de otros. Una invención da origen a la siguiente y la misma invención se convierte en un hábito”.

Esta “máquina enorme” en la que se convertiría el comercio global, da muestras claras de una expansión, que cada vez tomaría mayor velocidad, dejando a su paso las consecuencias.

Desde este punto histórico hasta lo que se conoce como Revolución del consumo y su posterior Revolución digital, se considera necesario mencionar algunos conceptos que lleven a comprender integralmente las lógicas de consumo actuales, más específicamente en el campo textil, que es el de interés principalmente para el desarrollo de este proyecto.

En primer lugar, respecto a la revolución del consumo, tal como señala Diaz Marcos (2006) la moda, el lujo y la novedad se van expandiendo en cada parte de la sociedad. Así es como con la

revolución industrial, y su posterior democratización de la moda, ahora era de importancia diferenciarse, consumir más, tener lo último o lo más caro. Siendo así, se empiezan a generar referentes del lujo y la alta moda, el exceso y las apariencias.

Es necesario remarcar, aunque los fenómenos sociales de modelo de filtrado descendente o las clases más altas imponen tendencias y excentricidades y de ahí iba descendiendo hacia las clases más bajas, como así también entre países. Desde el impacto de la revolución Industrial las **lógicas de consumo** y la psicología del consumidor como tal, a una ansiedad y deseo abrumador de “ser parte”, de pertenecer a través de agradar a otros, demostrar mi clase social; distinguirme. Aquí lo importante era la apariencia, y dentro de esta nueva lógica consumir todo lo que sea necesario para ello.

En fin, la historia hasta este punto siglo XVIII nos deja personajes claros de esto como los Petimetres, los Majos ambos generaban estereotipos de lo que sería una persona de clase alta sin serlo o a la inversa.

Pasando esta etapa antes mencionada, se llega al siglo XIX con diversas novedades, que dan paso a una era “moderna”, los avances tecnológicos y el crecimiento de las industrias generan novedades y cambios constantes a nivel político, económico y social.

La **democratización de la moda** rompe completamente con como venía manejando la industria textil. Anteriormente era diseñadores y sastres quienes con los textiles más finos y novedosos diseñan para la gente adinerada de las clases altas, posteriormente gracias a la revolución industrial la manufactura de algunos productos comenzaba a distribuirse de otra manera, pero, con inventos como la máquina de coser Singer, se genera un fenómeno particular que invitaba a cualquiera a lograr diseños o modelos que quisiesen.

La industria cambiaba velozmente entrando a un nuevo paradigma, donde década a década se irían sentando las bases del consumismo.

La burguesía comenzó a ascender en la escala social económica, gracias a las ganancias de los comerciantes a la clase social a la cuál pertenecían. un burgués con posibilidades de adquirir prendas cuasi aristocráticas es lo que define la era de la apariencia. Así mismo, esta mirada fue trasladándose a un estilo de pensamiento individualista, basado en la posibilidad de ascender peldaños dentro del entramado social, a partir del logro de los objetivos pretenciosamente propuestos.

En este primer momento, lo auténtico se fue entrecruzando con lo aparente, borrando las barreras que separaban los estratos sociales entre sí.

A lo largo del siglo XIX, muchas fueron las modas, desde la era victoriana, pasando por la era del corsé, sobrefaldas, introduciendo a finales del siglo un cambio de valores, la rigidez de la vieja sociedad se resquebraja, dando lugar a nuevos diseñadores que encontraron en las jóvenes mujeres la

oportunidad de incorporar un estilo práctico, que responda a las necesidades de las mujeres trabajadoras.

Siglo XX: con el descubrimiento e invenciones de dispositivos computarizados, la tecnología y las consecuencias que de ellas se derivaron, la industria de la moda con la del capitalismo fue gestando un sistema perverso en el que se usó y abusó de la mano de obra proveniente de lugares en vías de desarrollo, aprovechándose de las carencias y necesidades de personas que jamás podrían acceder a las prendas que ellas mismas fabrican. Explotación, apropiación cultural, se vuelve moneda corriente repitiendo patrones de relación basados en la desigualdad, a cualquier costo.

Con la llegada de la **revolución digital**, hubo un crecimiento exacerbado de las grandes industrias por sobre las necesidades laborales de gente imposibilitada de defender condiciones dignas básicas, a la hora de conseguir un empleo.

Esta revolución potenció la capacidad de compra de los usuarios alrededor del mundo, en vista a la llamada por entonces globalización, demandando a las empresas mayor cantidad de productos y primicias, guiadas por el deseo provocado por la abrumadora publicidad q generaron una codependencia oferta y demanda, que sentaron las bases del fenómeno del fast fashion.

Es preciso destacar también que, gracias a la explosión de internet, fueron desvaneciéndose las fronteras en la comunicación, visibilizando más aún, estas realidades que impulsaron y contribuyeron al continuo desarrollo de la democratización de la moda, con una responsabilidad adormecida de los consumidores, en torno a la toma consciente de decisiones.

A modo de cierre, se cita a Bauman (2000, p. 43 parr. 3), “la individualización concede a un número cada vez mayor de hombres y mujeres una libertad de experimentación sin precedentes, pero también acarrea la tarea sin precedentes de hacerse cargo de las consecuencias”.

2.2| Impacto Socioambiental de la industria textil

La RAE, enuncia en su tercera acepción el término *impacto* como la “impresión o efecto dejado en algo o alguien por cualquier acción o suceso”. A partir de esa definición se avanza hacia el ámbito de lo social tomando a autores que conceptualizan el **impacto social** como “los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad” González, C. (2001-2003)

Al abordar este concepto en el presente proyecto, se visualiza la idea de generar un *cambio* tanto de proceso como de producto, dado que se tendrá en cuenta toda la cadena de producción, todos los agentes que participan directa e indirectamente, y la transparencia como instrumento de validación del proceso. En cuanto al producto, la sostenibilidad aporta un valor agregado.

La RAE, conceptualiza *Impacto*, en su cuarta acepción, como el “conjunto de posibles efectos negativos sobre el medio ambiente, de una modificación del entorno natural como consecuencia de

obras u otras actividades”. Así mismo otros autores, tomando esta significación referencian el término **impacto ambiental** “*cuando una acción o actividad produce una alteración favorable o desfavorable en el medio*” (Lago Pérez, 1997). Otra definición de impacto

Retomando la cronología especificada en el punto anterior, con la revolución industrial y el mal uso de los recursos naturales, materiales, tecnológicos, como así también la cosificación del capital humano, se profundizó el impacto ambiental altamente nocivo y progresivo, ya que la creciente y desmedida producción por parte de las empresas generaron un desbalance en los ecosistemas de estos entornos industriales. Como contracara Salcedo Elena, introduce la expresión “sistema insostenible” para ilustrar un modelo a contra natura, que considera que el hábitat está al servicio del ser humano, rompiendo el equilibrio integral entre sociedad y medio ambiente, ya que al pensarlo como sistema separado, afecta necesariamente el desarrollo y estructuras de la vida natural.

En el **rubro textil**, tras la revolución industrial, no se tenía en cuenta el ciclo de vida del producto (CVP), mientras avanzaban las metodologías de producción que intentaban reducir los tiempos de elaboración, los costos y aumentar los beneficios comerciales.

Desde el *fordismo* hasta el impacto del *just in time*, como mecanismos de cadena de producción, fueron desbordando las lógicas de demanda y consumo. Se le dio prioridad a la velocidad de manufactura, a la eficacia (ahorrar tiempo sin pensar en el manejo del recurso), y a la ampliación de la cartera de productos que incitaban al consumidor a una adquisición desmedida y continua de artículos.

Técnicamente podemos hablar de la existencia de un sistema lineal productivo que comienza en la extracción, va hacia la producción, la distribución o venta, a su consumo y su desecho. Así como se presenta trae consigo problemáticas ocultas, pero su parte más cuestionable es que al ser lineal no se corresponde con las lógicas naturales, es decir que responda a un sistema cíclico, que toma en cuenta también la interacción con su entorno natural y social.

Este sistema lineal, comienza al extraer los recursos, las materias primas, de los países de origen de estas empresas en principio, luego al agotarse y/o descubrir potencial en diferentes países en vías desarrollo o tercermundista, continúan explotando esas nuevas tierras y su ecosistema, juntamente con las personas que allí habitan. Estos recursos extraídos pasan al área de manufactura o fabricación, en este proceso intervienen diversas fuentes de energía y otros procesos químicos/físicos que de no ser manejados con el debido protocolo generan ambientes de trabajo perjudiciales.

Al producto terminado se le aplican todas las lógicas de venta guiadas por el Fast Fashion, la novedad y las lógicas de oferta en la que los precios se reducen. La idea es vender mucho, rápido y dejar con ansias

de más al consumidor, que ni bien realiza la compra ya está esperando una próxima promoción u oportunidad aparentemente conveniente de compra.

Los precios excesivamente bajos para el cliente, que promueven las empresas en esta industria, son consecuencia de externalizar los costos, es decir, que alguien más pague por éstos. Por un lado, están las personas sin opciones de los países que anteriormente se mencionan, trabajando en condiciones cuestionables orilladas por la necesidad, recibiendo pagos injustos y formatos de trabajo desprovistos de normas de salud y seguridad que los respalden, constituyéndose en un ámbito carente de dignidad para las personas que lo realizan. Por otro lado son, los recursos explotados, los ecosistemas atrofiados, el uso indebido de las materias primas entre otros, los que pagan el resto de estos costos.

Este sistema consumidores-empresas entonces, que en la vorágine de comprar y desechar comienzan a generar un flujo constante de demanda y oferta de novedades que las empresas van a producir, terminará en desechos que se seguirán acumulando a lo largo del tiempo y del espacio, algunos se queman, otros se tiran, se entierran, pero la realidad es que todos estos modos son inviables a largo plazo, debido a las graves consecuencias hoy incuestionables.

La **contaminación en la industria textil** se viene incrementando en los últimos cien años, debido a que sus prácticas son propicias para que ocurran estos desbalances, como el uso desmedido de agua para los lavados o desgastados de ciertos textiles, la contaminación posterior que supone el volcar esas aguas con químicos disueltos a diversos sitios sin cumplir protocolos que aseguren la no contaminación.

Es este un patrón que se repite en las diversas aristas de este rubro, contaminación atmosférica por los gases que liberan las grandes fábricas debido a sus inadecuados procesos, como el humo producto de la quema de toneladas de prendas en desuso, acumulándose en zonas que terminan siendo inhabitables y perjudiciales no solo para el ambiente sino para los seres vivos residentes en ese entorno físico; un ejemplo claro de esto es el “cementerio de ropa” en Atacama, Chile.

Actualmente, en ciertos modelos de negocios, son cada vez más considerados los sistemas de producción en los que se piensa la circularidad de la vida del producto, es decir, en el futuro del artículo una vez que llega al consumidor, tanto en su tiempo y forma de uso como en su descarte.

Salcedo (2014), propone pensar a la hora de diseñar, en el montaje de la prenda, el bienestar social, la durabilidad, el desperdicio que éste genere, en el rol del usuario, en alargar la vida de la prenda y por último los modos de gestionar el residuo.

Se busca a través de este proyecto, analizar estas otras vías que nos separan de los sistemas de producción lineales de las empresas tradicionales nocivos para un buen desarrollo socioambiental.

2.3| Slow Fashion y vías sostenibles con impacto

La **sostenibilidad** como macro tendencia o estilo de vida, se torna fundamental para el desarrollo humano, en todos los ámbitos y contextos de la actualidad. El mal uso de recortes, aparentemente desechables, al igual que el consumismo excesivo, destapan problemas ambientales, económicos y sociales que perfectamente podrían ser evitados.

Transitando el año 1987, el informe Brundtland, proveniente de la ONU, menciona por vez primera la expresión *desarrollo sostenible*, refiriendo “*el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones*”. Años más tarde, en 2002, *World summit on sustainable Development*, completa la significación de desarrollo sostenible acotando que “*es bastante, para todos y para siempre*”.

Novo Villaverde (2006) establece una íntima relación entre economía, ecología y ética, haciendo un replanteo de las pautas de consumo que nos acerquen a la idea de “*vivir mejor con menos*”.

En este contexto, es imprescindible un ejercicio de reflexión social sobre las conductas de producción y consumo que rigen en la actualidad.

Barreiro (2012). La sociedad de consumo de masas, en la vorágine de obtener el último producto que satisfaga las demandas y sustituya las ya obtenidas, tiende a una alienación que al parecer se debe mantener “actualizada” para seguir formando parte. Este sistema productivo enseña la necesidad de querer, separado del deseo en sí mismo. Es más importante tener, poseer, que desear o necesitar, con el agravamiento que esta adquisición se vuelve efímera y se diluye frente a nuevas ofertas impuestas. Esta conducta requiere necesariamente soltar lo anteriormente obtenido, ya que su valor se desvanece ante lo nuevo, y es ahí donde Barreiro interpreta la dinámica social como una cultura de usar y tirar.

Los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, fueron adoptados por las Naciones Unidas en 2015 como un pedido universal para combatir la pobreza, proteger el planeta y garantizar metas cumplidas para el 2030, a través de 17 objetivos.

Los 17 ODS están integrados sabiendo que la acción en cada área afecta los resultados en el resto y es así como se debe equilibrar la sostenibilidad social, económica y ambiental.

“Resolvemos, entre ahora y 2030, terminar en todo el mundo con la pobreza y el hambre; combatir las desigualdades dentro y entre los diferentes países; construir sociedades en paz, justas e inclusivas; proteger los derechos humanos y promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y niñas; y asegurar la protección duradera del planeta y sus recursos naturales. Resolvemos también

crear condiciones para un crecimiento económico sostenible, inclusivo y sostenido, una prosperidad compartida y un trabajo decente para todos, teniendo en cuenta los diferentes niveles de desarrollo y capacidades nacionales” (UN.2015, p.3)

Claramente puede vislumbrarse qué se pretende alcanzar con estos objetivos y por qué son de interés a la hora de gestionar y desarrollar los modelos organizacionales actuales y futuros.

Para el desarrollo de este trabajo se seleccionaron, como ODS de interés:

- ODS N° 5: Igualdad de género: Aplicable a prendas *Genderless*, multifuncionales y ajustables.
- ODS N° 8: Trabajo decente y crecimiento económico: Persiguiendo políticas que sean coherentes y empáticas con los colaboradores de la marca.
- ODS N° 12: Producción y consumo responsable: Cadena de producción transparente, a través de dinámicas que generen consumos conscientes y medidos (*Slow Fashion*).

En busca de desarrollar estas vías sostenibles, basados en paradigmas de modelos de negocios responsables, surgen empresas B (sistema B), que apuntan a un **triple impacto** para el bien común. Estas se conforman en EE. UU. en el año 2007, gracias al B Lab, una organización sin fines de lucro.

Felber (2012), plantea una alternativa económica donde su premisa es el éxito empresarial medido por los beneficios de la comunidad y su entorno. Teniendo en cuenta que las empresas están necesariamente inmersas en un contexto determinado, éstas no podrían permanecer desvinculadas.

Así, para estas nuevas empresas, el triple impacto (impacto económico, social y ambiental), se vuelve el objetivo principal a perseguir. Promoviendo la transparencia, el comercio justo, las leyes laborales adecuadas, el cuidado ambiental requerido, es que se transforman en un vehículo válido para estas problemáticas.

El *Slow Fashion* nace en la década del 2000. La moda lenta o moda sostenible, se presenta como contracara de las lógicas saturadas y presionadas de consumo que, tras el fuerte crecimiento del desarrollo industrializado de los productos de todas las áreas a todo nivel: arte, moda, diseño industrial, arquitectura, decoración, entre otros, se vio reflejada en un consumo desmedido e irracional (moda rápida); sin respetar los tiempos de producción, viéndose afectados los recursos naturales y humanos empleados para cubrir la sobredemanda. Por ejemplo, una remera de 1 USD pensada para durar 6 meses y ser descartada según parámetros de obsolescencia programada y tendencias veloces que no dejan pensar al consumidor en nada más.

Comienzan entonces, a surgir productos, estéticas y propuestas de estilo de vida desde lo clásico, versátil y atemporal, donde se pondrá como prioridad el respeto y la conciencia frente a todo el ciclo de vida del producto, tanto en su fabricación y creación como en el futuro ciclo de la prenda.

En esta lógica, aplicada al rubro moda, se elige invertir en prendas de calidad, que puedan reutilizarse y combinar de numerosas maneras, contemplando procesos sustentables para el medio ambiente y que mantengan puestos dignos de trabajo, a lo largo de toda la cadena de producción de las prendas.

Específicamente el concepto *Slow Fashion* (moda lenta) aparece en el 2007, fue acuñado en Londres por Kate Fletcher, diseñadora y profesora de sostenibilidad, como contracara y en respuesta al *Fast Fashion*.

Inicialmente la atemporalidad se establece como concepto clave dentro de los principios de la moda lenta, ya que sugiere pensar y contemplar cada etapa del producto que se creará bajo esta lógica, intentando así que su ciclo de vida sea consciente y lo más duradero posible, pensándolo desde perspectivas de funcionalidad circular que alarguen y reutilicen el mismo producto en distintas situaciones; otorgando posibilidades múltiples y una perdurabilidad en el tiempo.

Es ahí donde el concepto de atemporalidad se ilustra en su máxima expresión. El *Slow Fashion* crea productos que trascienden, que generan impactos positivos, sostenibles y duraderos respecto de su vida útil. Este ejercicio de repensar y reinventar implica un cambio que va transformando una tendencia como estilo de vida, que permite formar usuarios activos, conscientes y cocreadores de nuestra realidad.

Es de interés demostrar que el *Slow Fashion*, como alternativa holística para transitar reflexivamente las lógicas del consumo, posiciona al *Zero Waste* como técnica que le aporta el valor agregado, sostenibilidad, y comprende al producto desde la mirada moda lenta.

2.4| *Zero Waste como una alternativa viable*

En el “triángulo de la ecología” **Reducir, Reutilizar, Reciclar** se categorizan como prioritarios los dos primeros por sobre el reciclado.

Reducir, en primera instancia apunta a concientizar sobre el consumismo desmedido, incentivando al usuario a asumir un rol activo y reflexivo al momento de la compra. En segunda instancia, atenuar el desperdicio, es decir gestionar el proceso productivo de tal manera que se eviten descartes, desde la ideación del producto, pasando por su manufactura y su resultado final.

Reutilizar, alude a proponer nuevas formas de uso, para estos artículos que ya se encuentran en circulación.

Reciclar, significa apuntar al diseño de nuevas posibilidades de uso, conservando la materia prima en sí misma para la obtención de nuevos productos útiles.

Esta regla de las tres R, de la ecología, son conceptos fundamentales de la sostenibilidad como estilo de vida, que las nuevas generaciones han ido adoptando. Estas nuevas propuestas de gestionar el manejo del desecho han significado un cambio ecológico positivo impactando poderosamente en la calidad de vida del planeta.

Gracias a la popularidad obtenida a través de la ONG Greenpeace, el control de la cantidad de desechos sólidos que arrojamamos al medio ambiente ha llegado a las mesas de debates de diferentes cumbres climáticas, logrando poner en agenda en importantes países desarrollados.

El surgimiento del *Zero Waste* como técnica que incorpora el corte de patrones en el diseño de textiles, aporta innovadoras maneras de resolver desafíos que se configuren como una alternativa ecológica viable para suprimir el desperdicio de géneros, en términos de eficiencia y ecología.

La *Zero Waste International Alliance* define el Desperdicio Cero como “la conservación de todos los recursos mediante la producción, consumo, reutilización y recuperación responsable de productos, embalajes y materiales sin quemar y sin ser vertidos al suelo, agua o aire que atenten contra el medio ambiente o la salud humana”.

Esta definición vislumbra más que conductas individuales y aisladas en beneficio de la ecología y el planeta. Se trata de un nuevo paradigma que cambia el lente por el cual se recategoriza la basura como tal. En estas nuevas jerarquías, lo esencial es lograr un orden de reducción del desperdicio que el ser humano debe aprender y aprehender, poniendo en práctica conductas sociales que respondan favorablemente a las necesidades del planeta y el bienestar de las personas.

Imitando a los ciclos de la naturaleza, los circuitos del sistema Zero Waste se convierten en sistemas de producción circulares, cíclicos, conectando el final de procesos de producciones con nuevos comienzos más sostenibles.

Esta nueva mirada requiere un cambio de hábitos en las estrategias de abordaje para la consecución de nuestros proyectos y objetivos. No se trata de modificar las necesidades sino de aplicar caminos divergentes para la satisfacción de las demandas planteadas o requeridas.

Así, la técnica *Zero Waste* se torna en una oportunidad de obtener nuevas respuestas a problemas del sistema de la moda convirtiéndonos en agentes de cambio que impulsen un estilo de vida que armonice con la naturaleza.

La misión de este ente (ZWIA), es: “trabajar juntos como una comunidad global para impulsar el cambio sistémico hacia el cero residuo utilizando principios ambientales y de justicia social.”

Timo Rissanen, como referente del rubro textil que ha generado a lo largo de la última década un antecedente sólido de esta práctica de diseño de indumentaria, se ha valido de las premisas establecidas por la ZWIA, aportando una base de datos teórico práctica que sienta un precedente de gran significación a la hora de abordar proyectos afines.

Es así que las nuevas generaciones de diseñadores y a fines al rubro textil, pueden utilizar esta historia y camino recorrido para desde su identidad generar estos proyectos que colaboren y sigan sosteniendo el modelo de *Slow Fashion* y sus métodos, tales como el *Zero Waste*, sumando y aportando al nuevo paradigma.

Para finalizar, el diseñador finlandés, propone repensar la relación que tenemos como diseñadores con el textil y su patronaje. Explorar sus posibilidades, prever el futuro inmediato y mediano de la prenda, es decir hacer un abordaje integral sobre el ciclo de vida de las prendas, en beneficio del entramado socioambiental.

CAPITULO 3| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3| Metodología de la investigación

3.1

FICHA TÉCNICA DEL DISEÑO METODOLÓGICO.					
ENFOQUE	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	MUESTRA	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Cuantitativa	Descriptiva	Córdoba, Argentina	100 persona de 20 -30 años	Encuesta	Cuestionario
Cualitativa	Descriptiva	Sudamérica	5 marcas sudamericanas certificadas dentro del sistema de empresas B	Análisis de Contenido	Tabla o grilla de análisis

Tablas y Graficos 1. Fuente: Elaboración propia.

3.2 Explicación del diseño metodológico

3.2.1 Información que se espera obtener

Para el presente proyecto se implementarán dos metodologías que contribuyan a la investigación, ambas en carácter descriptivas, es decir, a partir de los datos recabados se realizarán hipótesis que arrojen conclusiones que aporten al desarrollo del trabajo.

3.2.2 Criterios de selección de la metodología y de la muestra

La encuesta como técnica de recolección de datos aportará, desde un enfoque cuantitativo, información de valor para conocer e interpretar qué entiende y qué hace el usuario indicado en la muestra y la población, a partir de ciertos puntos o tópicos que surgen como ideas claves de este trabajo.

Este método es cuantitativo por cuotas, para poder cotejar los datos obtenidos de una cantidad específica de personas que resultan de interés y sacar de allí conclusiones, aun estando en conocimiento de que el muestreo es no probabilístico, ya que como indica el autor Vieytes (2004), se necesitaría el 28% de la población de un sector para obtener una muestra representativa; éste brinda datos que son importantes para reconocer al usuario actual .

Para finalizar, como método respecto al análisis de antecedentes se utilizará, la grilla o tabla de doble entrada que expondrá los puntos claves de cada marca y a su vez las comparará entre sí.

Para el estudio de caso se seleccionan cinco marcas sudamericanas certificadas dentro del sistema de empresas B, se logra revisar y simultáneamente compararlas para conocer e interpretar de qué manera comunica su misión, sus valores y sus principios.

Las marcas seleccionadas, a su vez, se corresponden con la temática del slow fashion y las vías sostenibles, lo que aporta una perspectiva integral que será de relevancia para el desarrollo del proyecto.

3.3 *Diseño de los instrumentos que se implementarán en la investigación*

<u>FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN</u>	
-ENCUESTA-	
Tipo de investigación	Descriptiva
Metodología	Cuantitativa
Técnicas de investigación	Encuesta anónima
Instrumento	Cuestionario (Google Forms)
Población	Personas de Córdoba, Argentina, entre 20 a 30 años
Criterio Muestral	Muestreo no probabilístico por Cuota (100 personas de 20 a 30 años)
Muestra	100

Tablas y Gráficos 2. Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 4 | ANÁLISIS DE RESULTADOS

4| *Análisis de Resultados*

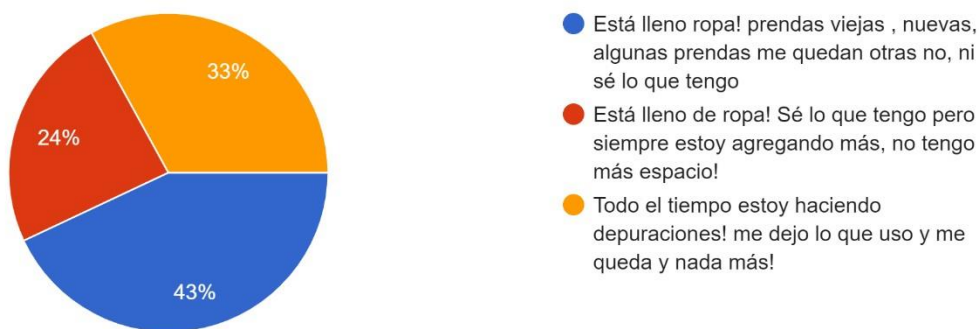
4.1 *Recolección de datos*

Encuesta completa, ver en capítulo 4 | Referencias y Anexos

- Encuesta a 100 personas de entre 20 a 30 años; de la provincia de Córdoba, Argentina.
- Encuesta de elaboración propia en la plataforma Google Forms.
- Objetivo de la encuesta: aportar información a la investigación sobre las lógicas de consumo y comportamientos del usuario.
- Por medio de los datos obtenidos en la encuesta, se logró reconocer que el rango etario identificado del 68% pertenece a personas de 20 a 25 años.
- En cuanto a conocimientos, estudios o formación académica se destacó el Área de Artes y Humanidades con un 28%, dividiéndose en porcentajes menores el resto de los rubros.
- Frente a la premisa N°3, se observó claramente un mayor el porcentaje en los puntos sobre “*¡Está lleno de ropa!*”, sumando entre ambas el 67%, lo que pone de manifiesto la acumulación excesiva de ropa que se da normalmente en los armarios y cómo las lógicas de consumo actuales de fast fashion, moldean a un usuario resistente a desprenderse de lo material, como así también, la necesidad de adquirir todo lo nuevo, llevándolo a desconocer el estado actual y futuro de sus prendas.

3| *Mi armario...*

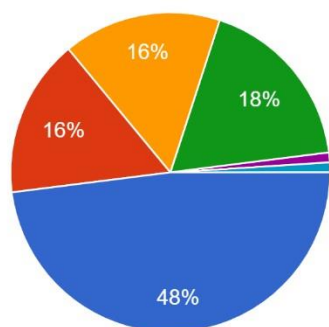
100 respuestas



- Se logró reconocer que el 49% compró ropa en las últimas dos semanas o menos, convalidando las conclusiones obtenidas de la premisa N°3, frente a las lógicas de consumo.
- En la premisa N°5, surgió un dato curioso de analizar, ya que se pudo observar una diversificación en las respuestas, frente a las motivaciones de compra, abarcando en un 68% las respuestas que apuntaron a una conciencia inicial que orientarían a reflexionar sobre nuevos paradigmas como el *Slow Fashion*, categorizando al usuario en un agente activo y viable para generar decisiones de consumo sostenibles, en el contexto socio ambiental actual.

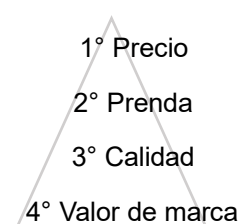
5| El motivo de mi compra usualmente se basa en...

100 respuestas



- Necesidad de reemplazar una prenda que ya no tengo
- Deseo de adquirir una prenda nueva acorde a la última tendencia
- Impulso! lo ví y me gusto, no lo pensé demasiado
- Lo analizo por semanas y después voy y compro
- Si me gusta lo suficiente y creo que lo...
- Cuando se da

Se observó la preferencia a priorizar precio de las prendas frente a los valores de marca, es decir, lo que el usuario percibe de ésta. En conclusión, de la premisa N°6, el usuario priorizó :

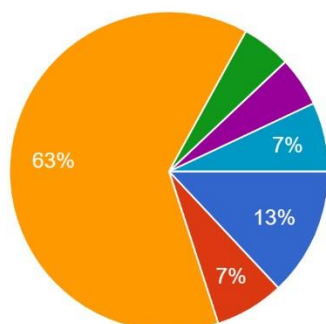


- En la premisa N°8, que consultó sobre el consumo frente a precios excesivamente bajos en indumentaria, se obtuvo un 63% de respuestas que aceptan aprovechar descuentos, frente a un 5% que conoce la problemática que estos precios bajos conllevan.

Estos datos se corresponden al desconocimiento que hay sobre la realidad de la industria textil, sus procesos, sus agentes de producción y su posterior comercialización, lo cual pone de manifiesto lo apropiado de desarrollar proyectos como el presente, que aporten al usuario

8| Cuando veo una super promoción o precios excesivamente bajos en prendas yo...

100 respuestas



- Analizo por qué será? Reflexiono sobre cómo es que vale tan poco ese produ...
- Compro! siempre estoy atenta! (me gusta comprar en mayoristas como Ki...
- Si lo necesito, aprovecho el descuento
- Lo compro para aprovechar el precio y después veo cómo o para qué lo voy...
- Los precios excesivamente bajos no me llaman la atención ya que sé el impact...
- Analizo por qué será? Reflexiono sobr...

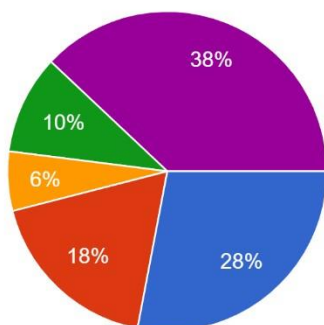
conocimiento integral del rubro, y a partir de allí pueda optar por una decisión más consciente.

- En la premisa N°10, donde se explicita información sobre la realidad dentro del rubro textil en las problemáticas ambientales, se obtuvo que el 38%, aún conociendo del tema, opta por no inclinarse a alternativas de consumo consciente y sostenible.

Por último, se vio un 38% en suma, como valor significativo de personas que desconocen o no cuentan con la información suficiente respecto de estas problemáticas. Este último porcentaje representaría a usuarios de prioridad, ya que potencialmente podrían ser generadores de cambio en las lógicas de consumo actuales, guiadas por el *Fast Fashion*.

10| La problemática de la contaminación ambiental causada por las grandes industrias textiles y las metodologías de producción que se emplean me generan...

100 respuestas

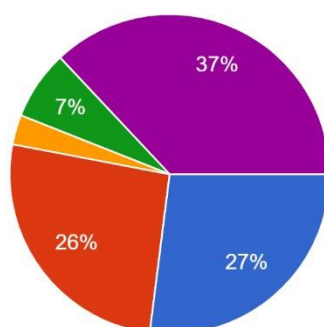


- Dudas, me gustaría conocer más de estas problemáticas
- Malestar, me encargo de analizar bien la información que me dan las marcas y elegir las que mejor le hacen al planeta
- Indiferencia, Con que me guste la prenda, es suficiente!
- Es la primera vez que leo sobre esto
- Conozco el tema, pero no lo suficiente como para realizar algún cambio en m...

- La premisa N°12, respondió con lógicas similares a la premisa 10, en este caso apuntó a la realidad frente a problemáticas sociales.

12| La problemática de la explotación o condiciones de trabajo indigno que se les da generalmente a los/as trabajadores/as en la industria textil, con...ducir lo más posible al menor costo , me genera...

100 respuestas



- Duda, me gustaría conocer más de estas problemáticas
- Malestar, me encargo de analizar bien la información que me dan las marcas y opto por las que son más transparent...
- Indiferencia
- Es la primera vez que leo sobre esto
- Conozco el tema, pero no lo suficiente como para realizar algun cambio en mis consumos

- Por último, se dio una breve descripción de tres conceptos de alto interés para este proyecto, para saber si los conocían:

-Premisa N°13 Zero Waste: 55% no conoce - 45% conoce

-Premisa N°14 Fast Fashion: 40% no conoce - 60% conoce

-Premisa N°15 Slow Fashion: 57% no conoce - 43% conoce

<u>FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN</u> -ESTUDIO DE CASO PARA ANÁLISIS DE ANTECEDENTES-	
Tipo de investigación	Descriptiva
Metodología	Cualitativa
Técnicas de investigación	Análisis de contenido
Instrumento	Grilla o tabla de análisis dividida en 3 partes
Población	Sudamérica
Criterio Muestral	Muestreo no probabilístico por Propósito (Pertinencia y Disponibilidad)
Muestra	5 marcas sudamericanas certificadas dentro del sistema de empresas B

Tablas y Gráficos 3. Fuente: Elaboración Propia

4.2 Análisis de antecedentes

Links de páginas oficiales marcas, ver en capítulo 4 | Referencias y Anexos



<u>CARACTERÍSTICAS GENERALES</u>				
MARCA	ORIGEN	TRAYECTORIA	MISIÓN	VISIÓN
Las Polleras De Agus	Perú, Lima	Desde 2014	“Generar empleo cocreando en zonas vulnerables, preservando tradiciones, dando valor a los bordados y visibilizando a los artistas con certificados de autenticidad”	“Revalorizar el trabajo realizado por el artista folclórico y el arte tradicional bordador peruano, produciendo prendas que siguen tejiendo y confeccionando técnicas que transportan a la magia del mundo andino e indígena del Perú”
La Luz	Brasil, Curitiba	Desde 2016	“Seleccionar materia prima no contaminante, con metodología Zero Waste, con procesos artesanales para la producción de prendas, pensando en el post consumo de estas”	“Producir y educar expandiendo el impacto social y ambiental positivo en el planeta”
Karün	Chile, Puerto Varas	Desde 2012	“Hacemos anteojos de alta calidad que pueden servir como un símbolo de cambio”	“Personas apasionadas, que confían en que es posible cambiar la manera en que se interactúa con el planeta” <i>-Vivir en un mundo en armonía con nosotros mismos y nuestro entorno natural- Karün</i>
Leather Heart	Venezuela, Caracas	Desde 2018 Siendo la 1era en recibir la certificación de empresa B , en Venezuela	“Creamos productos con propósito que impactan positivamente en las personas, la sociedad y la naturaleza”	“Todos los productos son y serán un puente para generar impacto, eso no es negociable”
Martha	Argentina, Buenos Aires	Desde 2014	Son productos sustentables para el outdoor. Inspirados en la Patagonia.	“Creamos una propuesta de marca para conservar, limpiar y restaurar nuestra Tierra”




Tablas y Gráficos 4.parte 1. Fuente: Elaboración Propia

<u>PRODUCTO-PRODUCCIÓN</u>				
PRODUCTO	MATERIALES	PROCESOS	VOLUMEN	PRECIOS
Indumentaria y Deco	De alta calidad, manteniendo las técnicas originales de tejido, sastrería y bordado.	<p>“Más de 23 artistas. Logrando un sistema de trabajo basado en la reciprocidad familiar que tenga como principio la ayuda mutua”</p> <p>Se destaca que en la página está el apartado donde menciona los lineamientos que utilizan en base a las ODS</p>	6 a 10 prendas por cápsula	<p>Distribución del Margen: Materiales 13% Trabajo manual 30% Operaciones y logística 18% Embalaje 3% Marketing 5% Margen 27% Programas sociales 4%</p>
Indumentaria	<p>- Algodón orgánico, cultivado libre de pesticidas en agricultura familiar</p> <p>-Tintas pigmentadas naturales de origen vegetal cultivadas y/o recolectadas por familias en el campo brasileño.</p>	<p>-Gestión de residuos de las camisetas tradicionales producidas de forma responsable, separando las piezas muy pequeñas por color y tipo de tejido y donadas a artesanos e instituciones que les dan un nuevo significado</p> <p>-Las piezas más grandes se transforman en ropa interior para niños de 1 a 4 años de comunidades en situación de vulnerabilidad social.</p> <p>-Desarrolla un diseño autoral cero desperdicios, todo modelado a partir de cuadrados y rectángulos para no generar desperdicio del corte.</p>	4 a 6 prendas por cápsula	<p>Sin información del margen.</p> <p>Precios promedio: 17 a 20 USD (Remera)</p>
Anteojos	<p>- Metales reciclados y/o nylon regenerado Econyl®</p> <p>- Policarbonato reciclado Combinado</p> <p>- policarbonato reciclado solo</p>	<p>- Empieza con los recolectores Karün de la costa de Chile.</p> <p>Recolectan diferentes tipos de materiales descartados que afectan al ecosistema natural.</p> <p>- Todo material entregado por los recolectores Karün es luego reciclado.</p> <p>- Una vez terminado el ciclo de vida útil según el usuario, se puede devolver a la empresa y esta ofrece descuento en la próxima compra</p>	Alta variedad de modelos y colores	<p>Sin información del margen.</p> <p>Precios promedio: 45 a 55 USD (par de anteojos)</p>

Peluches (secundario Remeras y tapabocas)	-Residuos textiles con el fin de reintegrar materiales en la cadena de producción y reducir los impactos ambientales.	<p align="center"><u>Confección:</u></p> <p>Se crean los patrones y se trasladan a las costureras.</p> <p align="center"><u>Costureras:</u></p> <p>Oportunidad laboral a mujeres de comunidades desatendidas para impulsar su desarrollo personal y familiar.</p> <p align="center"><u>Detalles:</u></p> <p>Acabados y etiquetas, en bordado a mano para agregarle valor diferencial</p>	5 modelos en distintos colores o pedido personalizado	Sin información del margen. Precios promedio: 5 a 10 USD (peluche)
Gorras y sombreros	<ul style="list-style-type: none"> - Poliéster Reciclado - Fibras Orgánicas - Descarte Textil - 	<p>-80% de materiales reciclados o más. - Rollos textiles con fallas o de descarte.</p> <p>-Packaging 100% compostable. - Carbono Neutrales</p>	8 modelos en distintos colores y combinaciones	Sin información del margen. Precios promedio: 15 a 20 USD (gorras)

Tablas y Gráficos 4.parte 2. Fuente: Elaboración Propia

<u>COMUNICACIÓN</u>			
LOGO	ALCANCE	REDES DESTACADAS	TRANSPARENCIA
	Internacional Venta Online (EE. UU. y Europa)	<p>Web: Activo y con gran cantidad de información de interés para el usuario</p> <p>Instagram: Activo y comunica a través de imágenes el producto, el contexto y visibiliza a los artesanos. (cincuenta y cinco mil seguidores)</p>	Modelo de negocio basado en la calidad de vida de los colaboradores, pago de salarios justos, con el costo de materiales de calidad absoluta y todos los demás costos relacionados con el producto.
	Brasil Venta Online	<p>Web: Activo y con gran cantidad de información de interés para el usuario</p> <p>Te propone sumarte a diferentes proyectos que están en marcha, donaciones, entre otros.</p> <p>Instagram: Activo y comunica a través de imágenes el producto, el contexto y brinda información respecto a temas socioambientales. (seis mil seguidores)</p>	Ofrece información detallada en la página web y otros enlaces sobre su proceso de producción, sus lógicas la creación de sus productos incluyendo fotos explicativas, fichas técnicas y demás.

	Chile y Suecia Venta Online	Web: Activo y con gran cantidad de información de interés para el usuario YouTube: Activo y comunica el contexto, la trazabilidad, informa y visibiliza a los artesanos. (mil seguidores)	- Sistema de trazabilidad del producto a través del código único del mismo -Medición de la huella de carbono disponible en la página Web -Explicación del proceso productivo
	Venezuela Venta Online	Web: Activo y con gran cantidad de información de interés para el usuario Instagram: Activo y comunica a través de imágenes el producto, el contexto y visibiliza a los artesanos, promueve campañas solidarias. (veinte y siete mil seguidores)	-Participan del Fashion revolución, dándole importancia y visibilidad a las personas encargadas de hacer los productos.
	Argentina, EE. UU. Venta Online	Web: Activo y con gran cantidad de información de interés para el usuario Instagram: Activo y comunica a través de imágenes el producto, en contexto. (cincuenta mil seguidores)	“Cada año medimos y compensamos nuestra huella de carbono mediante la reforestación de bosques nativos en Argentina. Los Gases de Efecto Invernadero que generamos directa e indirectamente se contabilizan y expresan en toneladas equivalentes de dióxido de carbono” -En la Web se puede ver en Google maps donde se ubican estos arboles

Tablas y Gráficos 4.parte 3. Fuente: Elaboración Propia

4.3 Resultados y datos obtenidos de la investigación.

En base a los datos recabados en la encuesta, y el análisis de la metodología de investigación seleccionada para este proyecto de diseño, es que en principio, el 90% de los encuestados manifestaron un alto grado de desconocimiento acerca de la industria textil Argentina. Este resultado indicó que bajo las lógicas de consumo rápidas predominantes, se realizan efímeras decisiones de compra con una visión sesgada de la realidad.

Estos procesos y formas de producción *Fast Fashion*, que como ya se mencionó a lo largo del trabajo son perjudiciales en la esfera social, ambiental y por tanto económica, se invisibilizan detrás del encanto de la novedad y del producto en sí; generando consumidores que olvidan o desconocen las etapas de producción y el futuro de la prenda, cuando no la use más.

Fue interesante registrar que un mínimo porcentaje de las personas encuestadas afirmaron conocer esta temática, manteniendo una mirada reflexiva y abierta al tópico planteado. Es necesario continuar indagando de qué manera es que estos usuarios reconocen la realidad y visión de un paradigma de desarrollo sostenible para el rubro textil y sus agentes.

La información recabada fue de gran valor para este trabajo final de grado, ya que sirve como pequeña muestra de la realidad de las lógicas de consumo, al mismo tiempo que deja ver la predisposición que potencialmente tienen las nuevas generaciones al cambio, al conocimiento de las problemáticas socioambientales y el valor que se obtendría con marcas que promuevan la transparencia en todas sus etapas de producción.

Fue significativo el análisis de las empresas B que sirvieron como antecedentes de diseño y prueban que es posible y viable generar estas estructuras de trabajo, obteniendo un impacto positivo socioambiental.

Las cinco empresas seleccionadas pertenecían a distintos países de Latinoamérica, aportándole al proyecto perspectiva, dado que cada una aportaba su contexto y sus dinámicas propias. Fue de interés confirmar que estos modelos de negocios de sistema B, se encontraban ya funcionales y afianzados en dichos países, incluida Argentina, demostrando que es una opción factible.

Para concluir, se mencionan puntos coincidentes y distintivos que destacaron en la grilla de análisis:

Coincidentes:

- Visión: apuntaron a principalmente a generar impacto positivo en el planeta, revalorizando el trabajo artesanal y/o de producción e informando integralmente al consumidor.

- Materialidad: Se evidenció con la elección y selección exhaustiva de los materiales, su origen, su funcionamiento y su nivel de impacto socioambiental.

- Precios y jerarquización de costos: Se revalorizó el área de producción, dándole suma importancia a cubrir digna y justamente los costos de mano de obra y capital humano, respetando tiempos de producción más lentos y colecciones o capsulas limitadas que responden a lógicas de *Slow Fashion*, así y entre otras características es que los precios son elevados respecto a productos de mismo rubro en lógicas *Fast Fashion*.

Distintivos:

- Redes: Más allá de que todas las empresas persiguen un ideal de transparencia, cada una optó por distintas vías o canales de comunicación. Algunas en Instagram con gran cantidad de seguidores, generando conciencia y campañas benéficas; otras en YouTube con videos sobre procesos productivos o entornos de producción y, por último, otras con páginas Web complejas e interactivas que invitan al usuario a conocer en profundidad la marca y ser parte del cambio hacia un impacto positivo.

- Productos: Lo que nutrió el análisis fue seleccionar empresas de distintos rubros que validaron diversidad de áreas que se pueden cubrir, con soluciones viables y sostenibles bajo un modelo *Slow*.

CAPÍTULO 5: DISEÑO DE CONCEPTO

5.1 Concepto de Diseño

Para el presente proyecto, es de interés generar una colección de indumentaria Zero Waste como alternativa viable de diseño. En base a la investigación y el análisis de los capítulos previos, al indagar sobre las diversas aristas de la problemática de la contaminación en la industria textil, sus formas de producción, de comunicación y de consumo, es que se abre paso esta opción sostenible y realizable para la moda y su contexto.

El pilar desde donde se desarrollará la marca será el triple impacto, este eje sostenible conducirá a la toma de decisiones integrales de diseño y aplicación como resultado.

Este eje sostenible, se fundamenta en tres bases:

Impacto Ambiental: Es el cero desperdicio, lo que genera esta reducción de agentes contaminantes en estas cadenas de producción.

Impacto Social: Generar los modelos de comunicación de marca y procesos internos productivos adecuados, es el reconocer el valor del capital humano y del usuario como agente activo de la marca.

Impacto Económico: El desarrollo de costos, a través de cadenas de pago dignas.

Para dar cierre a este apartado, se enfatiza el concepto del Zero Waste, que brinda una lógica de reducción y optimización de recursos sustentando esta práctica en todas sus áreas, tanto las conceptuales, como las de ejecución.

En cuanto a lo estético, se presenta una paleta neutra, que posibilita e invita a mayores situaciones de uso, subrayando el concepto de sostenibilidad de este proyecto. Es así que estos colores invitan a la reflexión por parte del usuario, y expresan el concepto de la marca basados en estas dicotomías internas y externas.

Respecto al valor agregado es que se presenta como una línea atemporal, sin género, manteniendo una curva amplia de talles, extendiendo el tiempo y las posibilidades de uso para el usuario frente a la funcionalidad y adaptabilidad.

5.2 Objetivo Principal de Aplicación

Diseñar y desarrollar una marca de indumentaria Zero Waste de Triple impacto, con una estética minimalista.

5.2.1 Objetivos Específicos Del Diseño

- Establecer la moldería necesaria para obtener las prendas con optimización total del material.
- Aplicar en el desarrollo de marca el concepto *Zero Waste*.

- Proponer prendas *Genderles*, aptas para una amplia diversidad de cuerpos, con módulos ajustables que permiten adaptarse de la mejor manera a cada usuario.
- Generar prendas multifuncionales, que otorguen gran variedad en cuanto a formas de uso, largos modulares, reversibilidad, módulos desmontables y múltiples combinaciones entre las prendas de esta línea.
- Crear prendas minimalistas, con un juego de contrastes dúo cromáticos (*Black & White*)
- Desarrollar *packaging Zero Waste*, con formatos de *Pachtwork* únicos en cada uno, que aportan valor agregado a la marca.
- Divulgar juntamente con el producto toda la información que ayude al usuario a conocer todo lo necesario sobre algunos aspectos de su trazabilidad, su buen uso y su futuro , siguiendo lineamientos circulares de vida del producto con la implementación de tecnologías aplicadas.

CAPÍTULO 6: PROGRAMA DE DISEÑO

CONDICIONANTES SOSTENIBILIDAD	REQUERIMIENTOS	PREMISAS
AMBIENTAL	<p>OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS: Desarrollar una marca de indumentaria <i>Zero Waste</i> (ZW) , que aporte a la reducción de desperdicios. Lo principal es utilizar el 100% del textil</p> <p>USUARIO: Como agente de la vida posterior y tiempo de uso</p>	<p>-Moldería /Patrón ZW -Packaging ZW reutilizable Tote bags a partir de patchwork del descarte del textil de la colección. - Realizar Patchwork para optimizar el 100% de la eliminación. -Uso de textil nuevo, utilizado al 100%</p> <p>Gabardina , Rústico, Cotton, Cotton satten, entre otros. -El usuario tendrá a su disposición conceptos y propuestas que lo lleven a gestionar de manera positiva el ciclo de vida del producto.</p>
	<p>COMUNIDAD: Al ser una marca local , aporta a su entorno los valores y las acciones que benefician su desarrollo.</p>	<p>-Es primordial para la marca generar una comunidad que acompañe, reflexione, promueva la filosofía ZW , aportando positivamente al cambio. La marca comunica de manera clara y concisa a través de 2 puntos: -Campañas en redes sociales , colectas o propuestas. (llevar prenda de la colección anterior y recibir un descuento) -Informar sobre sostenibilidad y consumo responsable</p>
	<p>USUARIO: La marca propone al usuario como cocreador de esta, logrando que éste empatice y opere como un componente activo y reflexivo frente a las decisiones de consumo y uso.</p>	<p>-Las prendas ofrecen: -Multifuncionalidad, son intercambiables sus partes y sus maneras de utilizar. -Son regulables en cuanto a su ajuste. -Son Genderless, aptas morfológicamente para amplia variedad de cuerpos. -Se proponen opciones para el ciclo de vida del producto y su gestión como residuo.</p>
	<p>BIENESTAR: El proceso productivo cuenta con condiciones y plazos saludables y dignos de trabajo.</p>	<p>- Muestran la trazabilidad y transparencia del proceso productivo y sus agentes . (Etiquetas , QR y pagina web o redes) - Pago digno a todas las partes de la cadena.</p>

ECONÓMICO	<p>VIABILIDAD: La marca logra ser sustentable, pero ser un modelo de negocio redituable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de negocio en busca de ser una empresa B . - Costos claros que se cubren según gestión de ganancias y administración de gastos. - Capsulas de edición limitada. - “Básicos” por producción de prendas a demanda o pedido.
ESTÉTICA	<p>MORFOLOGÍA: Se reconoce el valor de la morfología de diseño adaptable en las prendas. Lo principal es la aplicación de la técnica ZW.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estética Oriental, prendas amplias con juego de proporciones. - Prendas con recortes ,espacios de ajuste y desmonte. - Reversibilidad de prendas
	<p>APLICACIÓN: Módulos que permiten la intervención a través de técnicas que transfieran valor agregado, generando variedad de estilos y posibilidad de uso.</p>	<p>Ambas con diseños únicos ,se revaloriza el arte textil.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Patchwork. - Bordado.
	<p>COLOR: Corresponde a una estética minimalista que acompaña al concepto del ZW y la sostenibilidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - White-Grey-Black - Los colores neutros generan prendas más aptas a diversas situaciones de uso y diversos gustos del usuario. - Los colores neutros conceptualmente invitan a la reflexión y muestran la dicotomía entre lo “interno y lo externo”, “lo que pensamos y lo que hacemos”, “los hábitos nuevos y los preconcebidos”

Tablas y Gráficos 5. Programa de Diseño. Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 7: PLAN DE TRABAJO O CRONOGRAMA

7.1 Cronograma o Diagrama de Gantt

ENTREGABLE	Nº 1				Nº 2				Nº 3				Nº 4			
MES	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
SEMANA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Definición tipo de TFG	■															
Elección temática	■															
Investigación y Búsqueda bibliográfica	■	■	■	■												
Planteamiento del problema y objetivos	■	■	■	■												
justificación	■	■														
Marco teórico	■	■	■	■	■											
Metodología de la investigación	■	■	■	■	■	■										
Instrumentos de investigación	■	■	■	■	■	■										
Encuesta	■	■	■	■	■	■	■									
Análisis de Antecedentes	■	■	■	■	■	■	■	■								
Resultados obtenidos y conclusiones	■	■	■	■	■	■	■	■								
Concepto y Programa de diseño	■	■	■	■	■	■	■	■	■							
Definir inspiración	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
Diseño y alternativas	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
Cuadro de Constantes y Variables	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Fichas: - Técnica - de stampa - de armado	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
Análisis de costos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Branding	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Prototipado	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Comunicación de marca	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
TFG final (fotos)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	

CAPÍTULO 8: ALTERNATIVAS DE DISEÑO

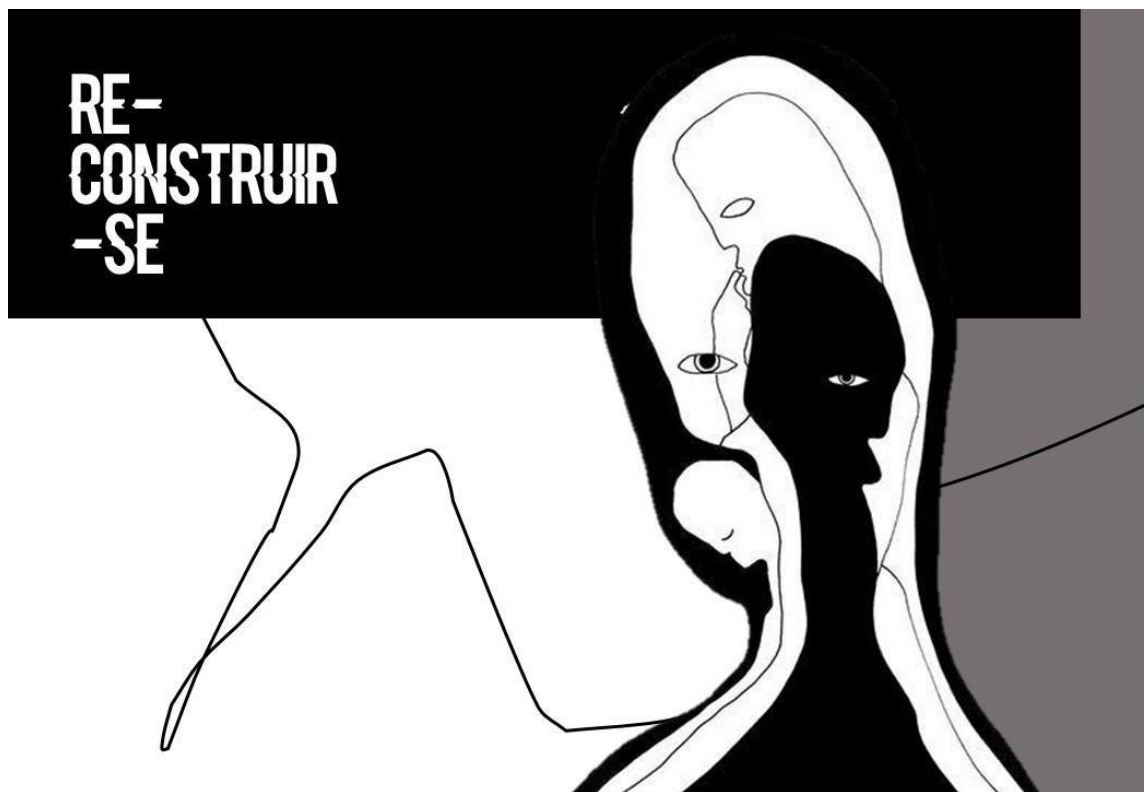
8.1 Moodboard Concepto

Este proyecto de diseño se lleva a cabo , a partir, del concepto de “RE-CONSTRUIR-SE” que implica desnaturalizar lo preestablecido, desandando, repensando y reinventándose.

La importancia de la introspección como camino hacia un pensamiento reflexivo interno que nos lleva a evolucionar constantemente. La introspección según lo indica su definición es la observación que una persona hace de su propia conciencia o de sus estados de ánimo para reflexionar sobre ellos.

Re-pensar, re-construir y reflexionar constantemente, reinventándose, gracias a una inspección interna que le permite al sujeto conocerse mejor, analizarse a sí mismo, interpretando sus propias emociones e ideas.

Conectados en el presente, conscientes y llevando una vida coherente y empática.



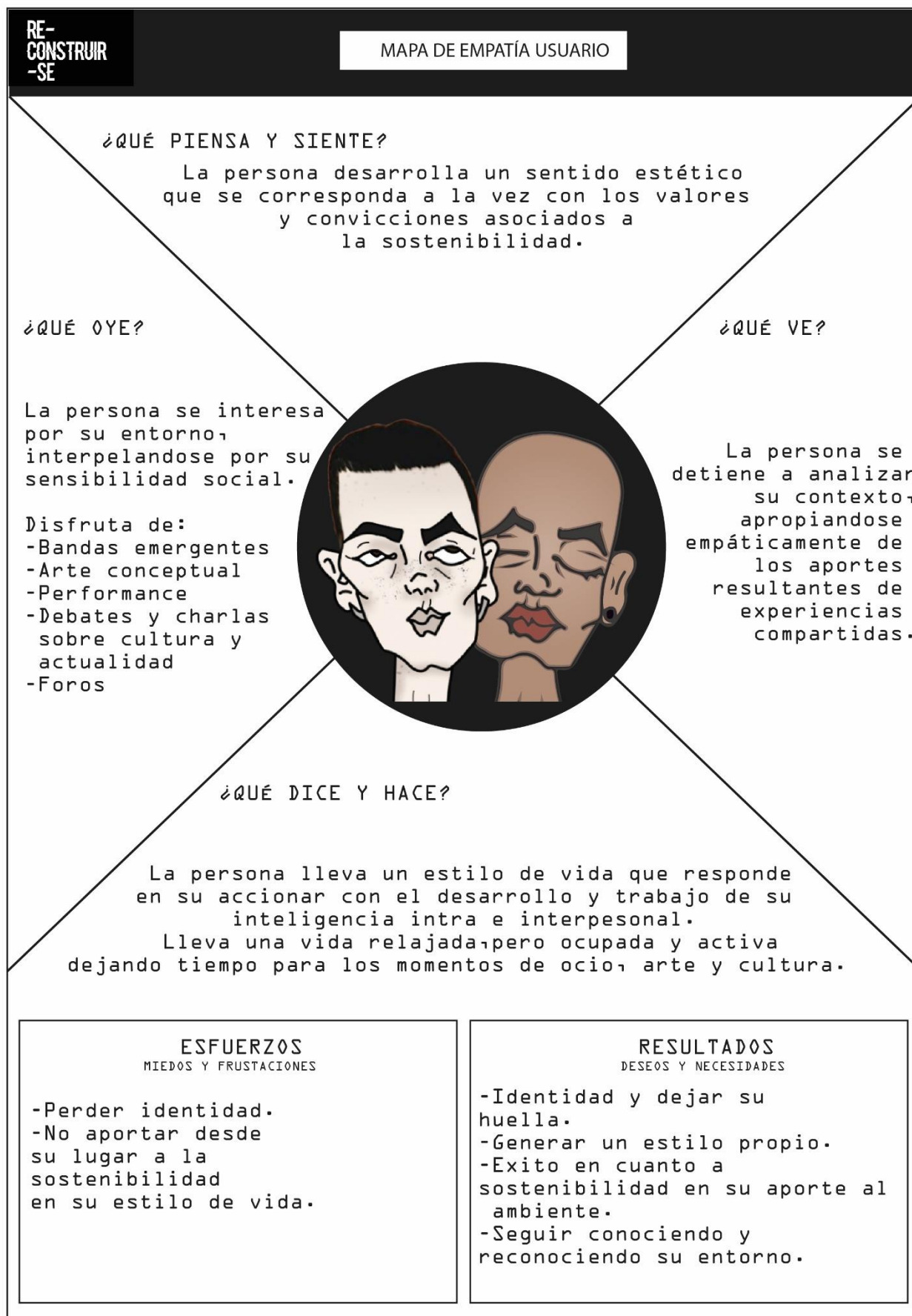
Tablas y Gráficos 7. Moodboard de Diseño. Fuente: Elaboración propia.

8.2 Moodboard Usuario

- Personalidad: la vida social es importante, así como estar al tanto de que está sucediendo en el mundo.
- Disfruta: De las experiencias, sacar fotos, conocer lugares y personas nuevas.
- Estilo de vida: Trabaja/estudia.
- Intereses: Arte, Naturaleza, Moda
- Hábitos de consumo: consciente, responsable y manteniendo su estilo e identidad.
- Comprador/a fiel de la marca.
- Rango Etario: 20 a 30 años



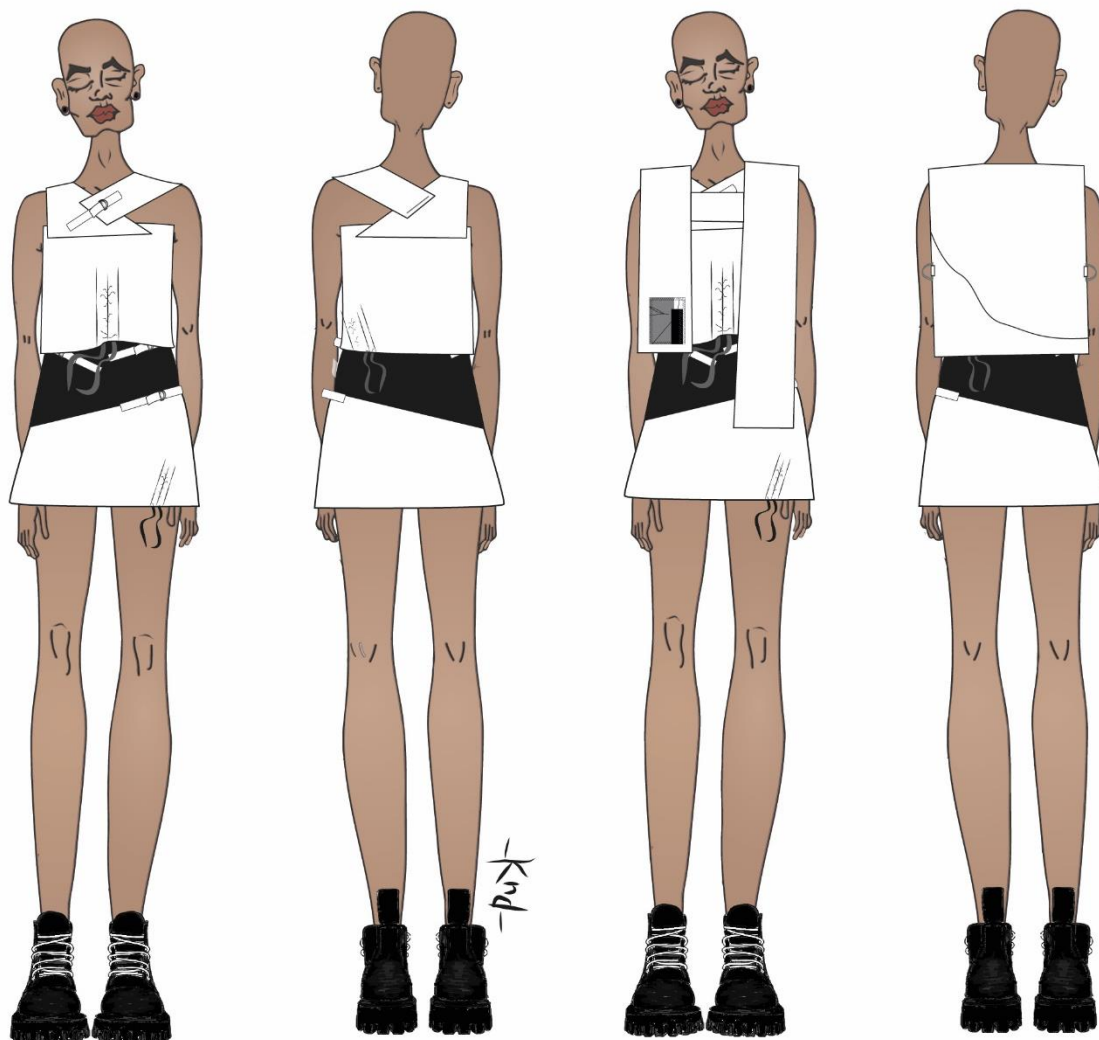
Tablas y Gráficos 8. Moodboard de usuario. Fuente: Elaboración propia.



8.3 Colección

RE-
CONSTRUIR
-SE

SERIE 1 - CONJUNTO 1

**PRENDA SUPERIOR:**

- Top, cuello asimétrico con acceso regulable.
- Laterales con módulo rectangular con cierre (para añadir cm de contorno)

- Centro delantero y espalda trasera con frunce para ajuste

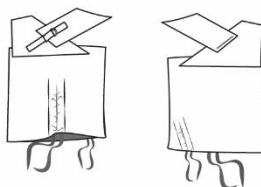
PRENDA INFERIOR:

- Mini-Falda con recorte asimétrico.
- 3 puntos de ajuste.
- Frunce delantero inferior.

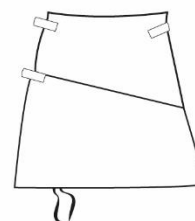
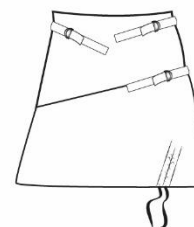
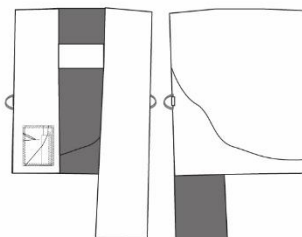
TERCERA PIEL:

- Chaleco asimétrico reversible
- Laterales con medialunas de metal para ajustar según preferencia
- Bolsillo frontal plaque

PRENDA SUPERIOR



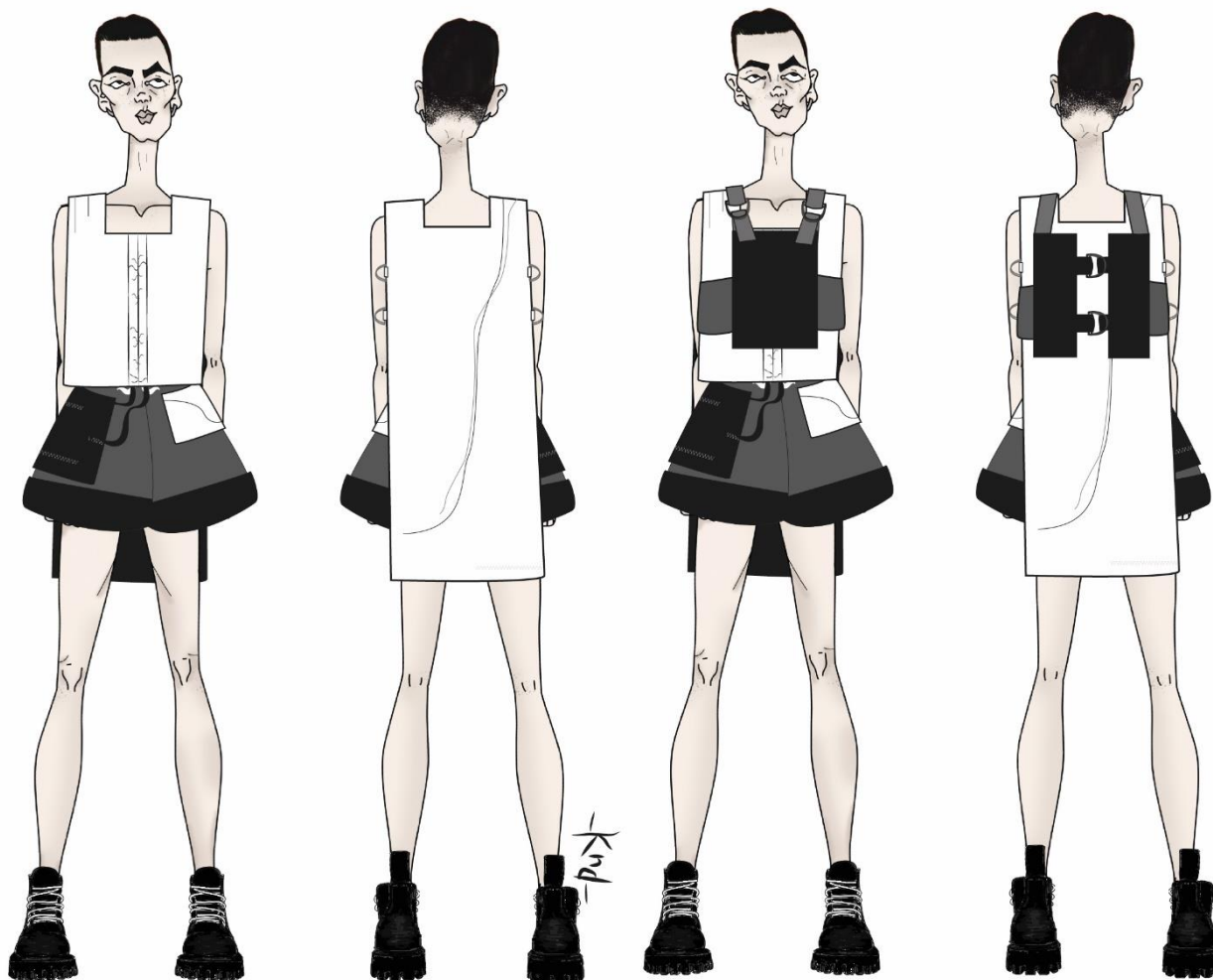
TERCERA PIEL



PRENDA INFERIOR

RE-
CONSTRUIR
-SE

SERIE 1 - CONJUNTO 2



PRENDA SUPERIOR:

- Musculosa reversible, cuello cuadrado.
- Centro delantero con frunce para ajuste
- Largo modular delantero/trasero asimétrico.

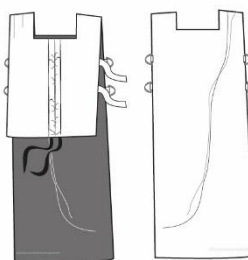
PRENDA INFERIOR:

- Short con bolsillos asimétricos.
- Cintura con ajuste por totora.

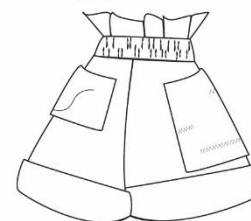
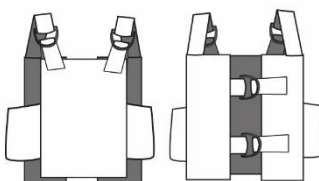
TERCERA PIEL:

- Pechera reversible.
- Medialunas de metal a la altura de los hombros para ajustar largo de tira según preferencia.
- Laterales regulables por módulos con cierre
- Correas de ajuste

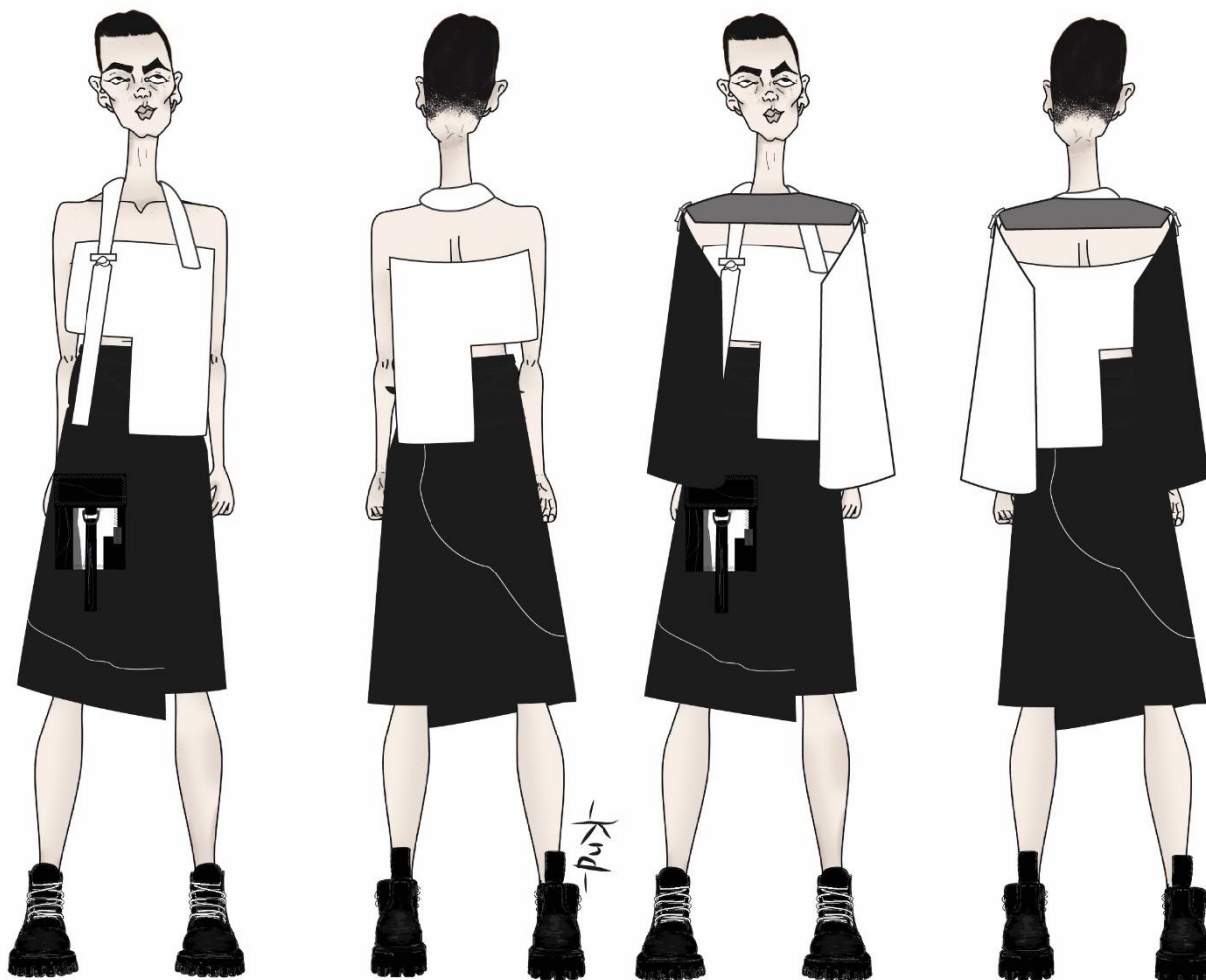
PRENDA SUPERIOR



TERCERA PIEL



PRENDA INFERIOR

**PRENDA SUPERIOR:**

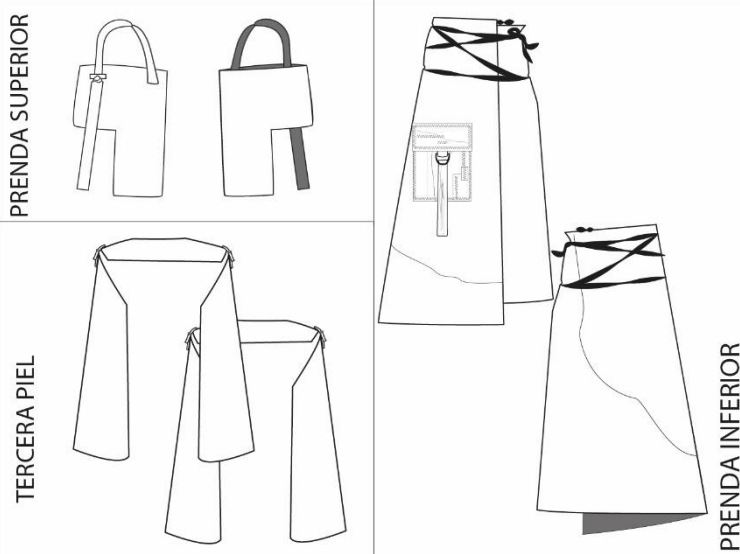
-Top asimétrico, con tira U, regulable para acceso y cuello.

PRENDA INFERIOR:

- Falda envolvente ,pasando las rodillas.
- Ajuste de la prenda por totora a rodear por cintura y cadera .
- Bolsillo plaqué con tapa y ajuste al cierre.

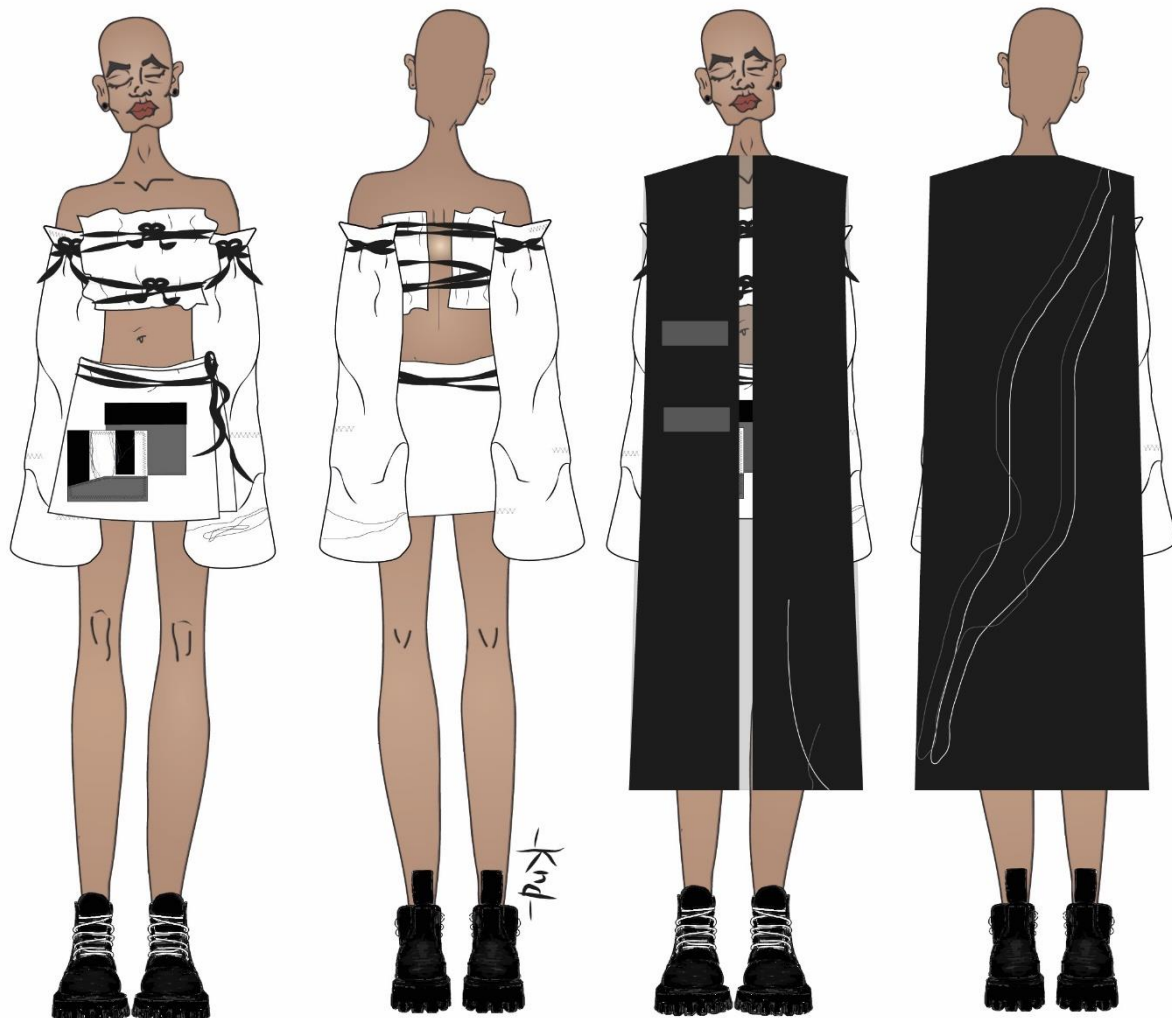
TERCERA PIEL:

- Módulo cuello recto amplio.
- Mangas largas, tubo recto con recortes para ergonomía.
- Medialunas de metal laterales, a la altura de los hombros para ajustar y unir mangas. (largo de tira según preferencia)



RE-
CONSTRUIR
-SE

SERIE 1 - CONJUNTO 4



PRENDA SUPERIOR:

- Crop Top sin mangas.
- Frunche de ajuste.
- Acceso delantero o trasero según preferencia con totora.
- Mangas por separado, con ajuste superior en brazo por totora

PRENDA INFERIOR:

- Falda pareo con frunche de ajuste.
- Cintura con ajuste por totora.
- Bolsillo plaqué con tapa y plaqué solapado

TERCERA PIEL:

- Poncho largo total reversible.
- Detalle delantero para pasar solapa lateral (cierre de prenda).



**PRENDA SUPERIOR:**

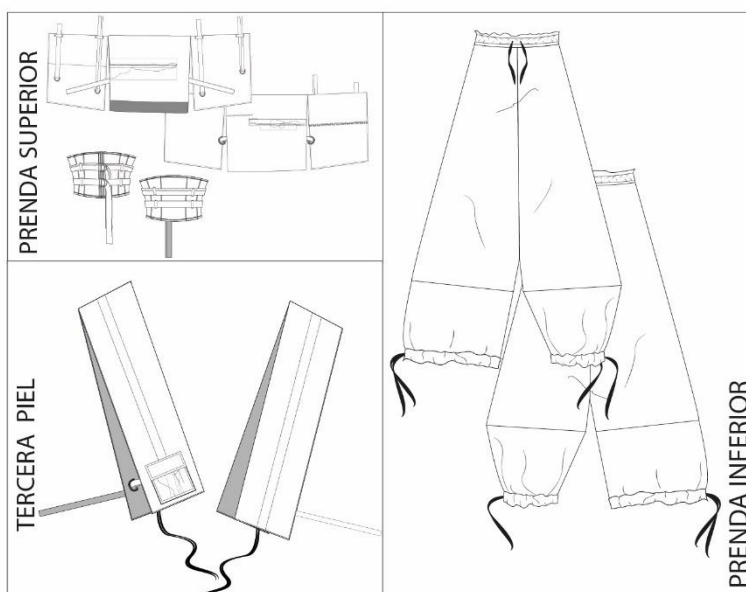
- Remera "kimono" reversible.
- Sisa y manga sin unión por costura.
- Corset con 2 cintas de ajuste

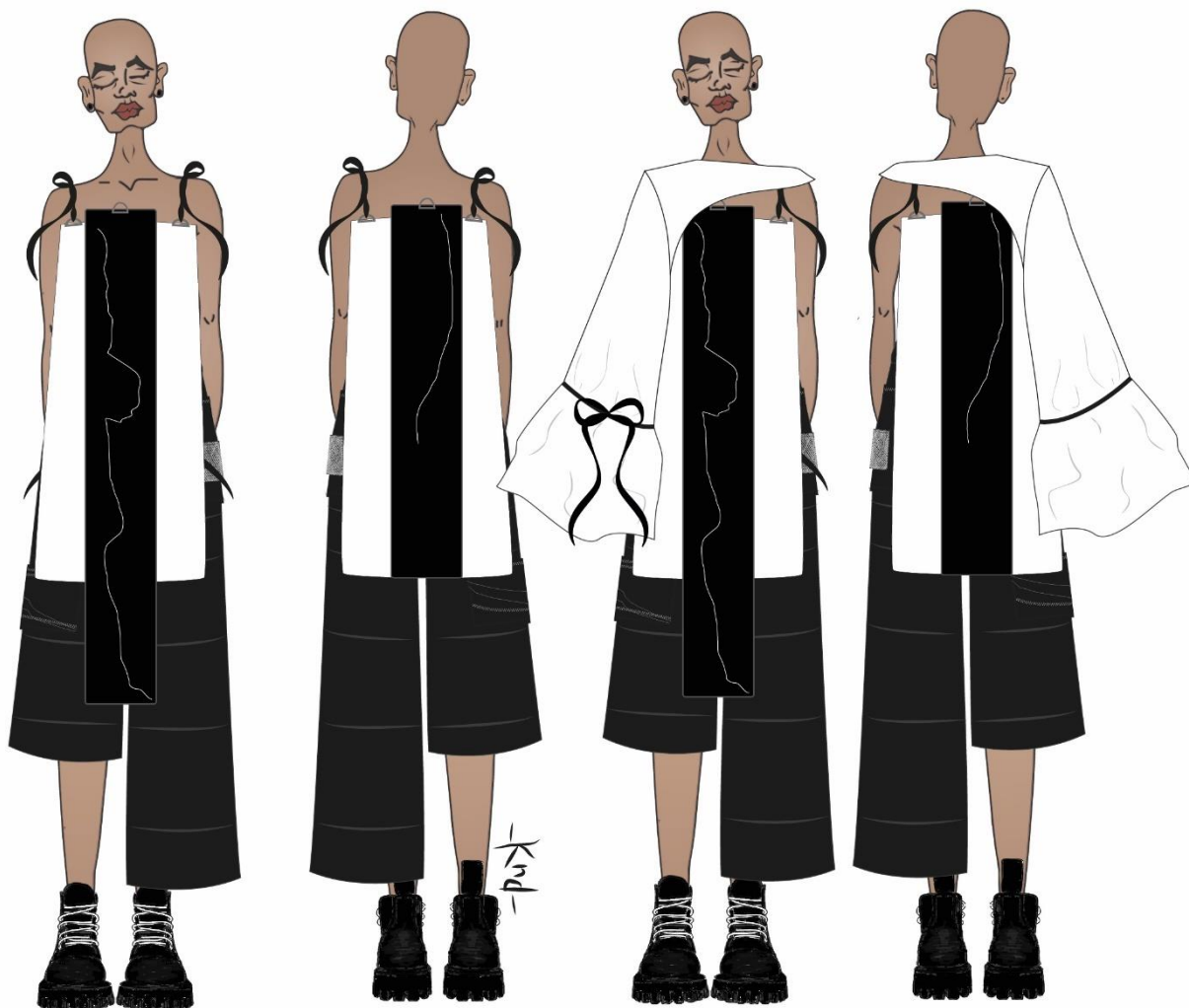
PRENDA INFERIOR:

- Pantalón farol.
- Cintura con ajuste por cordón.
- Puño con frunce.

TERCERA PIEL:

- Banda con ajuste lateral.
- Bolsillo plaqué con tapa.
- 1 punto de frunce.

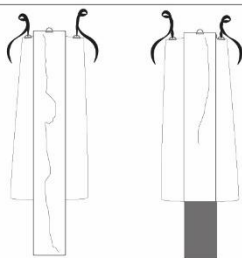


**PRENDA SUPERIOR:**

-Vestido

- Laterales con modulo rectangular con cierre (para añadir cm de contorno)
- Largo modular delantero/trasero asimétrico.
- 3 Puntos para tiras de ajuste con medialunas de metal delantero y 3 trasero

PRENDA SUPERIOR

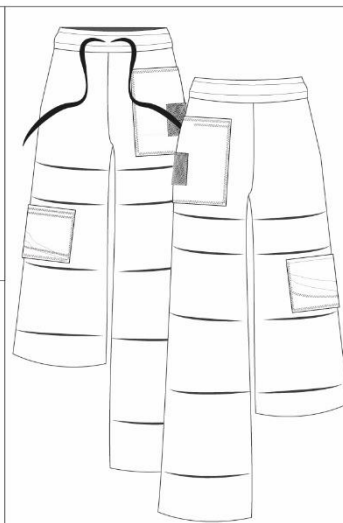
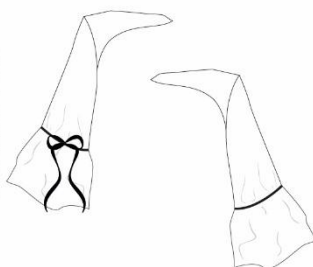
**PRENDA INFERIOR:**

- Pantalon desmontable respecto a su largo modular a través de cierres.
- Cintura con totora para regular según preferencia.

TERCERA PIEL:

- Manga amplia con cordón para ajuste y frunce

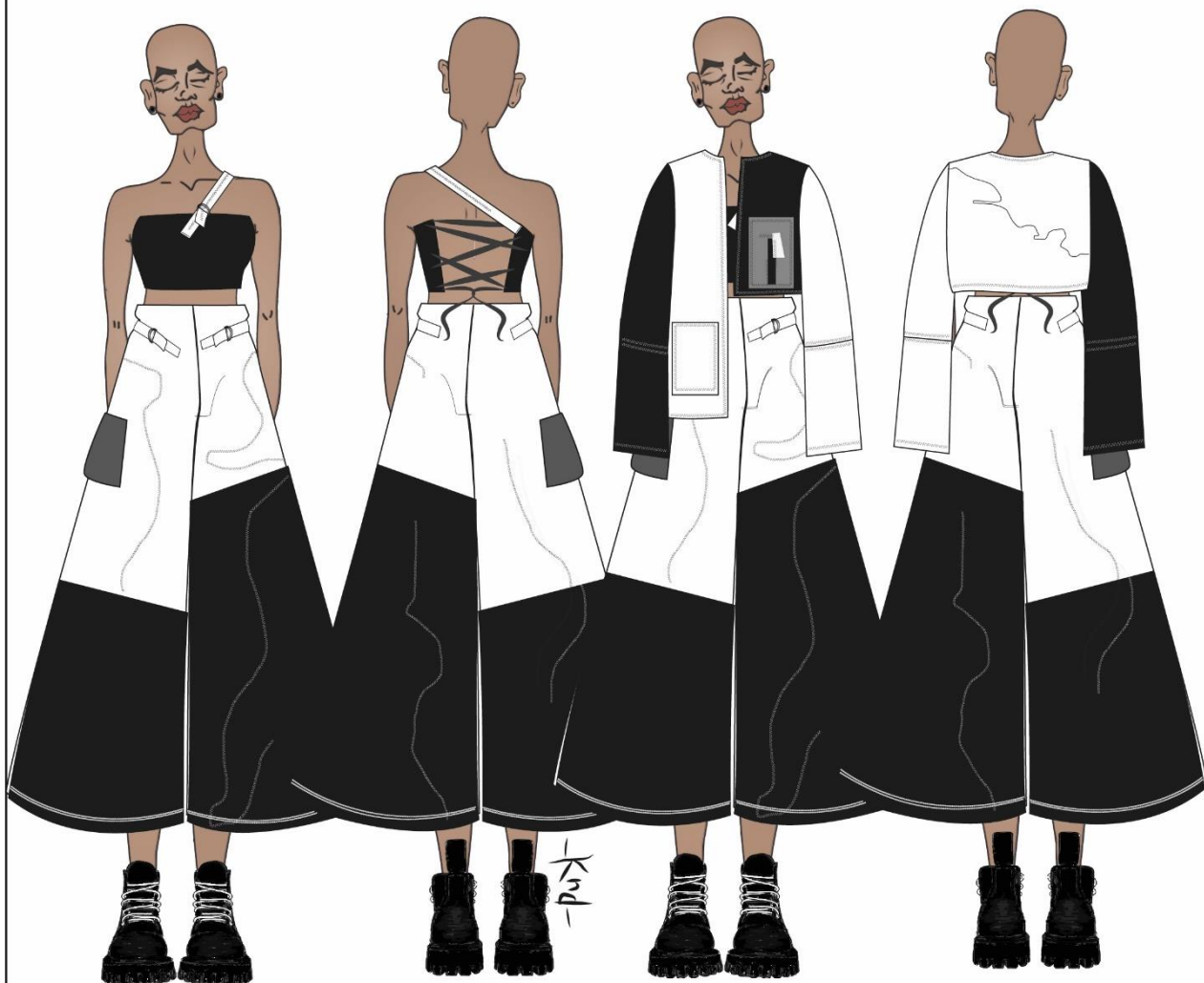
TERCERA PIEL



PRENDA INFERIOR

RE-
CONSTRUIR
-SE

SERIE 2 - CONJUNTO 7

**PRENDA SUPERIOR:**

- Crop Top con cordonera trasera.
- Tira de cuello diagonal.
- Reversible.

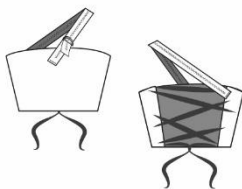
PRENDA INFERIOR:

- Pantalón amplio ajustable.
- Cintura con ajuste, tiras con medialunas.
- Módulos inferiores demontables.

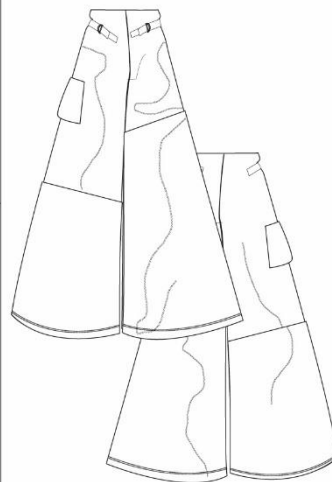
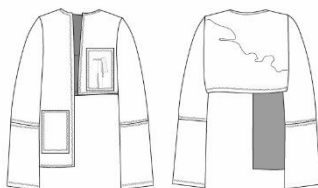
TERCERA PIEL:

- Campera asimétrica por módulos.
- Mangas desmontables .

PRENDA SUPERIOR



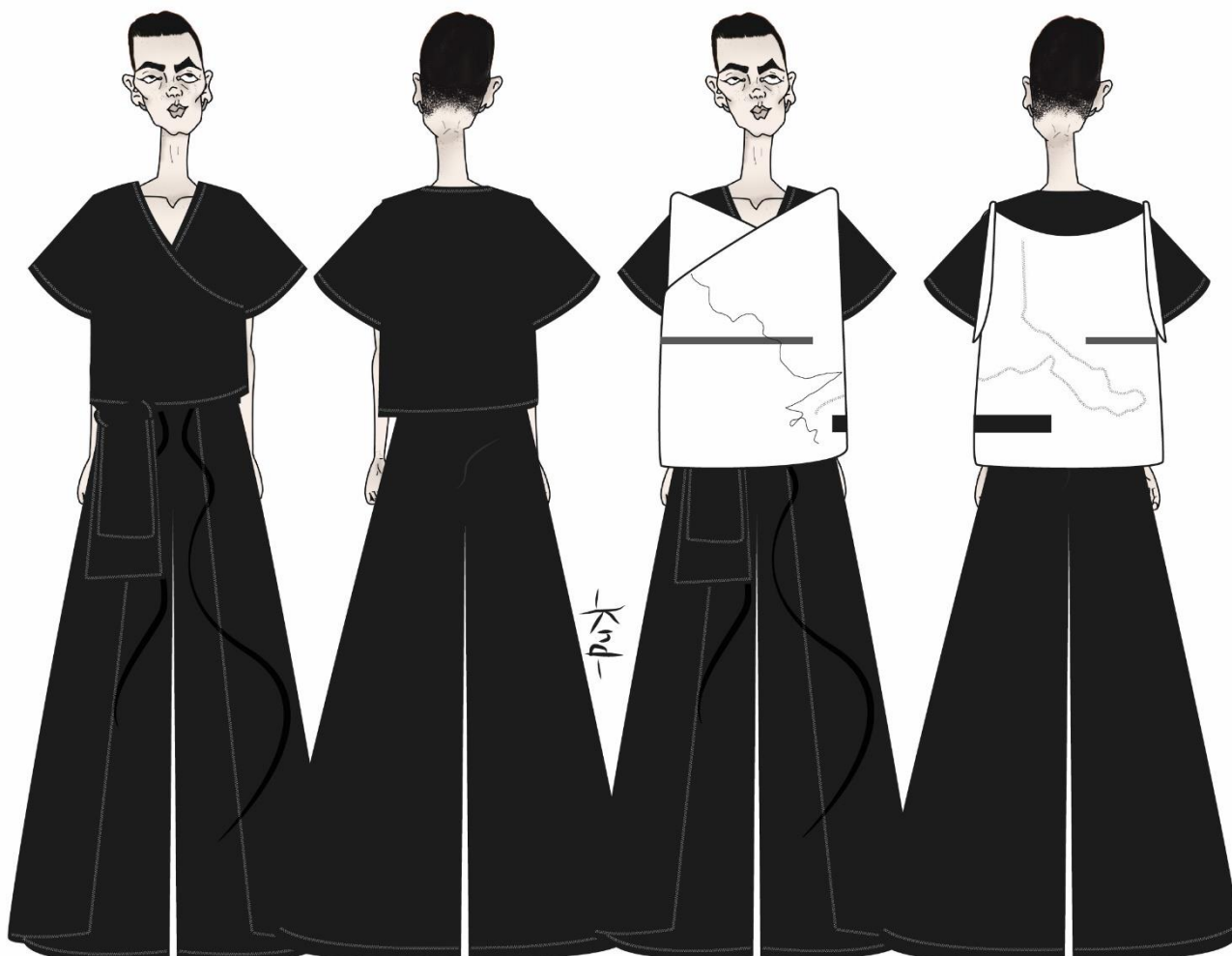
TERCERA PIEL



PRENDA INFERIOR

RE-
CONSTRUIR
-SE

SERIE 2 - CONJUNTO 8



PRENDA SUPERIOR:

-Remera "pareo", se envuelve y se anuda.

PRENDA INFERIOR:

-Pantalón campana.

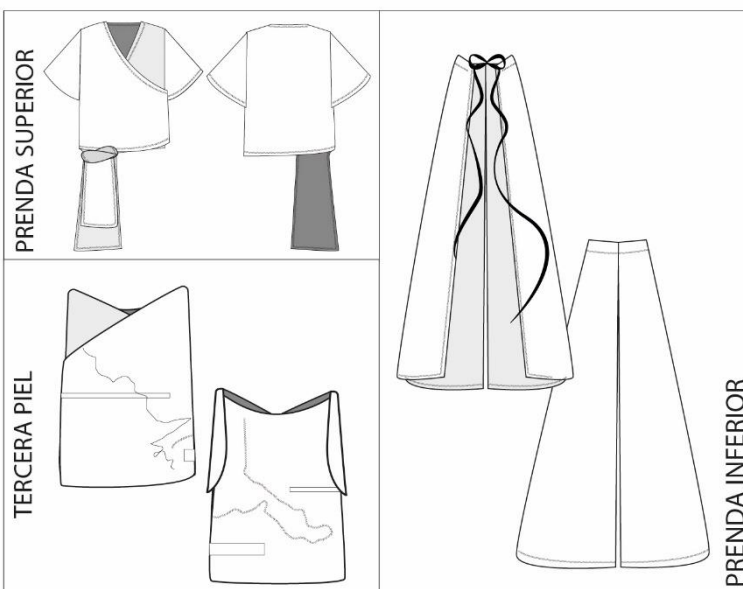
- El delantero se ata atrás
y el trasero se lleva para adelante con
ajuste por cordón.

TERCERA PIEL:

-Chaleco Roll

- Reversible

- Se envuelve en el cuerpo
y tiene la apertura para pasar los brazos.



8.4 Cuadro de Constantes y Variables

A continuación, se describe en el cuadro de constantes y variables, información de interés que sirve para comparar el desarrollo de las prendas dentro de la colección.

RE-CONSTRUIR -SE	PIEL			SILUETA	LINEA	PRINCIPIOS	LARGO MODULAR	PALETA COLOR	PUNTOS DE TENSION	
	PRENDA SUPERIOR	PRENDA INFERIOR	TERCERA PIEL							
SERIE N° 1	CONJUNTO 1 - TOP - MINI FALDA - CHALECO						-CONTRASTE -ASIMETRÍA -COLOR	A 1/2 MUSLO	PRENDA SUPERIOR PRENDA INFERIOR TERCERA PIEL	HOMBROS y CINTURA
	CONJUNTO 2 - MUSCULOSA - SHORT - PECHERA						-CONTRASTE -ASIMETRÍA -COLOR	A 1/2 MUSLO	PRENDA SUPERIOR PRENDA INFERIOR TERCERA PIEL	HOMBROS y CINTURA
	CONJUNTO 3 - TOP - FALDA - MÓDULO 2 MANGAS						-CONTRASTE -ASIMETRÍA -COLOR	RODILLAS	PRENDA SUPERIOR PRENDA INFERIOR TERCERA PIEL	HOMBROS y CINTURA
	CONJUNTO 4 - CROP TOP C/ MANGAS - FALDA PAREO - PONCHO						-CONTRASTE -ASIMETRÍA -COLOR	LARGO RODILLAS	PRENDA SUPERIOR PRENDA INFERIOR TERCERA PIEL	HOMBROS y CINTURA
SERIE N° 2	CONJUNTO 5 - REMERA KIMONO - PANTALÓN FAROL - BANDA						-CONTRASTE -ASIMETRÍA -COLOR	ATRAPAFRÍO TORSO	PRENDA SUPERIOR PRENDA INFERIOR TERCERA PIEL	HOMBROS y CINTURA
	CONJUNTO 6 - VESTIDO - PANTALÓN - MÓDULO 1 MANGA						-CONTRASTE -ASIMETRÍA -COLOR	ABRIFA EF. TORSO	PRENDA SUPERIOR PRENDA INFERIOR TERCERA PIEL	HOMBROS y CINTURA
	CONJUNTO 7 - TOP - PANTALÓN - CAMPERA						-CONTRASTE -ASIMETRÍA -COLOR	LARGO CINTURA y RODILLAS	PRENDA SUPERIOR PRENDA INFERIOR TERCERA PIEL	HOMBROS y CINTURA
	CONJUNTO 8 - REMERA - PANTALÓN - CHALECO "ROLL"						-CONTRASTE -ASIMETRÍA -COLOR	JUEGO CINTURA	PRENDA SUPERIOR PRENDA INFERIOR TERCERA PIEL	HOMBROS y CINTURA

Tablas y Gráficos 10. Cuadro de Constantes y Variables. Fuente: Elaboración propia.

8.5 Cuadro de Tipologías

A continuación, se describe en el cuadro de tipologías, información de interés que sirve para poner en constancia la variedad de prendas dentro de la colección.

Resaltando que como se menciona a lo largo del proyecto, esta multifuncionalidad de las prendas hace que se hace una clasificación relativa, respecto al límite entre las tipologías que debería ocupar cada una. Siendo así se plantea este cuadro, ubicando a las prendas en las casillas que más las representan, por ejemplo, un pantalón, como el #19, puede ser pantalón largo, bermuda o short y sus híbridos asimétricos. A los fines operativos se decide “encasillar” cada prenda en una tipología tradicional.

RE-CONSTRUIR-SE		PARTE SUPERIOR			TERCERA PIEL			PARTE INFERIOR				
S E R I E	C O N J U N T O	TOP	MUSCULOSA	REMERA	VESTIDO	CHALECO	CAMPERA	PONCHO	FALDA	SHORT	BERMUDA	PANTALÓN
1	N° 1											
1	N° 2											
1	N° 3											
1	N° 4											
2	N° 5											
2	N° 6											
2	N° 7											
2	N° 8											

Tablas y Gráficos 11. Cuadro de Tipologías. Fuente: Elaboración propia.

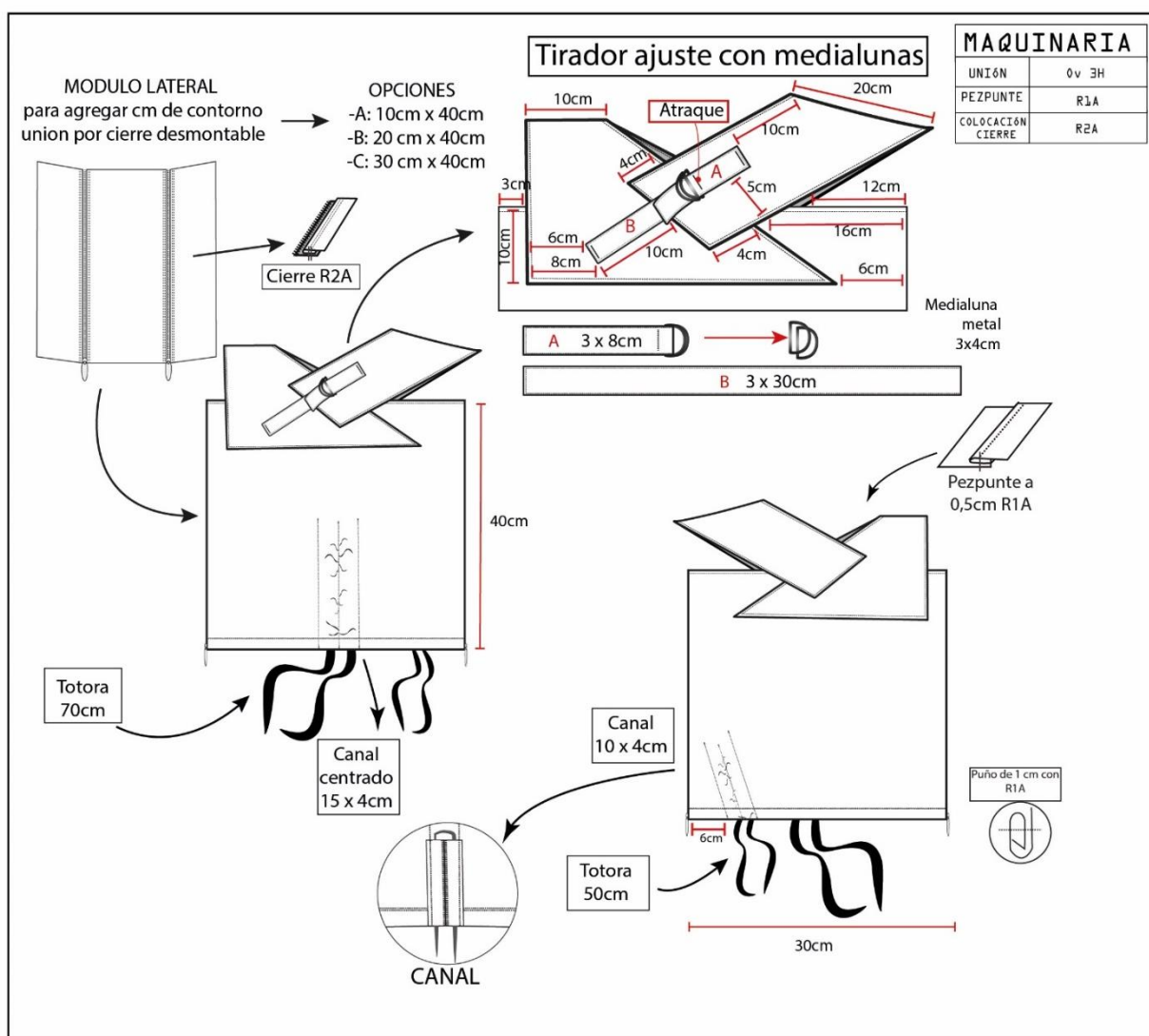
CAPÍTULO 9: PROPUESTA FINAL DE DISEÑO

9.1 Definición Técnica

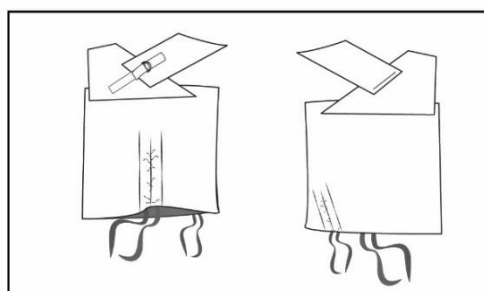
9.1.1 Fichas técnicas Integrales de la Colección

9.1.1.1 Serie 1 – Conjunto 1

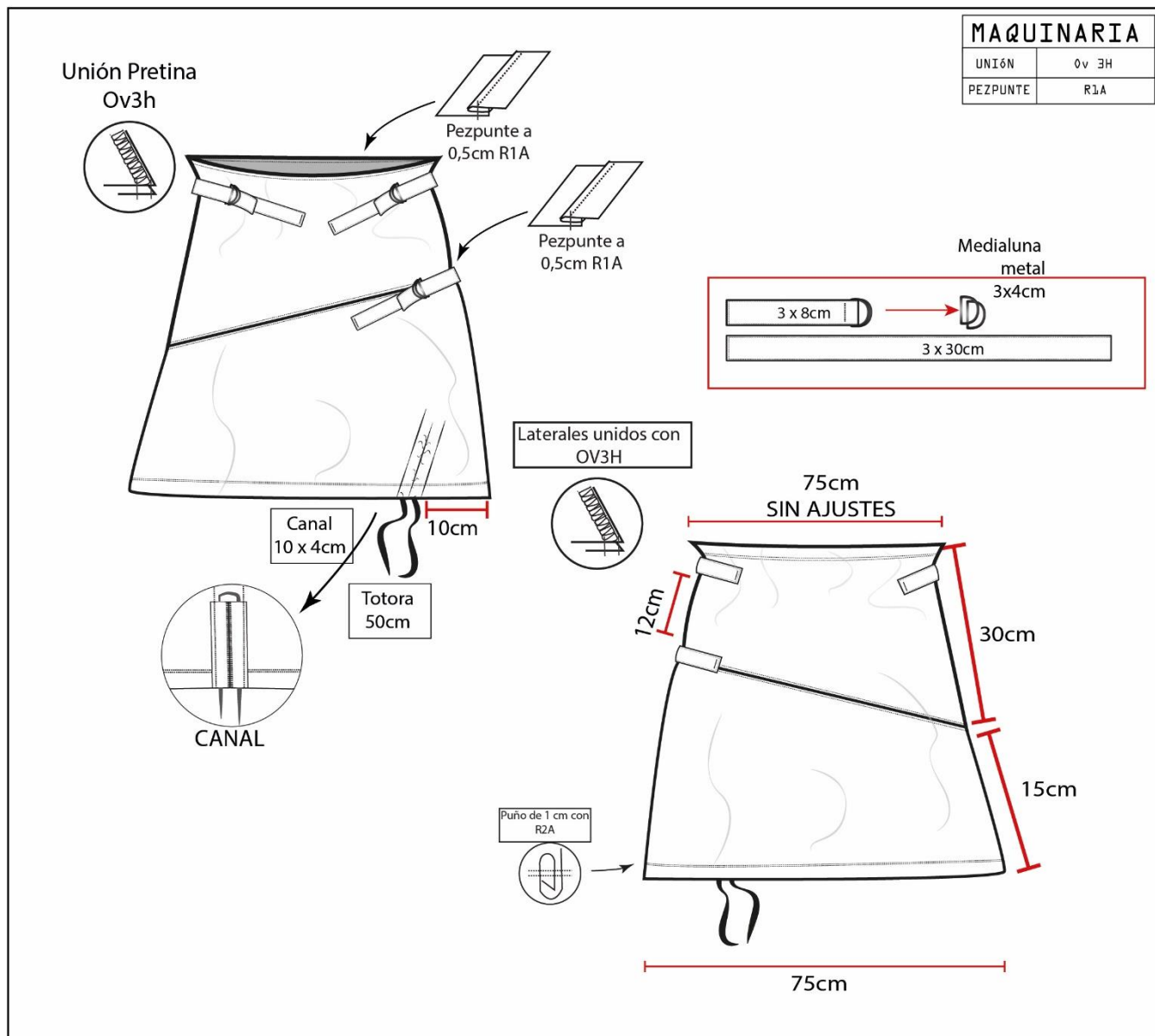
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE	
TFG	CONJUNTO: 1	SERIE: 1		ART: 01
DESCRIPCIÓN: TOP CUELLO ASIMÉTRICO, CON ACCESO REGULABLE				



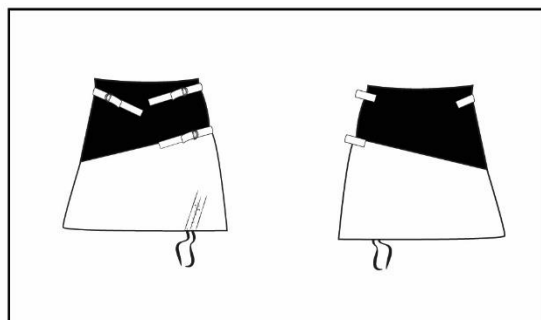
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
	CIERRE DESM	PANDORA	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



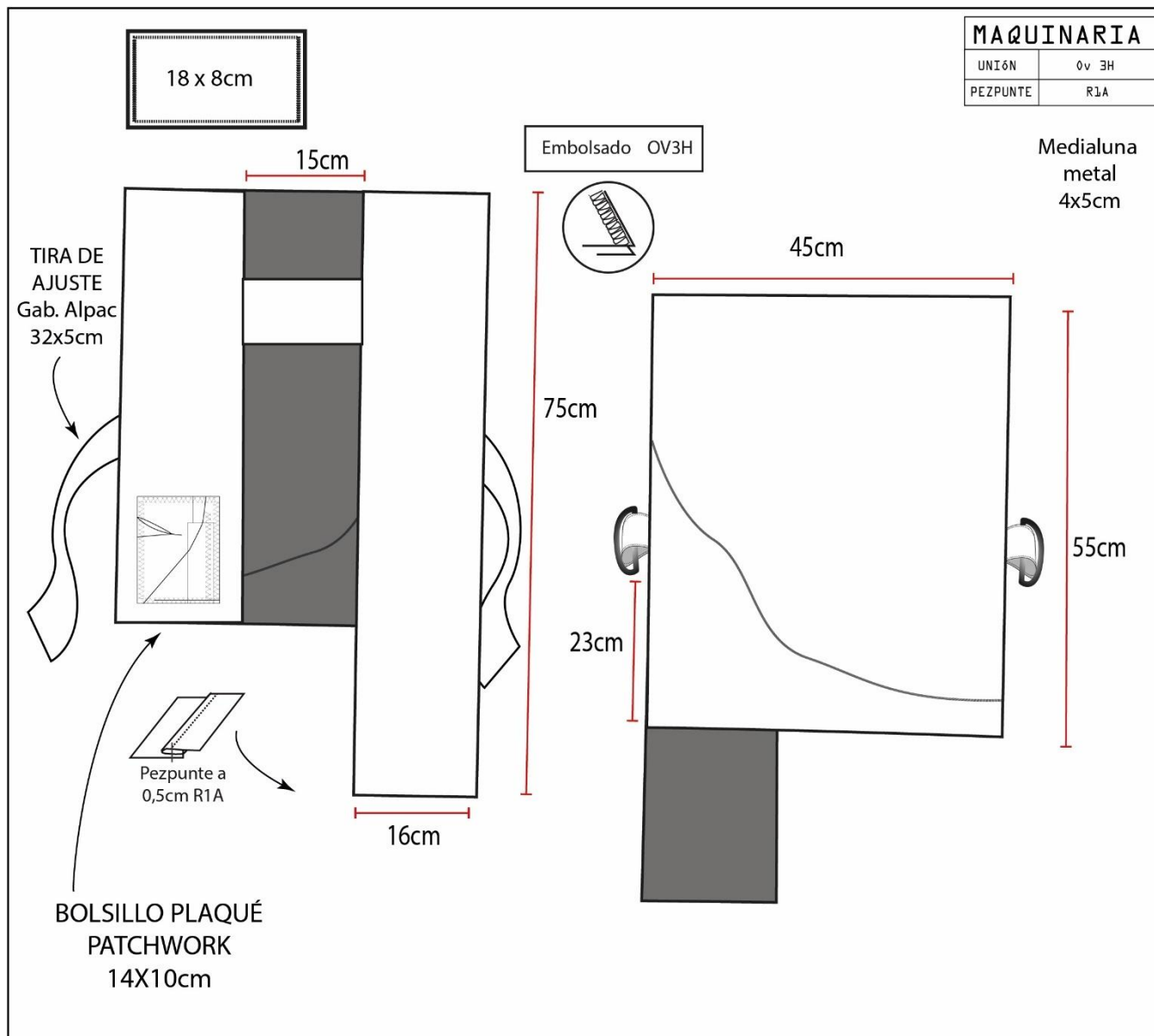
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 1 SERIE: 1	ART: 02	
DESCRIPCIÓN: MINI-FALDA RECORTE ASIMÉTRICO, CON AJUSTE			



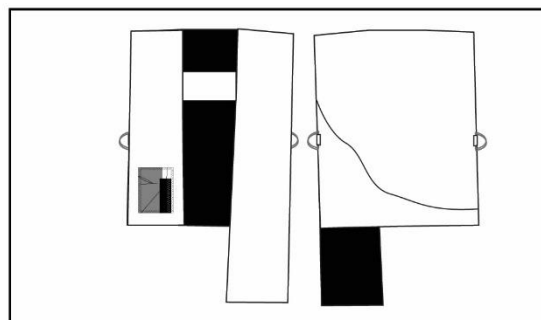
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA Boz	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO BLANCO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



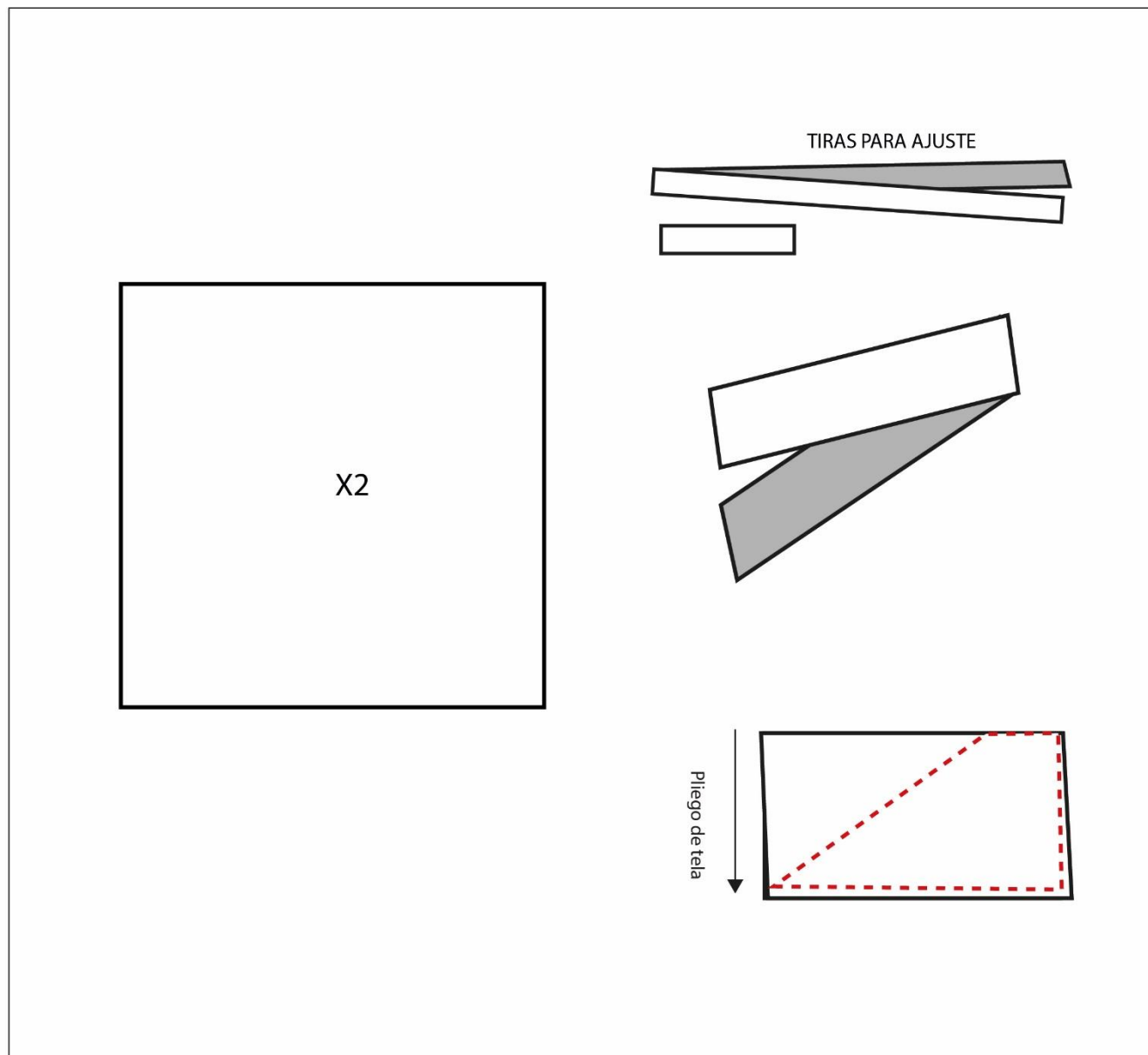
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 1 SERIE: 1	ART: 03	
DESCRIPCIÓN: CHALECO ASIMÉTRICO, REVERSIBLE			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
	GABARDINA 8oz	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



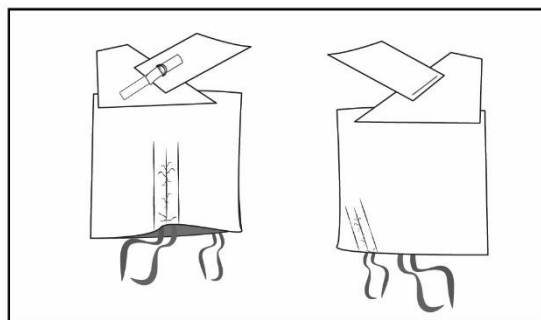
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 1 SERIE: 1	ART: 01	
DESCRIPCIÓN: TOP CUELLO ASIMÉTRICO, CON ACCESO REGULABLE			



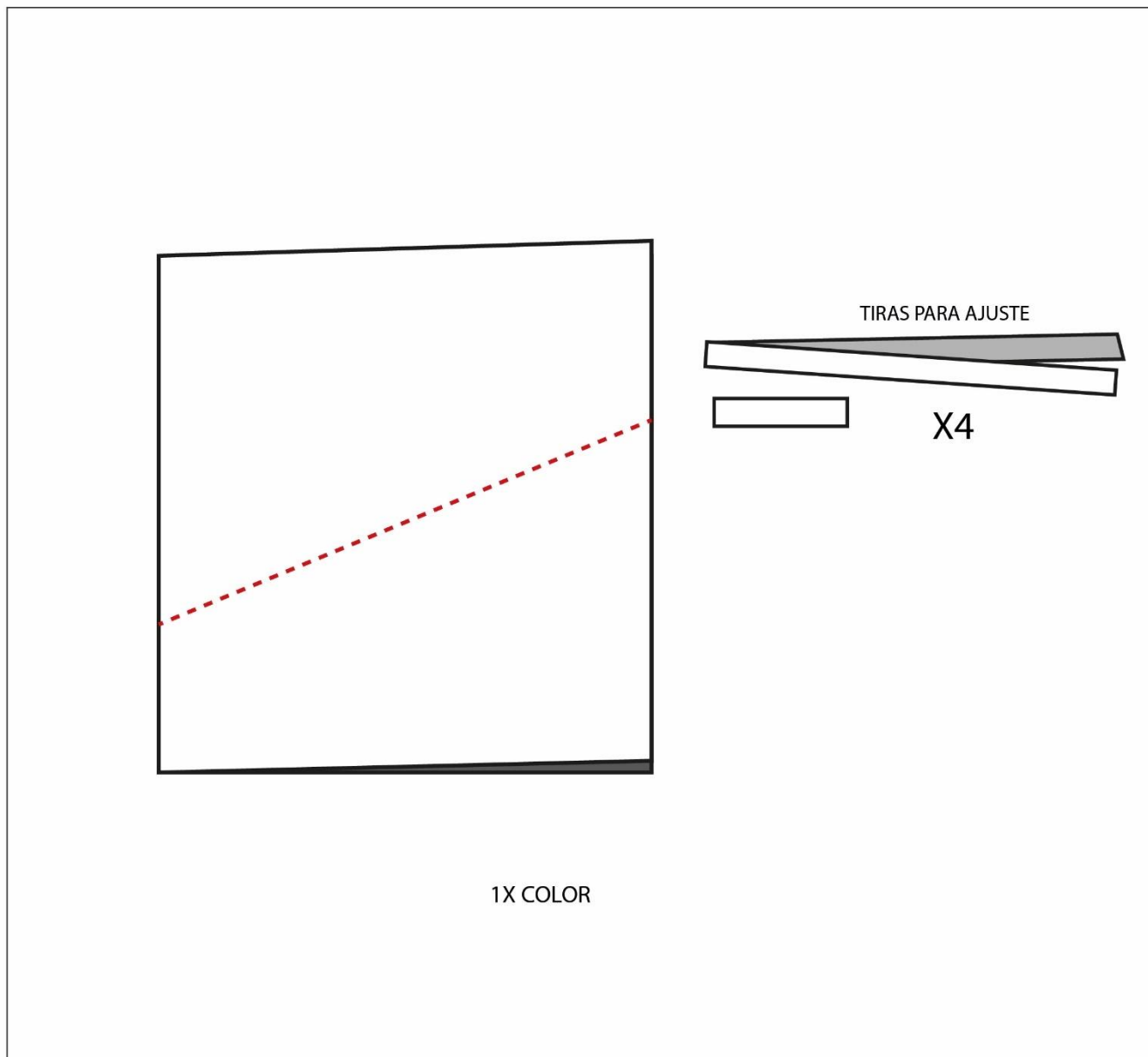
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



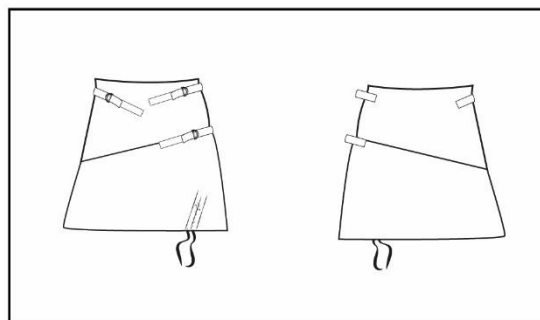
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 1 SERIE: 1	ART: 02	
DESCRIPCIÓN: MINI-FALDA RECORTE ASIMÉTRICO, CON AJUSTE			



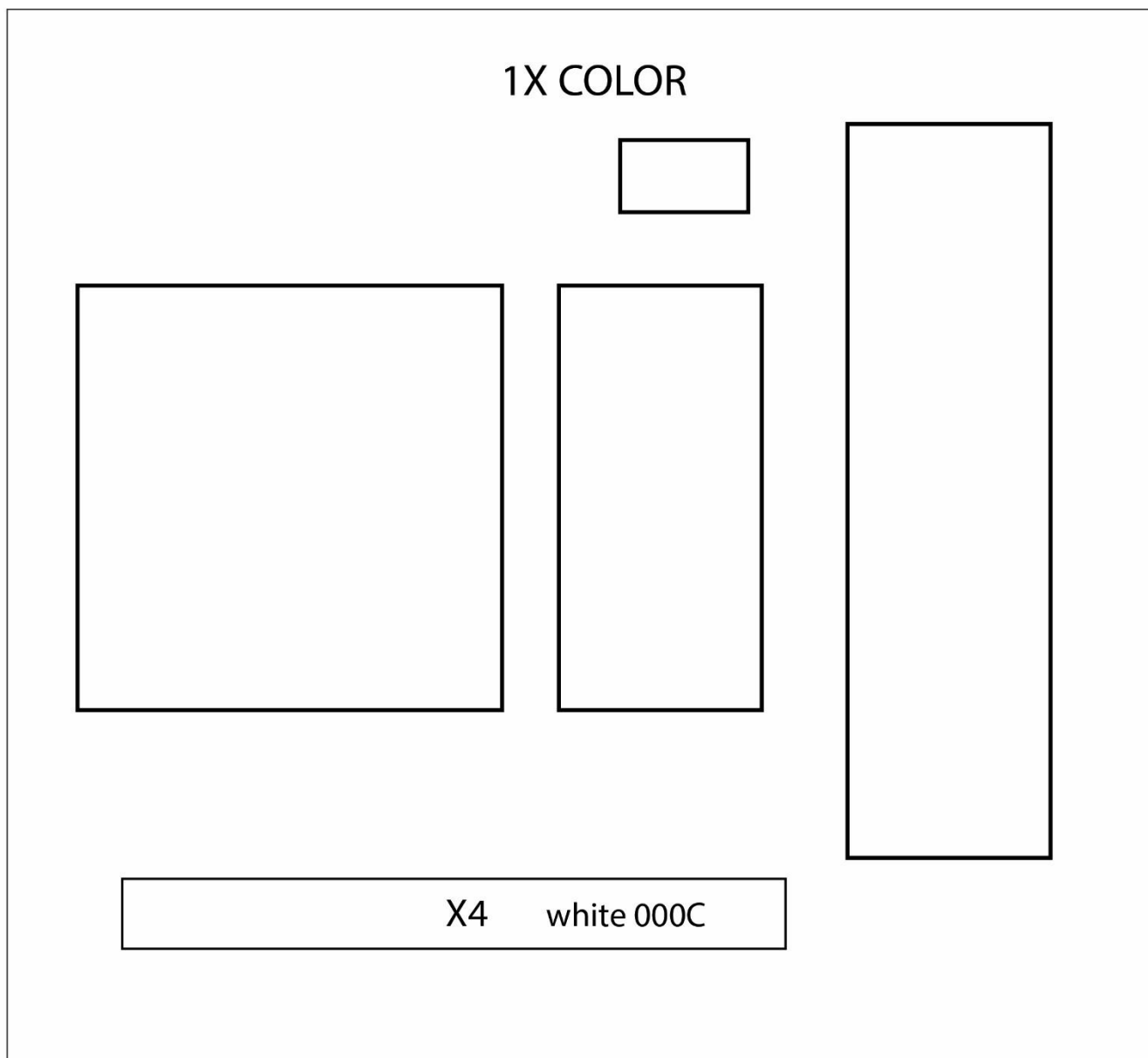
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



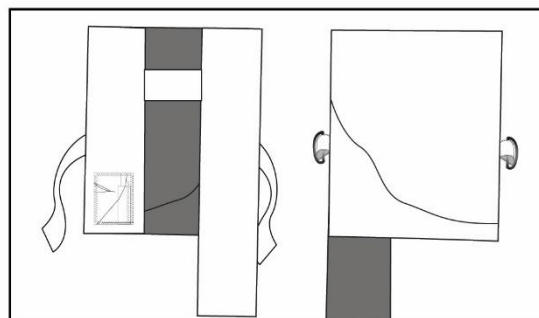
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE	
TFG	CONJUNTO: 1	SERIE: 1		ART: 03
DESCRIPCIÓN: CHALECO ASIMÉTRICO, REVERSIBLE				



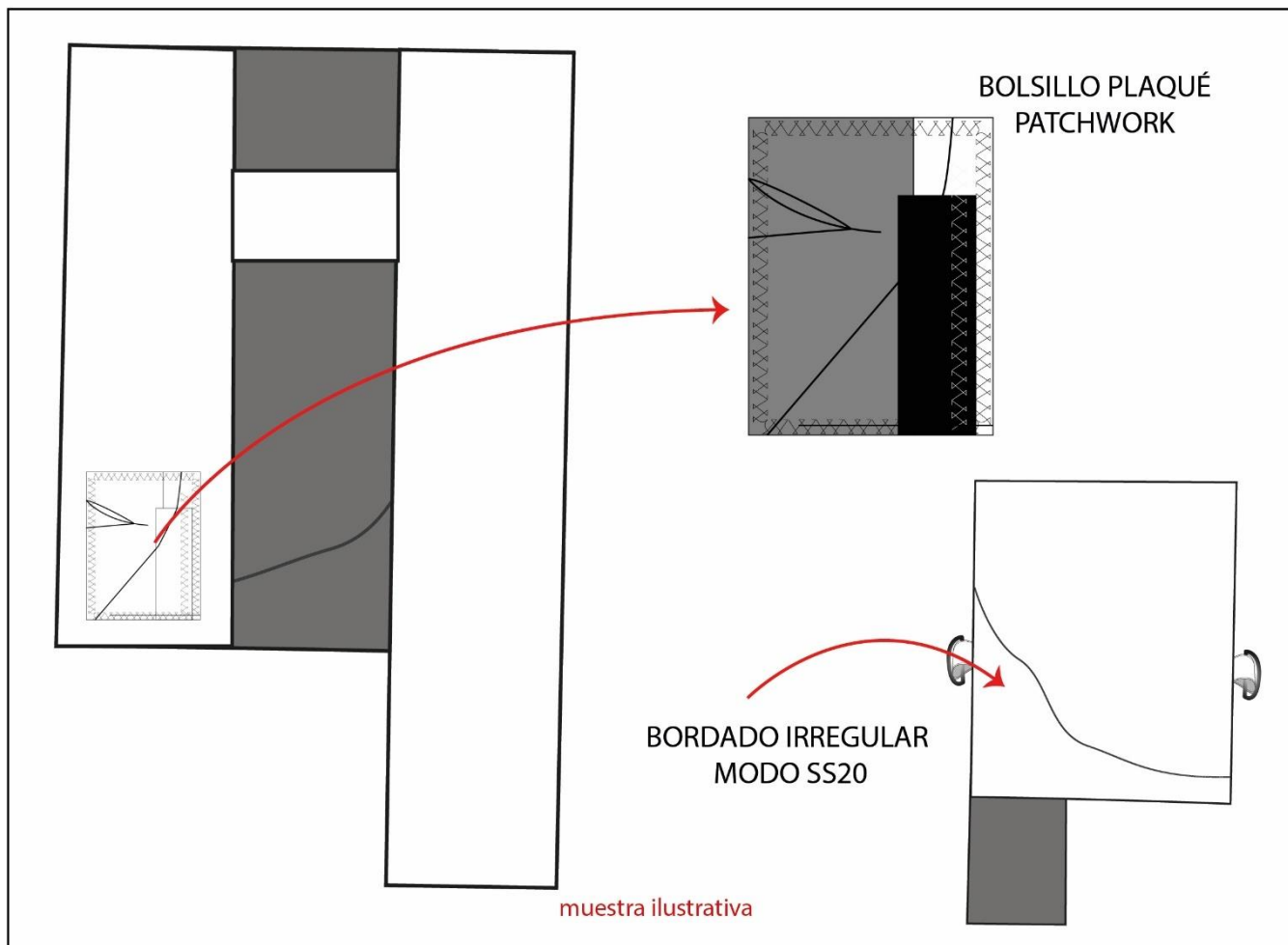
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -

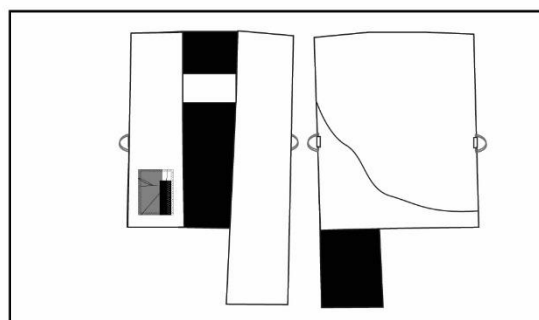


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 1 SERIE: 1	ART: 03	
DESCRIPCIÓN: CHALECO ASIMÉTRICO, REVERSIBLE			



EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	Black 11C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	Black 11C
TIEMPO DE CICLO	30 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 3 / 9	MODOS	SS 27 SS 20 —

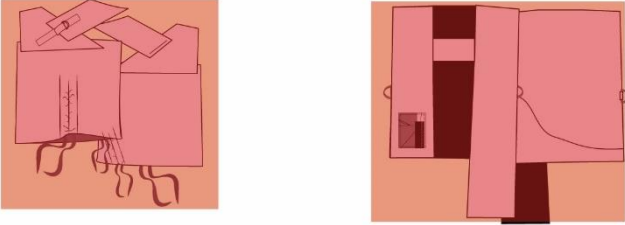


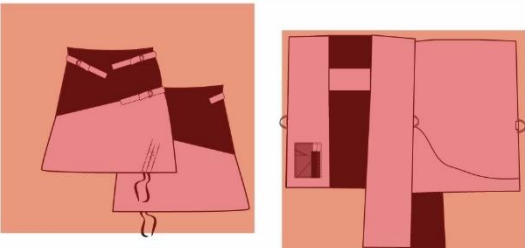


	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO



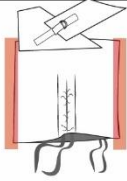

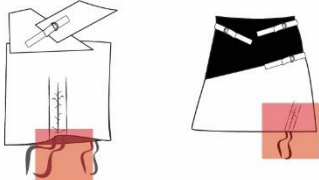

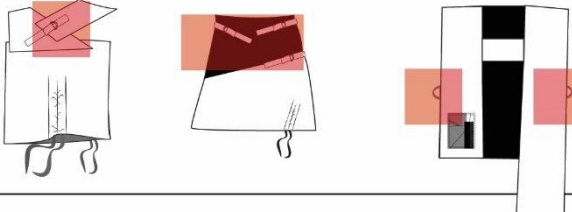

Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 1 SERIE: 1	ART: 1 al 3	

TEXTILES


1 de 2

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Gabardina Alpacuna COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% polyester ANCHO: 1,50mts COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$8200,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C:1mt Black 11C:0,5mt</p>		 Black 11c  White 000c
<p>NOMBRE: Gabardina 8oz ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$4300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C:1mt Black 11C:1mt</p>		 Black 11c  White 000c

AVÍOS

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Cierre Desmontable MATERIAL: Metal TAMAÑO: Segun prenda COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$1000,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:0,8mt</p>		 Black 11c
<p>NOMBRE: Titora MATERIAL: textil c/ Spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Mercacor PRECIO: \$100,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:1,9 mt</p>		 Black 11c
<p>NOMBRE: Medialuna MATERIAL: Metal Tamaños: 3x4cm o 4x5cm COLOR: Plateado PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$398,00 x unidad CANTIDAD UTILIZADA: 3x4cm: 8 unidades 4x5cm: 4 unidades</p>		 Steel Plate

HIL0

<p>NOMBRE: HIL0 reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha técnica	 White 000c Black 11c
---	---------------------	--

Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 1 SERIE: 1	ART: 1 a 1 3	

2 de 2

TEXTURAS Y ACABADOS


TEXTILES

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
Retazos de todos los textiles de la colección	Art nº 3	Ver muestrario

AVÍOS

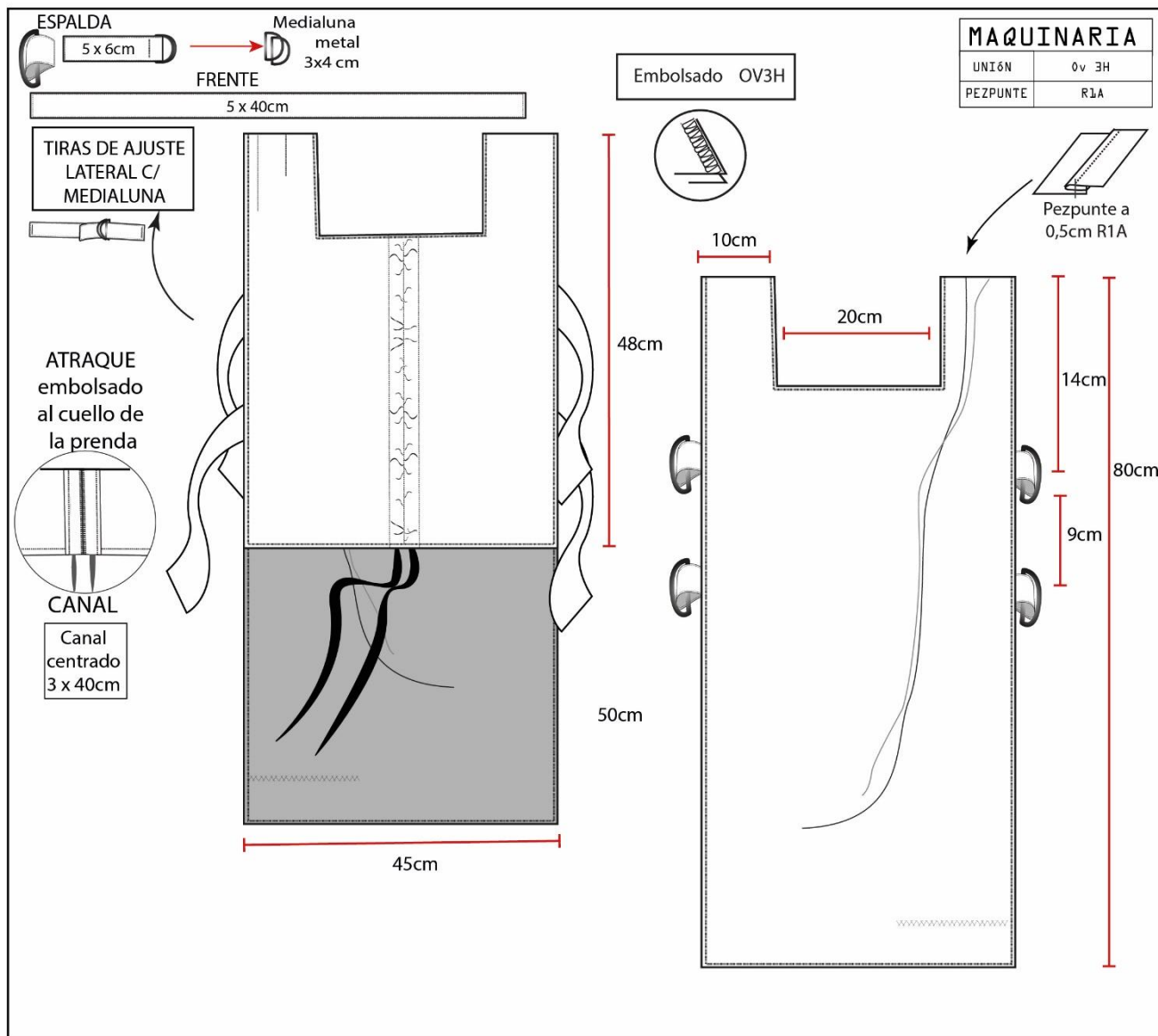
—	—	—
---	---	---

HILO

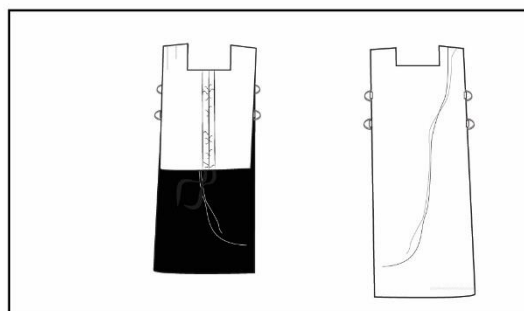
NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: #8000,00 x bobina	Según ficha de texturas y acabados	 White 000c Black 11c
---	------------------------------------	---

9.1.1.2 Serie 1 – Conjunto 2

Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2 SERIE: 1	ART: 04	
DESCRIPCIÓN: MUSCULOSA REVERSIBLE, CUELLO CUADRADO			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
	COTTON SATTEN	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO



Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2 SERIE: 1	ART: 05	
DESCRIPCIÓN: SHORT CONFY, BOLSILLO ASIMÉTRICOS, AJUSTE CINTURA			

BOLSILLOS LATERALES
-20x30cm
-14x30cm

MAQUINARIA	
UNIÓN	Ov 3H
PEZPUNTE	R1A

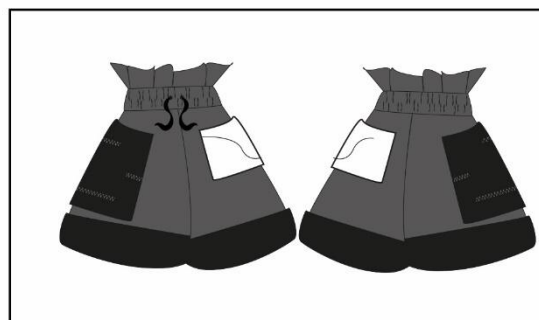
75cm
3cm

Pezpunte R1A

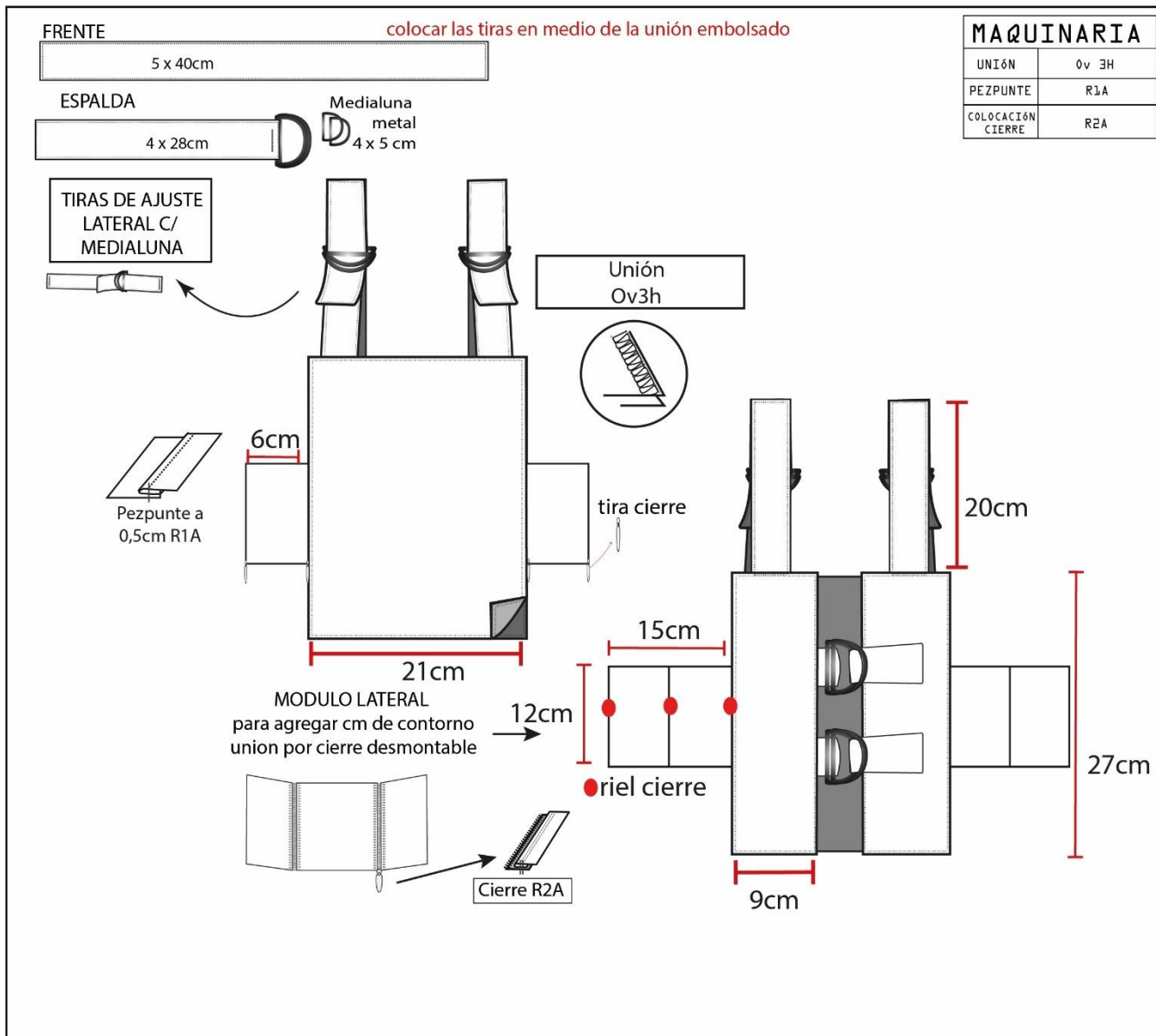
Unión
Ov3h

55cm
7cm
35cm

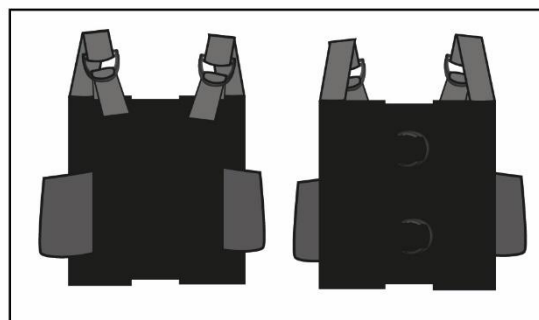
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA 80Z	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO BLANCO GRIS OSC
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO



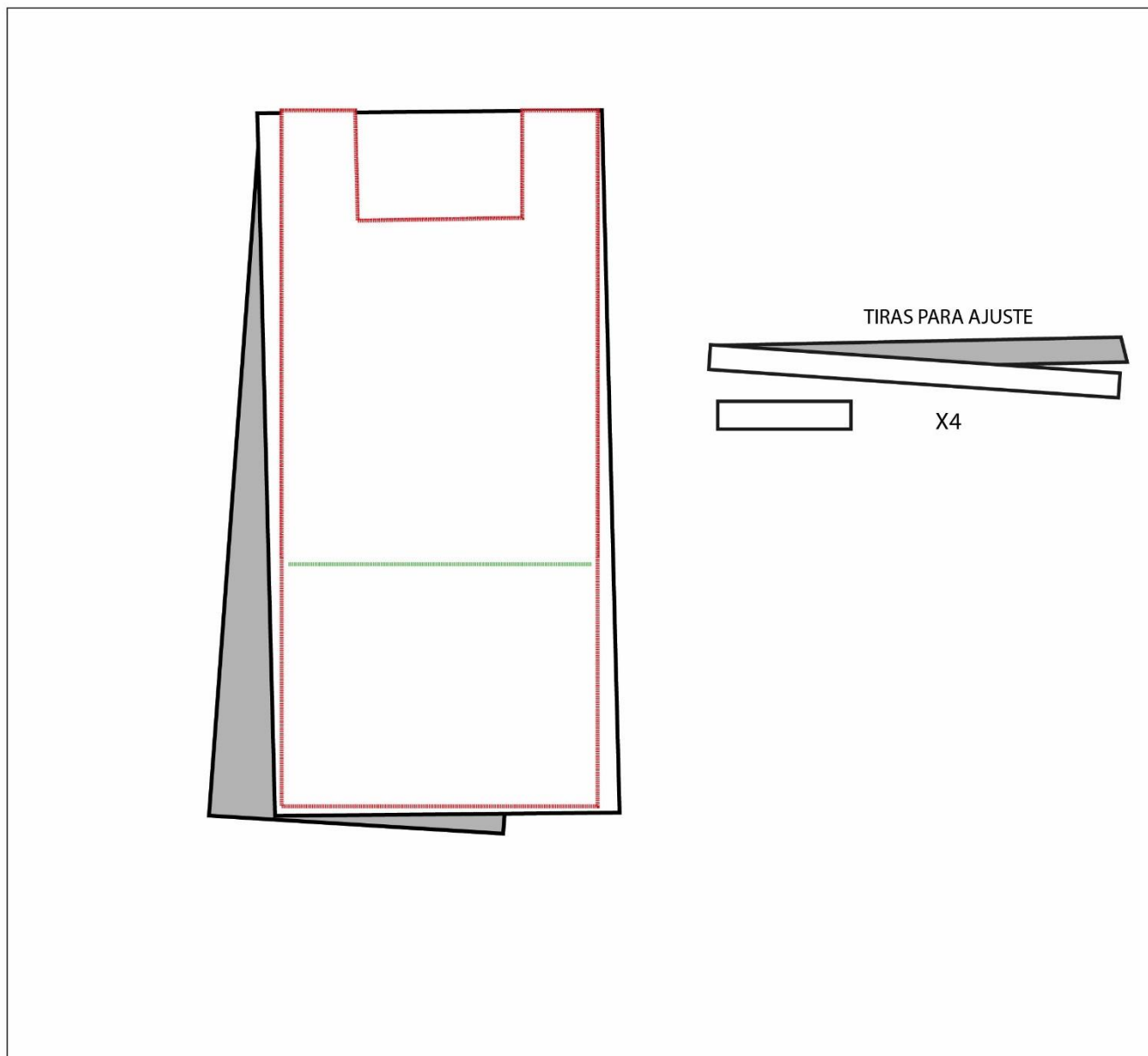
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2 SERIE: 1	ART: 06	
DESCRIPCIÓN: PECHERA REVERSIBLE			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA BOZ	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO GRIS OSC
	GABARDINA mercerizada	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
	CIERRE DESMONTABLE	PANDORA	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2 SERIE: 1	ART: 04	

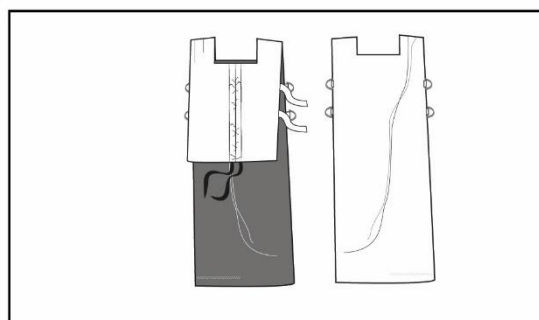


OBSERVACIONES:

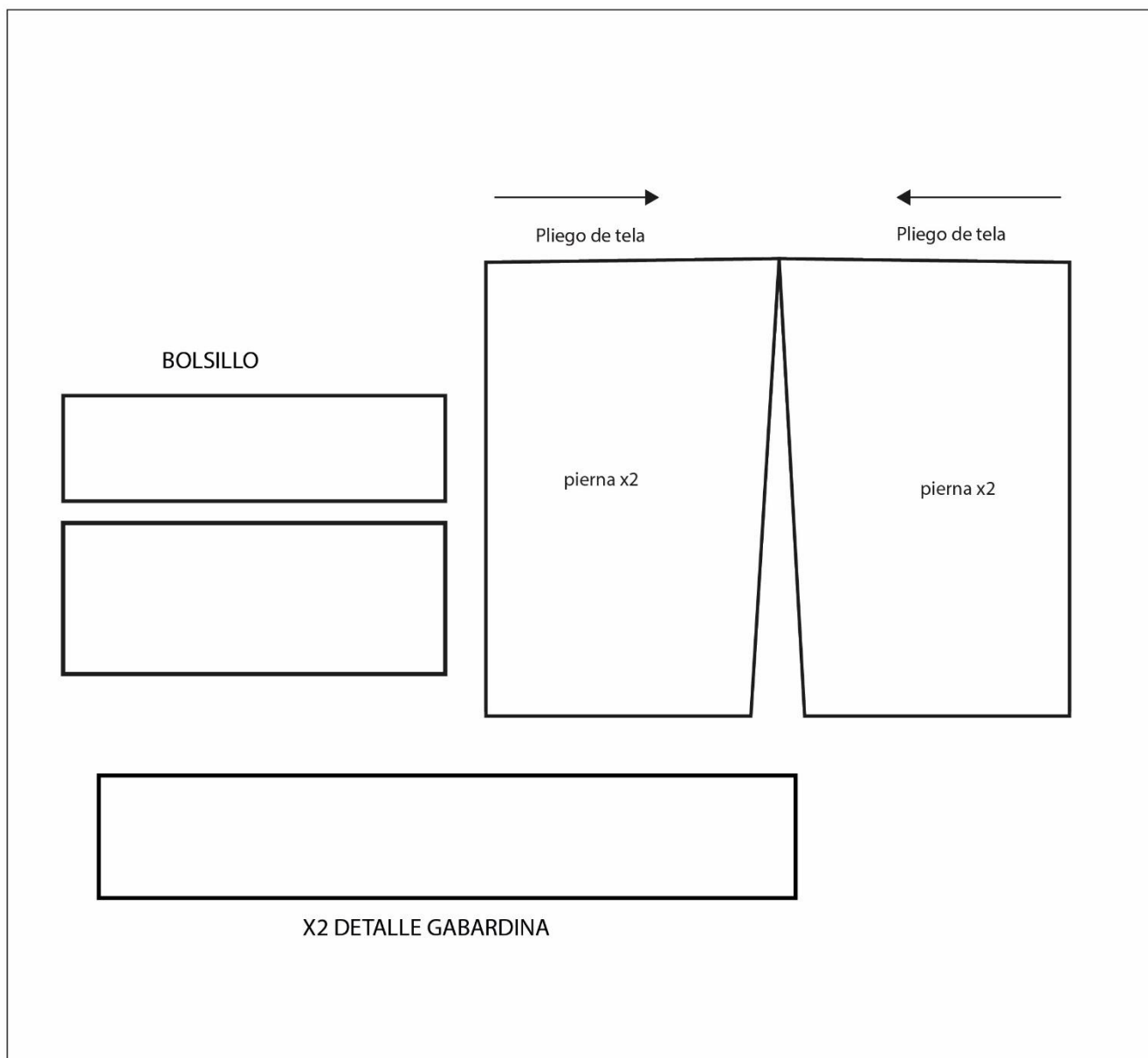
*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

-RECORTAR CUERPO
(EN VERDE CAPA SUPERIOR)

CORTAR= - - - - -



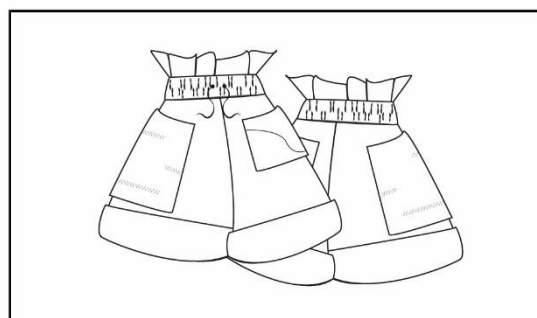
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2	SERIE: 1 ART: 05	



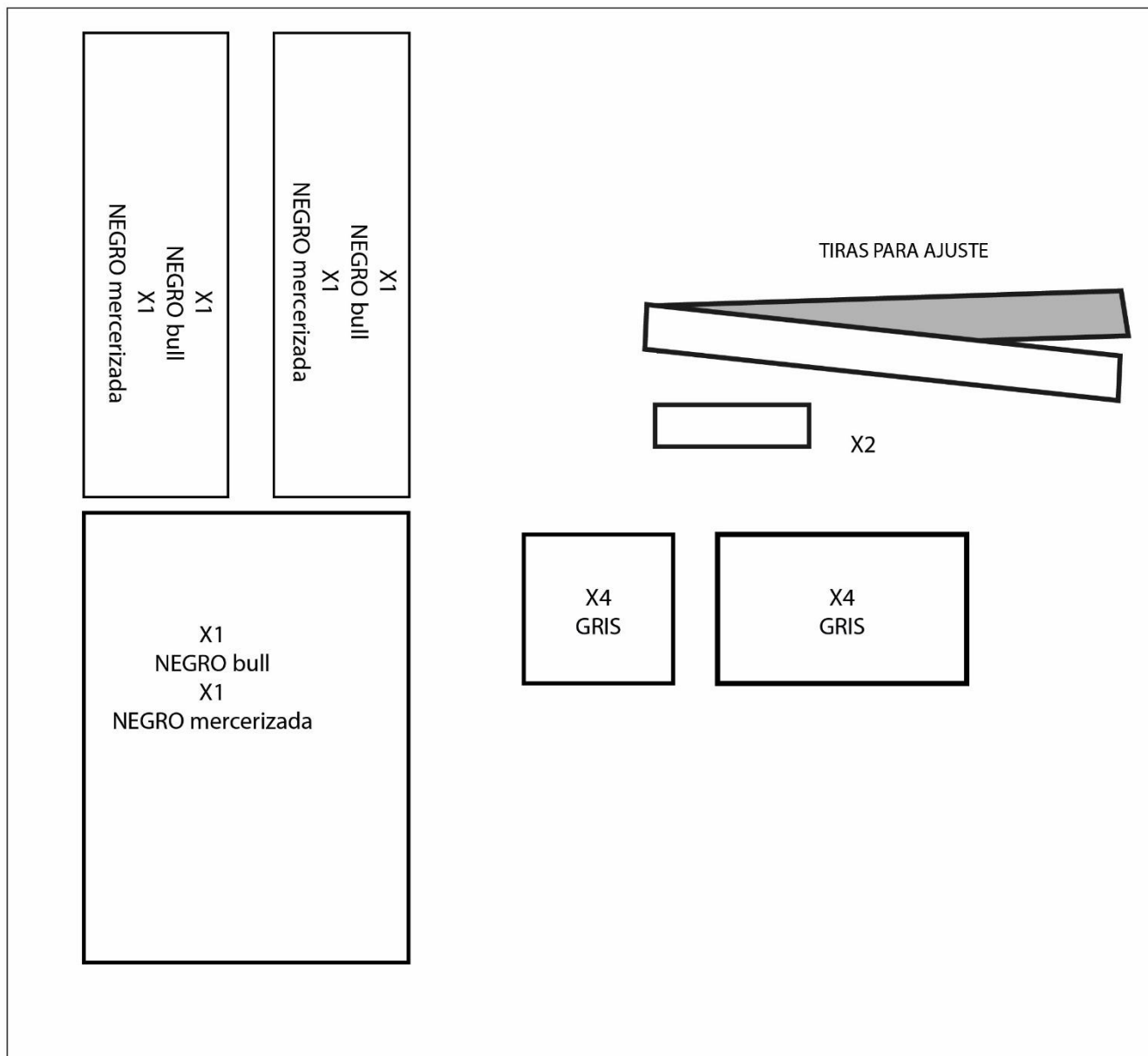
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



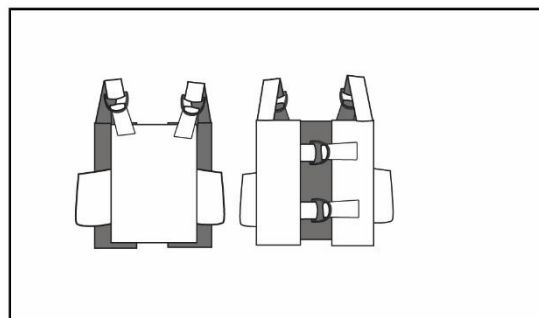
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2	SERIE: 1 ART: 06	



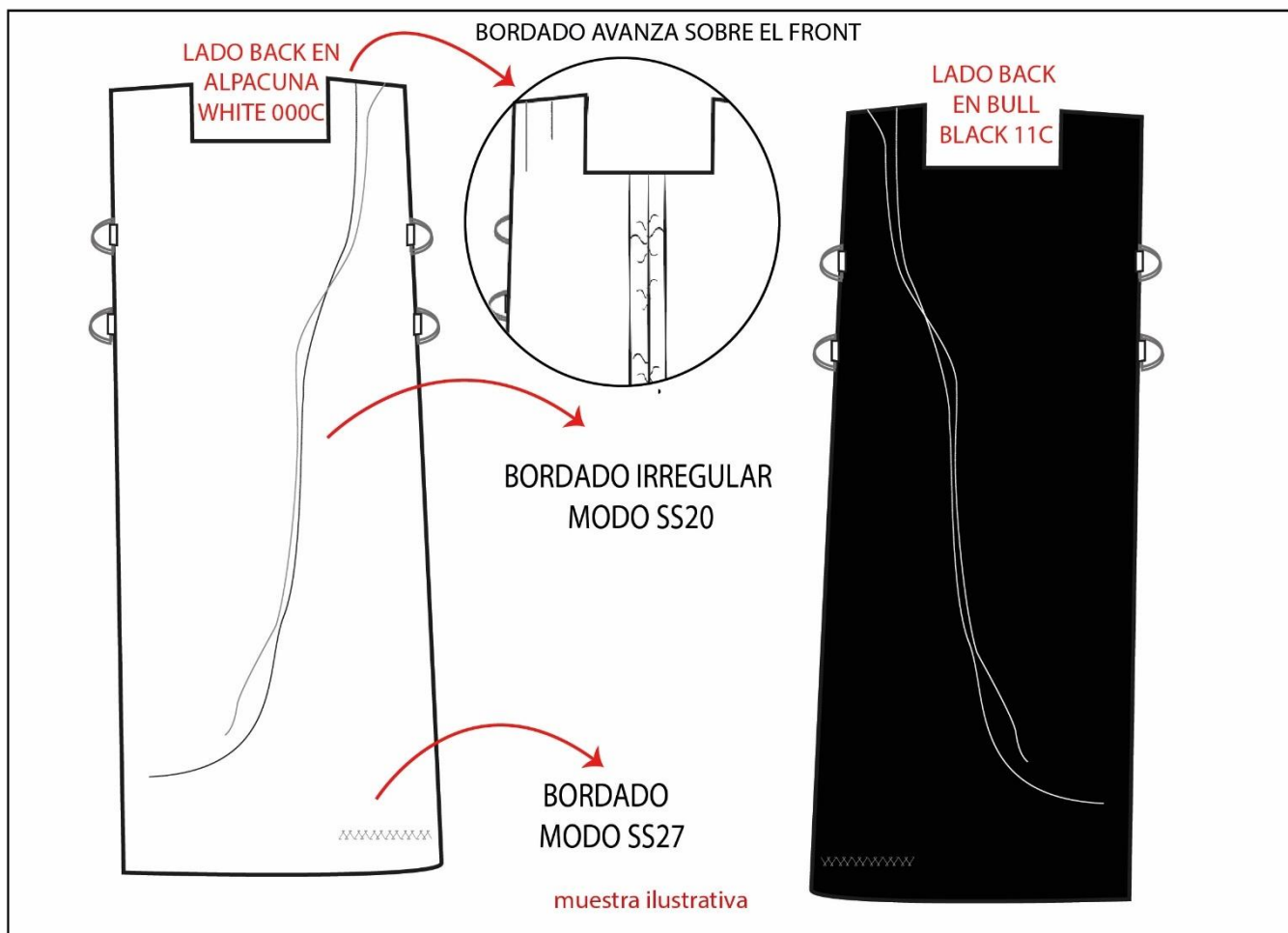
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -

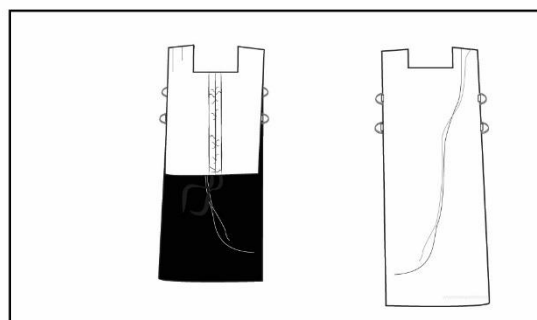


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2 SERIE: 1	ART: 04	
DESCRIPCIÓN: MUSCULOSA REVERSIBLE, CUELLO CUADRADO			

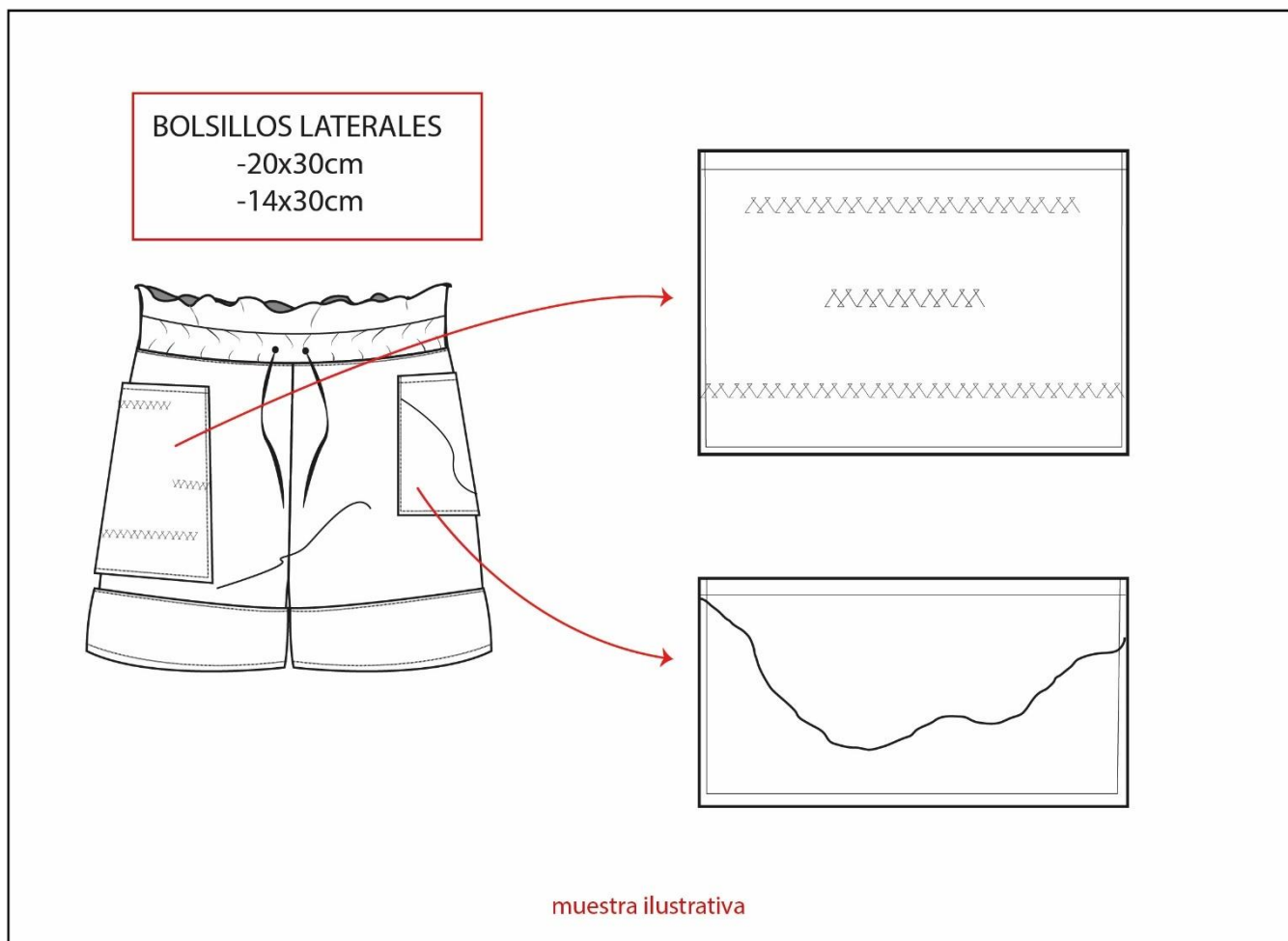


EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	20 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 3 / 6	MODO/S	SS 27 SS 20 —

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO

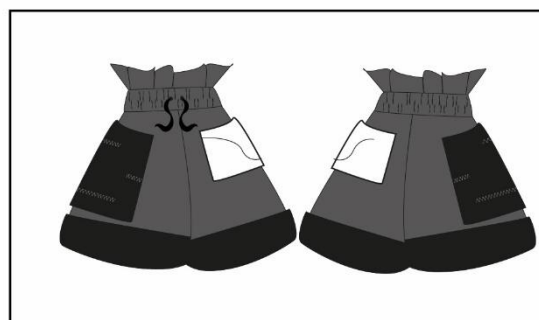


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2 SERIE: 1	ART: 05	
DESCRIPCIÓN: SHORT CONFY, BOLSILLO ASIMÉTRICOS, AJUSTE CINTURA			



EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	25 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 3/6	MOD0/S	SS 27 SS 20 —

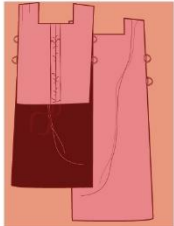



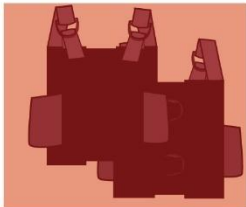

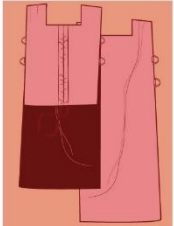

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO







Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 2 SERIE: 1	ART: 4 a1 6	

TEXTILES

1 de 2

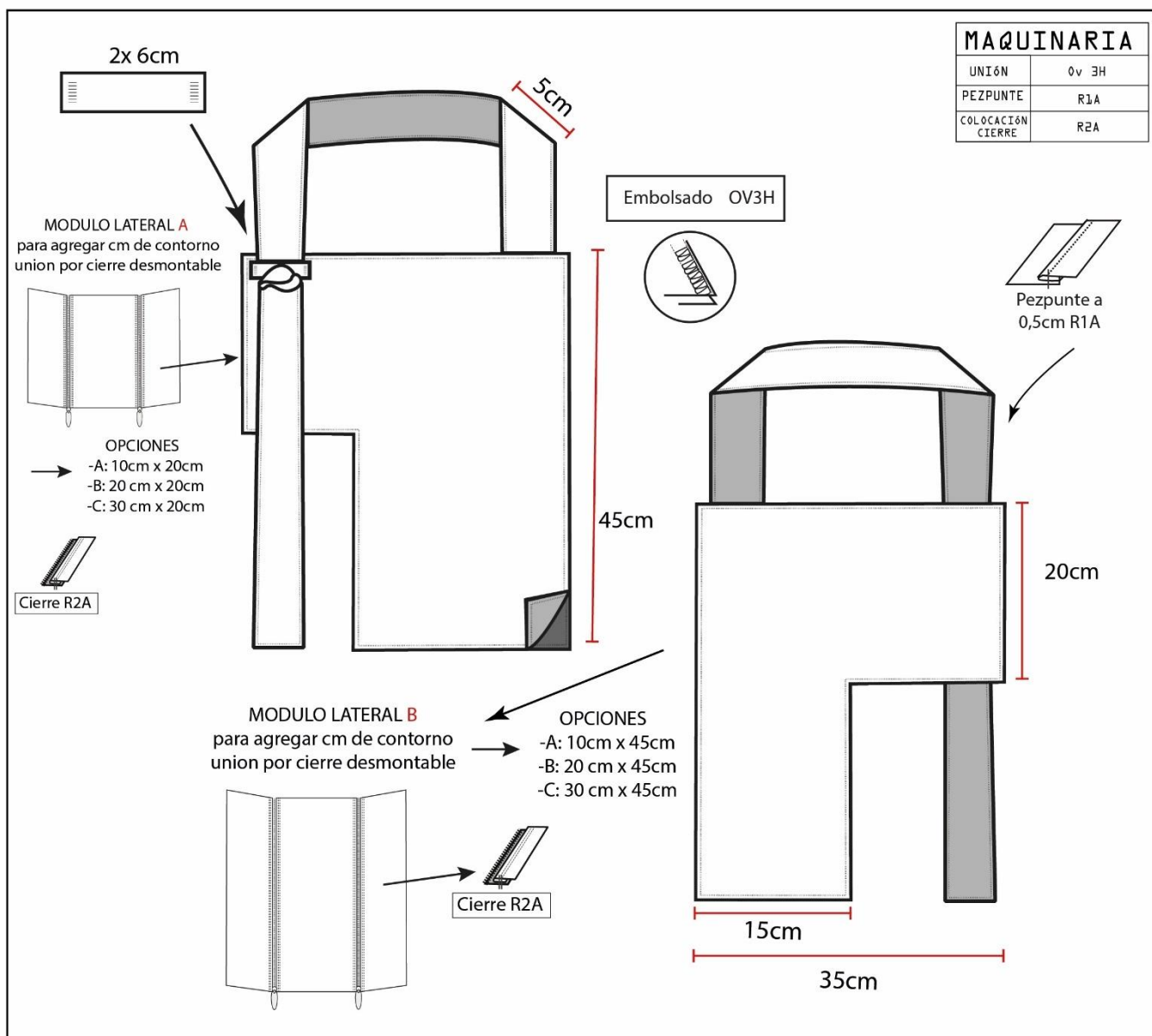
DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Gabardina Alpacuna COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% polyester ANCHO: 1,50mts COLOR: Blanco PANTONE White 000C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$8200,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C:0,5mt</p>		 White 000C
<p>NOMBRE: Gabardina 80Z ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C GRIS OSC PANTONE Cool Grey 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$4300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C:0,5mt Black 11C:0,3mt Cool Grey 11C:0,2mt</p>		 Black 11C White 000C Cool Grey 11C
<p>NOMBRE: Gabardina Mercerizada ANCHO: 1,60mts COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$5050,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: Black 11C : 0,3mt</p>		 Black 11C
<p>NOMBRE: Cotton saten ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$4660,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:0,5mt</p>		 Black 11C

AVÍOS

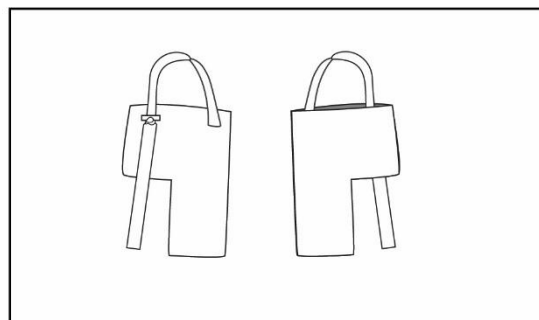
DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Cierre Desmontable MATERIAL: Metal TAMAÑO: Segun prenda COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$1000,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:0,20mt</p>		 Black 11C
<p>NOMBRE: Titora MATERIAL: textil c/ Spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Mercecor PRECIO: \$100,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:1,4mt</p>		 Black 11C

9.1.1.3 Serie 1 – Conjunto 3

Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 3 SERIE: 1	ART: 07	
DESCRIPCIÓN: TOP ASIMÉTRICO, CON TIRA U REGULABLE			

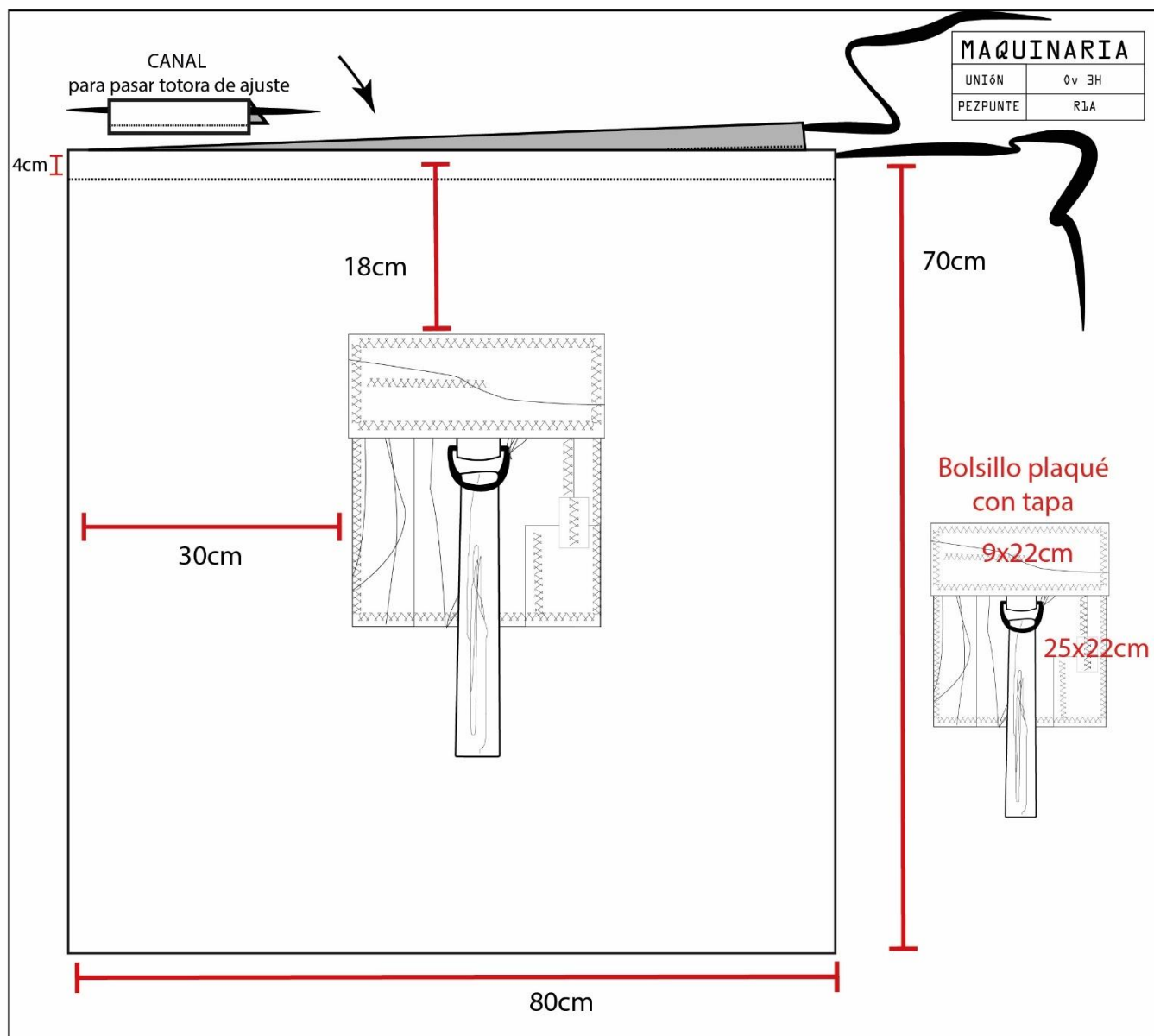


	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
AVÍOS	CIERRE DESMONTABLE	PANDORA	BLANCO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO

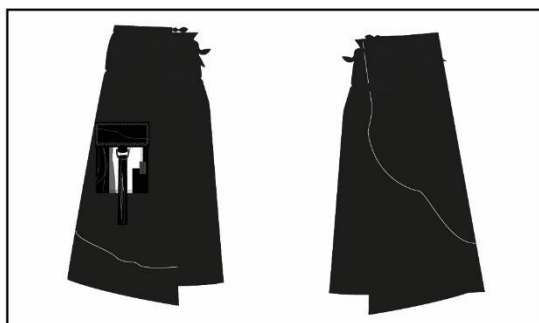


Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	
TFG	CONJUNTO: 3 SERIE: 1	ART: 08
DESCRIPCIÓN: FALDA 1 PAÑO, AJUSTABLE		

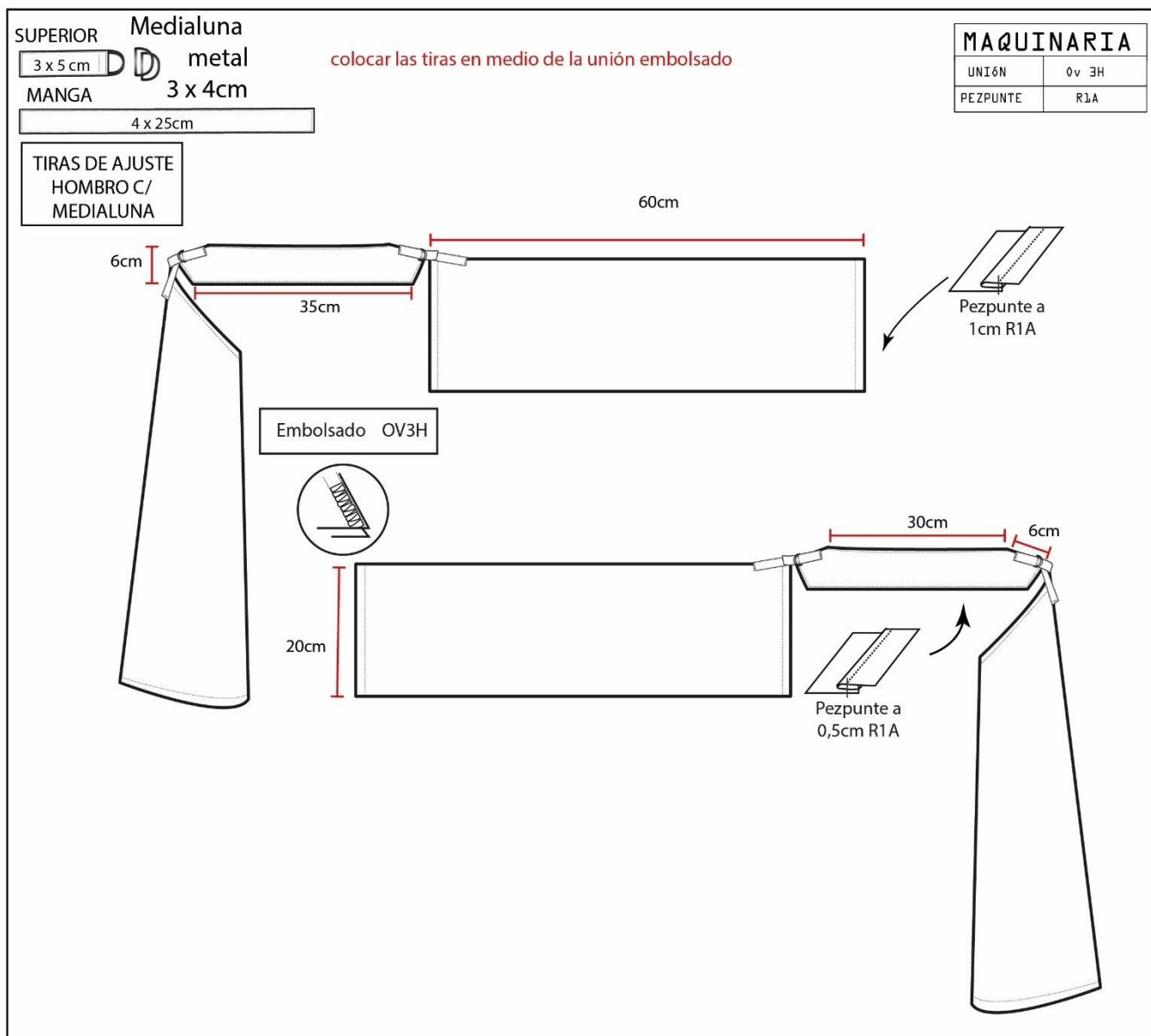
**RE-
CONSTRUIR
-SE**



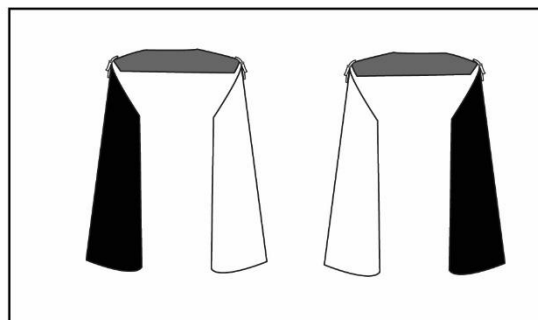
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA Boz	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



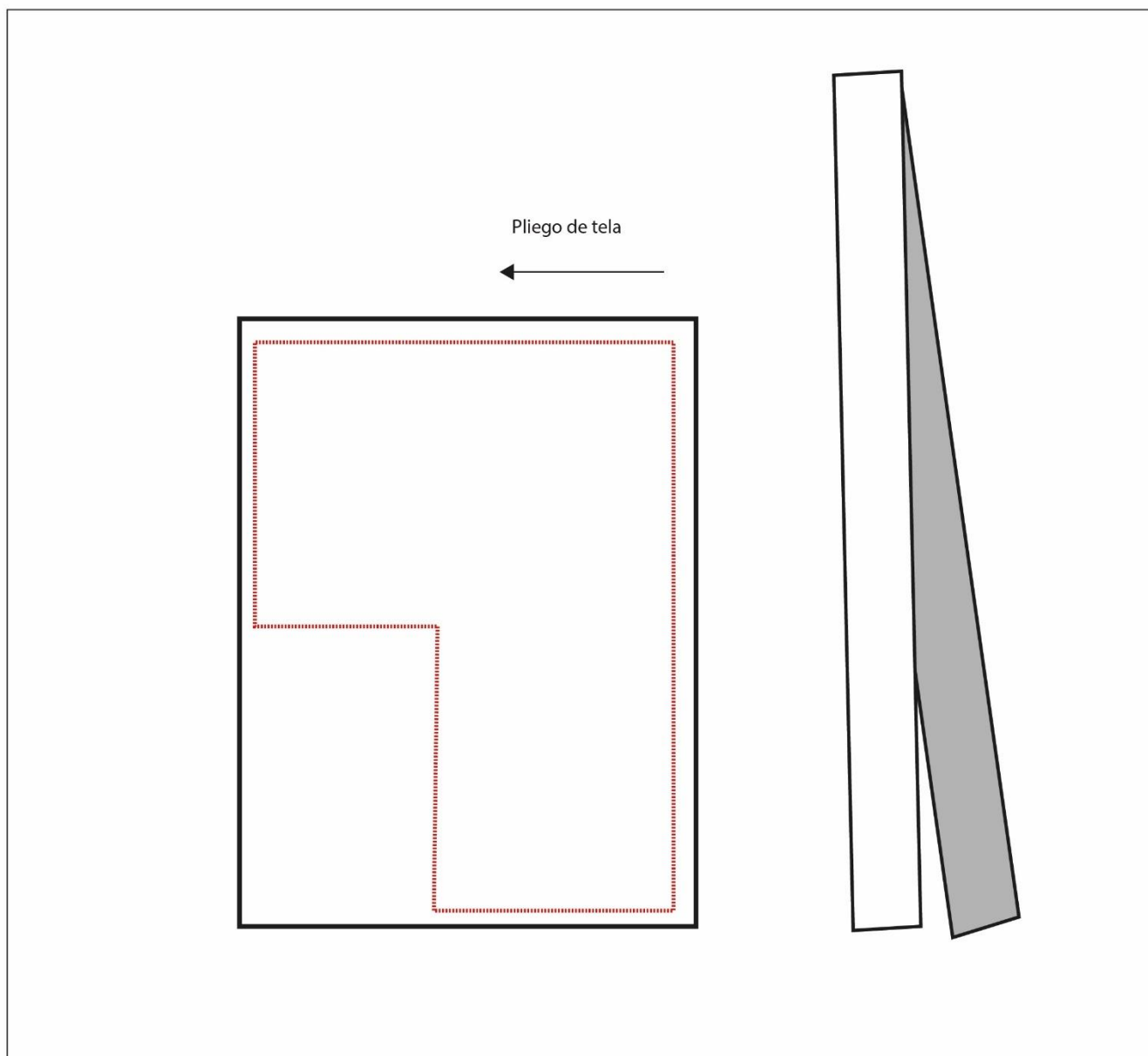
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 3 SERIE: 1	ART: 09	
DESCRIPCIÓN: MÓDULO MANGAS, DESMONTABLE			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA 80z	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO NEGRO GRIS OSC
AVÍOS	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



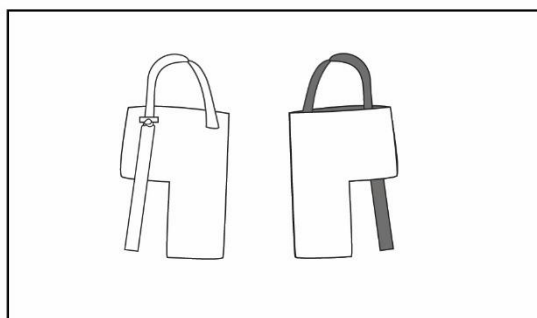
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 3	SERIE: 1 ART: 07	
DESCRIPCIÓN: TOP ASIMÉTRICO, CON TIRA U REGULABLE			



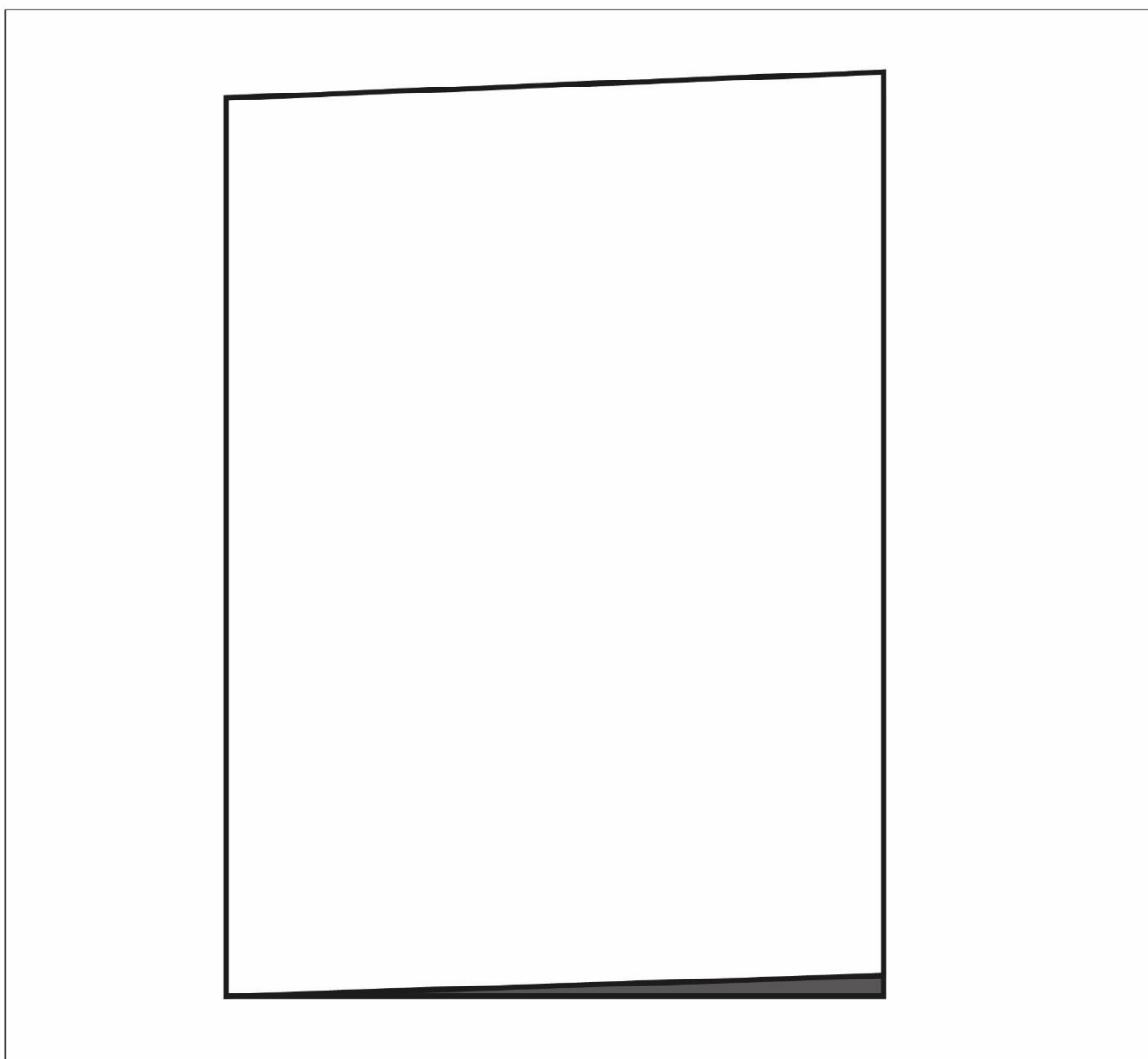
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



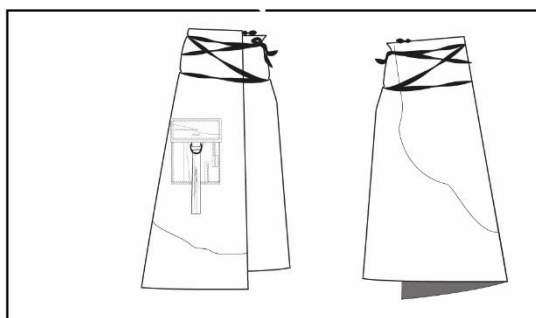
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 3	SERIE: 1 ART: 08	
DESCRIPCIÓN: FALDA 1 PAÑO, AJUSTABLE			



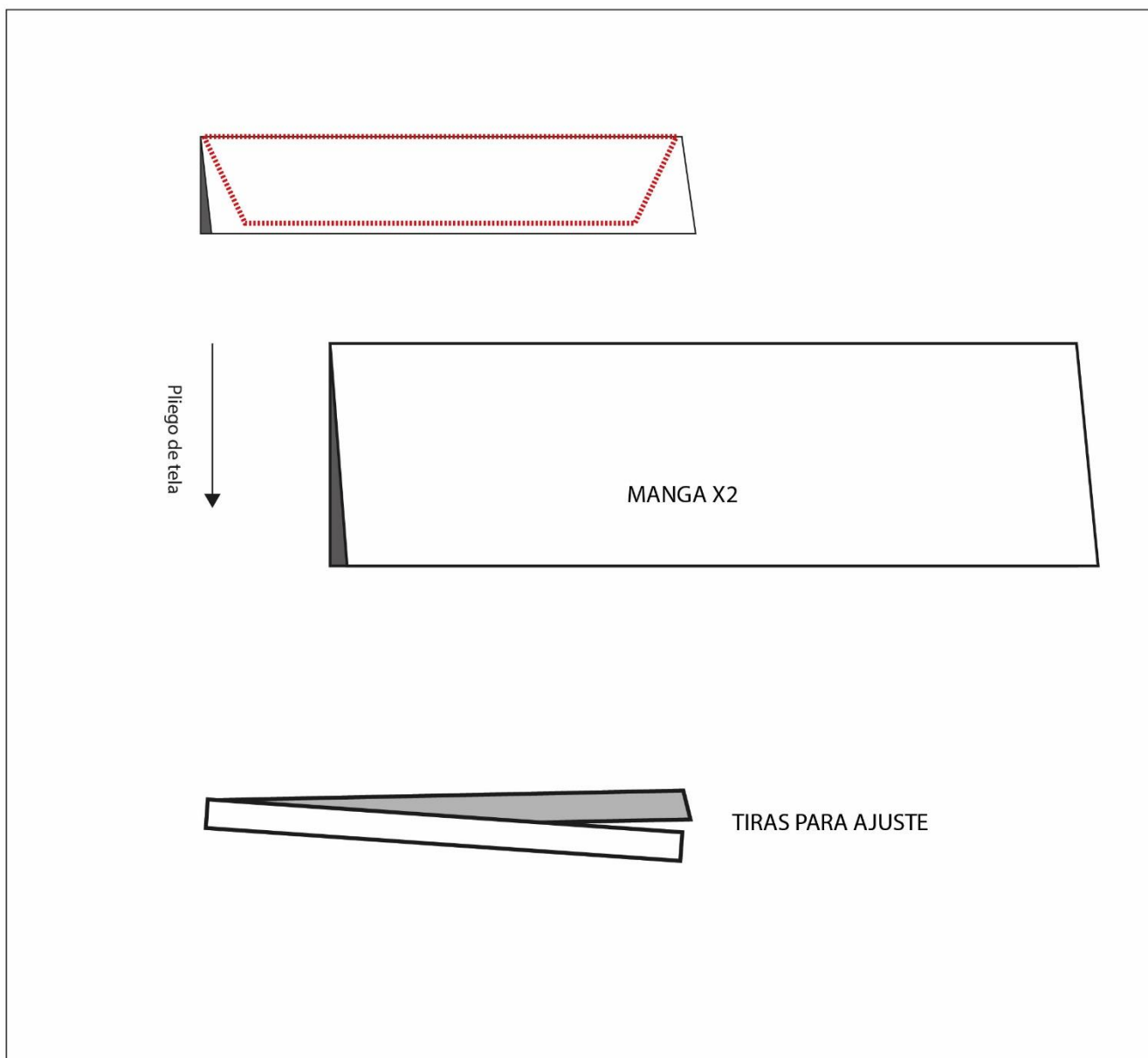
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



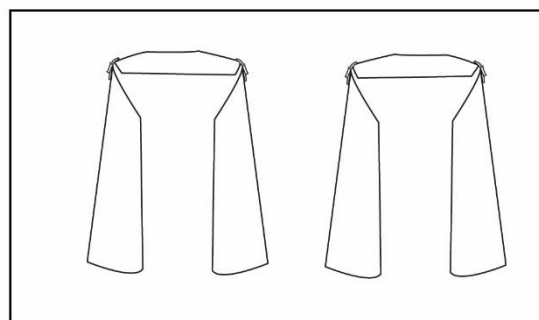
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 3 SERIE: 1	ART: 09	
DESCRIPCIÓN: MÓDULO MANGAS, DESMONTABLE			



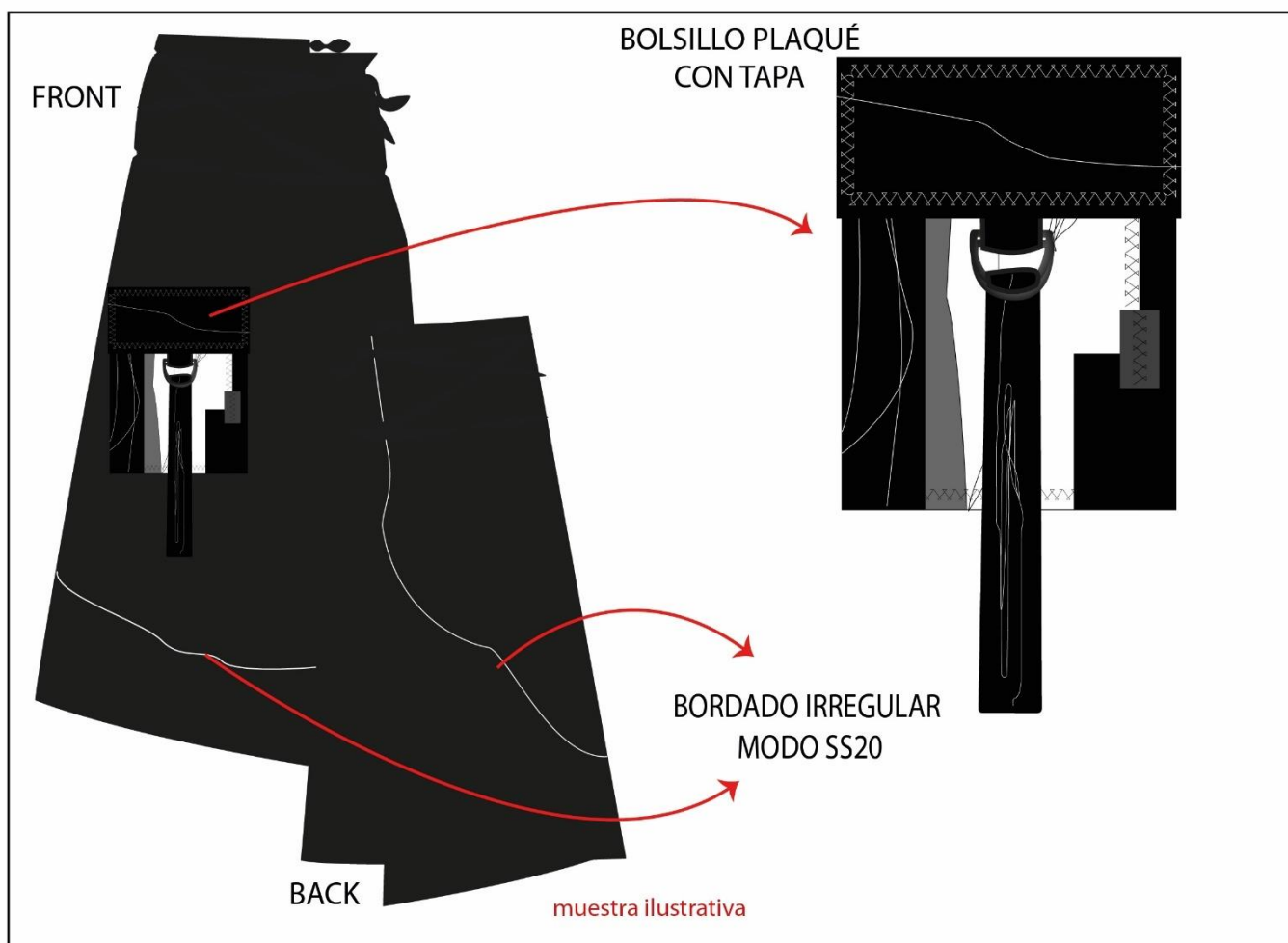
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -

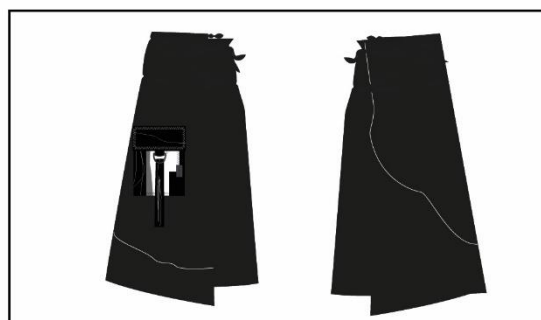


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 3 SERIE: 1	ART: 08	
DESCRIPCIÓN: FALDA 1 PAÑO, AJUSTABLE			



EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	40 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 3/9/12	MODO/S	SS 27 SS 20



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
AVÍOS	MEDIALUNA	MERCECOR	PLATEADO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO



Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 3 SERIE: 1	ART: 7 a1 9	

TEXTILES


1 de 2

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Gabardina Alpacuna COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% polyester ANCHO: 1,50mts COLOR: Blanco PANTONE White 000C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$8200,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C: 0,4mt</p>		 White 000c
<p>NOMBRE: Gabardina 8oz ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: GRIS OSC PANTONE Cool Grey 11C Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$4300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C: 0,1mt Black 11C: 0,8mt Cool grey 11C: 0,1mt</p>	 	 Black 11c  White 000c  Cool Grey 11c

AVÍOS

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Cierre Desmontable MATERIAL: Metal TAMAÑO: Segun prenda COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$1000,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: 0,70mt</p>		 black 11c
<p>NOMBRE: Totora MATERIAL: textil c/ Spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Mercecor PRECIO: \$100,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: 3mt</p>		 Black 11c
<p>NOMBRE: Medialuna MATERIAL: Metal Tamaños: 3x4cm o 4x5cm COLOR: Plateado PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$398,00 x unidad CANTIDAD UTILIZADA: 3x4cm: 4 unidades</p>		 Steel Plate

HILO

<p>NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha técnica	 White 000c Black 11c
---	---------------------	---

Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 3 SERIE: 1	ART: 7 a1 9	

2 de 2

TEXTURAS Y ACABADOS


TEXTILES

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
Retazos de todos los textiles de la colección	Art nº 8	Ver muestrario

AVÍOS

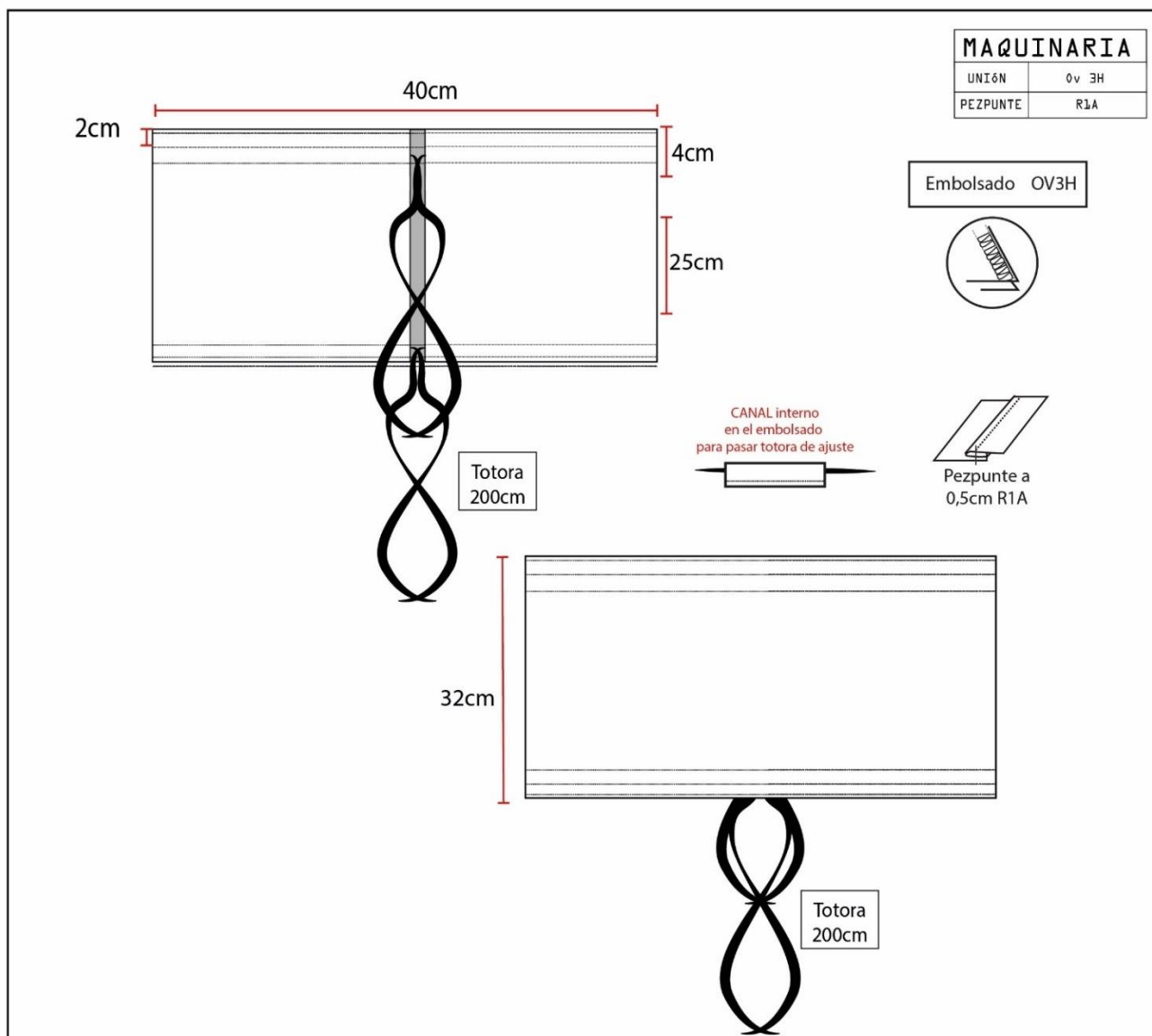
MEDIALUNA 4x5cm cantidad utilizada 2 unidades	Art nº 8	Steel Plate
CORREA MOCHILERA cantidad utilizada 30cm	Art nº 8	Black 11C

HILO

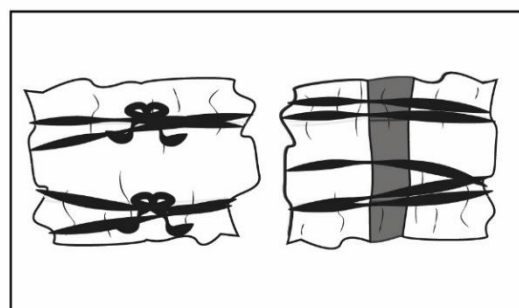
NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: #8000-00 x bobina	Según ficha de texturas y acabados	 White 000c Black 11c
---	------------------------------------	--

9.1.1.4 Serie 1 – Conjunto 4

Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4 SERIE: 1	ART: 10	
DESCRIPCIÓN: CROP TOP AJUSTABLE, CON FRUNCE			

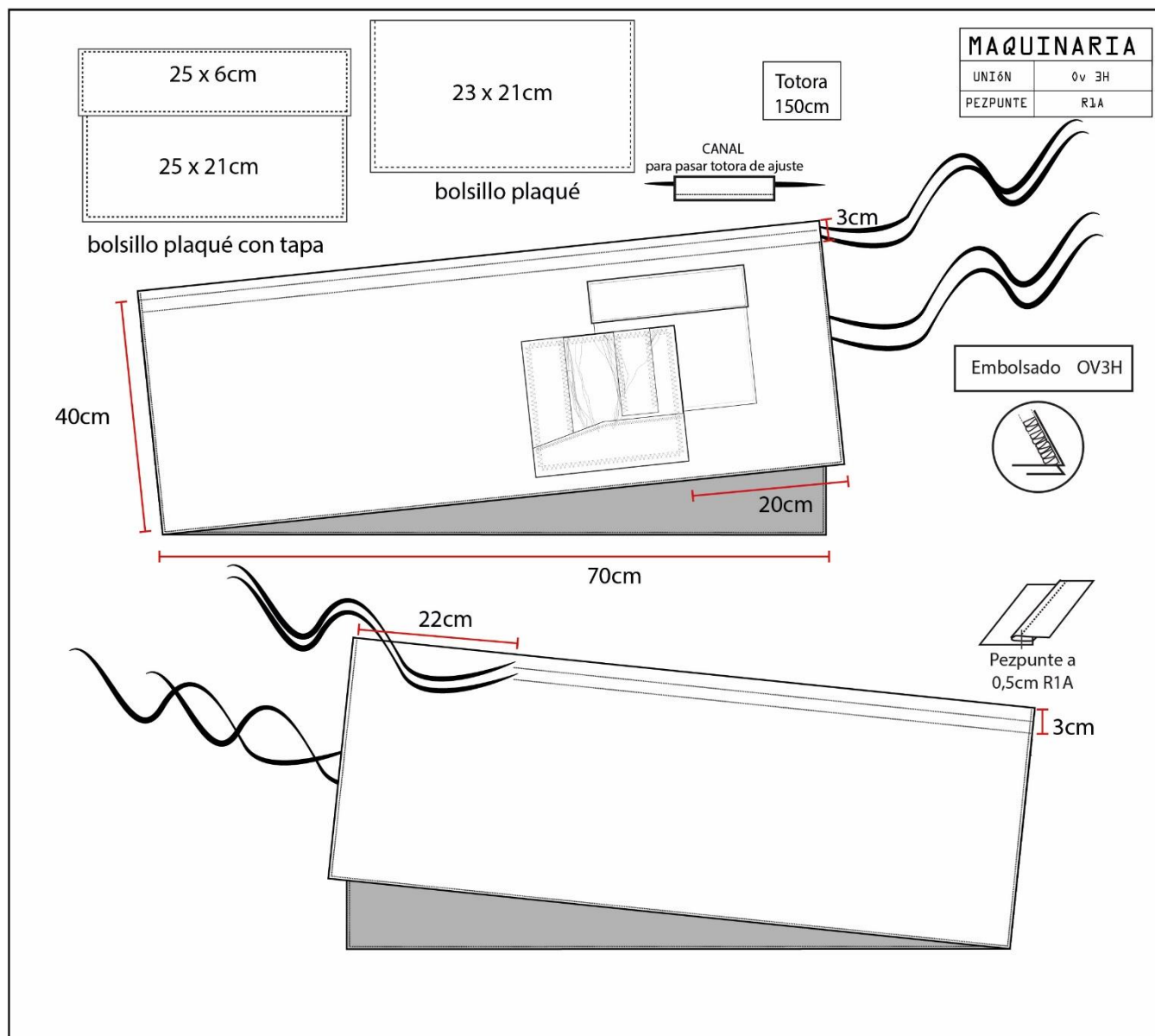


	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA BULL	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO

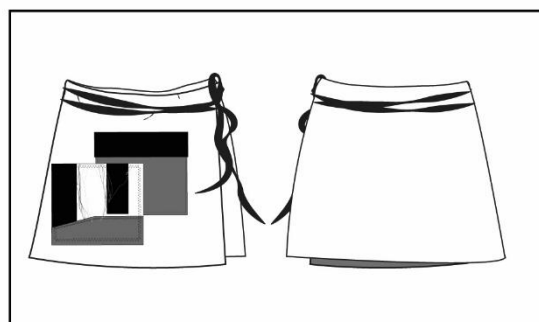


Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	
TFG	CONJUNTO: 4	SERIE: 1 ART: 11
DESCRIPCIÓN: FALDA PAREO, FRUNCE PARA AJUSTE		

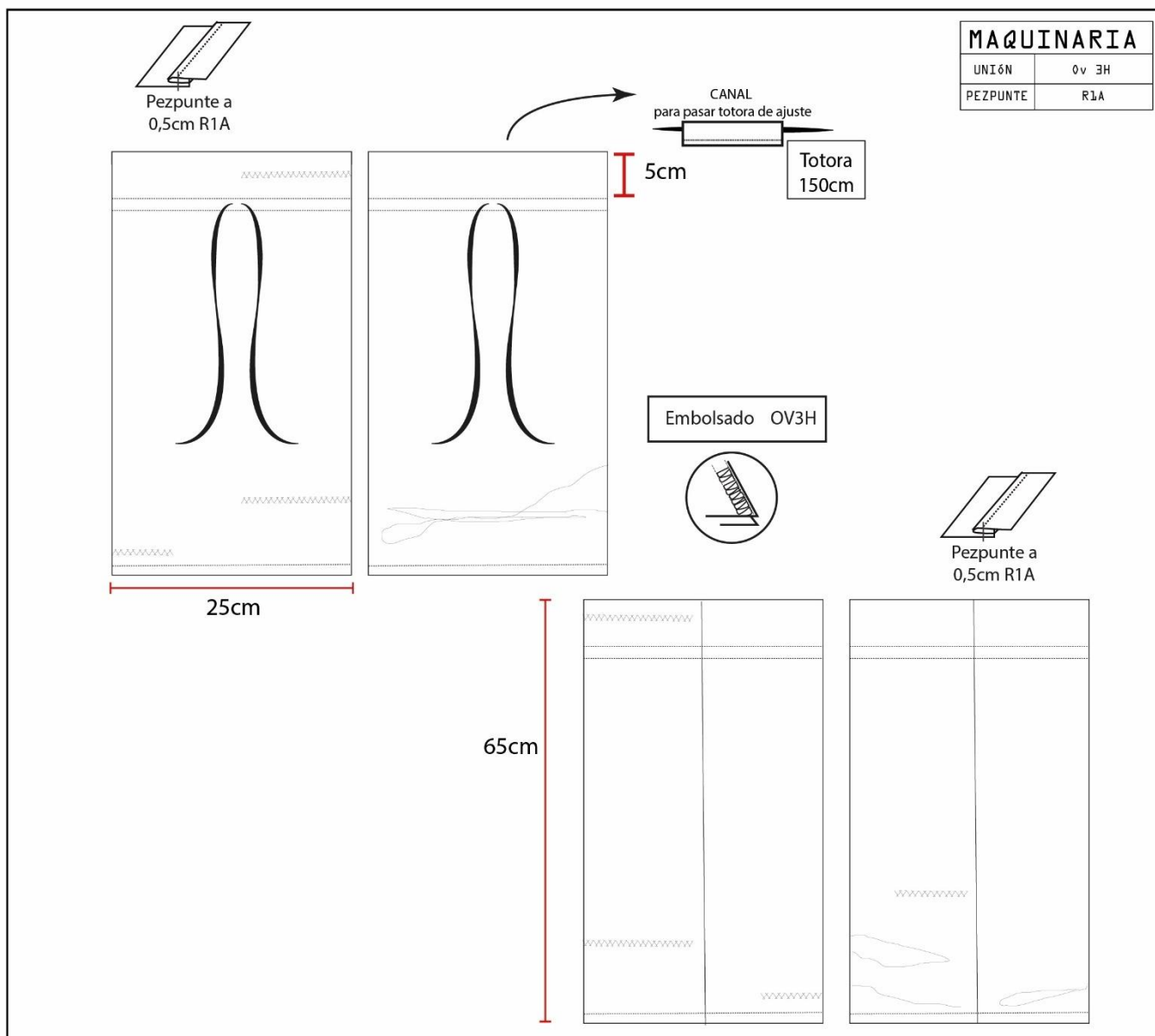
**RE-
CONSTRUIR
-SE**



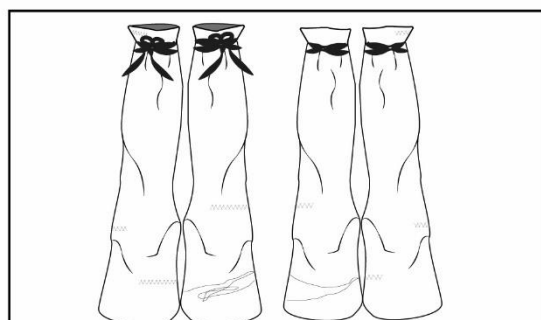
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA BULL	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



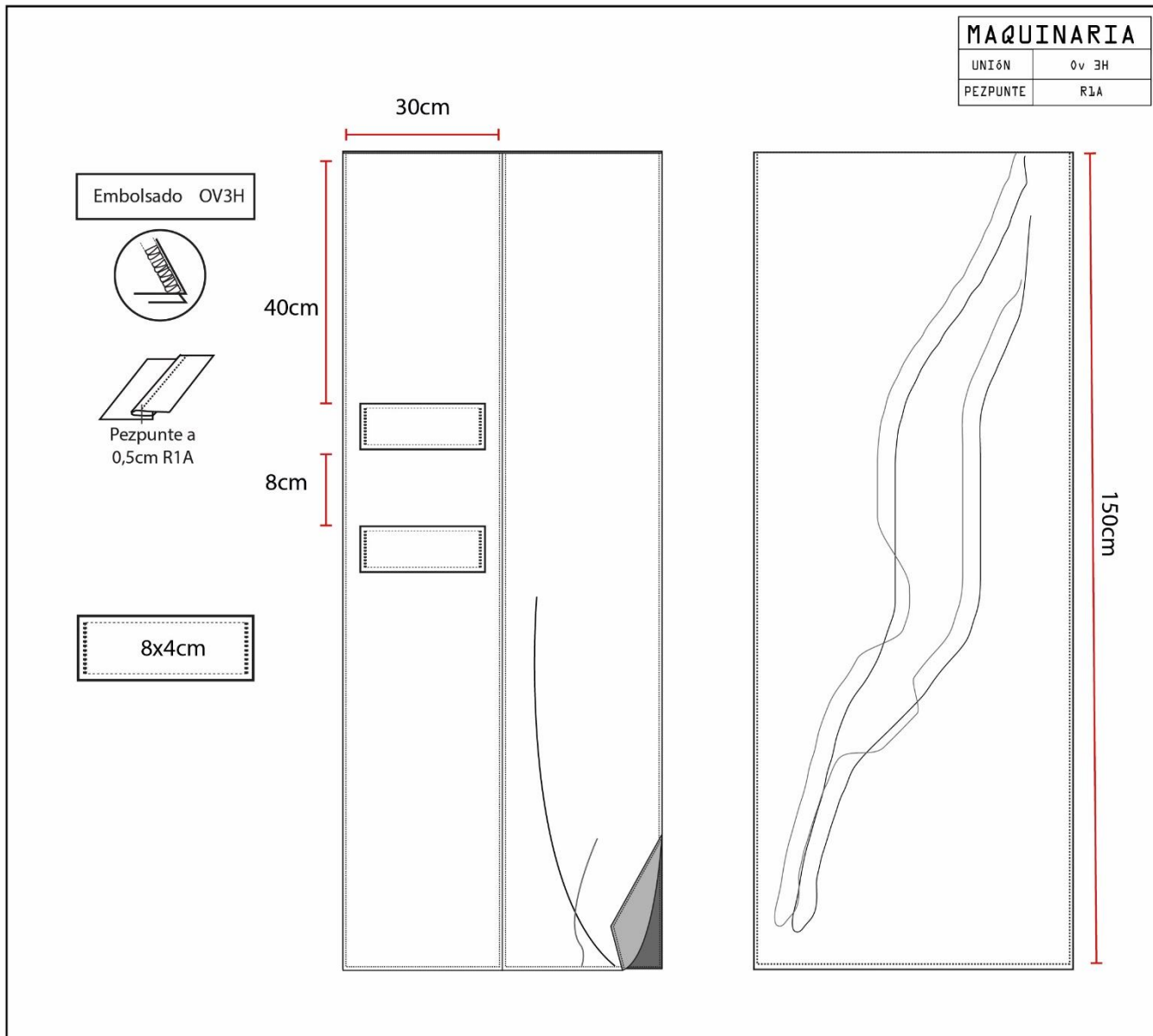
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4	SERIE: 1 ART: 12	
DESCRIPCIÓN: MÓDULO PARA MANGAS "OFF THE SHOULDER"			



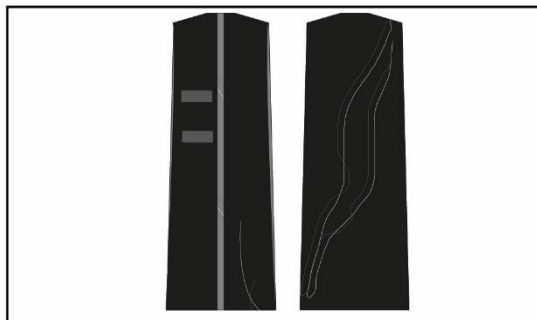
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA BUL	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



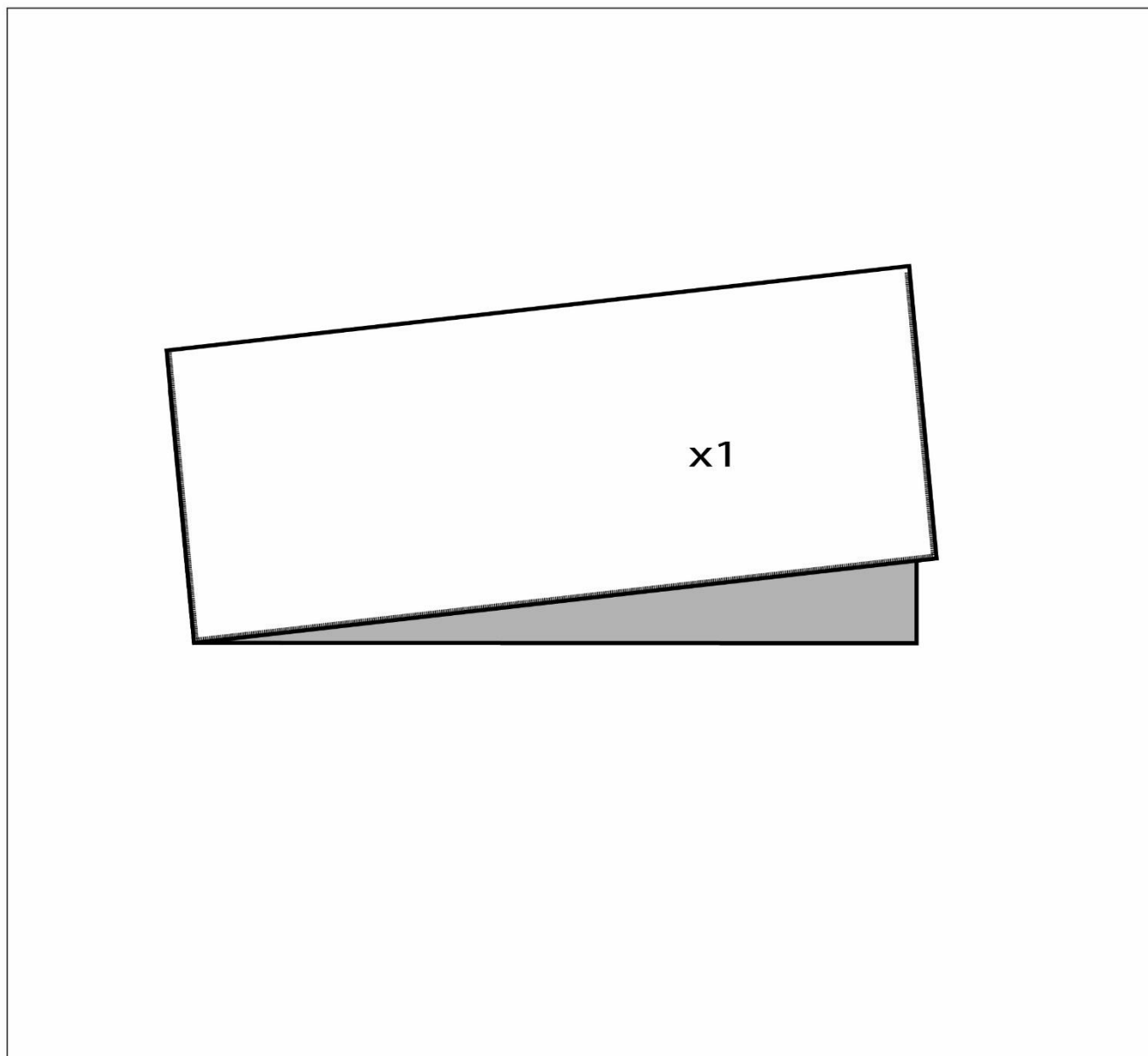
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	
TFG	CONJUNTO: 4	SERIE: 1 ART: 13
DESCRIPCIÓN: PONCHO REVERSIBLE, LARGO TOTAL		



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA BULL	TIENDA LOS ANGELES	GRIS OSC NEGRO
AVÍOS			
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



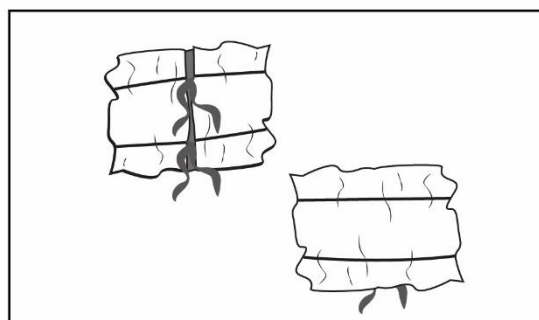
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4	SERIE: 1 ART: 10	
DESCRIPCIÓN: CROP TOP AJUSTABLE, CON FRUNCE			



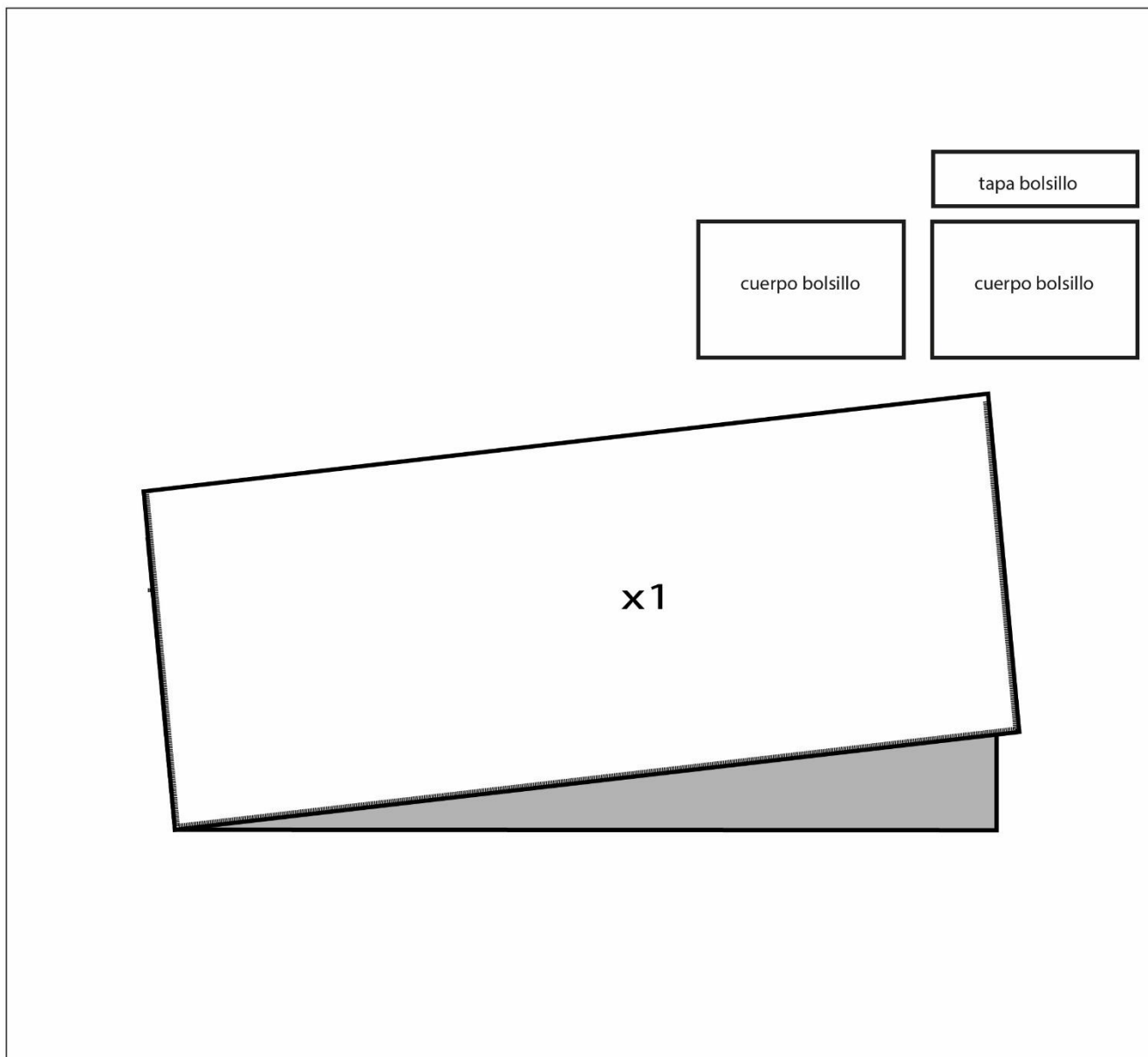
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



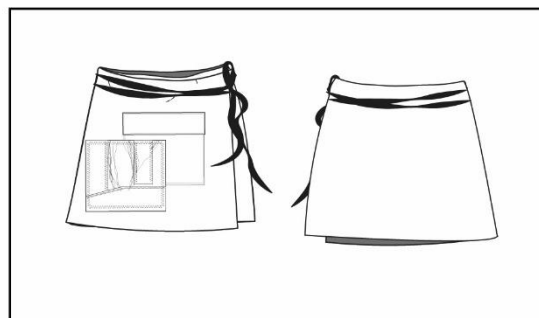
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4	SERIE: 1 ART: 11	
DESCRIPCIÓN: FALDA PAREO, FRUNCE PARA AJUSTE			



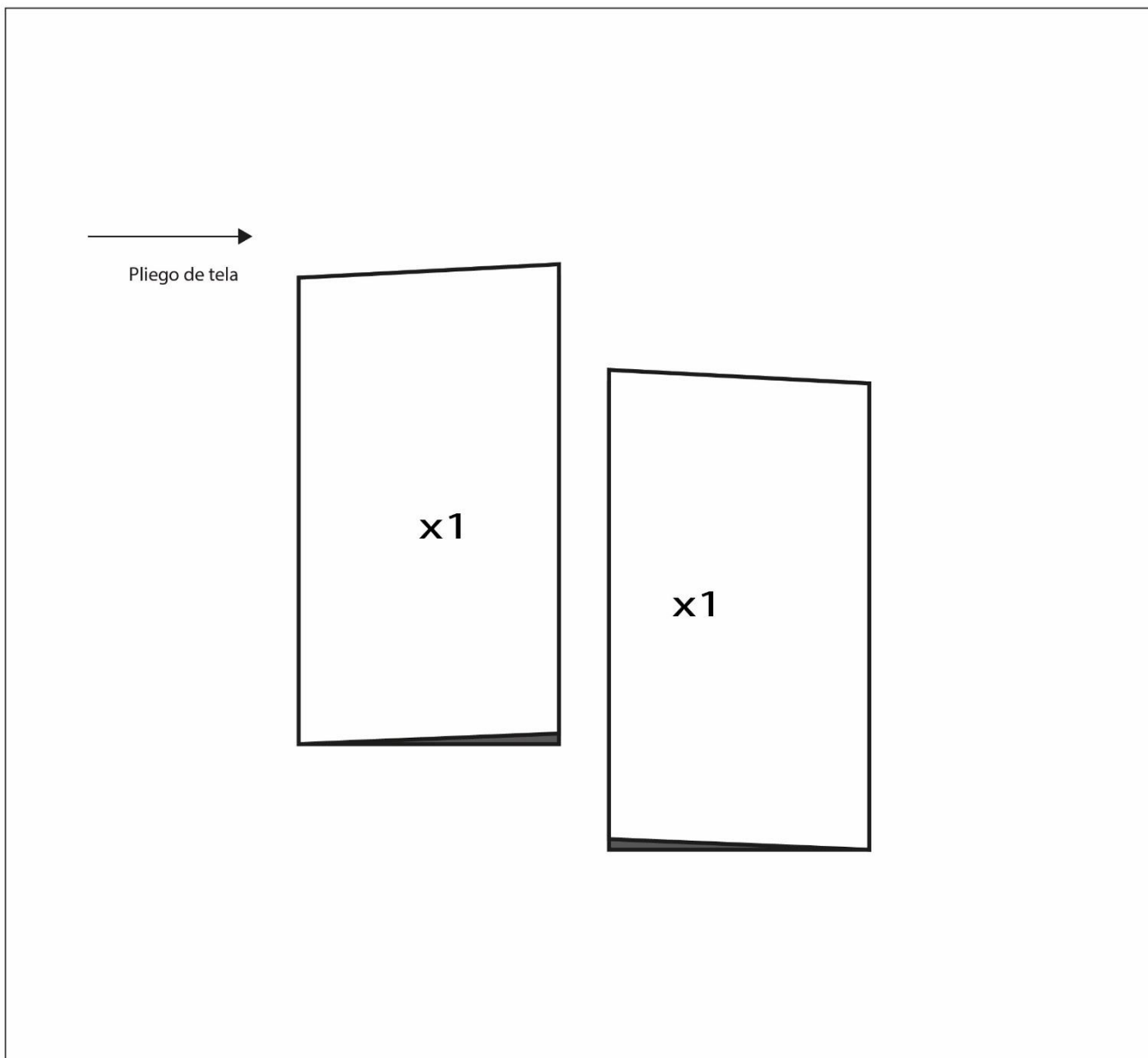
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



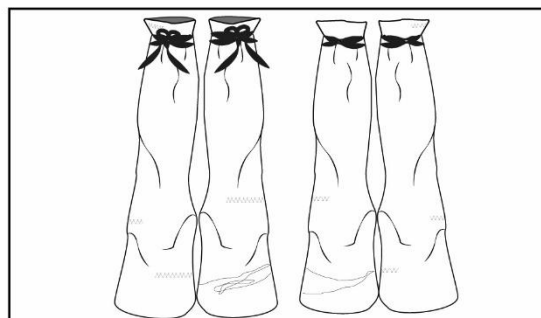
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4	SERIE: 1 ART: 12	
DESCRIPCIÓN: MÓDULO PARA MANGAS "OFF THE SHOULDER"			



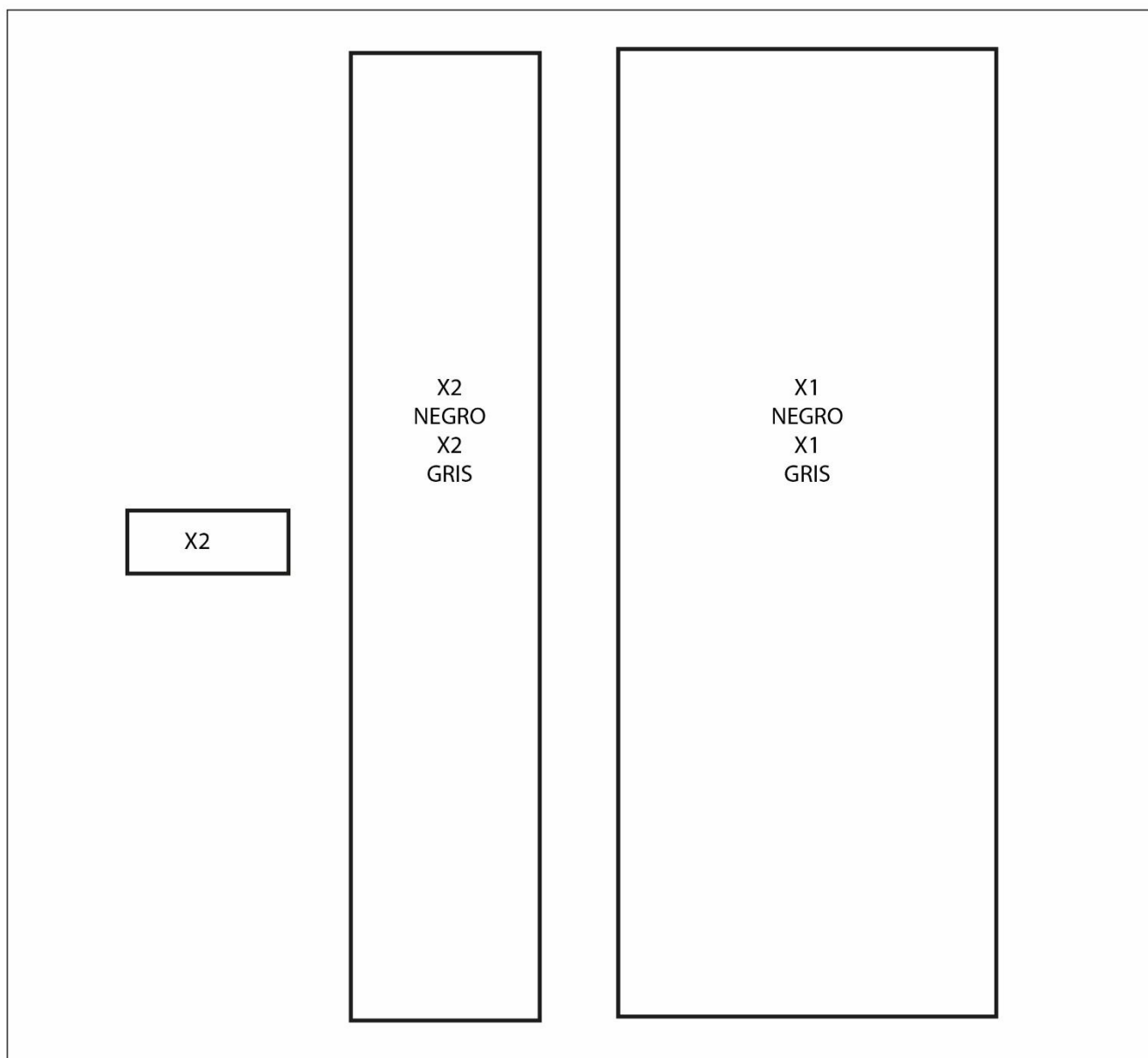
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



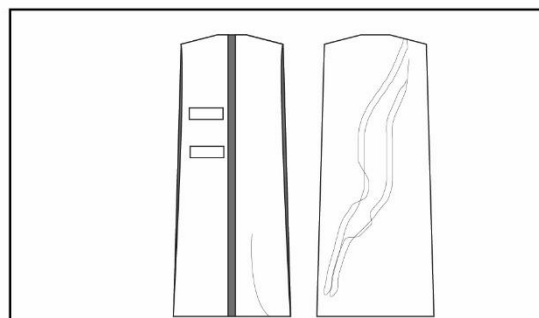
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4	SERIE: 1 ART: 13	
DESCRIPCIÓN: PONCHO REVERSIBLE, LARGO TOTAL			



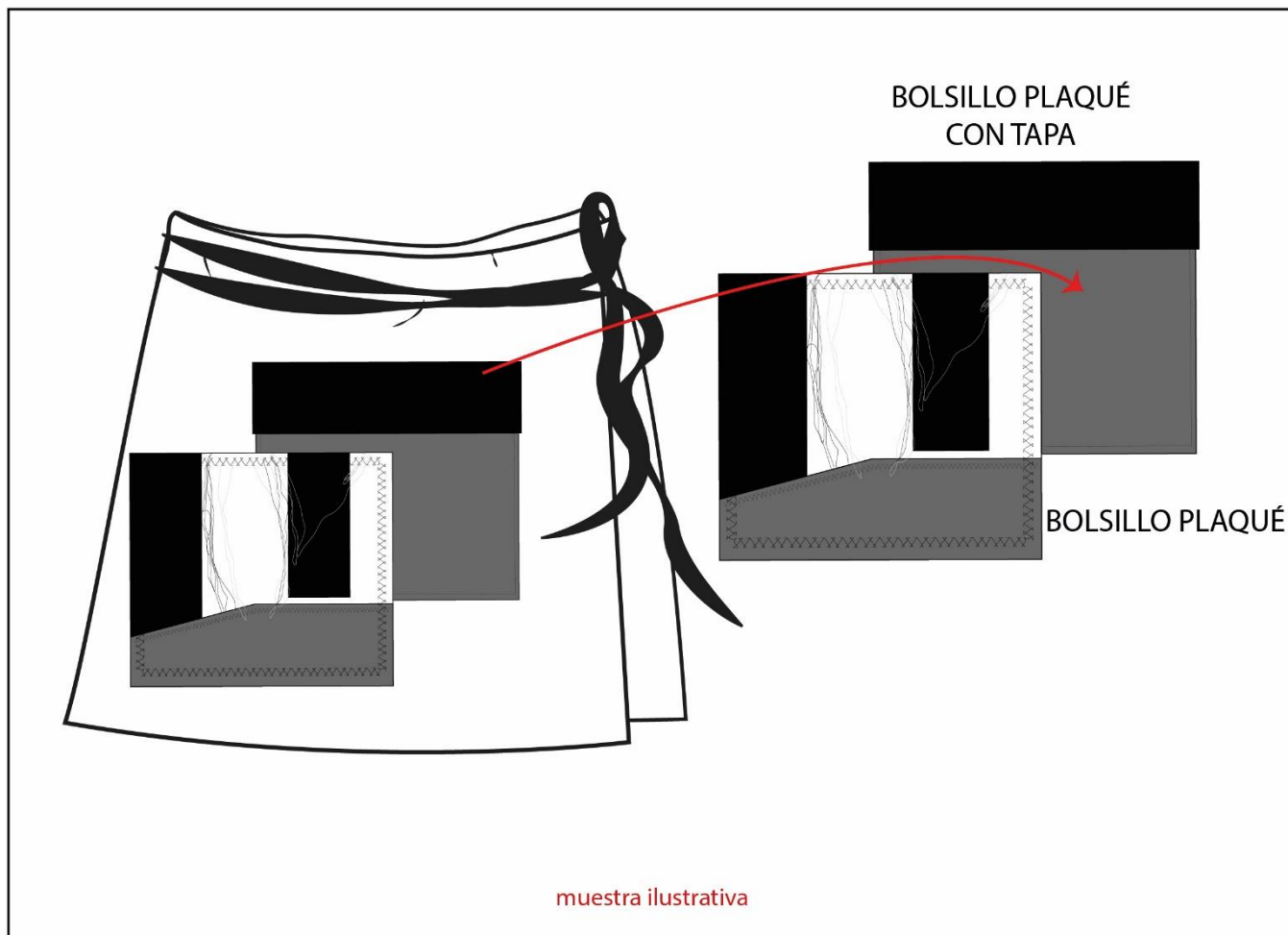
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -

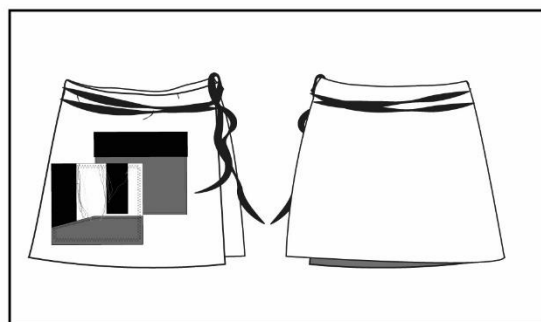


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4	SERIE: 1 ART: 11	
DESCRIPCIÓN: FALDA PAREO, FRUNCE PARA AJUSTE			

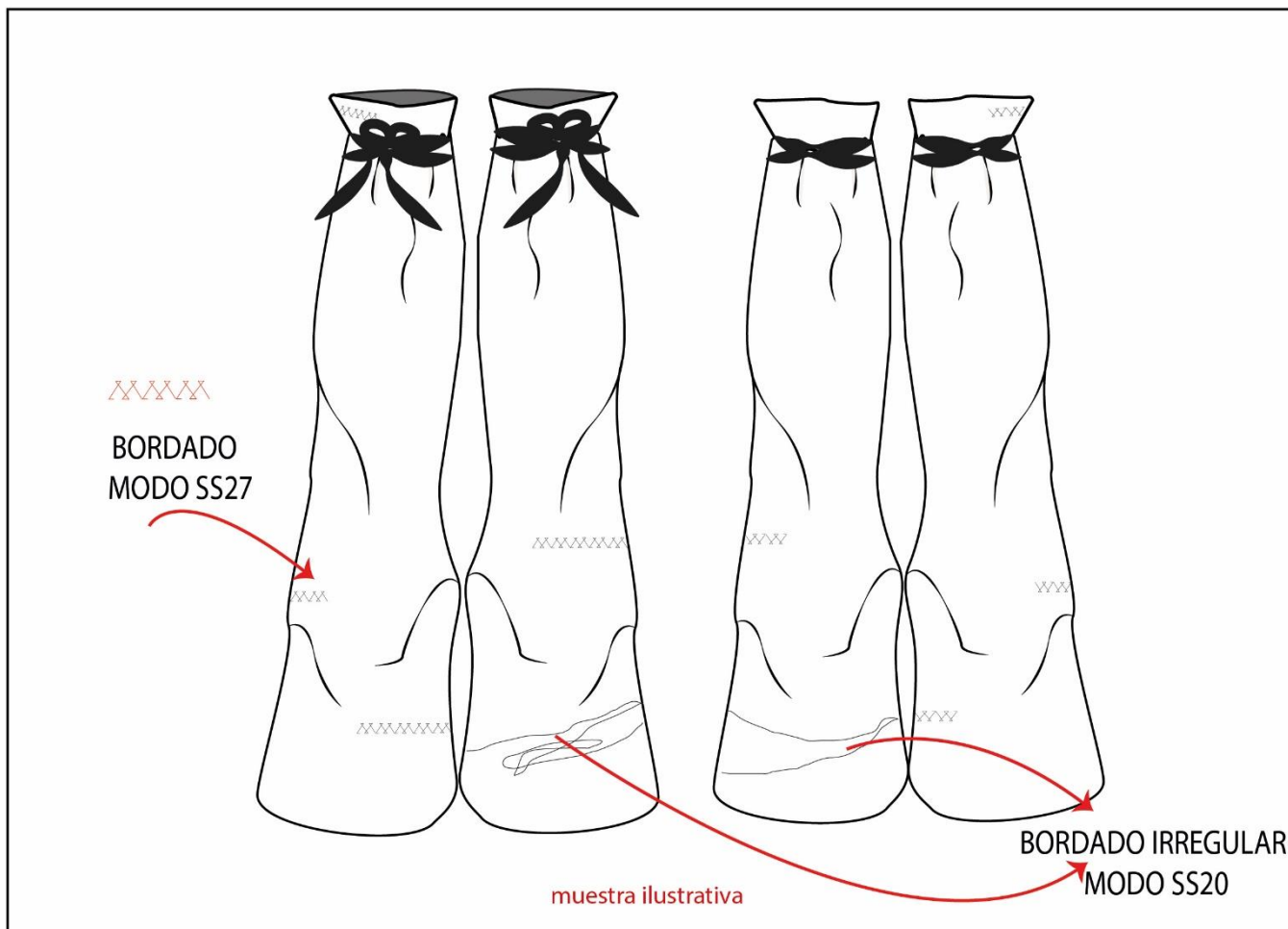


EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	Black 11C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	Black 11C
TIEMPO DE CICLO	40 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 9	MODOS	SS 27 SS 20 —

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO

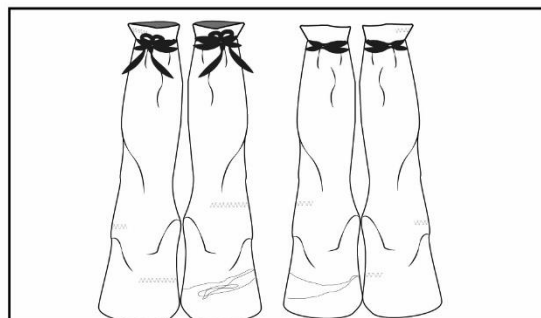


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4 SERIE: 1	ART: 12	
DESCRIPCIÓN: MÓDULO PARA MANGAS "OFF THE SHOULDER"			

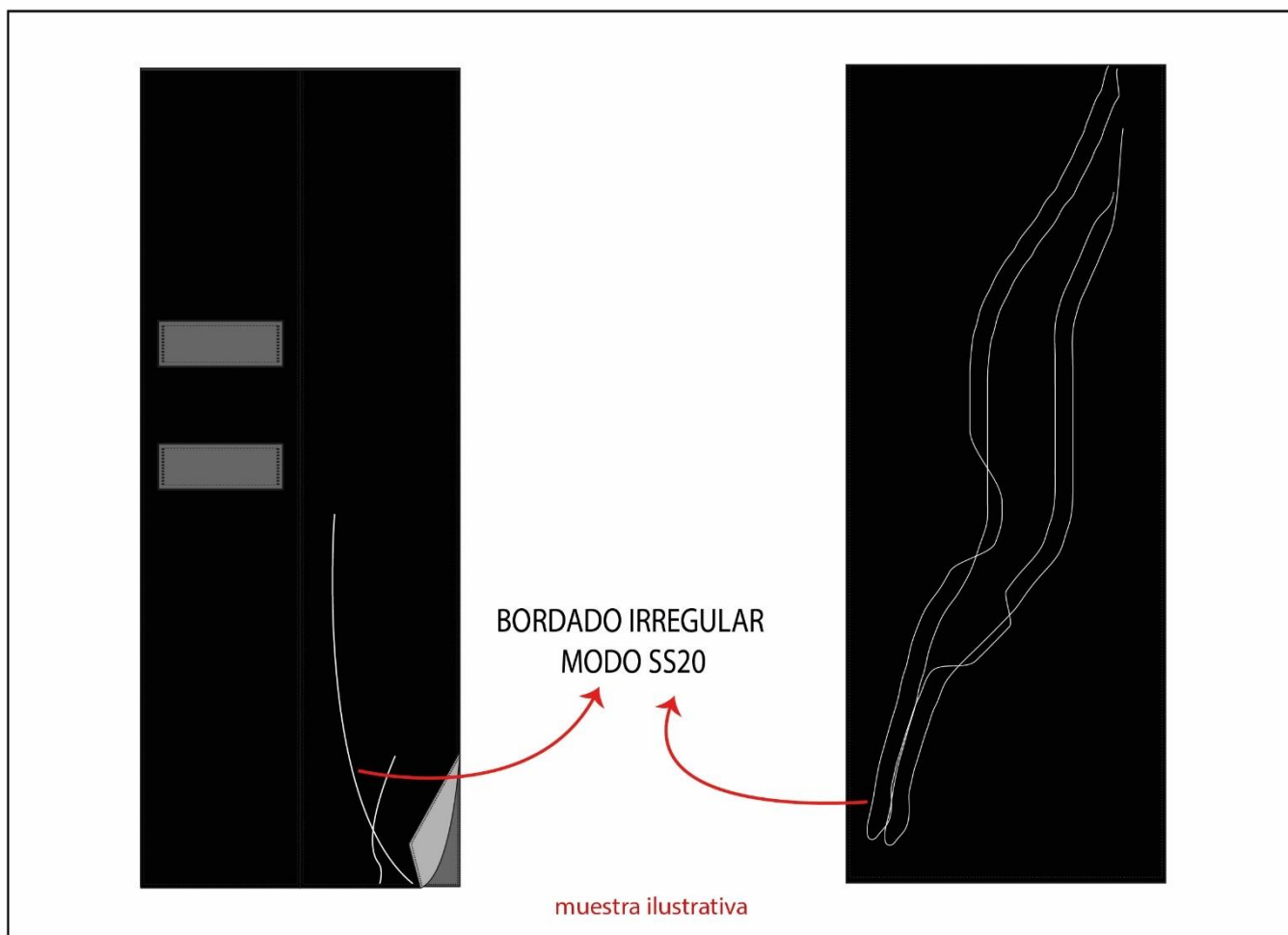


EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	Black 11C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO	BOBINA	Black 11C
TIEMPO DE CICLO	30 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 3/6	MODOS	SS 27 SS 20

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO

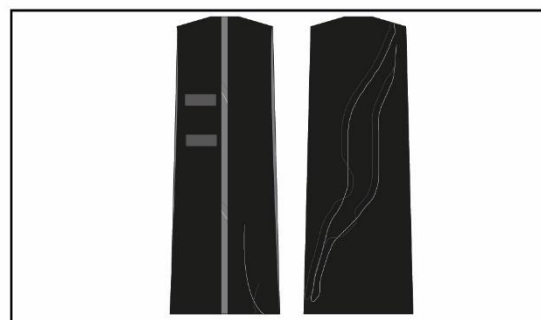


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4 SERIE: 1	ART: 13	
DESCRIPCIÓN: PONCHO REVERSIBLE, LARGO TOTAL			



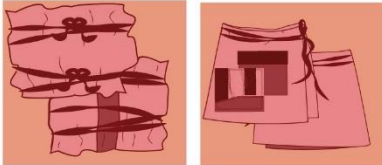



EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	10 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 3	MODOS	SS 20 —

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO NEGRO





Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 4 SERIE: 2	ART: 10 a1 13	


TEXTILES

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Gabardina Alpacuna COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% polyester ANCHO: 1,50mts COLOR: Blanco PANTONE White 000C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$8200,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C:1mt</p>		 White 000c
<p>NOMBRE: Gabardina Bull ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR:GRIS OSC PANTONE Cool Grey 11C Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$3600,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 00C:1,3mt Black 11C:0,6mt Cool Grey 11C:0,1mt</p>		 Black 11c White 000c Cool Grey 11c


AVÍOS

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Totora MATERIAL: textil c/ Spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Mercecedor PRECIO: \$100,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: 4mt</p>		 Black 11c

HILO

<p>NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha técnica	 White 000c Black 11c
---	---------------------	---


TEXTURAS Y ACABADOS**TEXTILES**

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
Retazos de todos los textiles de la colección	Art nº 11/12/13	Ver muestrario
		

AVÍOS

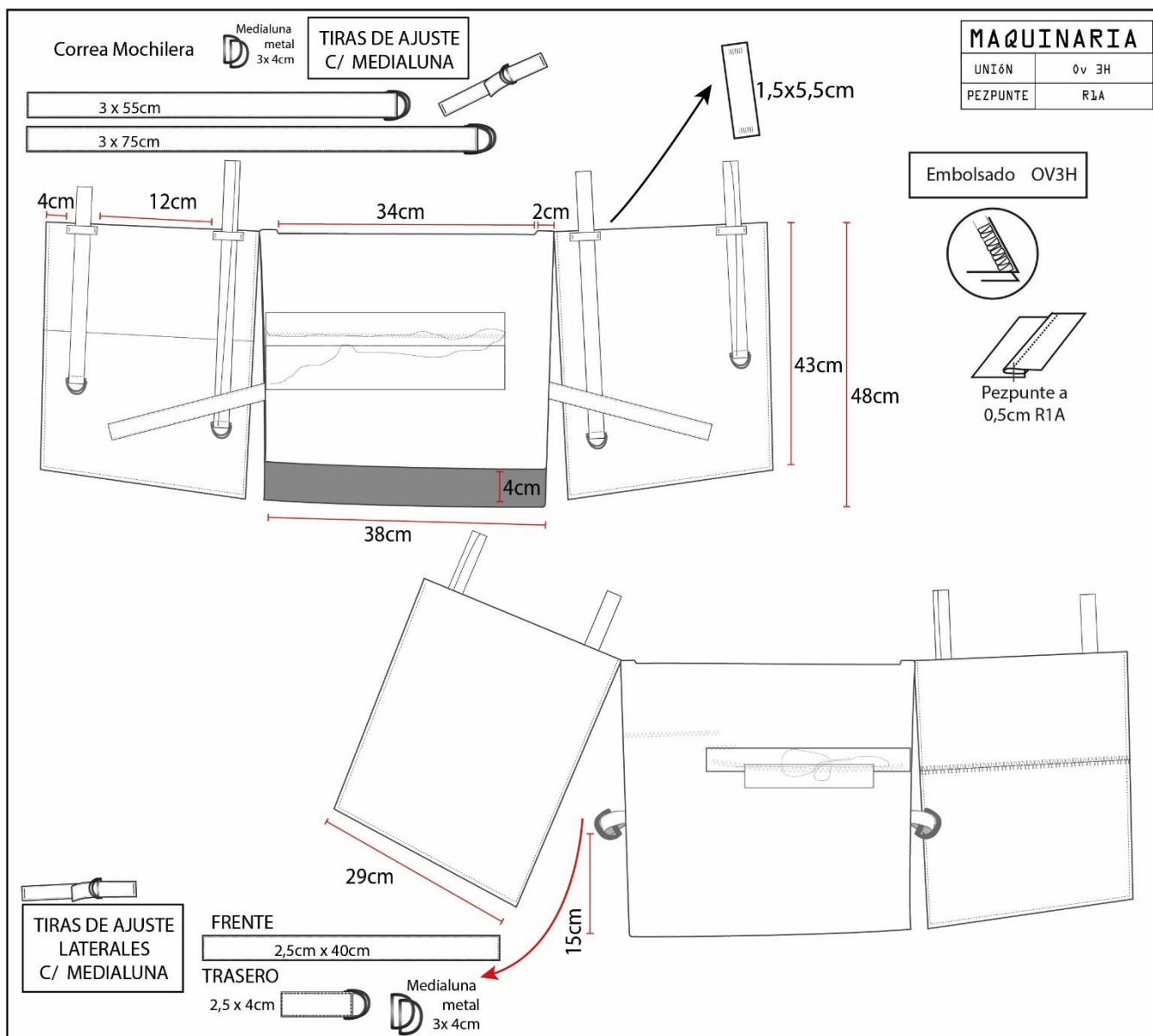
--	--	--

HILO

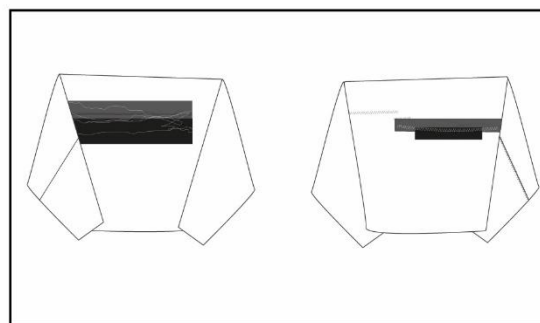
<p>NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha de texturas y acabados	 White 000c Black 11c
---	------------------------------------	---

9.1.1.5 Serie 2 – Conjunto 5

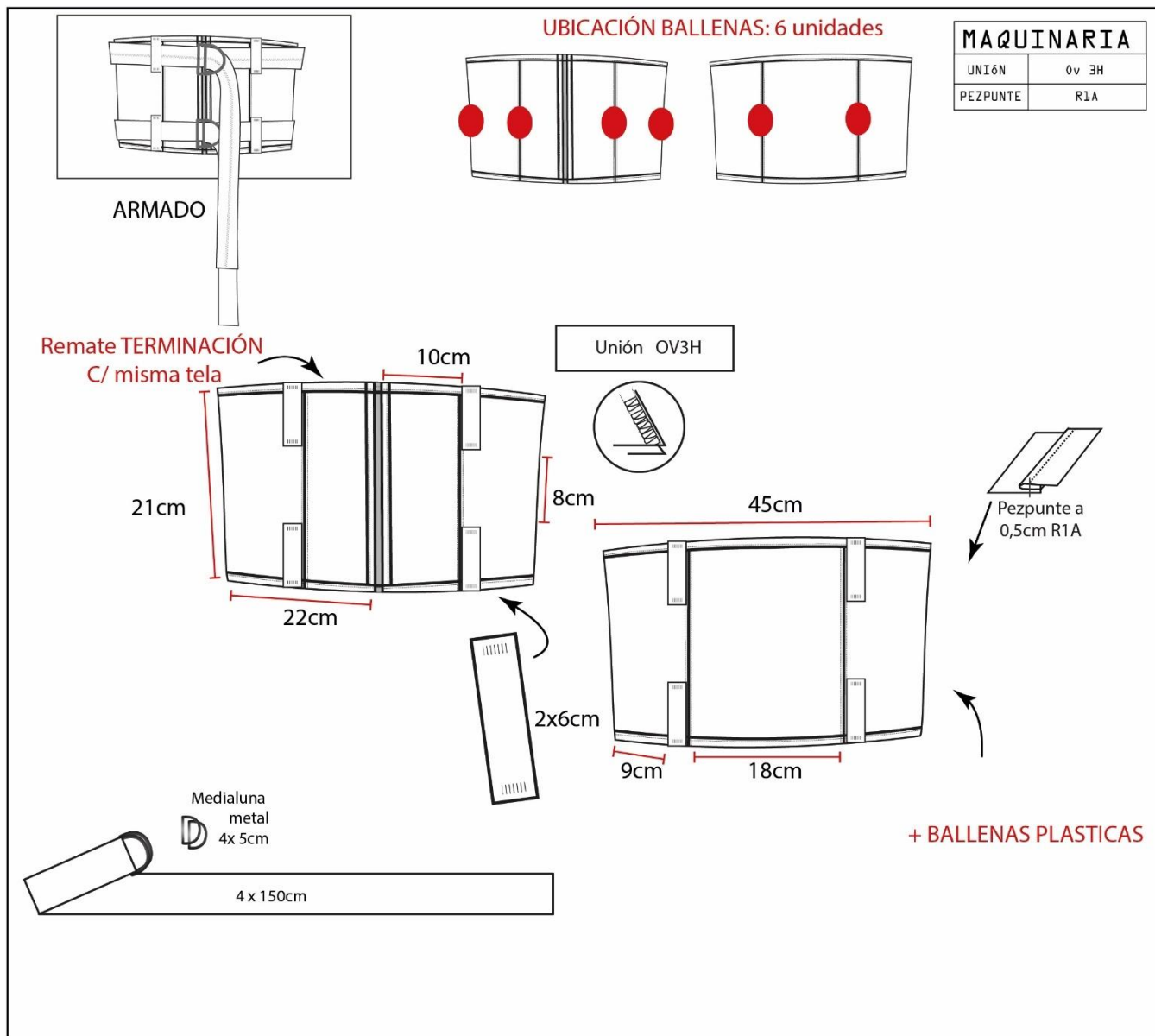
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5	SERIE: 2 ART: 14	
DESCRIPCIÓN: REMERA "KIMONO CROP" RECTANGULAR, REVERSIBLE			



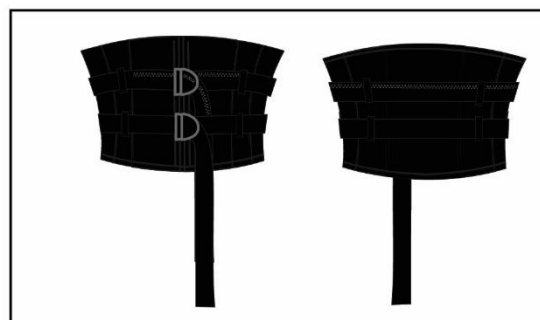
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO NEGRO
AVÍOS	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
	CORREA MOCHILERA	CRASH INS	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO NEGRO



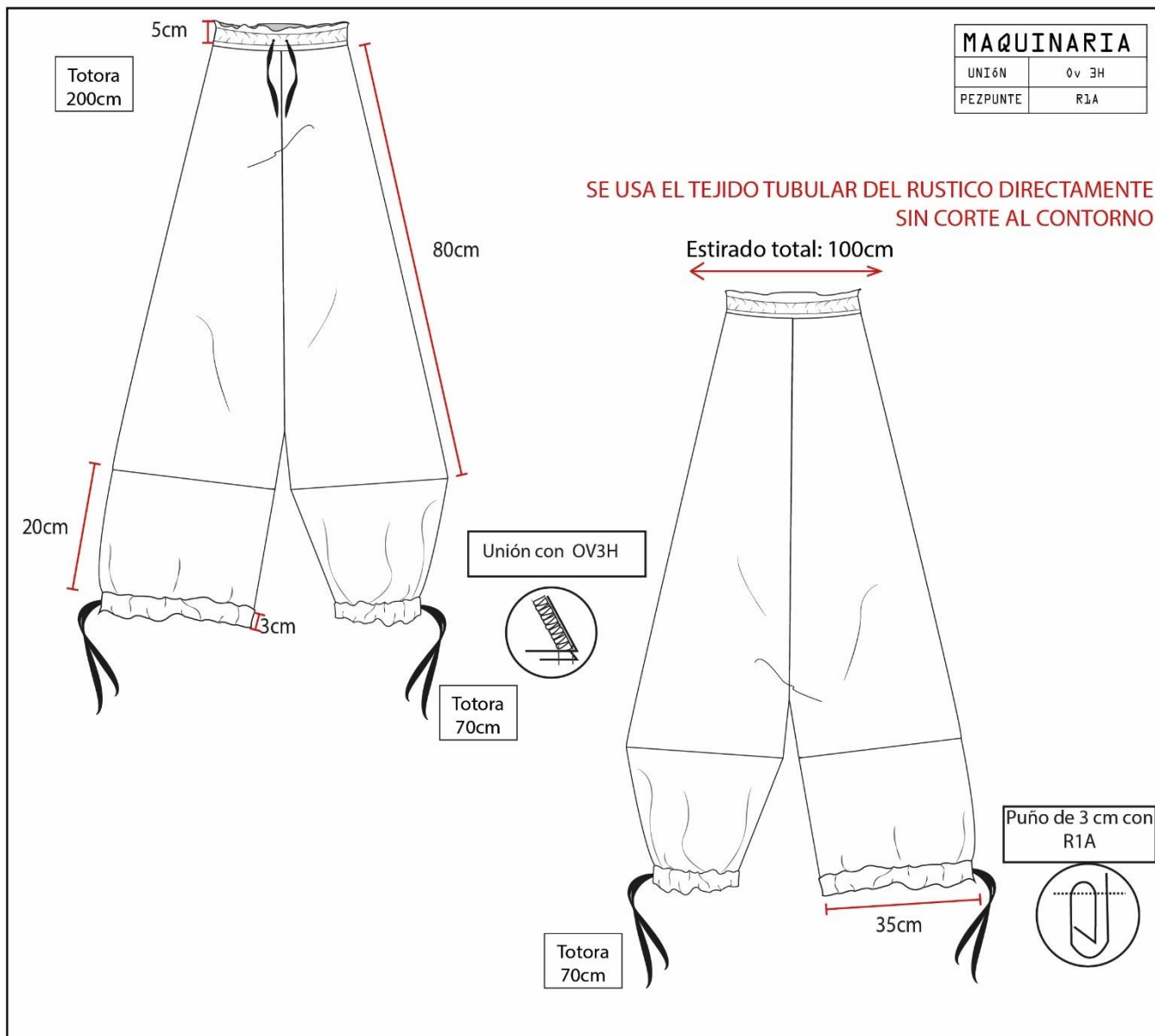
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 2	ART: 15	
DESCRIPCIÓN: CORSET , CON CINTA DE AJUSTE, REGULABLE			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	COTTON SATTEN	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	CORREA MOCHILERA	CRASH INS	NEGRO
	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
	BALENAS	CRASH INS	-
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



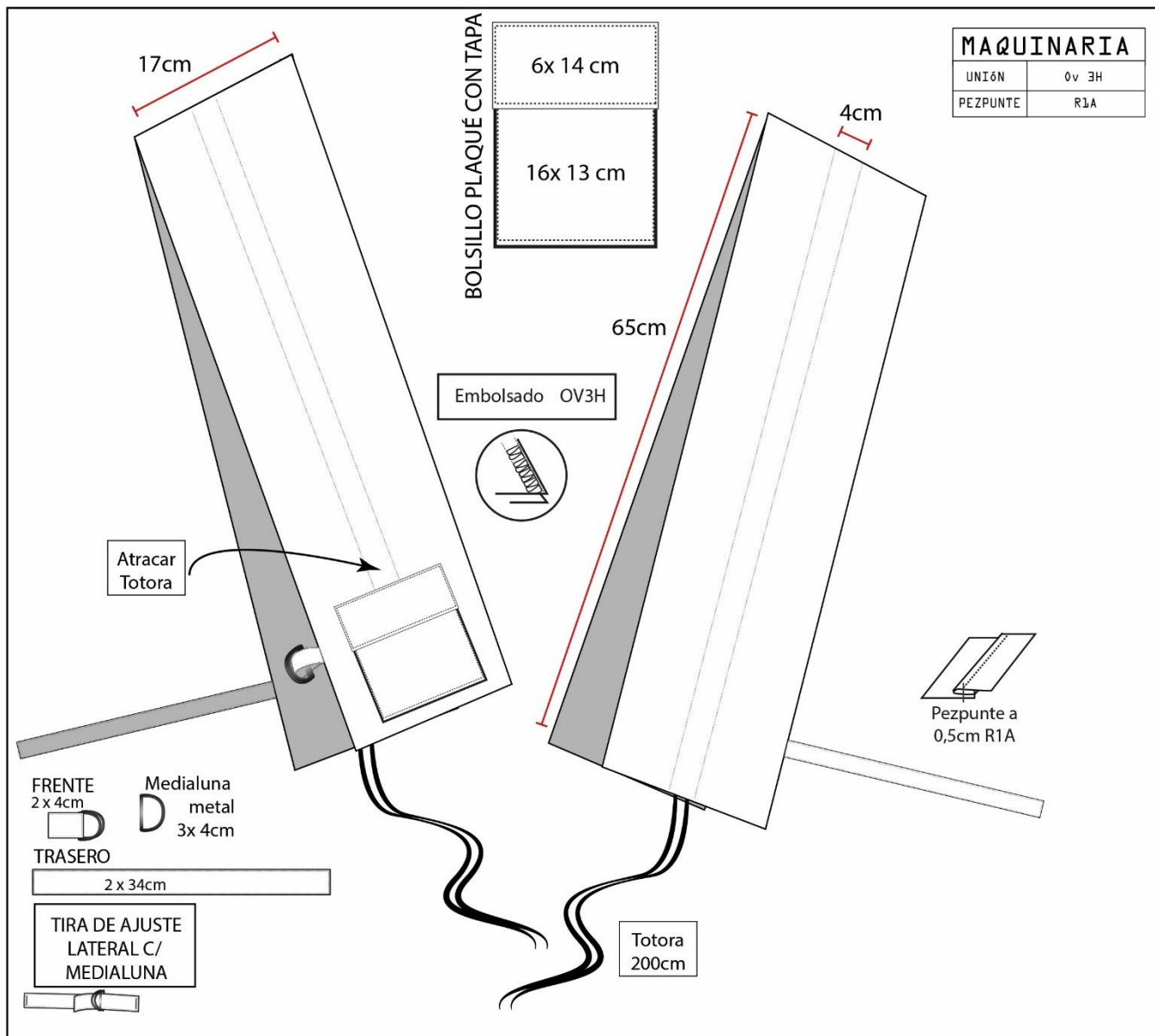
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 2	ART: 16	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN FAROL OVERSIZE			



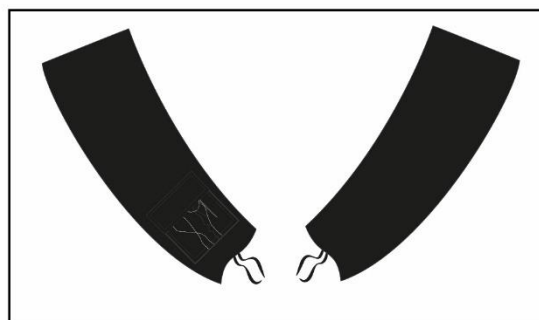
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	RUSTICO	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



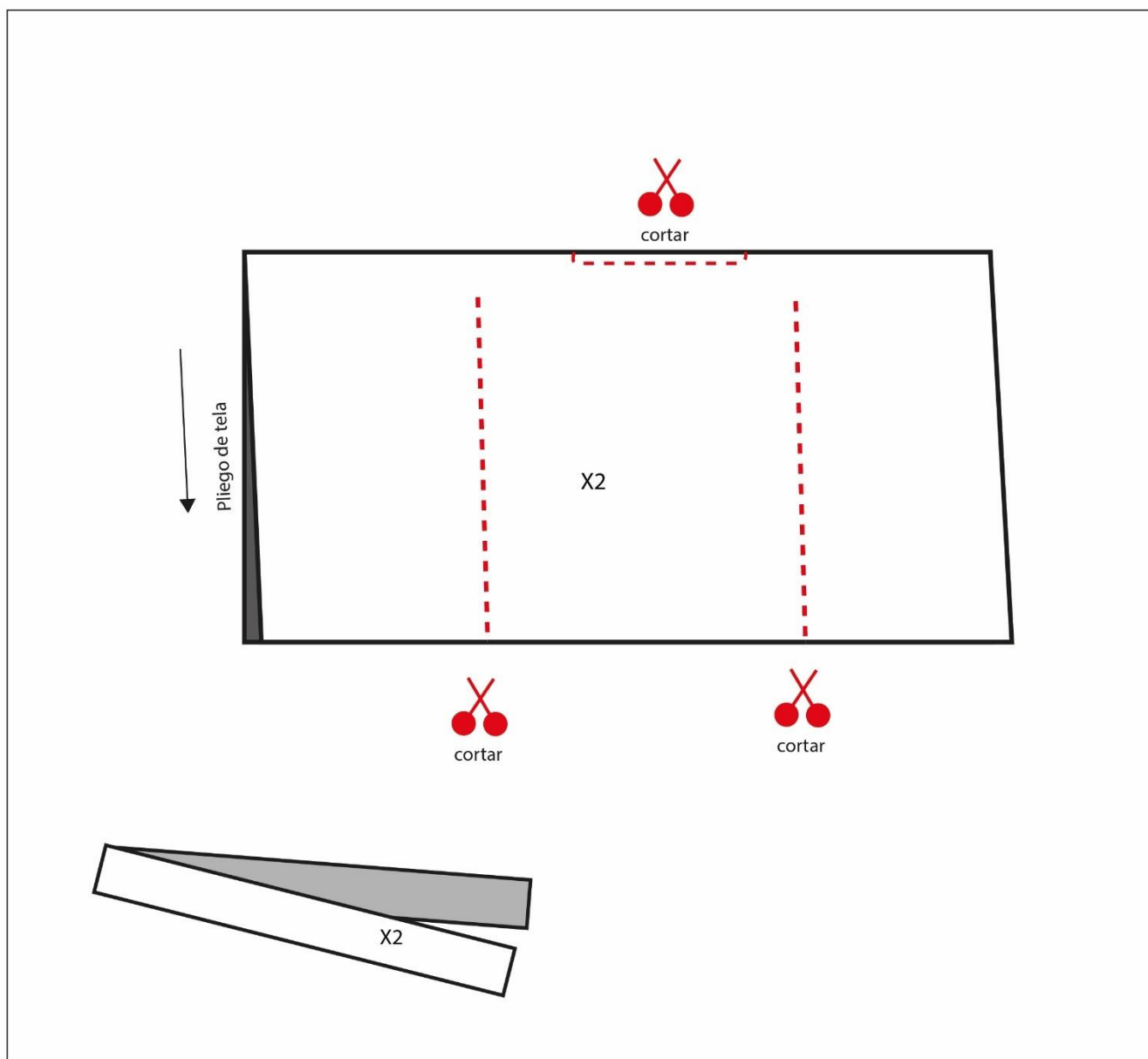
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 2	ART: 17	
DESCRIPCION: BANDA AJUSTABLE			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA MERCERIZADA	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



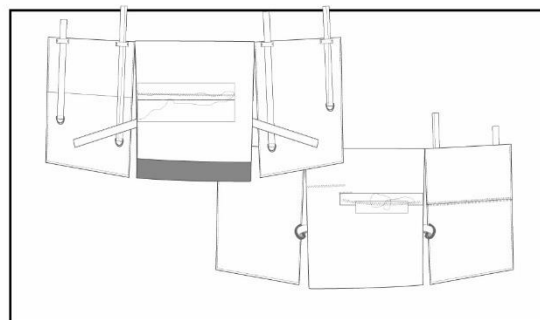
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5	SERIE: 2 ART: 14	
DESCRIPCIÓN: REMERA "KIMONO CROP" RECTANGULAR, REVERSIBLE			



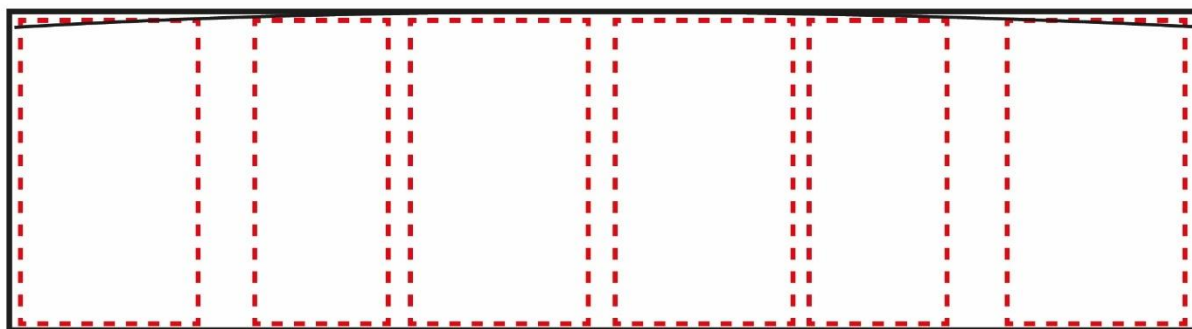
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5	SERIE: 2 ART: 15	
DESCRIPCIÓN: CORSET , CON CINTA DE AJUSTE, REGULABLE			

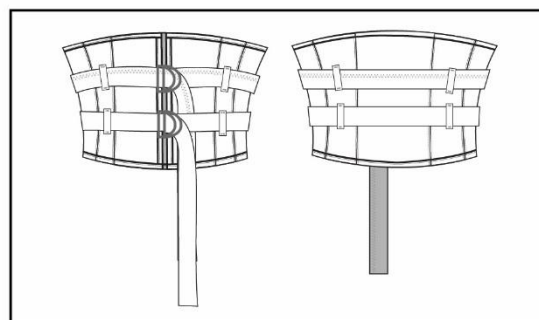


TEXTIL PARA ENVIVADO

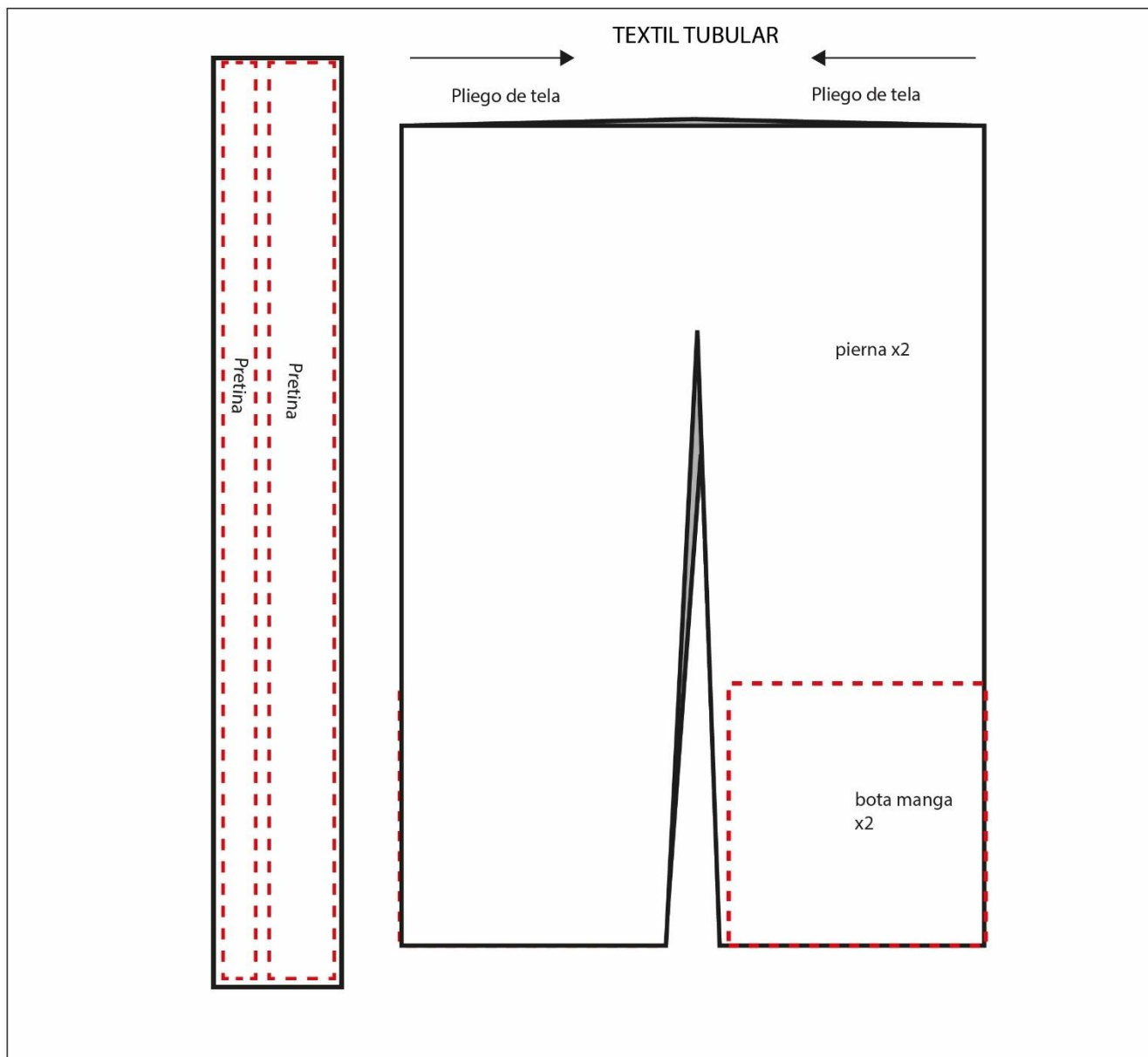
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



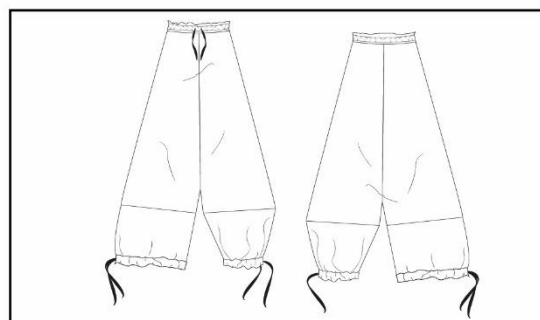
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5	SERIE: 2 ART: 16	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN FAROL OVERSIZE			



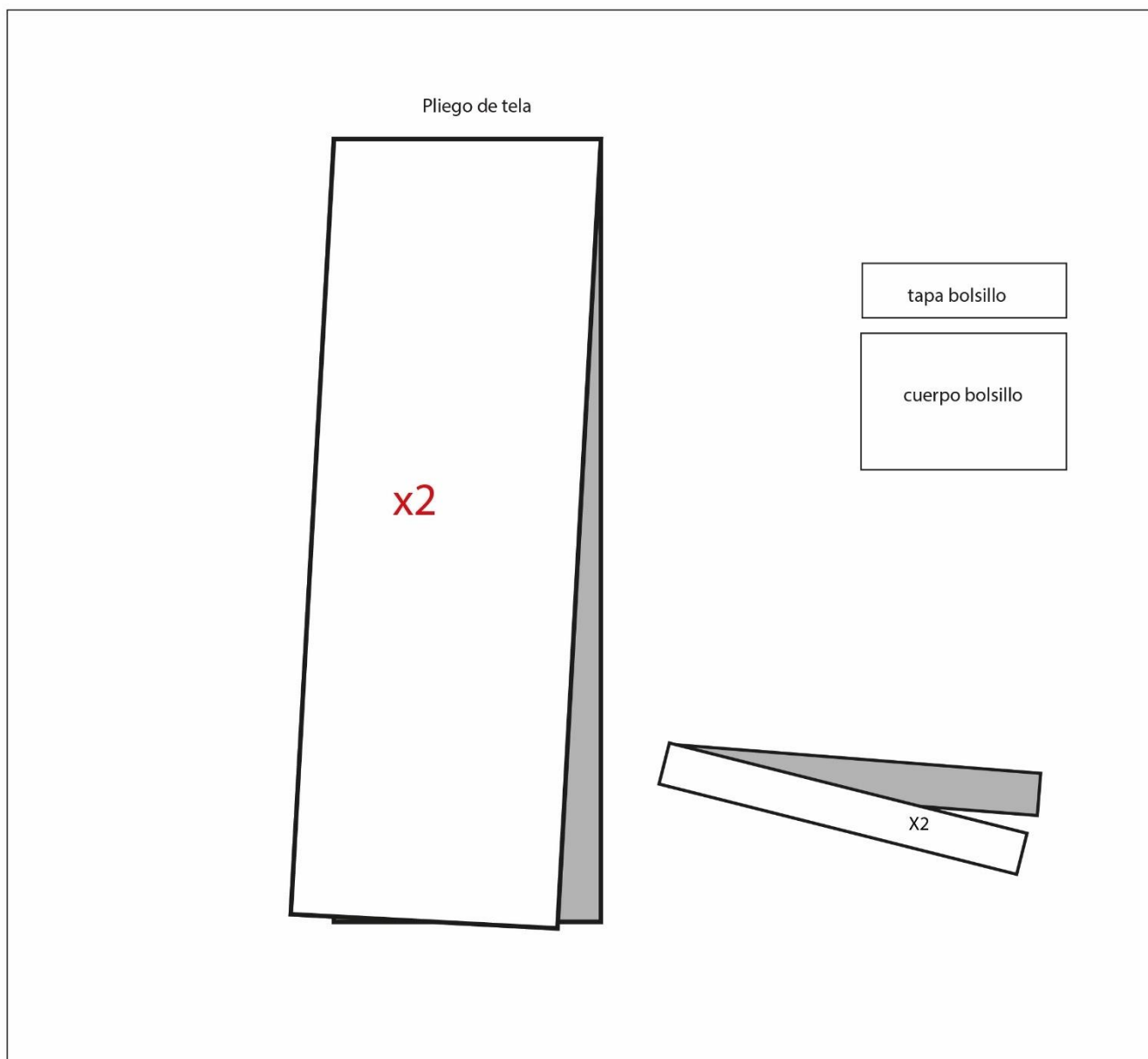
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



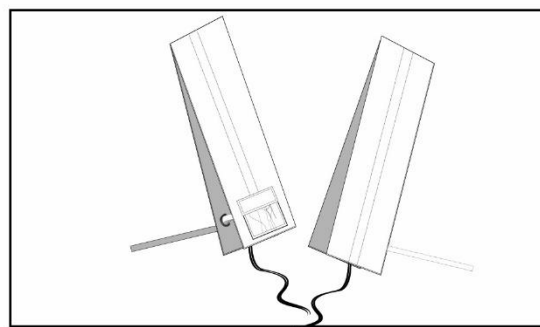
Candelaria Rossi	FIEBACH PATRÓN MODA DE LA ZOOLOGÍA		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 2	ART: 17	
DESCRIPCIÓN: BANDA AJUSTABLE			



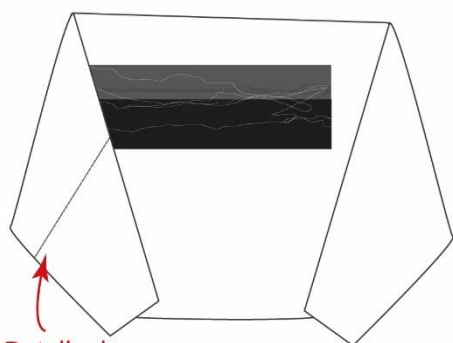
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

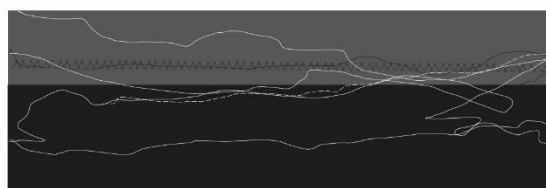
CORTAR= - - - - -



Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 2	ART: 14	
DESCRIPCIÓN: REMERA "KIMONO CROP" RECTANGULAR, REVERSIBLE			

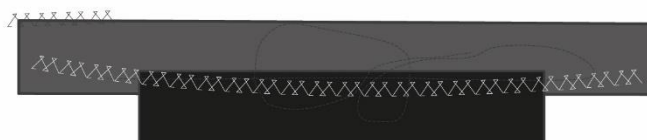
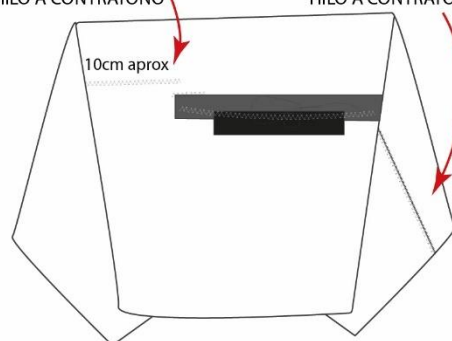


Detalle de bordado modo SS20
HILO A CONTRATONO




Detalle de bordado modo SS27
HILO A CONTRATONO

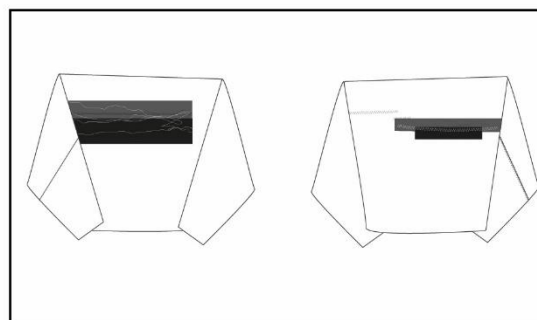
Detalle de bordado SS20 sobre bordado SS27
HILO A CONTRATONO



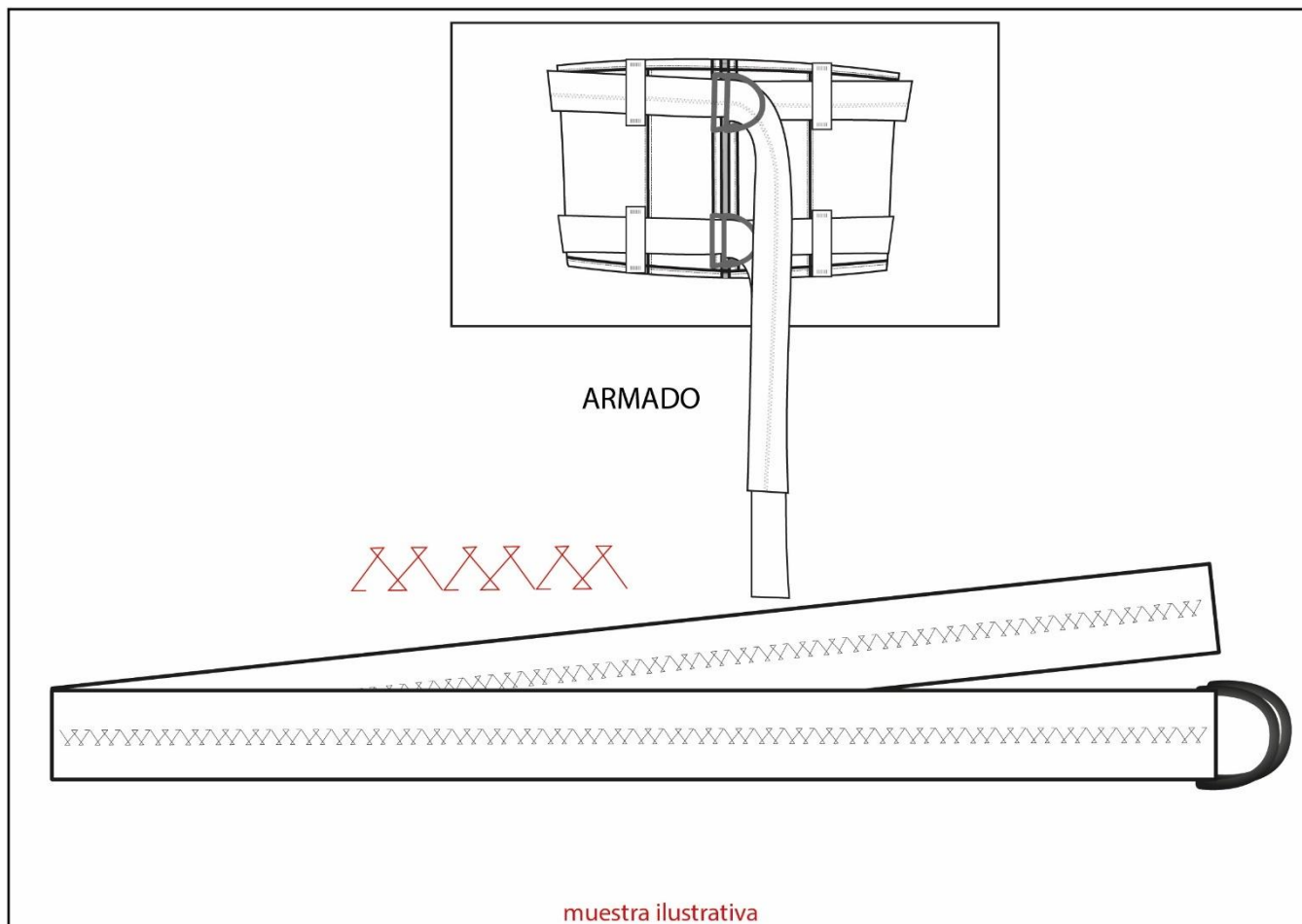
muestra ilustrativa

EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	30 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 8	MODOS	SS 27  SS 20 —

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO NEGRO

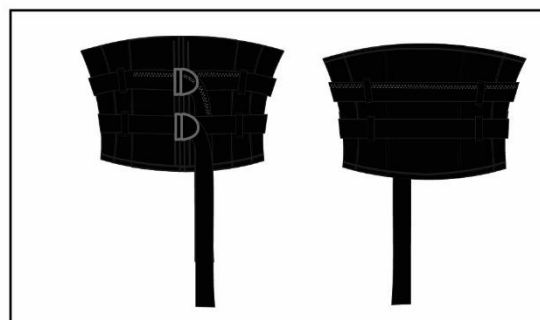


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 2	ART: 15	
DESCRIPCIÓN: CORSET , CON CINTA DE AJUSTE, REGULABLE			

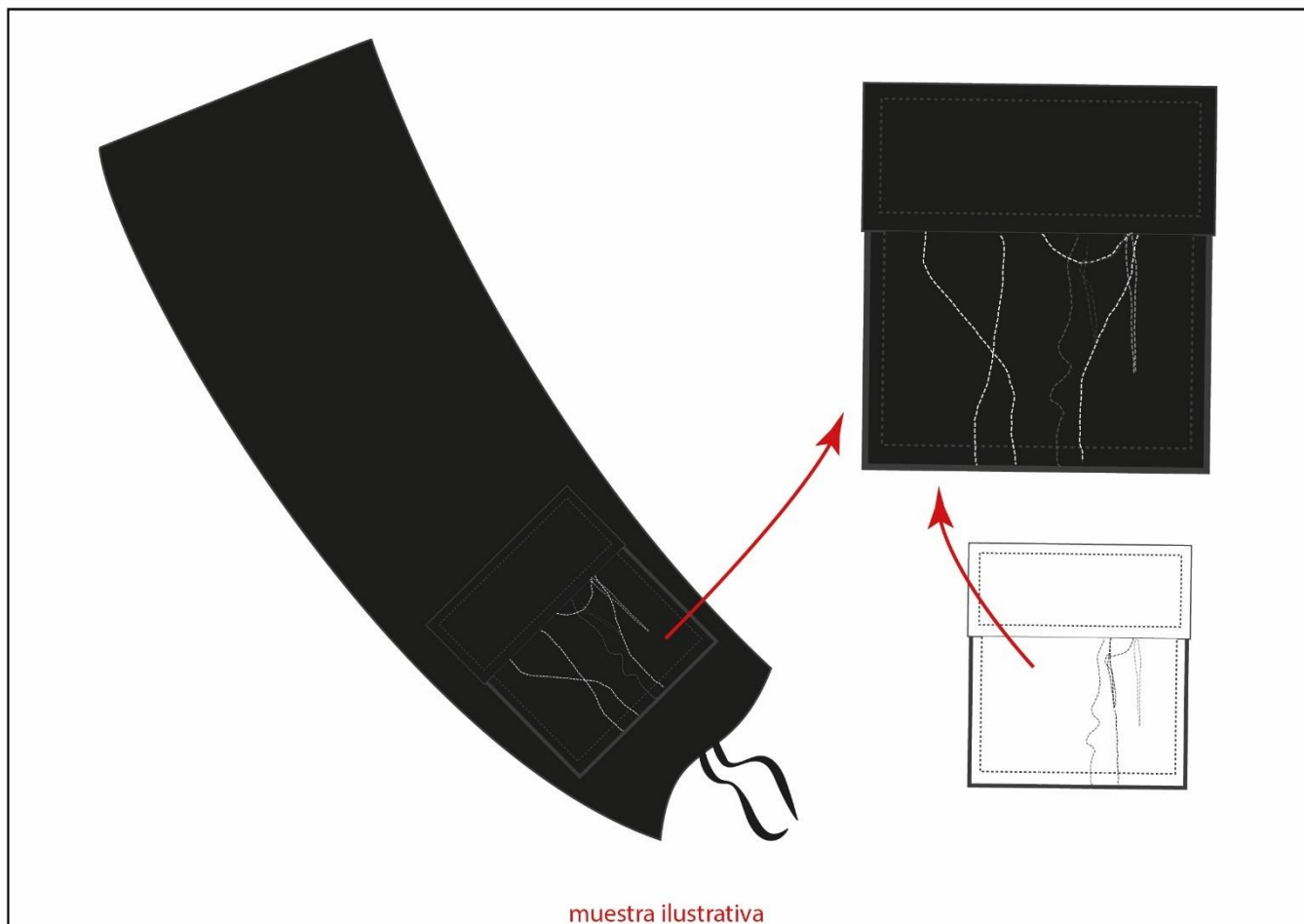


EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	White 000C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	20 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 2	MODOS	SS 27

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO

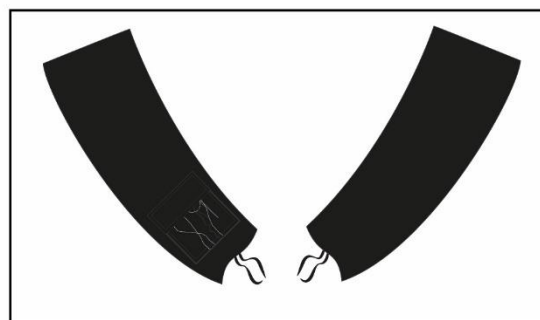


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 2	ART: 17	
DESCRIPCION: BANDA AJUSTABLE			



EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	White 000C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	20 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 3	MOD0/S	SS 20 —

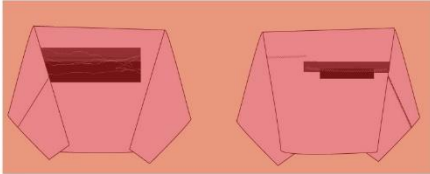


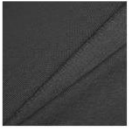
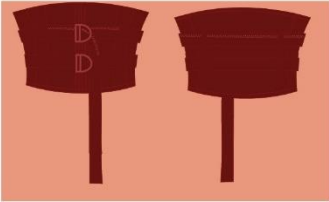



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO




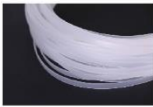


Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 1	ART: 14 al 17	

TEXTILES

1 de 2

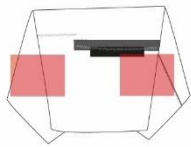



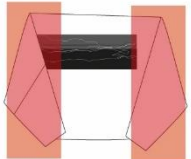
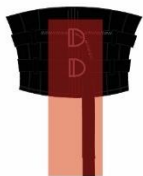

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Gabardina Alpacuna COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% polyester ANCHO: 1,50mts COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) #8200,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C:0,5mt Black 11C:0,5mt</p>		 <p>White 000C Black 11C</p>
<p>NOMBRE: Rústico Elastizado ANCHO: 2mts tubular COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) #5020,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:1mt</p>		 <p>Black 11C</p>
<p>NOMBRE: Cotton saten ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) #4660,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:0,5mt</p>		 <p>Black 11C</p>
<p>NOMBRE: Gabardina Mercerizada ANCHO: 1,60mts COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) #5050,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: Black11C : 0,3mt</p>		 <p>Black 11C</p>

AVÍOS


DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Ballena plástica MATERIAL: Pet Tamaños: Según prenda PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: #200,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:1,2mt</p>		
<p>NOMBRE: Totora MATERIAL: textil c/ Spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Mercecor PRECIO: #100,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:5mt</p>		 <p>Black 11C</p>

Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 5 SERIE: 1	ART:14 a1 17	

2 de 2

<p>NOMBRE: Medialuna MATERIAL: Metal Tamaños: 3x4cm o 4x5cm COLOR: Plateado PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$398,00 x unidad CANTIDAD UTILIZADA: 3x4cm:14unidades 4x5cm: 4unidades</p>	  	 <p>Steel Plate</p>
<p>NOMBRE: Correa mochilera MATERIAL: Polyester Tamaños: ancho 3cm ancho 4cm COLOR: Negro Black 11C PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:5,7mt</p>	 	 <p>Black 11c</p>

HIL0

<p>NOMBRE: HIL0 reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha técnica	 <p>White 000c Black 11c</p>
---	---------------------	---


TEXTURAS Y ACABADOS**TEXTILES**

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
Retazos de todos los textiles de la colección	Art nº 14/15/17	Ver muestrario

AVÍOS

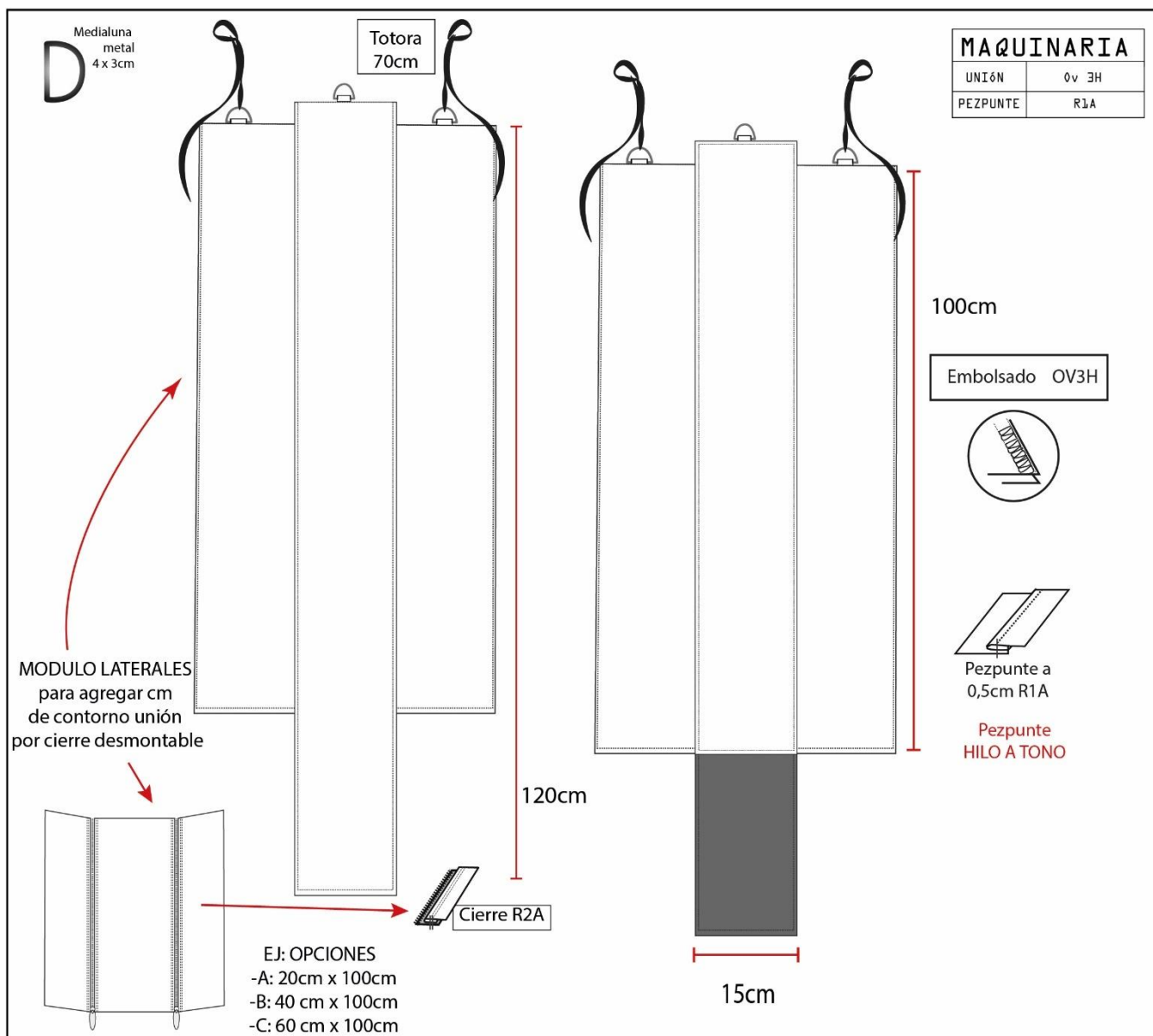
—	—	—
---	---	---

HIL0

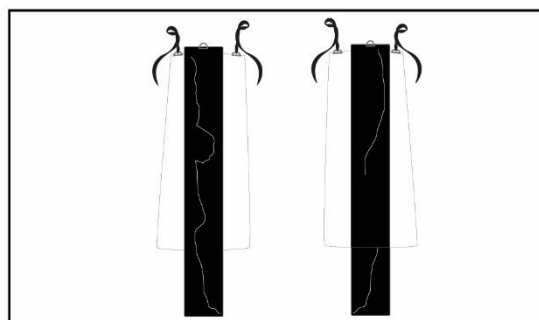
<p>NOMBRE: HIL0 reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha de texturas y acabados	 <p>White 000c Black 11c</p>
---	------------------------------------	---

9.1.1.6 Serie 2 – Conjunto 6

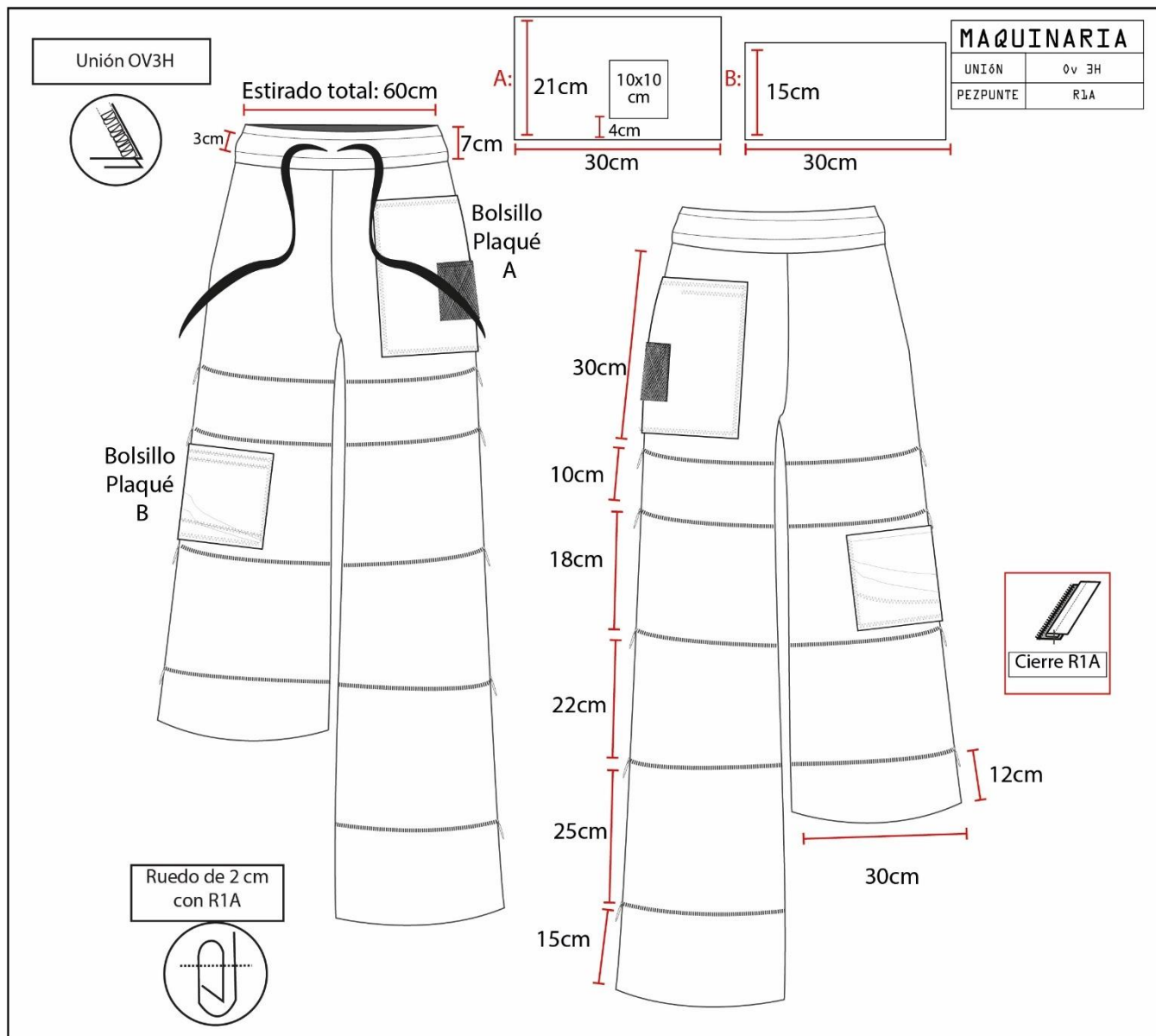
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 18	
DESCRIPCIÓN: MUSCULOSA ASIMÉTRICA, TIRAS INTERCAMBIABLES			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO NEGRO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
	CIERRE DESM	PANDORA	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO



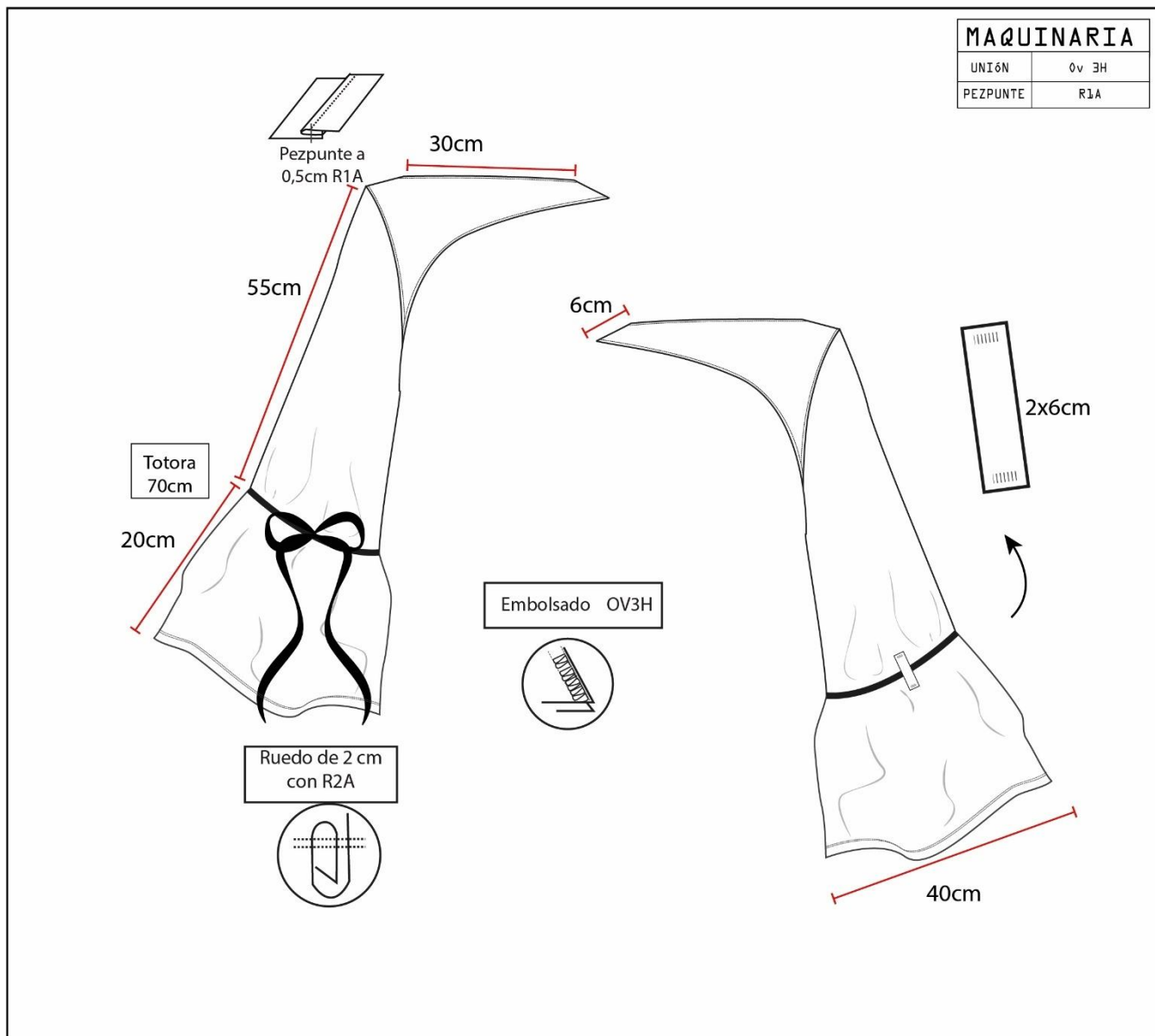
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 19	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON LARGO DESMONTABLE			



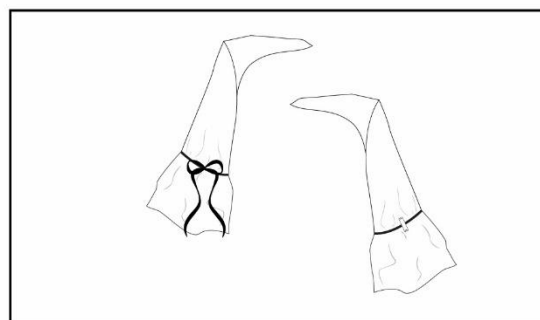
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA 8oz	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
	CIERRE DESMONTABLE	PANDORA	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



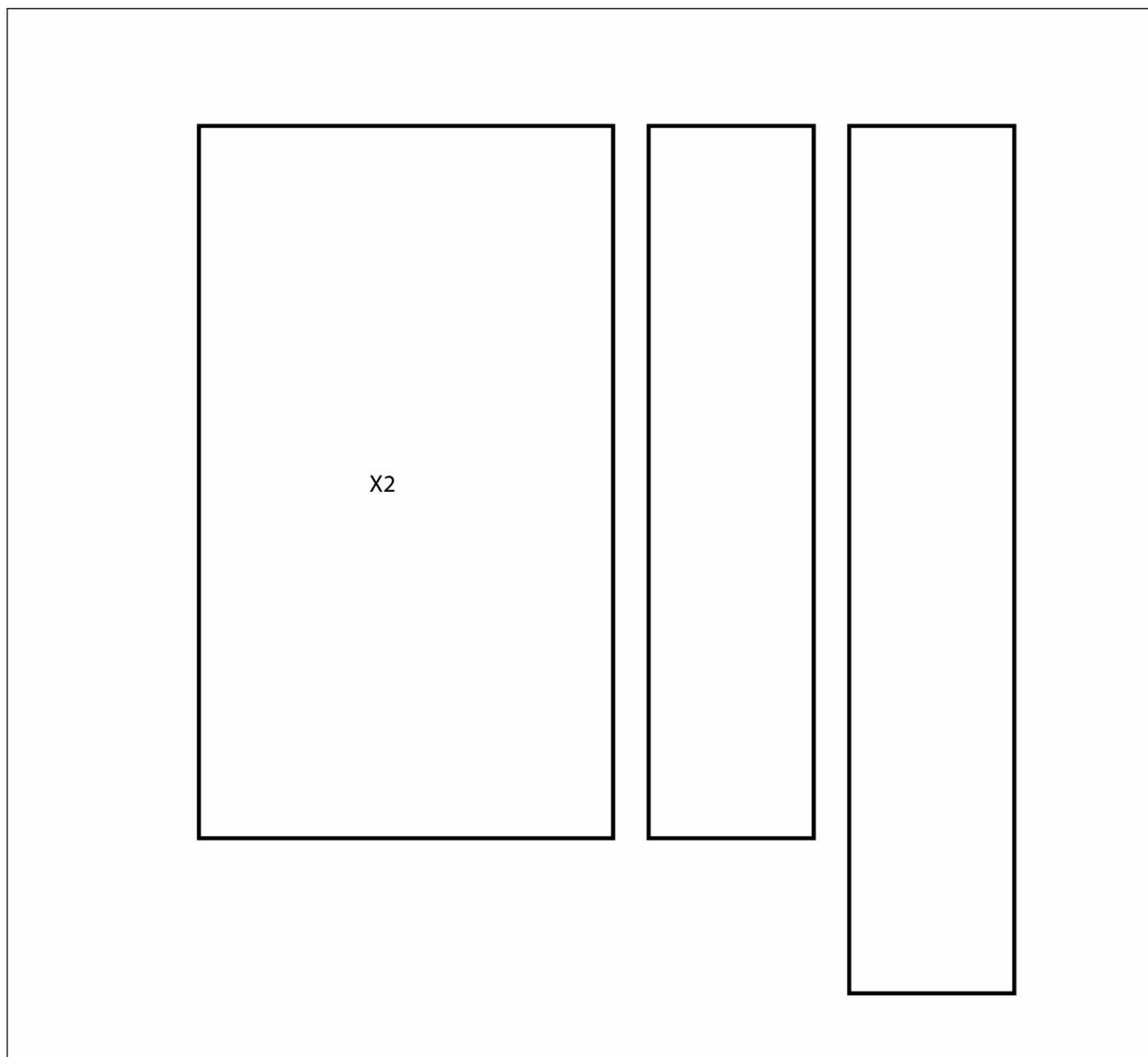
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 20	
DESCRIPCIÓN: MANGA AMPLIA, AJUSTABLE AL PUÑO			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO NEGRO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



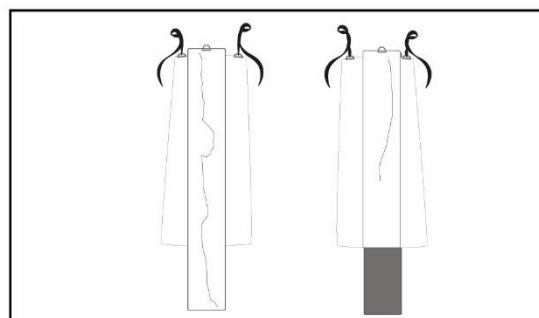
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6	SERIE: 2 ART: 18	
DESCRIPCIÓN: MUSCULOSA ASIMÉTRICA, TIRAS INTERCAMBIABLES			



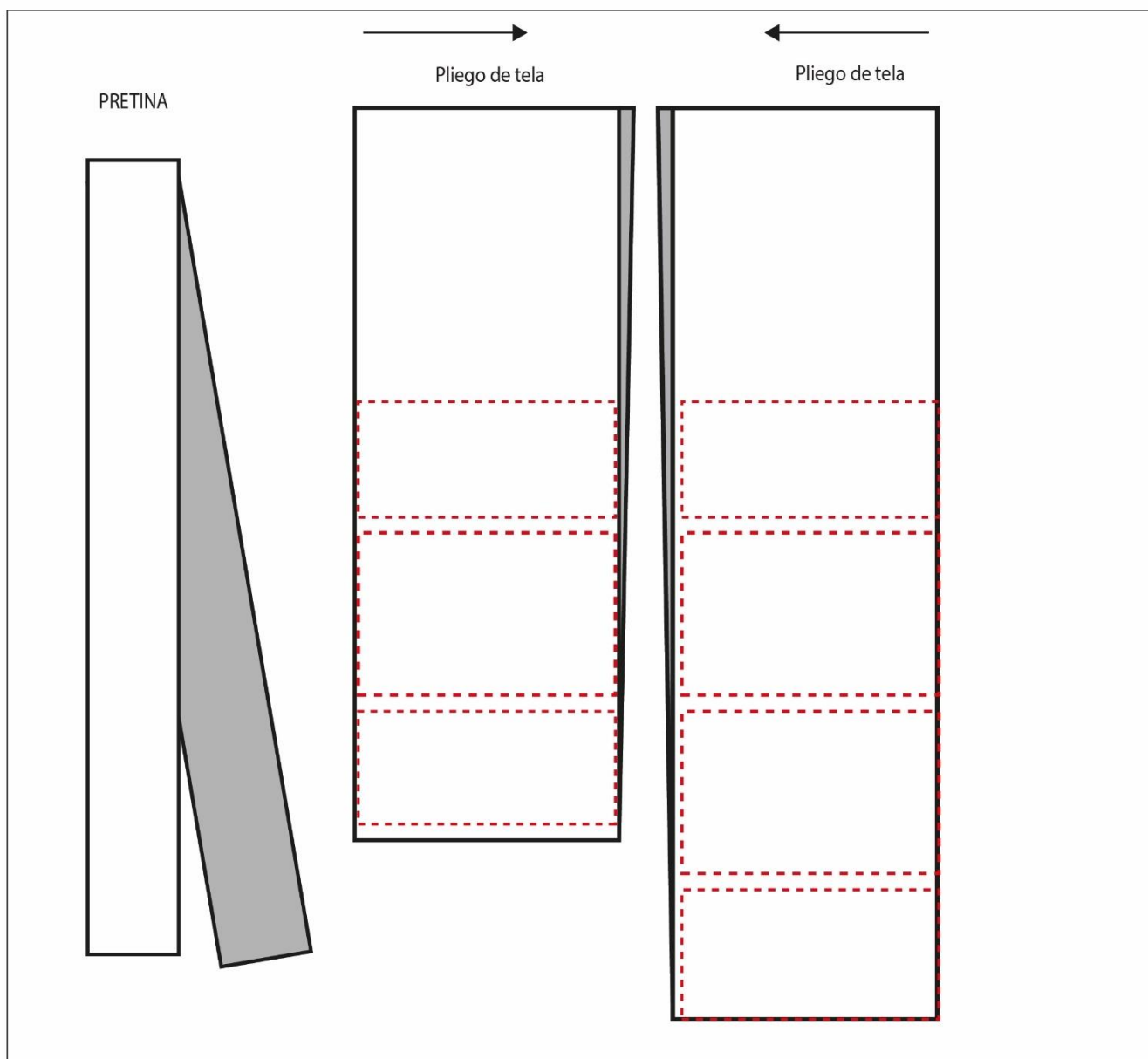
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



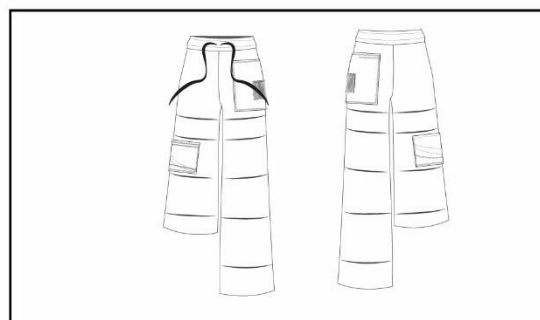
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 19	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON LARGO DESMONTABLE			



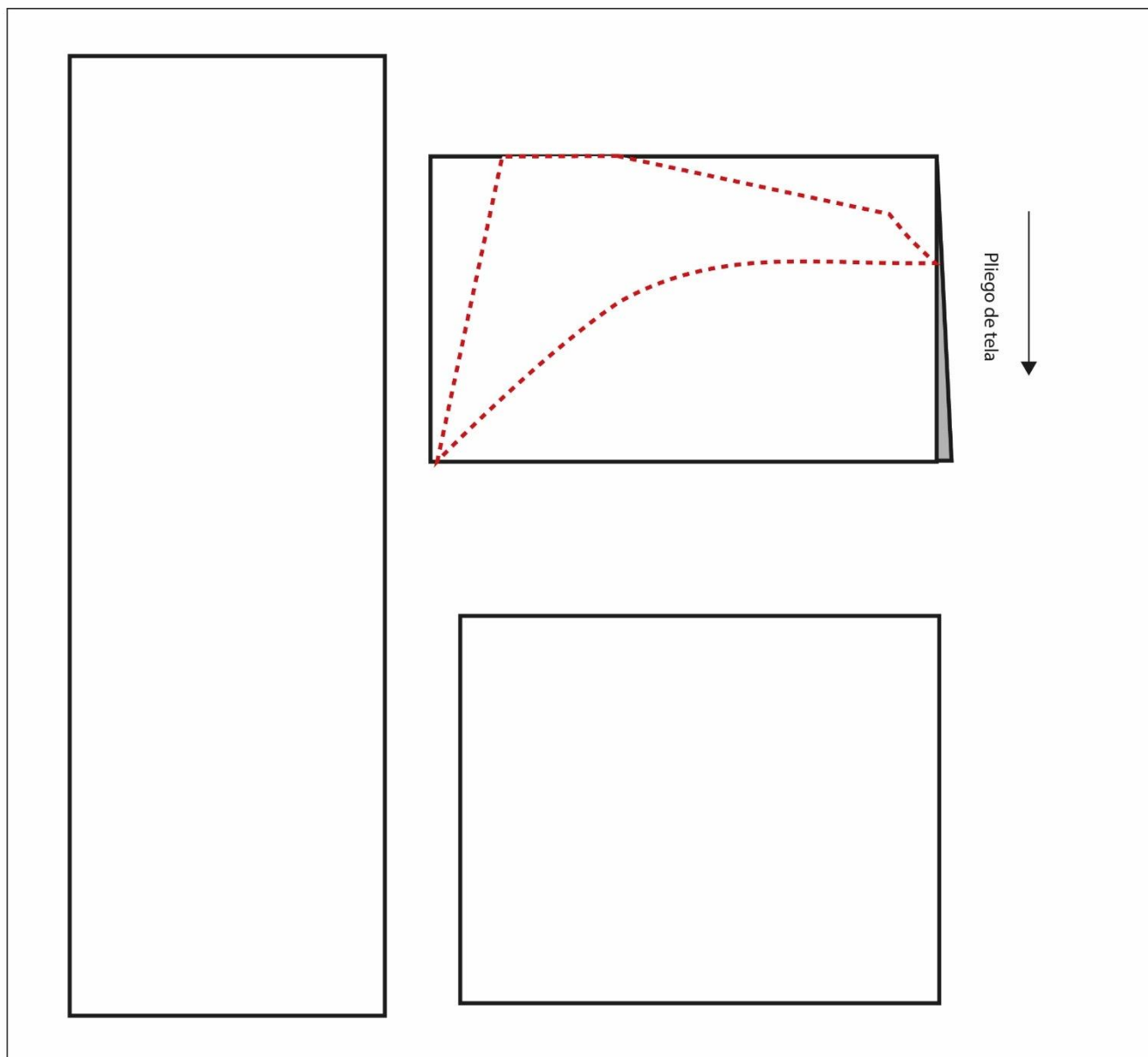
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



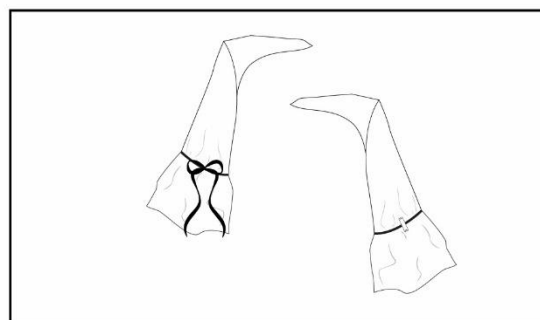
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 20	
DESCRIPCIÓN: MANGA AMPLIA, AJUSTABLE AL PUÑO			



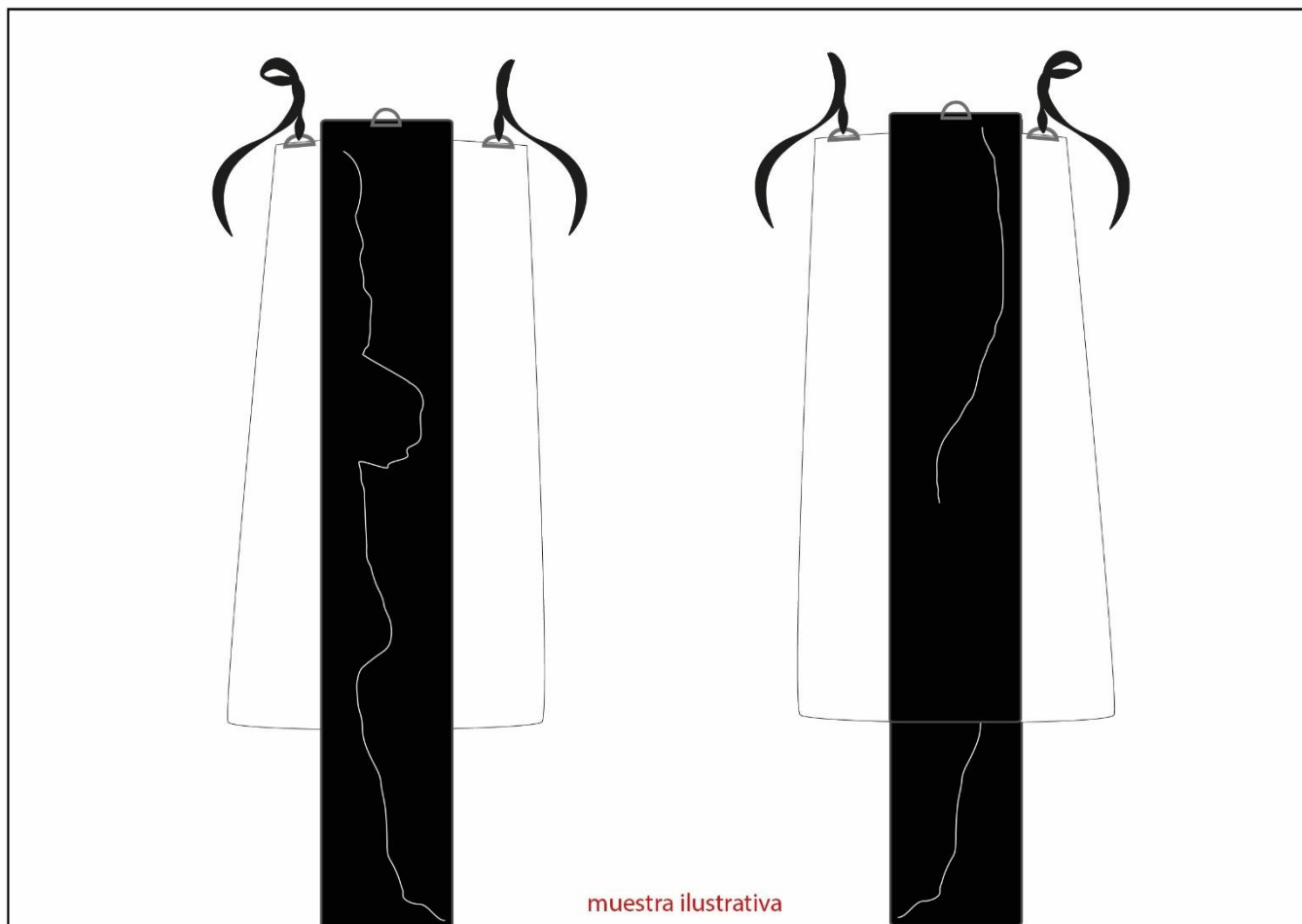
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -

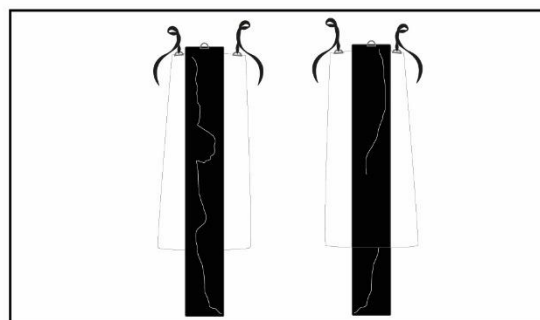


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 18	
DESCRIPCIÓN: MUSCULOSA ASIMÉTRICA, TIRAS INTERCAMBIABLES			



EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	White 000C
SISTEMA	BORDADO	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	5 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 4	MODOS	SS 20 —

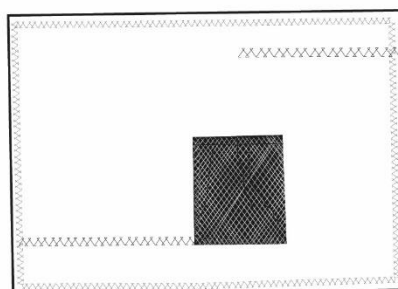
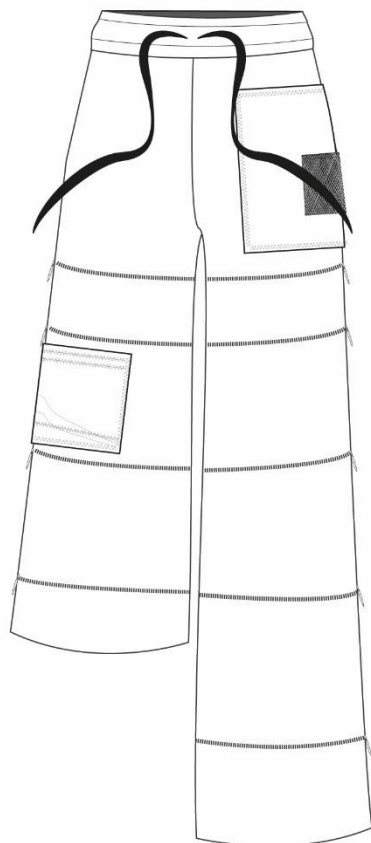
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



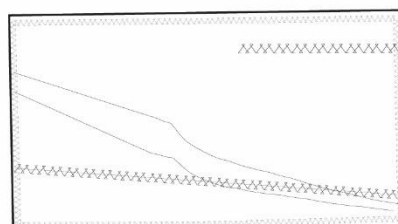
Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 19	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CON LARGO DESMONTABLE			

PEGAR EL BOLSILLO LISTO A LA PRENDA CON R1A

BOLSILLO PLAQUÉ C/SOBRE BOLSILLO PLAQUÉ COSIDO EN EL CORTE



En textil Black 11C
Hilo White 000C



En textil Black 11C
Hilo White 000C

muestra ilustrativa

EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	White 000C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	20 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 11	MOD0/S	SS 27 SS 20 —





	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 18 al 20	

TEXTILES

1 de 2

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Gabardina Alpacuna COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% polyester ANCHO: 1,50mts COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$8200,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C:1,5mt Black 11C:0,5mt</p>		 White 000c Black 11c
<p>NOMBRE: Gabardina 8oz ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$4300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: Black 11C:1,5mt</p>		 Black 11c

AVÍOS

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Cierre Desmontable MATERIAL: Metal TAMAÑO: Segun prenda COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$1000,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:8mt</p>		 black 11c
<p>NOMBRE: Totora MATERIAL: textil c/ Spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Mercecor PRECIO: \$100,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:5mt</p>		 black 11c
<p>NOMBRE: Medialuna MATERIAL: Metal Tamaños: 4x5cm COLOR: Plateado PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$398,00 x unidad CANTIDAD UTILIZADA:6 Unidades</p>		 Steel Plate

HILO

<p>NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha técnica	 White 000c Black 11c
---	---------------------	---

Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 6 SERIE: 2	ART: 18 al 20	

2 de 2

TEXTURAS Y ACABADOS


TEXTILES

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
Retazos de todos los textiles de la colección	Art nº 18 / nº 19	Ver muestrario

AVÍOS

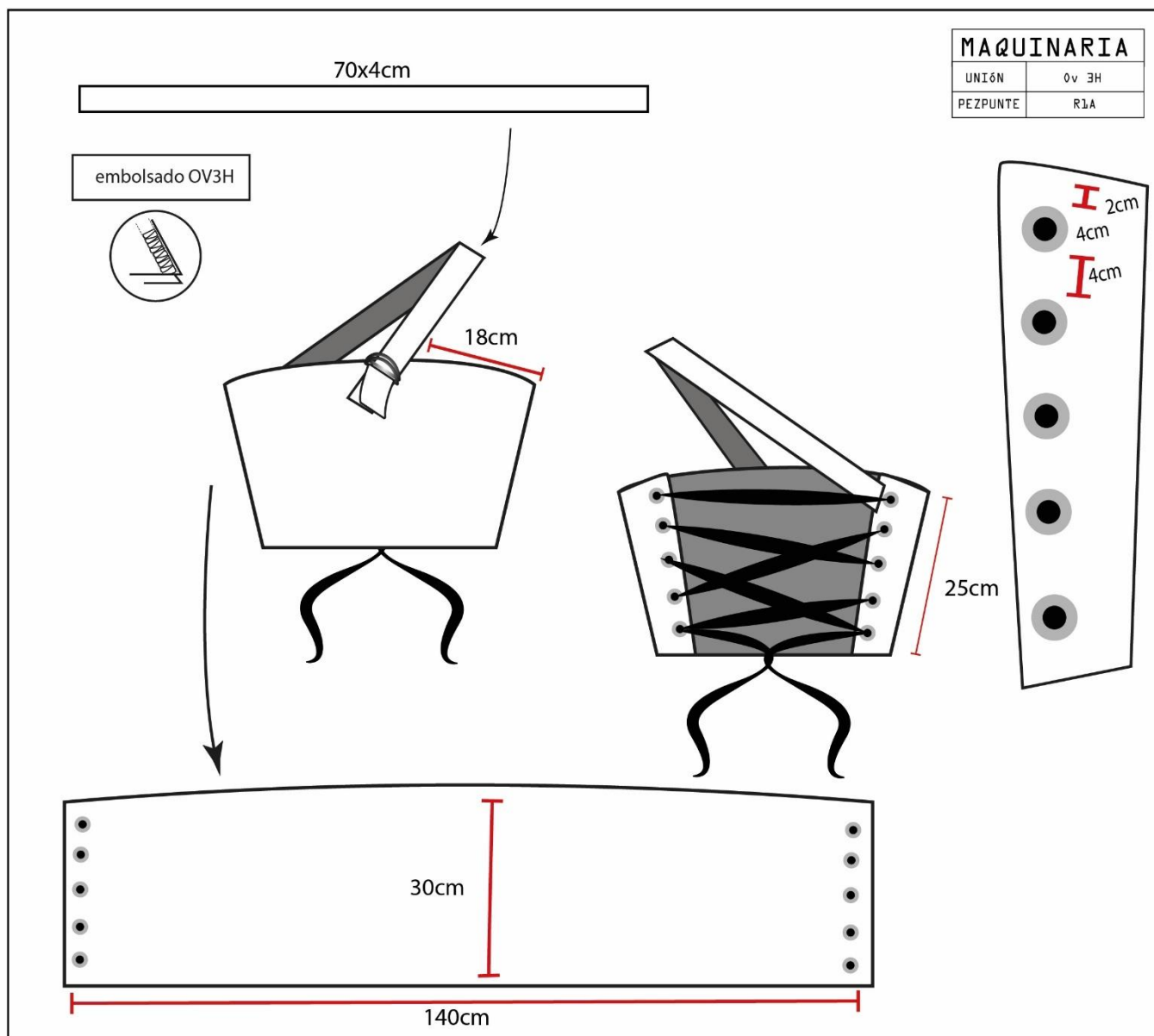
—	—	—
---	---	---

HILO

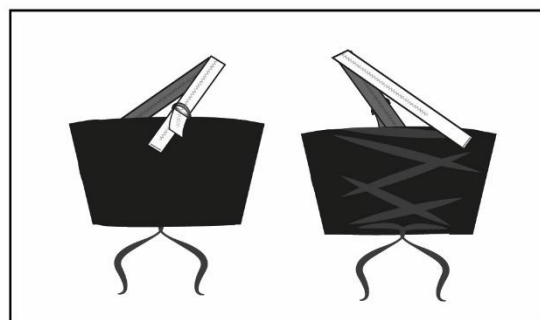
NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina	Según ficha de texturas y acabados	 White 000c Black 11c
--	------------------------------------	---

9.1.1.7 Serie 2 – Conjunto 7

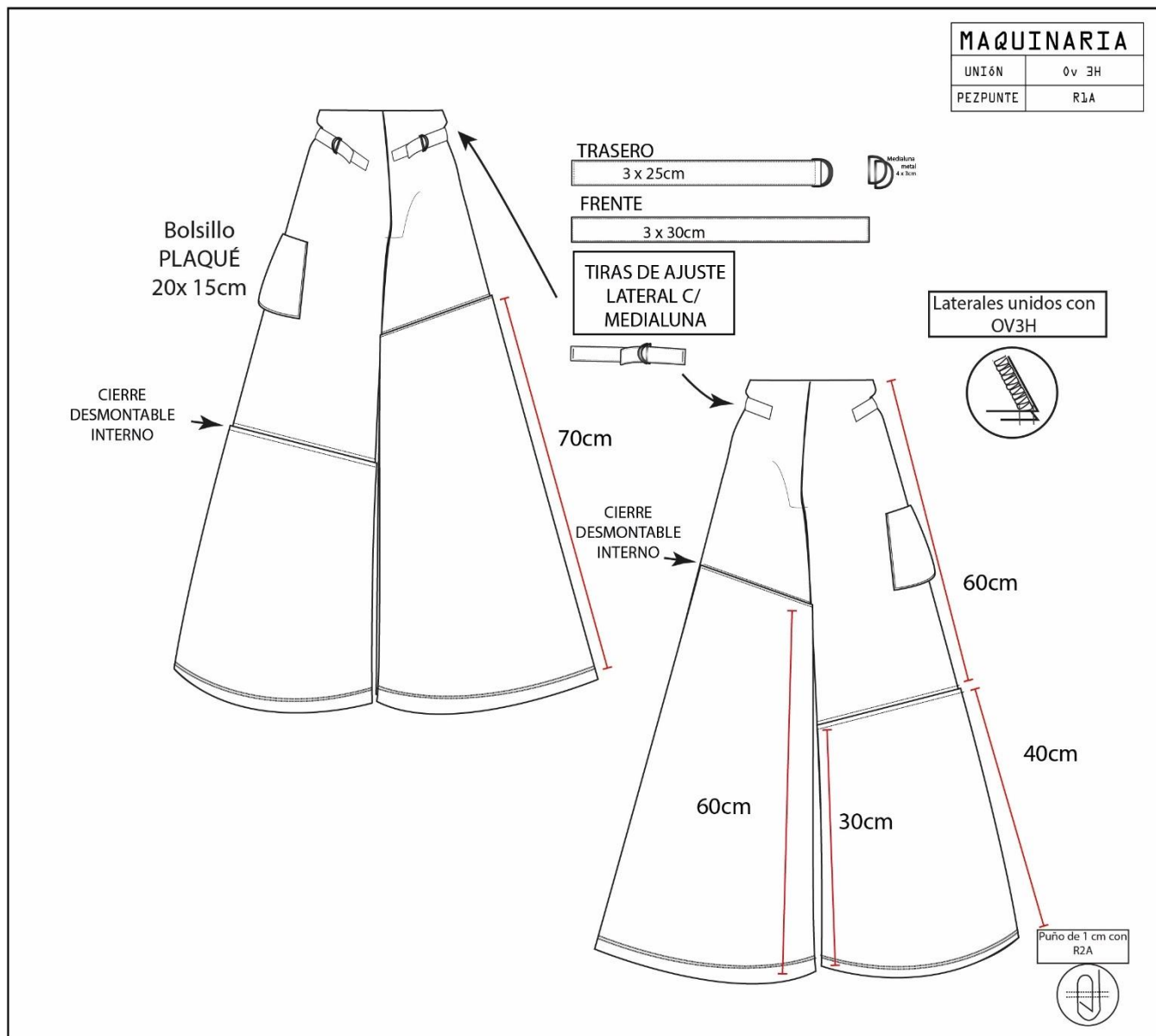
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 21	
DESCRIPCIÓN: CROP TOP CON CORDONERA TRASERA			



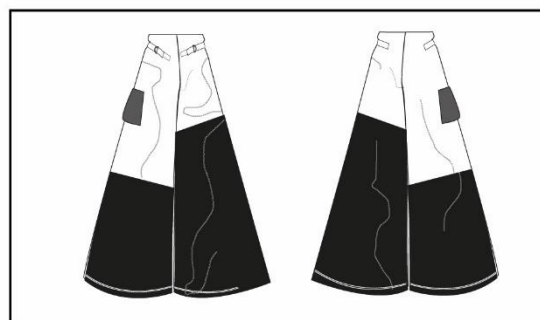
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA MERCERIZADA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO NEGRO
	GABARDINA BULL	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
	OJALILLO	CRASH INS	PLATEADO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



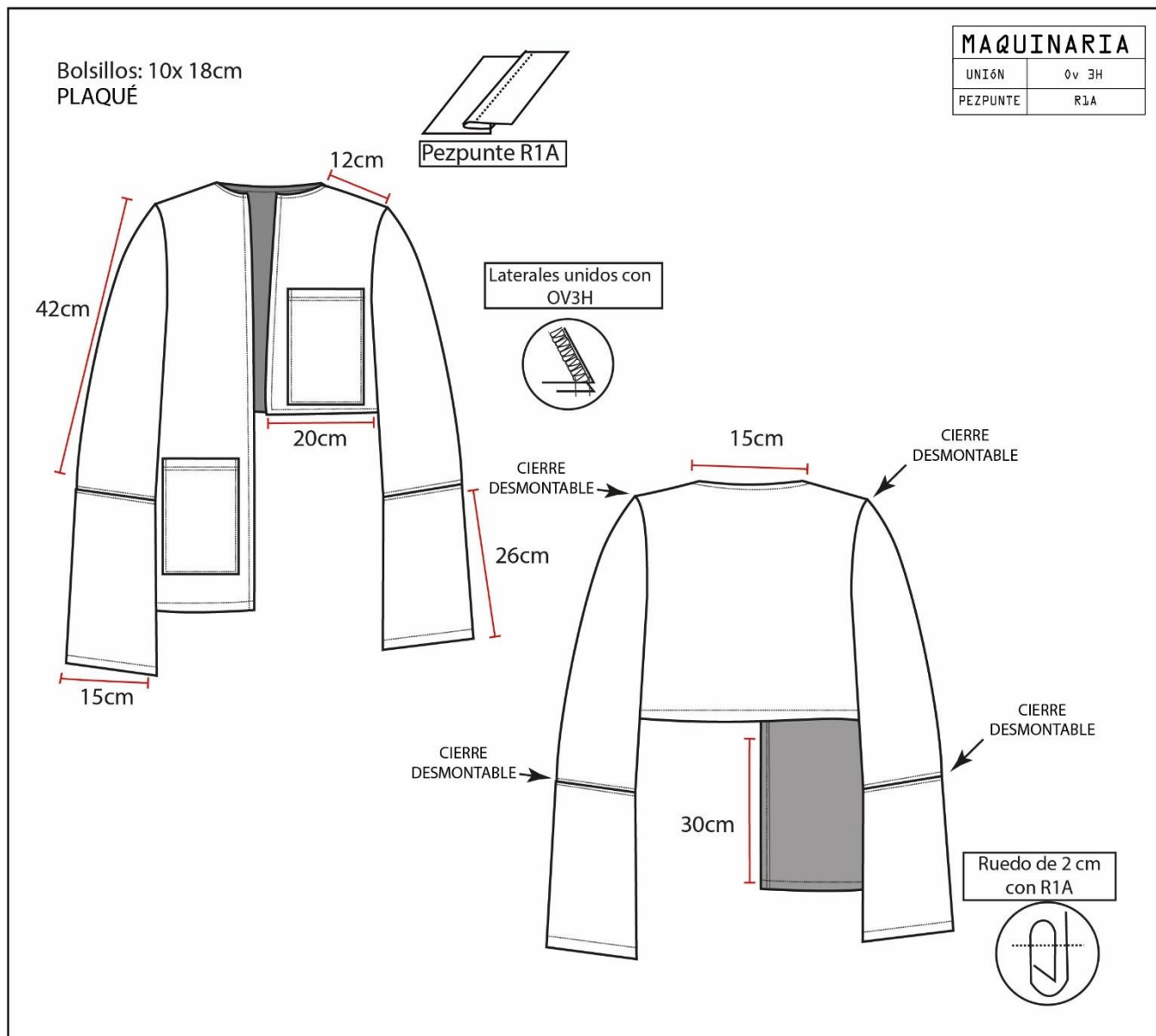
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 22	
DESCRIPCIÓN: PANTALON CAMPAÑA, BOTAMANGA DESMONTABLE			



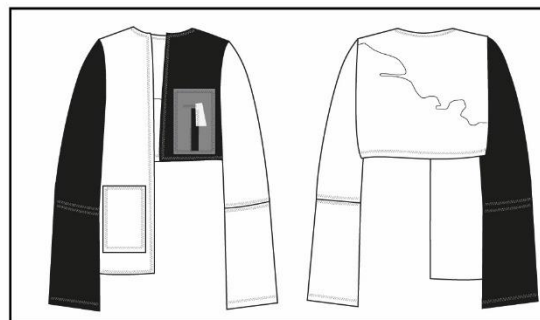
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA BULL	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO NEGRO GRIS OSC
AVÍOS	MEDIALUNAS	CRASH INS	PLATEADO
	CIERRE DESMONTABLE	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



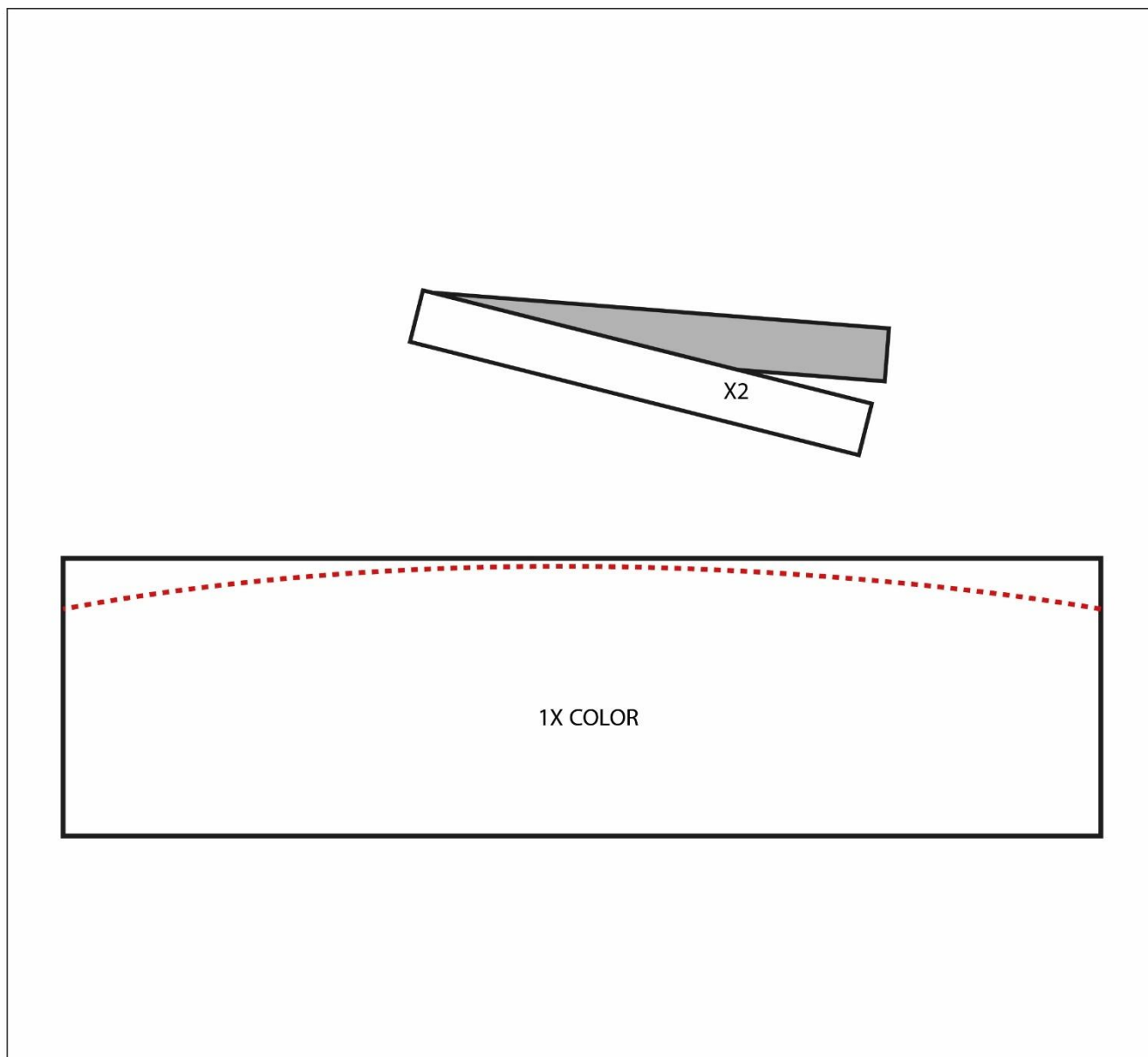
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 23	
DESCRIPCIÓN: CAMPERA ASIMÉTRICA, CON RECORTES			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO NEGRO
AVÍOS	CIERRE DESMONTABLE	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



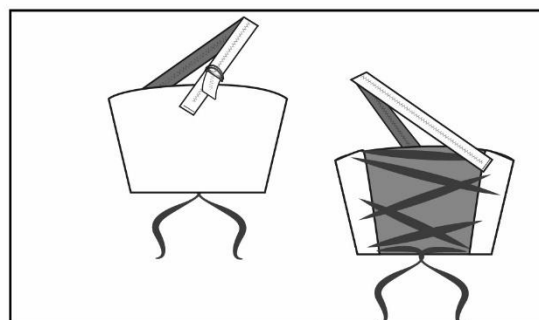
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 21	
DESCRIPCIÓN: CROP TOP CON CORDONERA TRASERA			



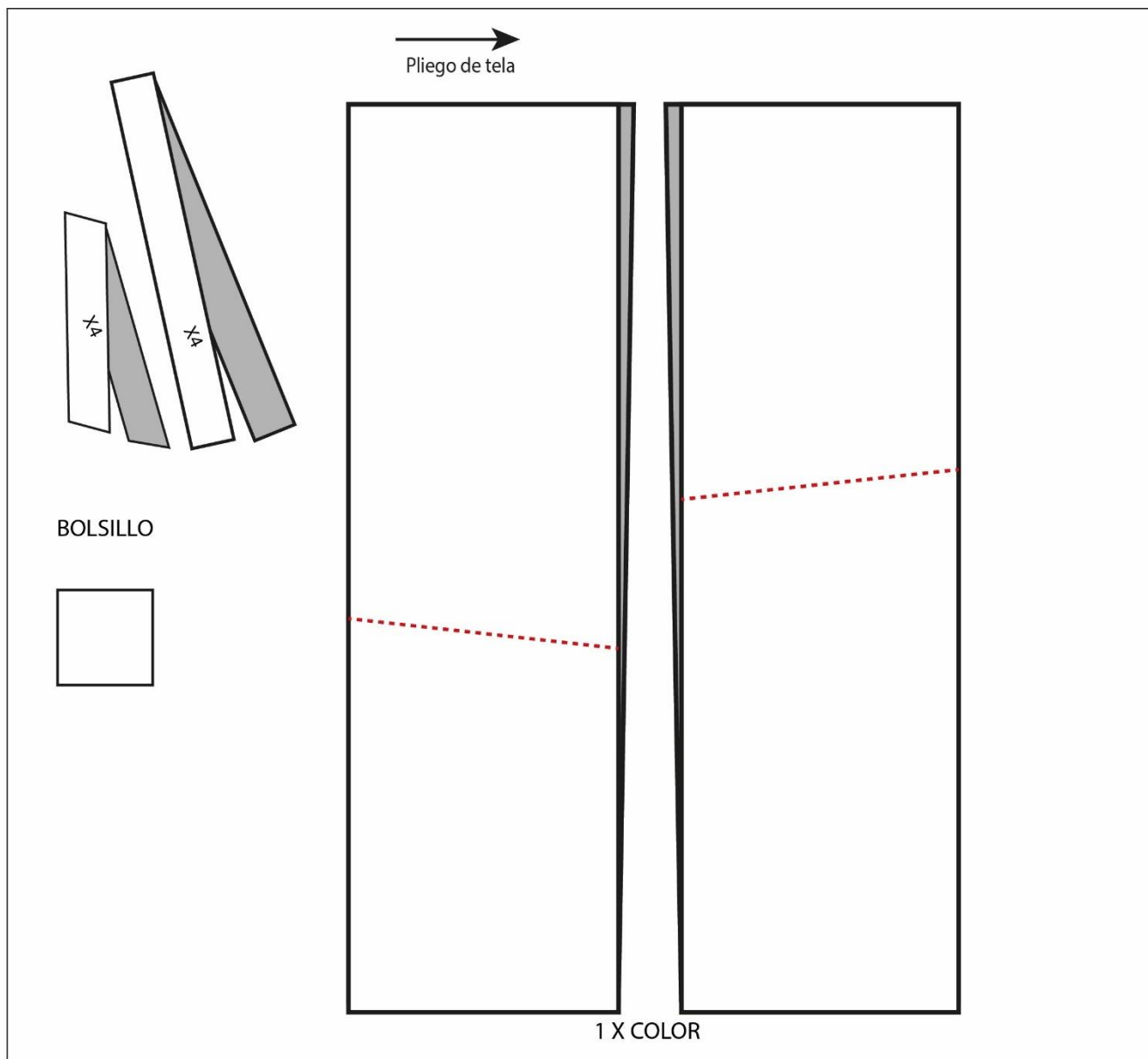
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



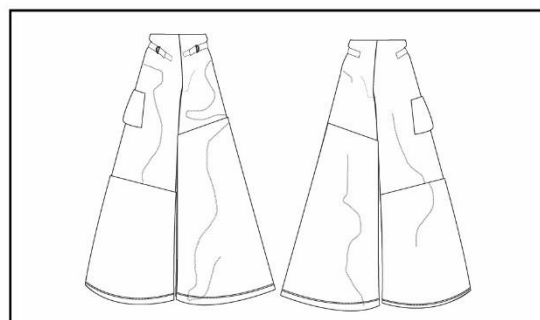
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7	SERIE: 2 ART: 22	
DESCRIPCIÓN: PANTALON CAMPAÑA, BOTAMANGA DESMONTABLE			



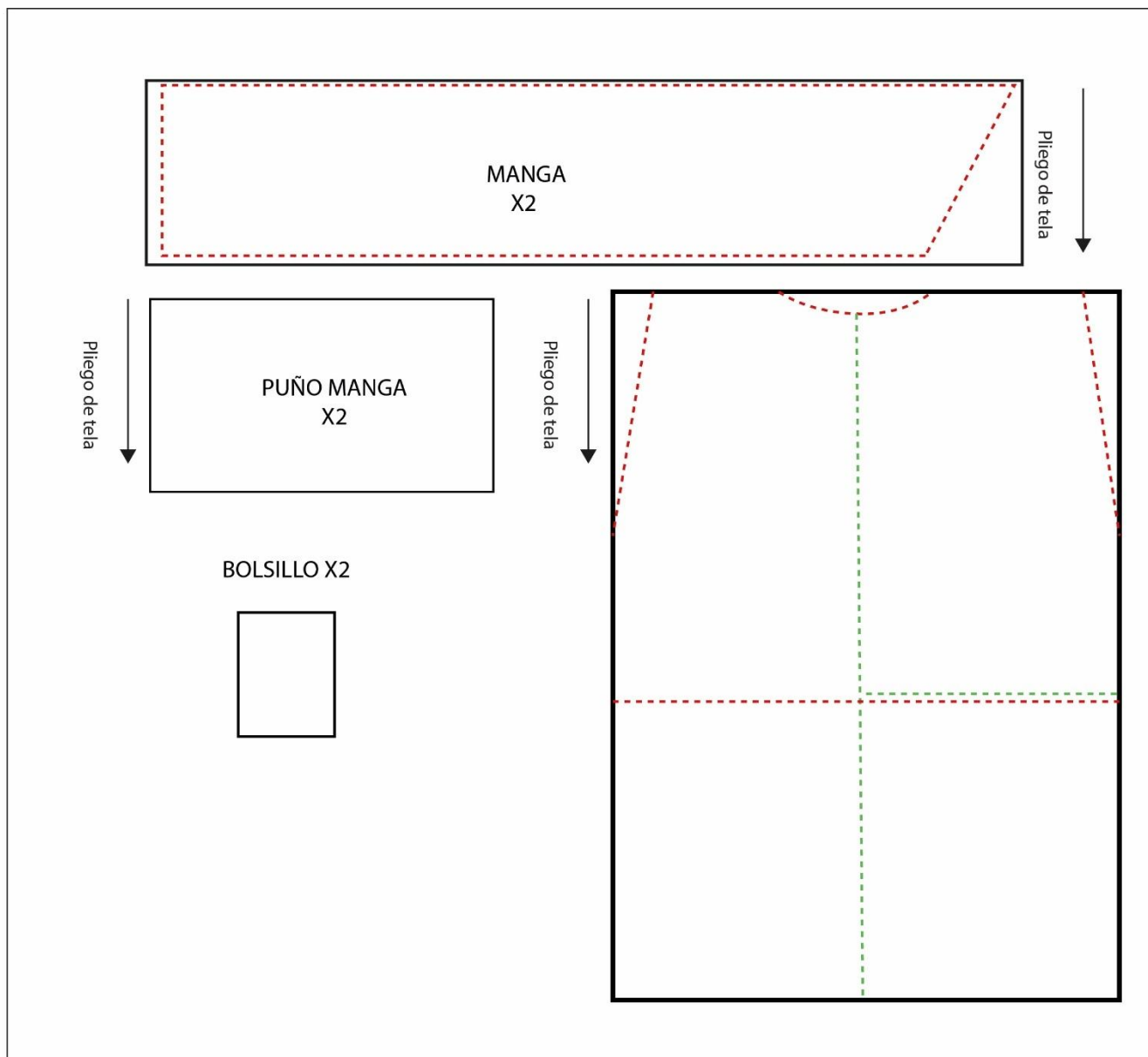
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 23	
DESCRIPCIÓN: CAMPERA ASIMÉTRICA, CON RECORTES			

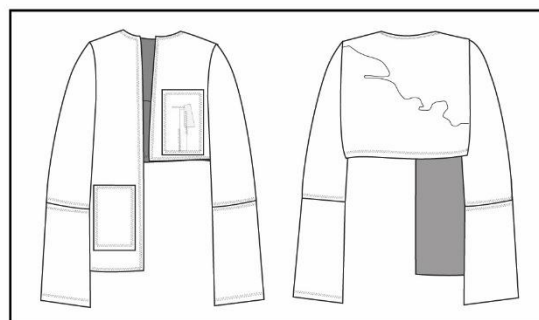


OBSERVACIONES:

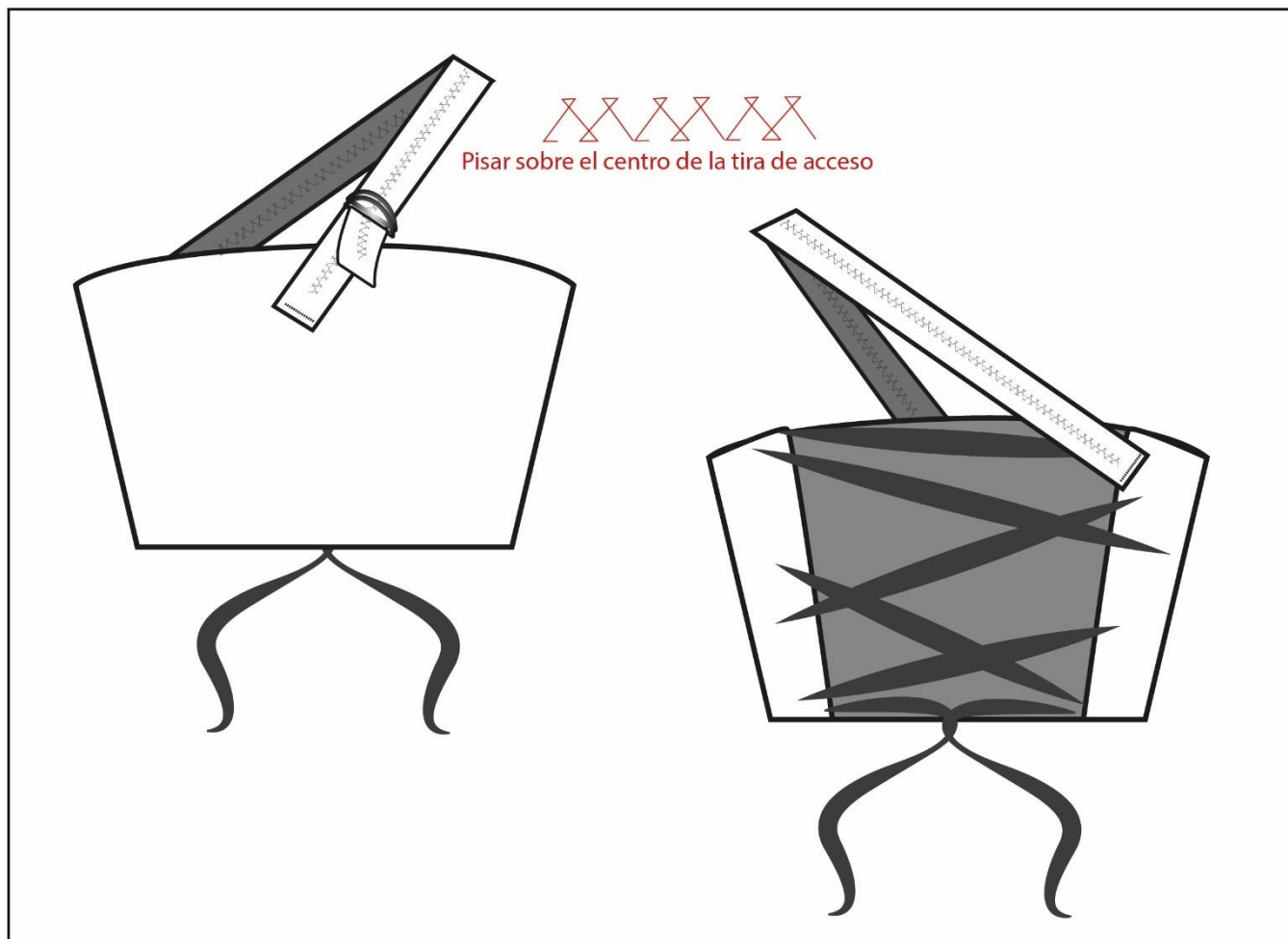
*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

-RECORTAR CUERPO
(EN VERDE CAPA SUPERIOR)

CORTAR= - - - - -

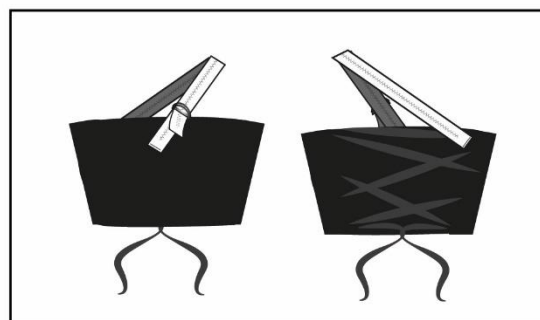


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 21	
DESCRIPCIÓN: CROP TOP CON CORDONERA TRASERA			

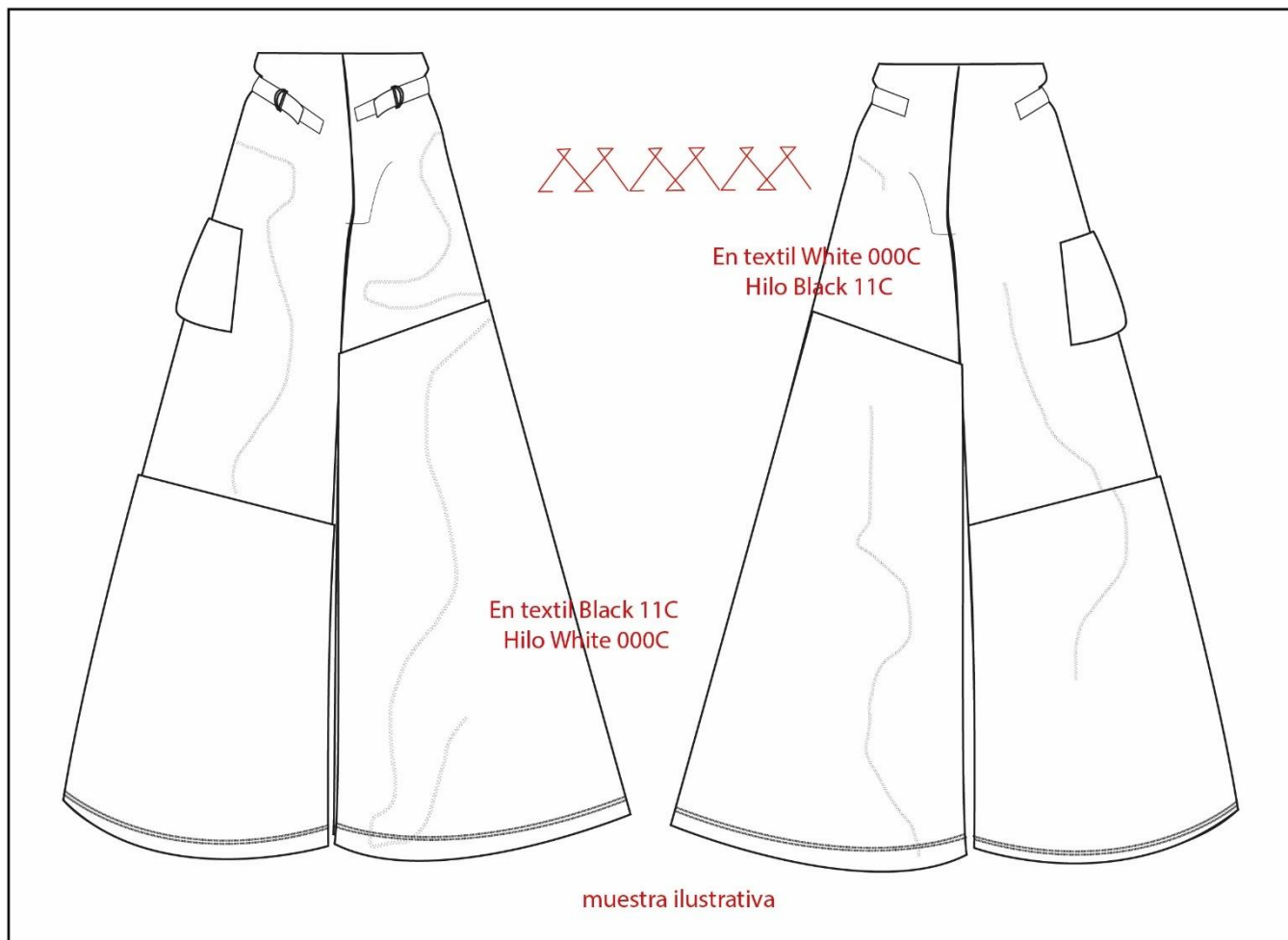


EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	Black 11C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO	BOBINA	Black 11C
TIEMPO DE CICLO	2 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 2	MODOS	SS 27

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO

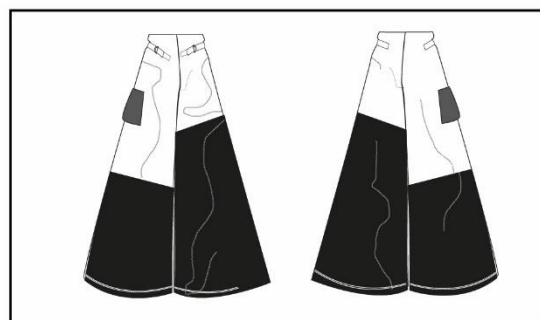


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 22	
DESCRIPCIÓN: PANTALON CAMPAÑA, BOTAMANGA DESMONTABLE			

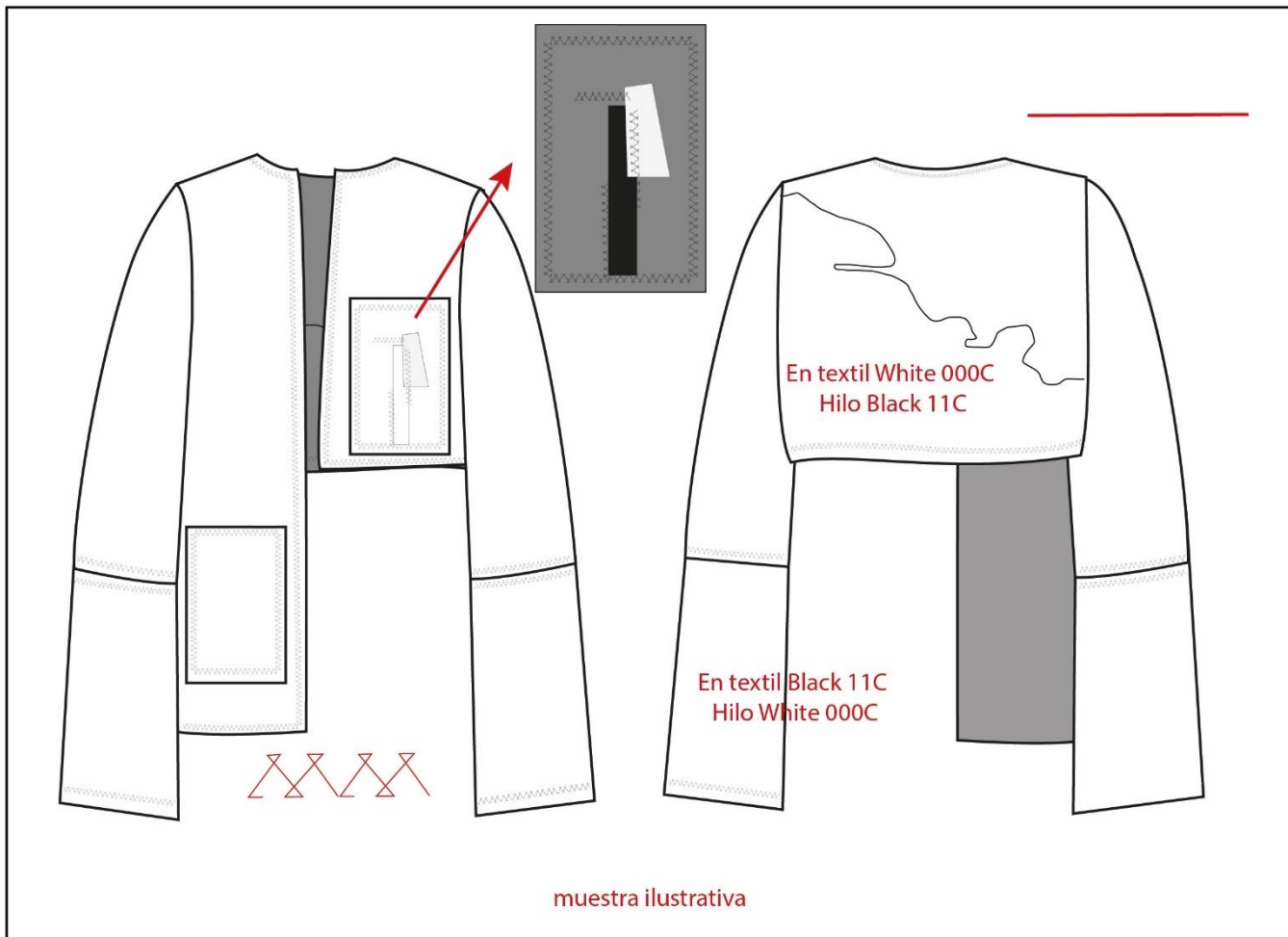


EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	15 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 4	MOD0/S	SS 27

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO

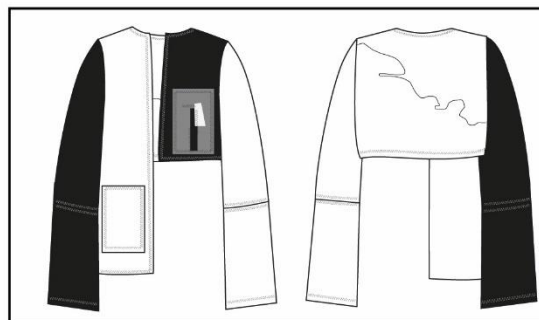


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 23	
DESCRIPCIÓN: CAMPERA ASIMÉTRICA, CON RECORTES			



EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	30 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 2 / 3 / 9	MODOS	SS 27 SS 20 —



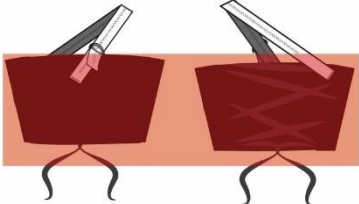

	TIPO	PROVEEDOR	
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO









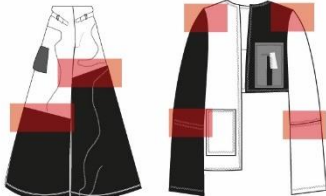

Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 21 a1 23	

TEXTILES

1 de 2

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Gabardina Bull ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Black 11C GRIS OSC PANTONE Cool Grey 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$3600,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C:1,7mt Black 11C:2,5mt Cool Grey 11C:0,1mt</p>		 <p>White 000c Black 11c Cool Grey 11c</p>
<p>NOMBRE: Gabardina Mercerizada ANCHO: 1,60mts COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% spandex COLOR: Blanco White 000C Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$5050,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: White 000C :0,5mt Black 11C : 0,5mt</p>		 <p>White 000c Black 11c</p>


AVÍOS

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Ojalillo MATERIAL: Metal TAMAÑO: ojalillo 550 COLOR: Plateado PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: (mayorista 1000und) \$30,00 x unidad CANTIDAD UTILIZADA: 10 Unidades</p>		 <p>Steel Plate</p>
<p>NOMBRE: Titora MATERIAL: textil c/ Spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Mercacor PRECIO: \$100,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: 3mts</p>		 <p>Black 11c</p>
<p>NOMBRE: Medialuna MATERIAL: Metal Tamaño: 4x5 cm COLOR: Plateado PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$398,00 x unidad CANTIDAD UTILIZADA: 6 unidades</p>		 <p>Steel Plate</p>
<p>NOMBRE: Cierre Desmontable MATERIAL: Metal TAMAÑO: Segun prenda COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$1000,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: 2mt</p>		 <p>black 11c</p>

Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
	CONJUNTO: 7 SERIE: 2	ART: 21 a1 23	

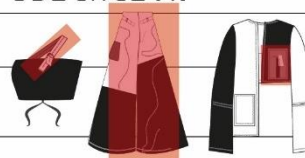
HILO

2 de 2

NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Negro PANTONE Black 11C Blanco White 000C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: #8000,00 x bobina	Según ficha técnica	 White 000c Black 11c
--	---------------------	---


TEXTURAS Y ACABADOS**TEXTILES**

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
Retazos de todos los textiles de la colección	Art nº 21 / nº22/ nº23	Ver muestrario

**AVÍOS**

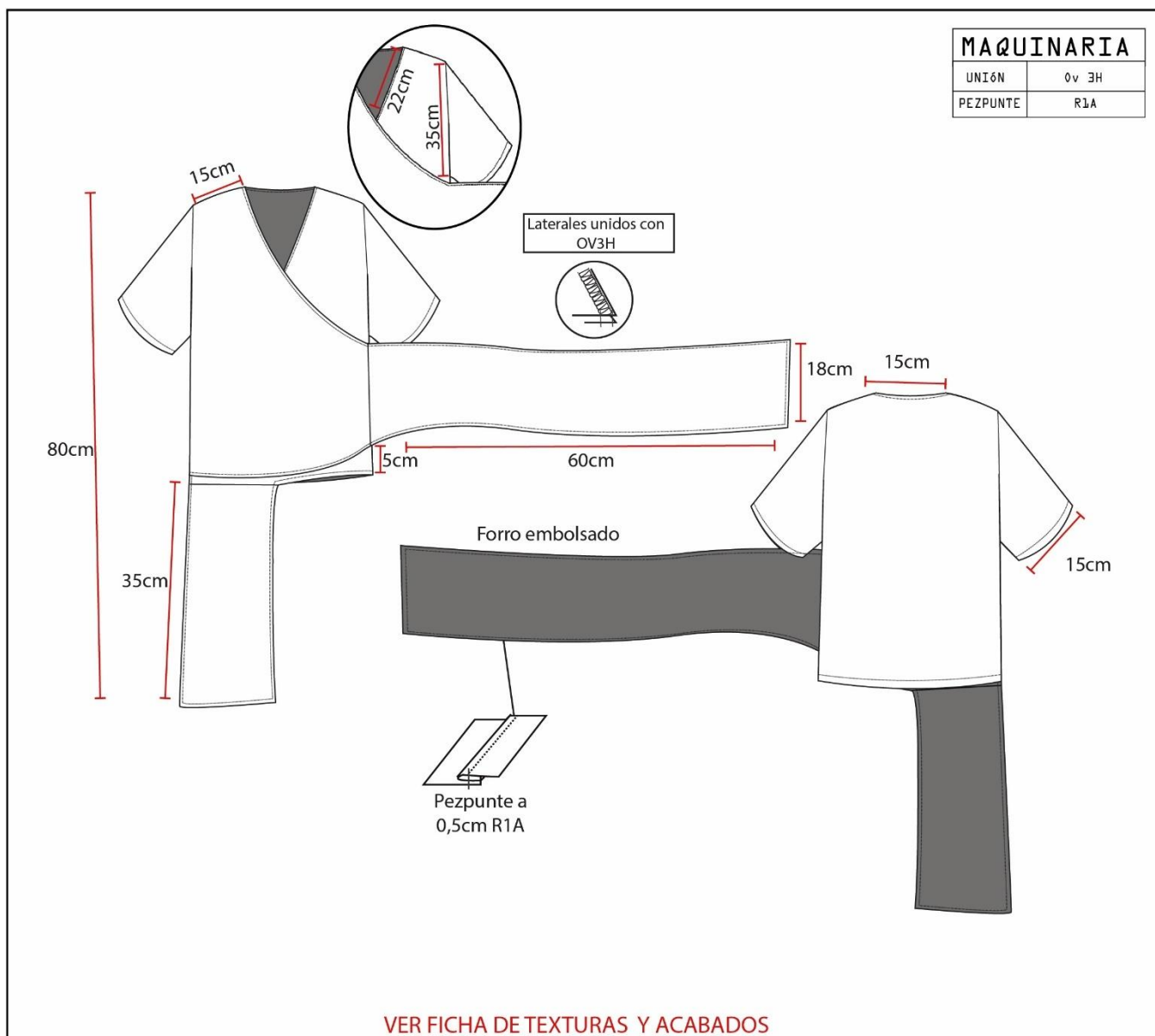
—	—	—
---	---	---

HILO

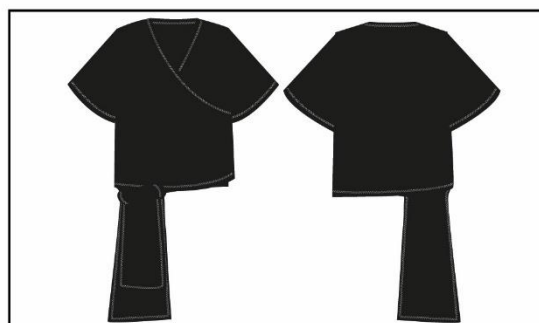
NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: #8000,00 x bobina	Según ficha de texturas y acabados	 White 000c Black 11c
---	------------------------------------	---

9.1.1.8 Serie 2 – Conjunto 8

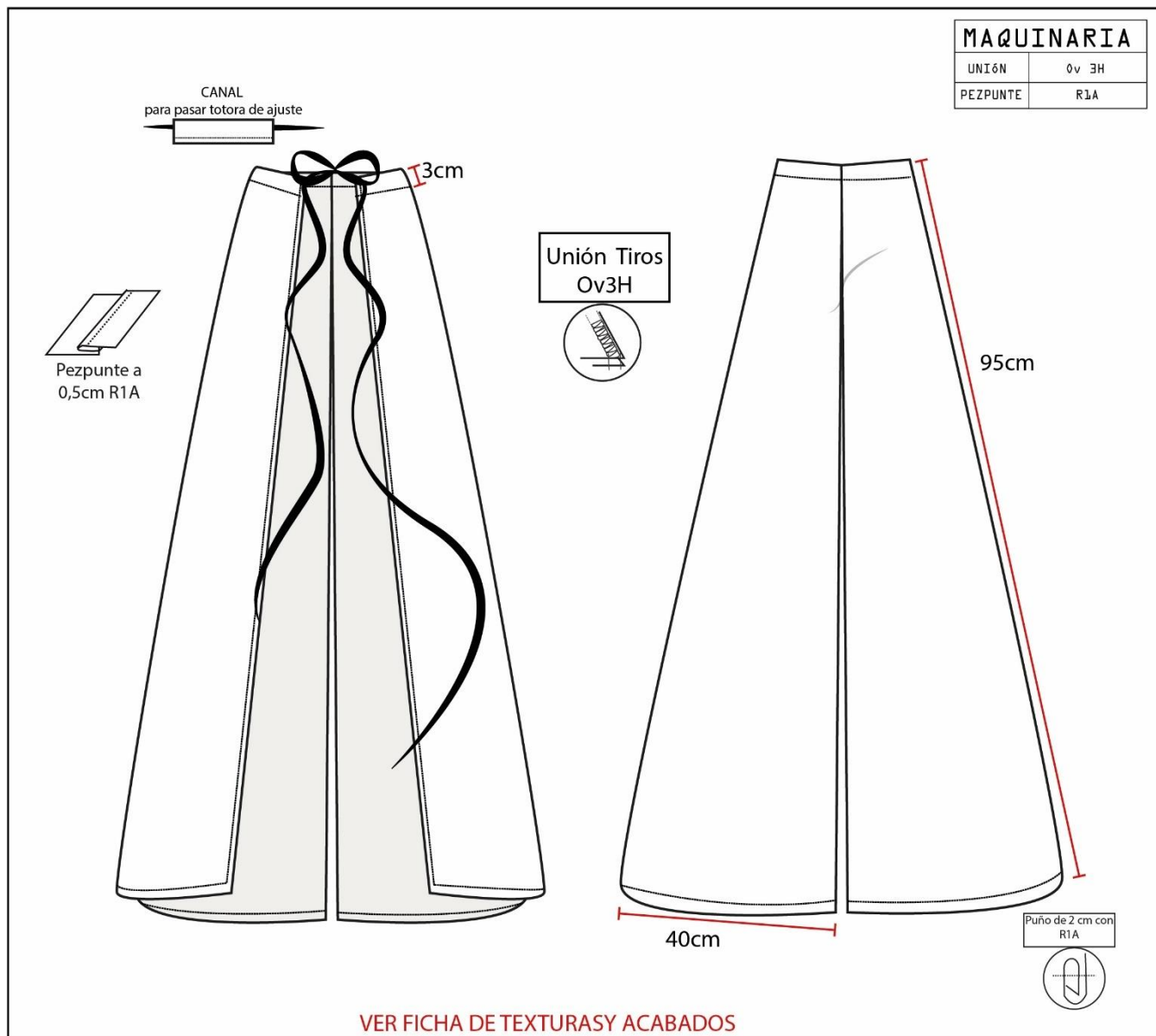
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 24	
DESCRIPCIÓN: REMERA "PAREO" , SE ENVUELVE Y SE ANUDA			



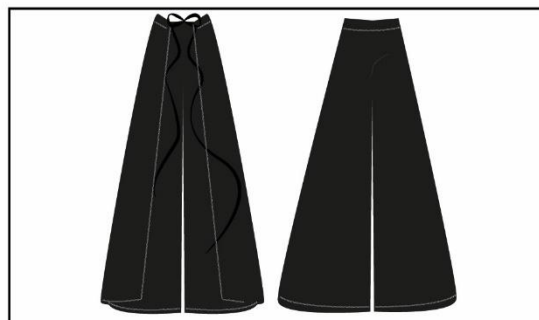
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVIOS			
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



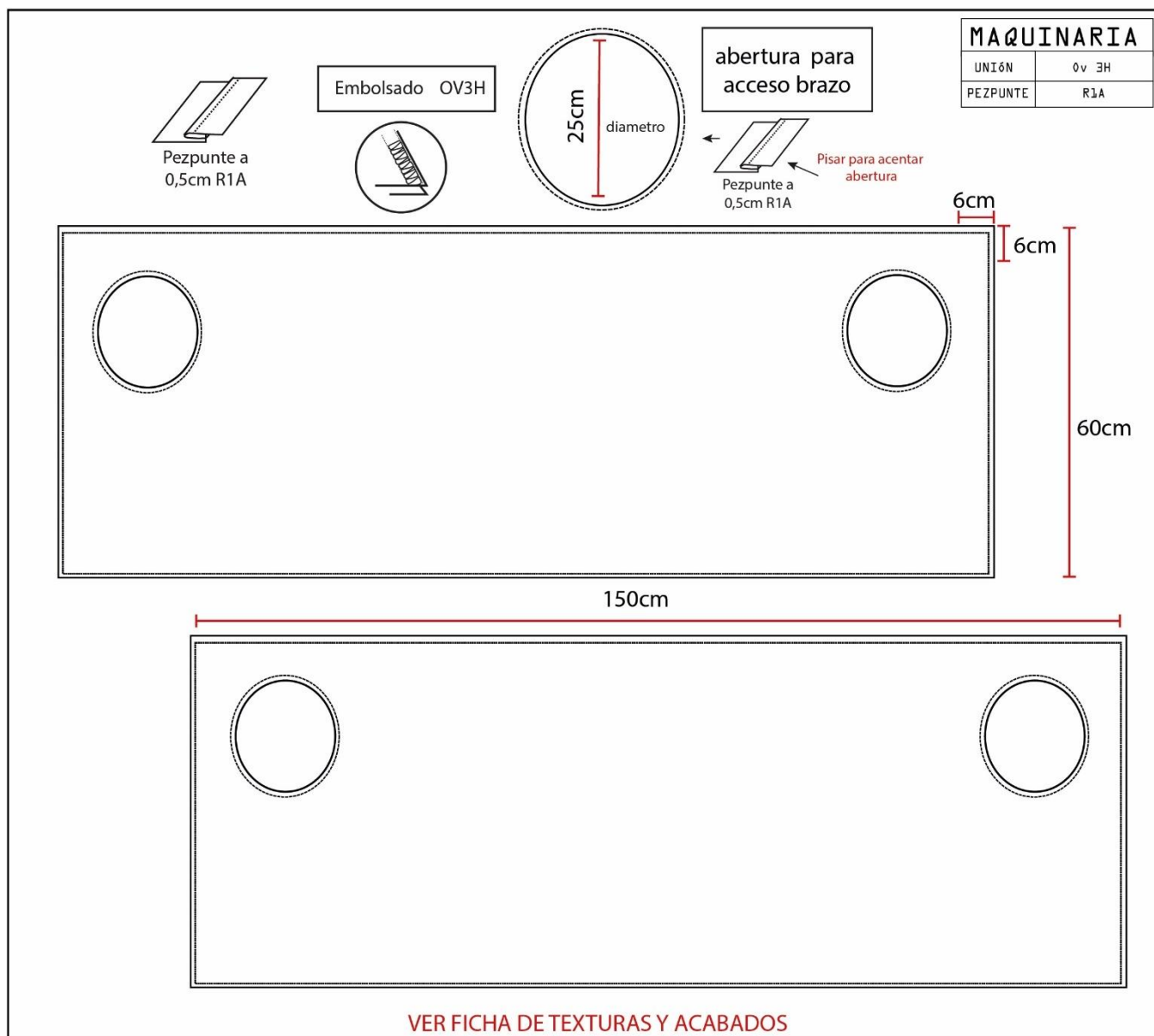
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 25	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ACAMPANADO, ENVOLVENTE			



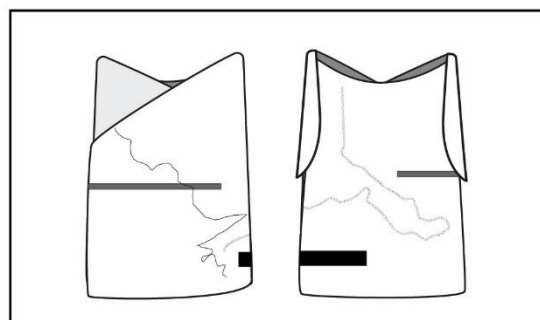
	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA ALPACUNA	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	TOTORA	MERCECOR	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



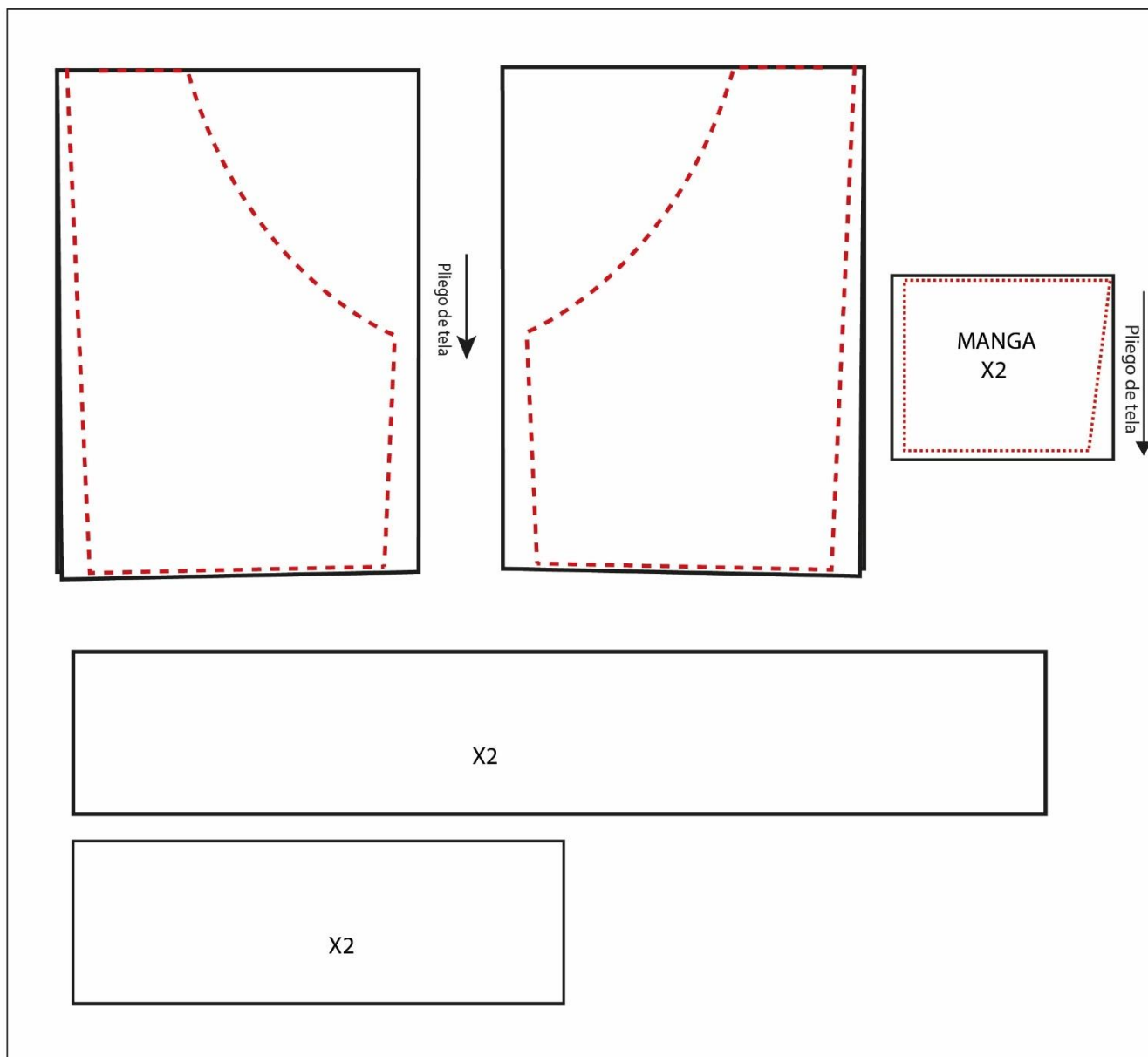
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 26	
DESCRIPCIÓN: CHALECO "ROLL", REVERSIBLE			



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA BULL	TIENDA LOS ANGELES	BLANCO NEGRO
AVÍOS			
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



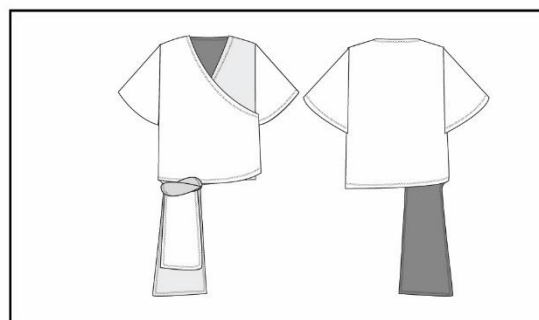
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8	SERIE: 2 ART: 24	
DESCRIPCIÓN: REMERA "PAREO" + SE ENVUELVE Y SE ANUDA			



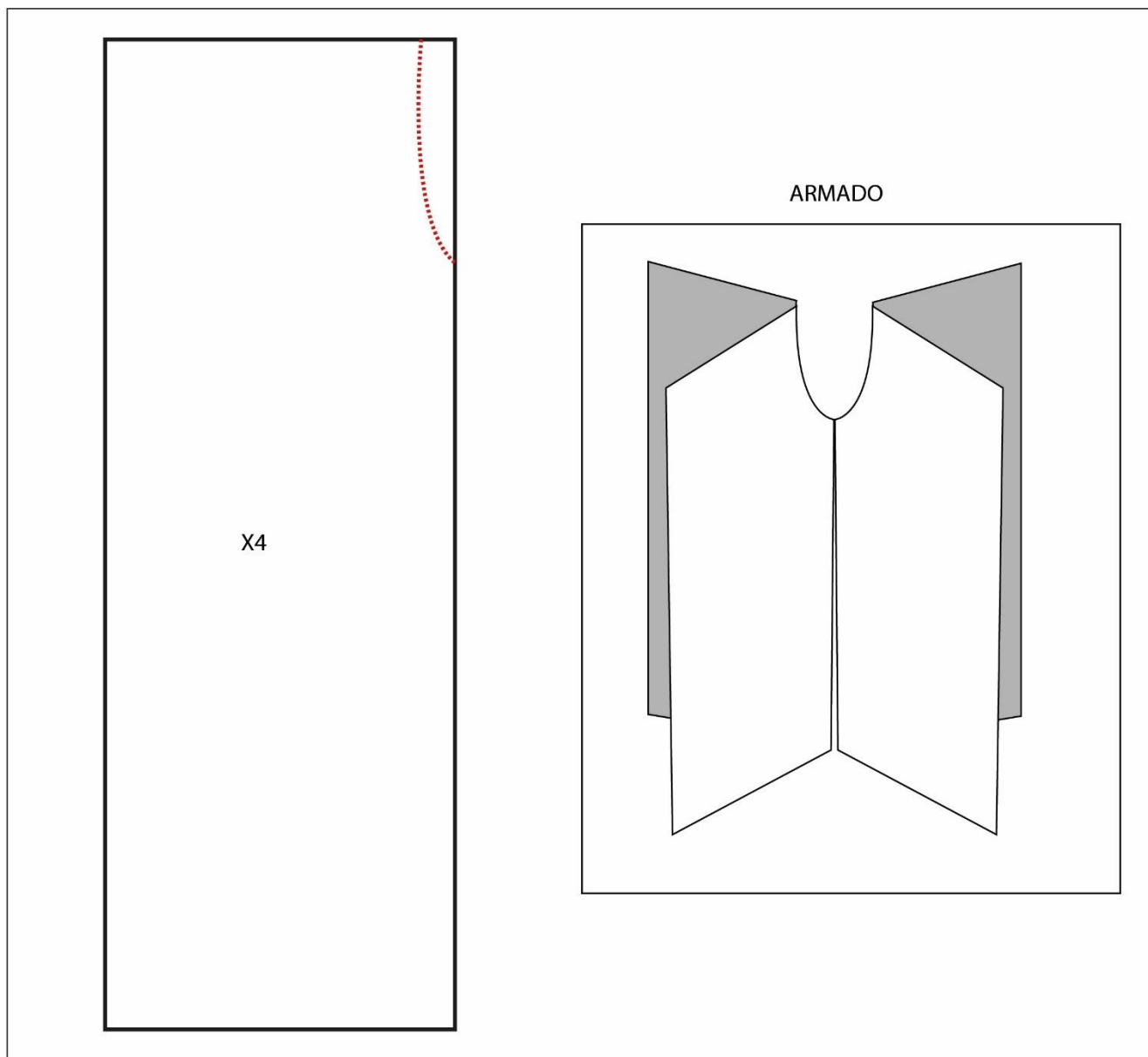
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



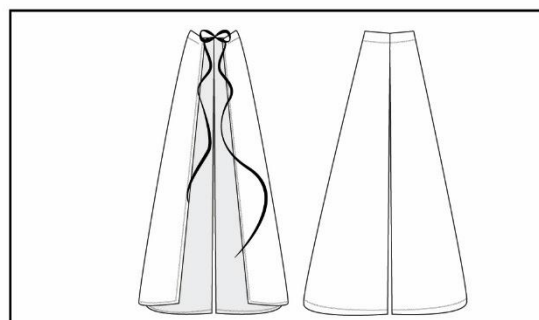
Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 25	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ACAMPANADO, ENVOLVENTE			



OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -



Candelaria Rossi	FICHA PATRÓN MOLDERÍA ZERO WASTE		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 26	
DESCRIPCIÓN: CHALECO "ROLL", REVERSIBLE			

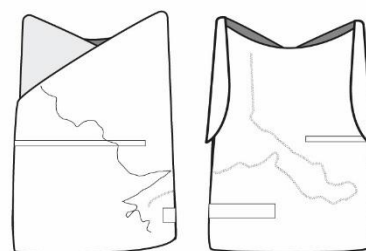


1X COLOR

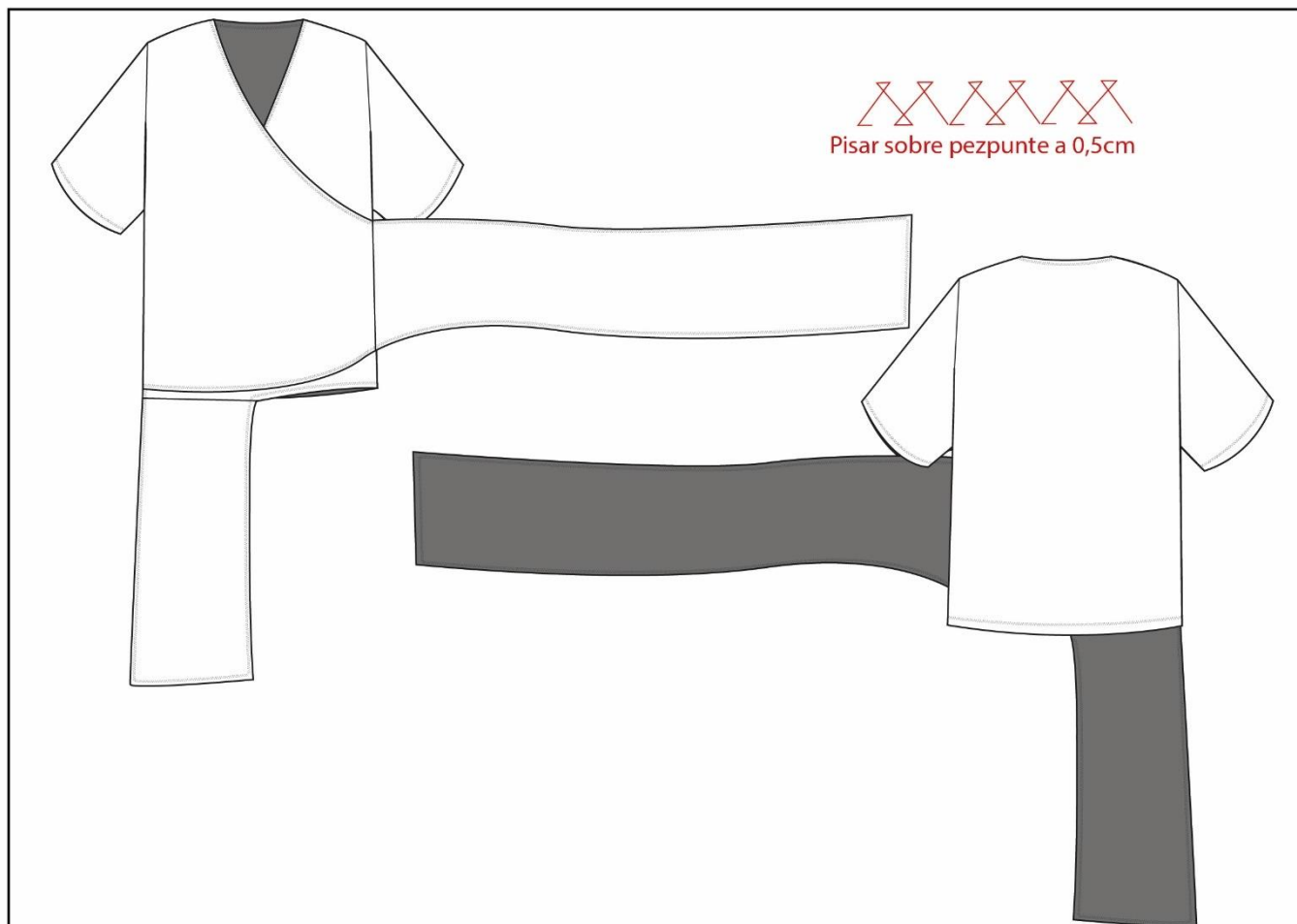
OBSERVACIONES:

*Los recortes que sobran se usan en texturas patchwork

CORTAR= - - - - -

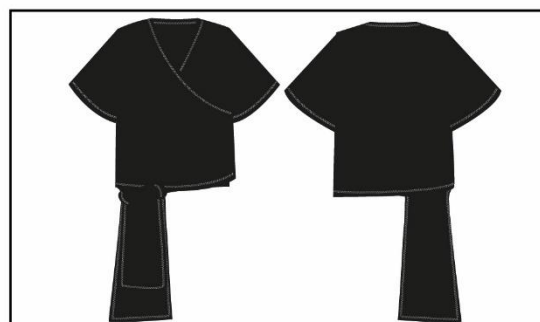


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 24	
DESCRIPCIÓN: REMERA "PAREO" + SE ENVUELVE Y SE ANUDA			

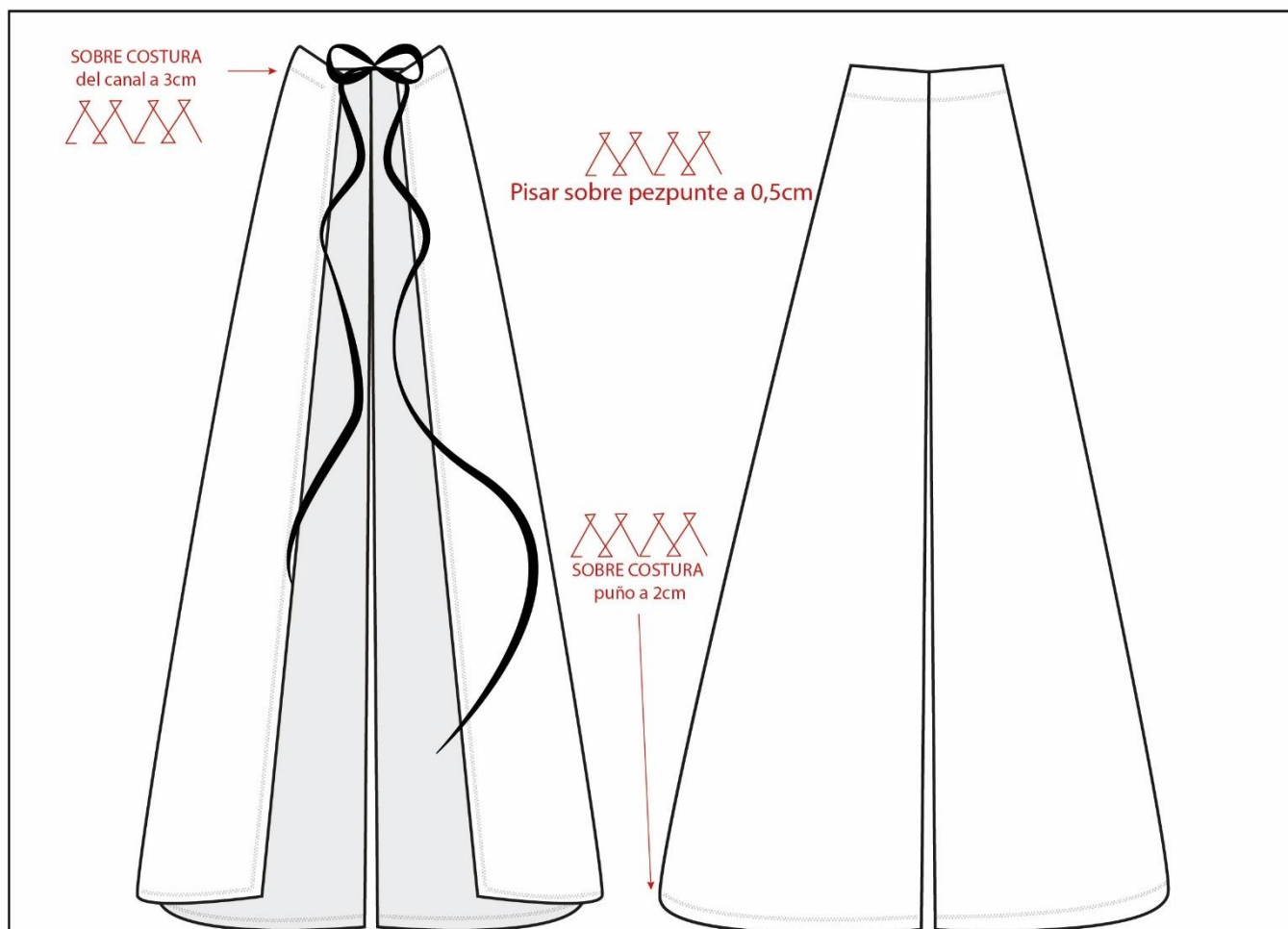


EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	White 000C
SISTEMA	BORDADO	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	15 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 2	MODOS	SS 27

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO

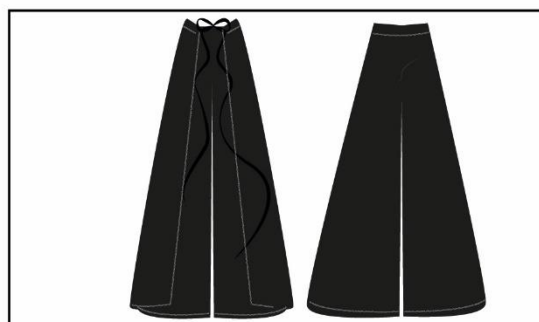


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 25	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ACAMPANADO, ENVOLVENTE			



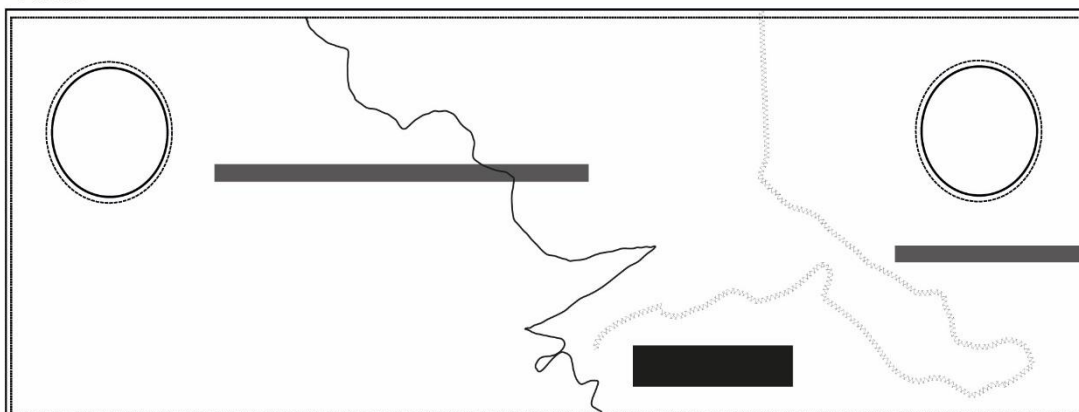
EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	White 000C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	White 000C
SISTEMA	BORDADO	BOBINA	White 000C
TIEMPO DE CICLO	15 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 2	MODOS	SS 27

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	BLANCO



Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 26	
DESCRIPCIÓN: CHALECO "ROLL", REVERSIBLE			

FRONT



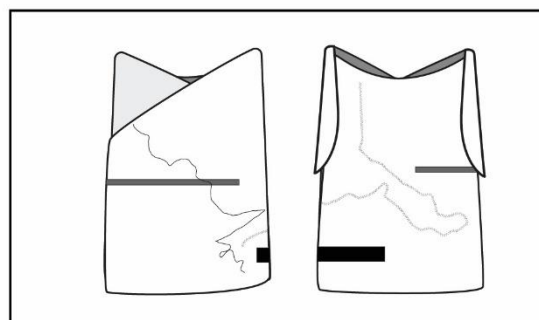
muestra ilustrativa

BACK





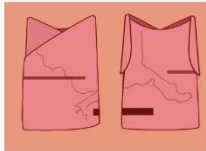

EN LA PRENDA ARMADA	SI	HILO SUPERIOR	Black 11C
EN EL CORTE	NO	HILO CARRETEL	White 000C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	W000C/B11C
TIEMPO DE CICLO	20 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 8	MODOS	SS 27 SS SS 20 —

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO BLANCO



Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS		RE- CONSTRUIR -SE
TFG	CONJUNTO: 8 SERIE: 2	ART: 24 a1 2b	


TEXTILES

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Gabardina Alpacuna COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% polyester ANCHO: 1,50mts COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$8200,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:4,6mt</p>		 black 11c
<p>NOMBRE: Gabardina Bull ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: Blanco PANTONE White 000C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$3600,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:0,6mt</p>		 white 000c

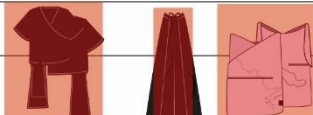
AVÍOS

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Totora MATERIAL: textil c/ Spandex COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Mercacor PRECIO: \$100,00 x metro CANTIDA UTILIZADA: 2,5mt</p>		 Black 11c

HILO

<p>NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>		 Black 11c
---	--	--


TEXTURAS Y ACABADOS**TEXTILES**

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>Retazos de todos los textiles de la colección</p>	<p>Art nº 24/ nº25/ nº26</p> 	<p>Ver muestrario</p>

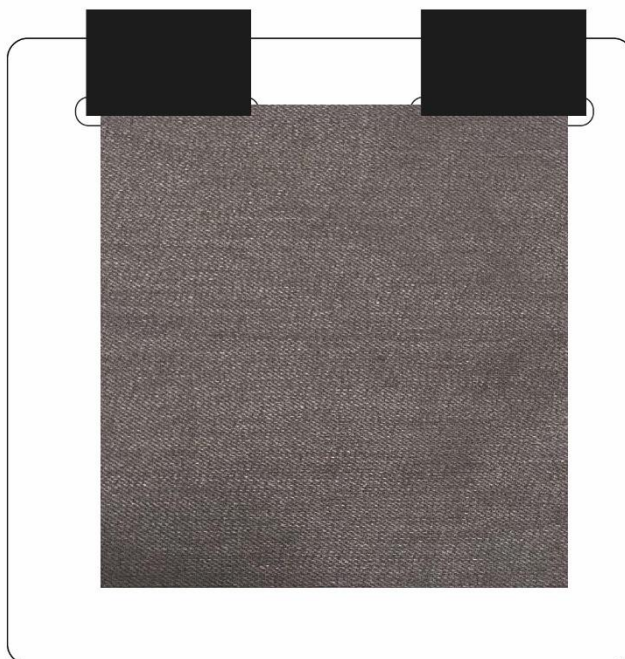
AVÍOS

--	--	--

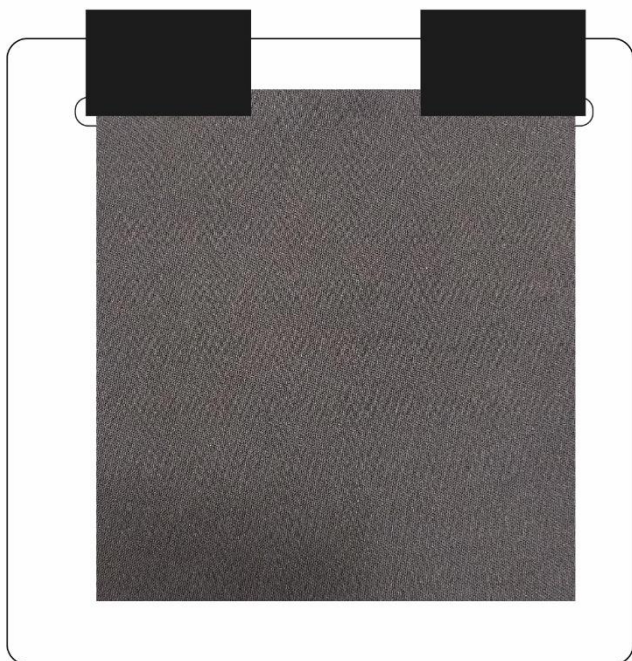
HILO

<p>NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	<p>Según ficha de texturas y acabados</p>	 White 000c Black 11c
---	---	---

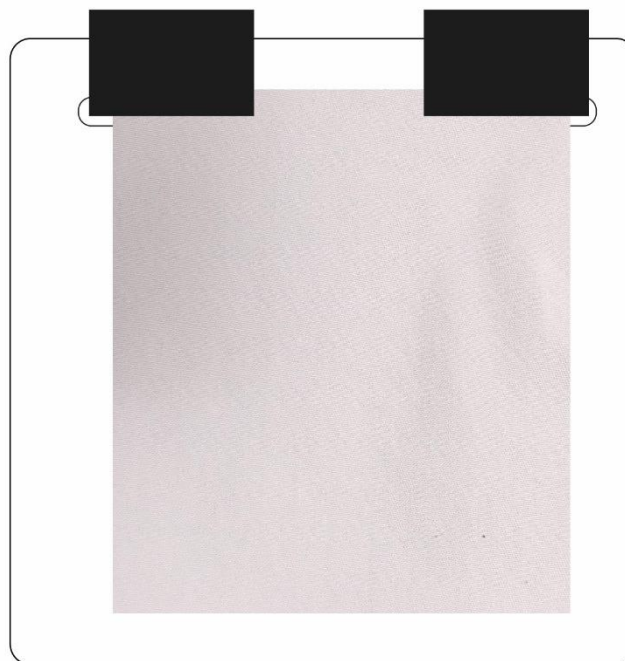
9.2 Carta de Tejidos



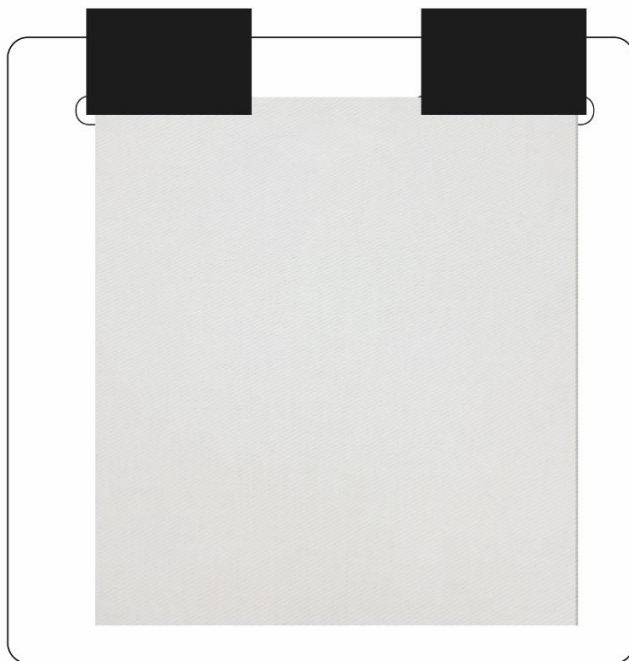
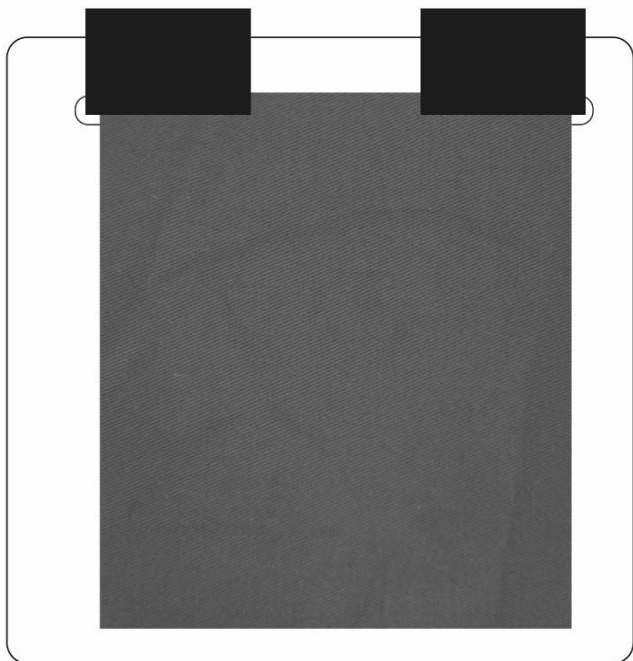
NOMBRE COMERCIAL: GABARDINA MERCERIZADA	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,6mts COLOR: Black 11C
	COMPOSICIÓN: 20% spandex 80% cotton
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Los Angeles"



NOMBRE COMERCIAL: GABARDINA ALPACUNA	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,5mts COLOR: Black 11C
	COMPOSICIÓN: 20% polyester 80% cotton
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Los Angeles"

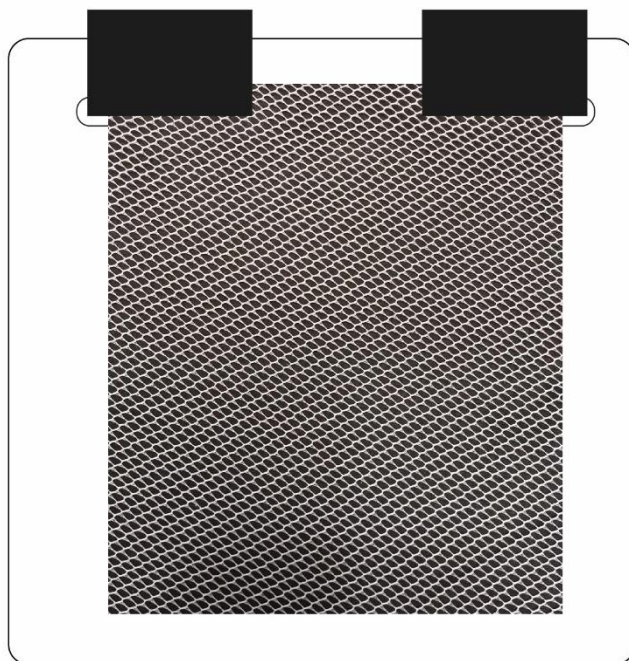
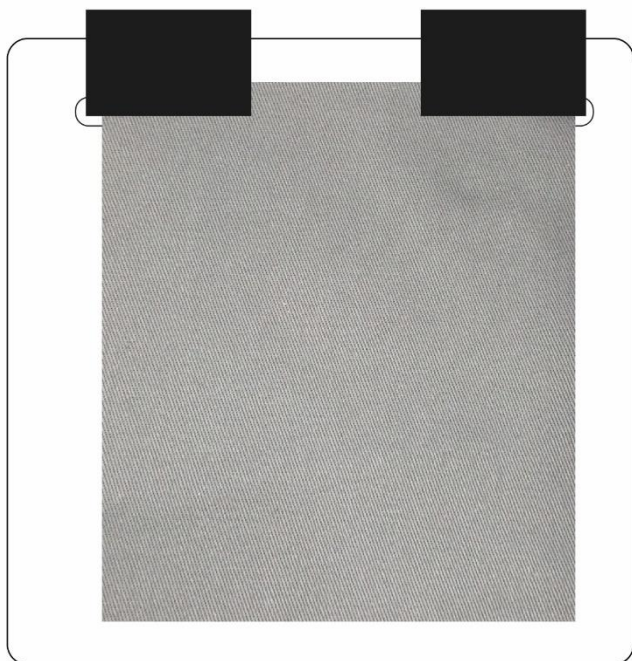


NOMBRE COMERCIAL: GABARDINA ALPACUNA	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,5mts COLOR: White 000C
	COMPOSICIÓN: 20% polyester 80% cotton
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Los Angeles"



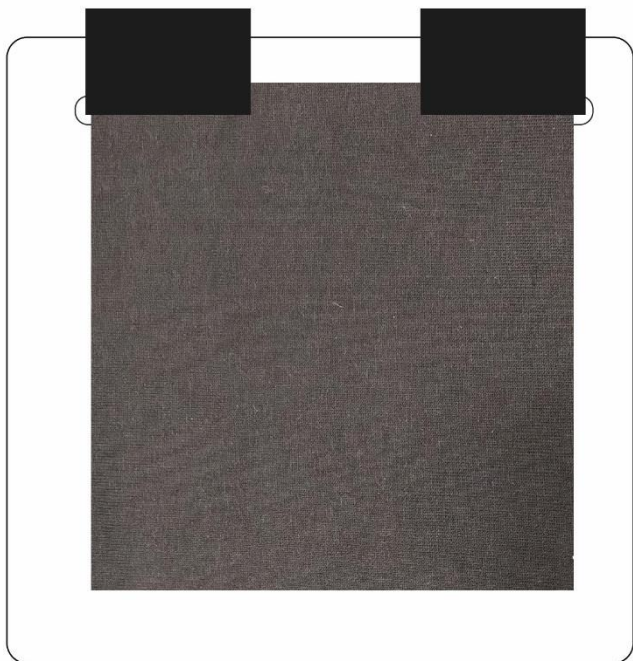
NOMBRE COMERCIAL: GABARDINA B OZ	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,5mts COLOR: Black 11C
	COMPOSICIÓN: 100% cotton
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Los Angeles"

NOMBRE COMERCIAL: GABARDINA B OZ	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,5mts COLOR: White 000C
	COMPOSICIÓN: 100% cotton
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Los Angeles"

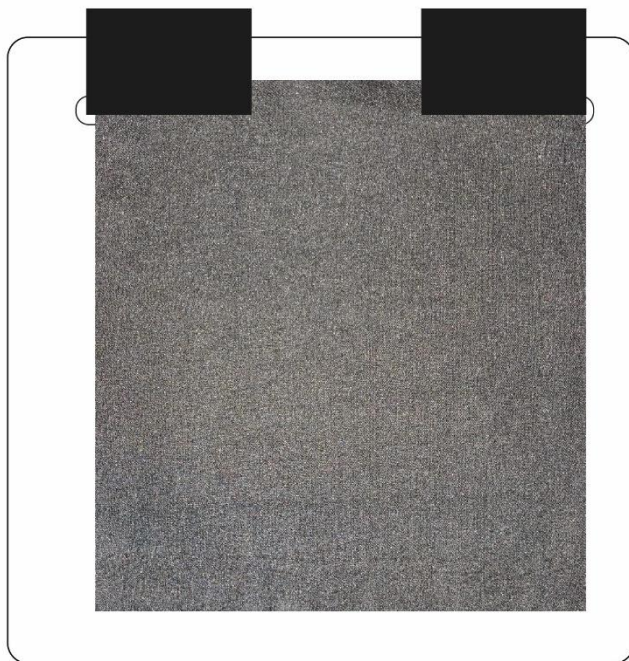


NOMBRE COMERCIAL: GABARDINA B OZ	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,5mts COLOR: Cool Grey 11C
	COMPOSICIÓN: 100% cotton
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Los Angeles"

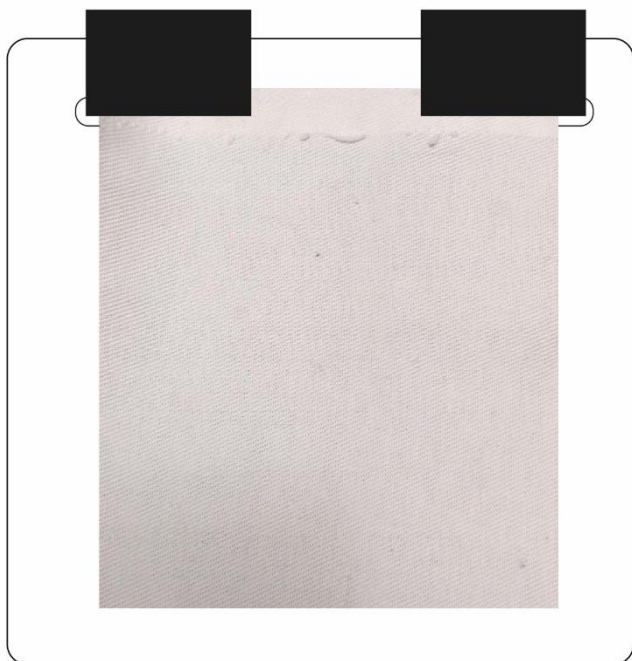
NOMBRE COMERCIAL: TUL DE ARMAR	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 3mts COLOR: White 000C
	COMPOSICIÓN: 100% Polyester
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Los Angeles"



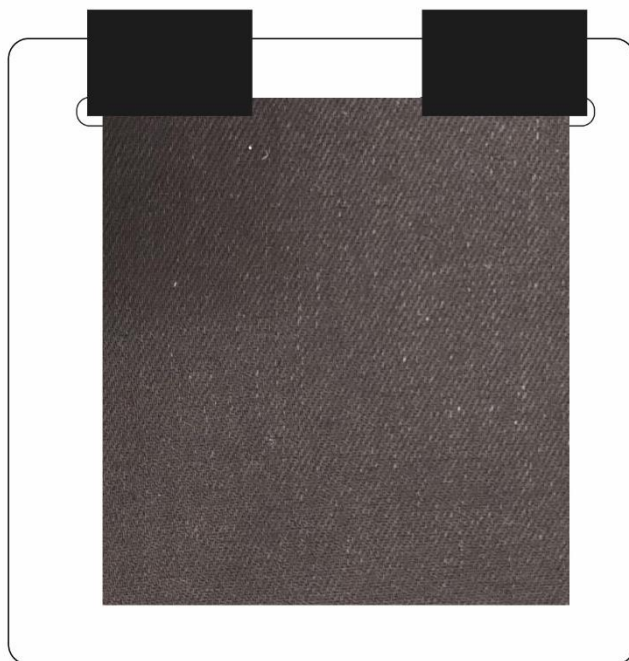
NOMBRE COMERCIAL: RÚSTICO ELASTIZADO			
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 2mts	COLOR: Black 11C	
	COMPOSICIÓN: 20% spandex 80% cotton		
	PROVEEDOR: Local	ADQUISICIÓN: Cba, Arg	
	TIENDA: "Los Angeles"		



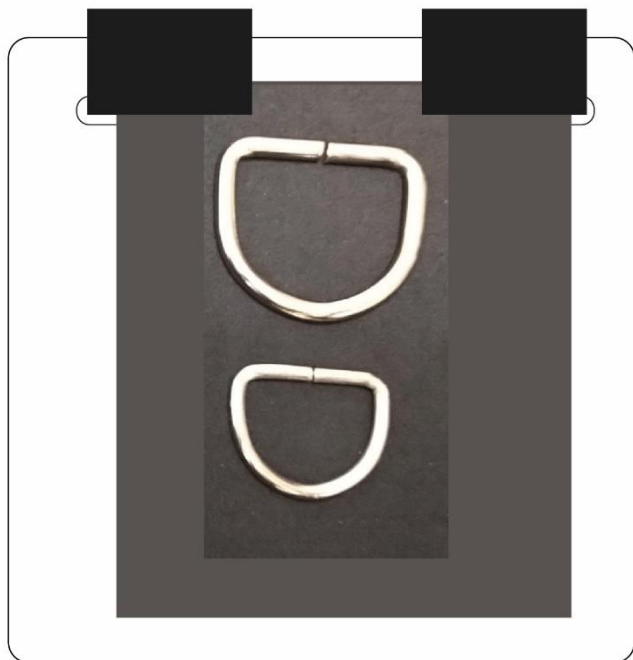
NOMBRE COMERCIAL: COTTON SATTEN			
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,5mts	COLOR: Black 11C	
	COMPOSICIÓN: 20% spandex 80% cotton		
	PROVEEDOR: Local	ADQUISICIÓN: Cba, Arg	
	TIENDA: "Los Angeles"		



NOMBRE COMERCIAL: GABARDINA BULL			
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,5mts	COLOR: Black 11C	
	COMPOSICIÓN: 100% cotton		
	PROVEEDOR: Local	ADQUISICIÓN: Cba, Arg	
	TIENDA: "Los Angeles"		



NOMBRE COMERCIAL: GABARDINA BULL			
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 1,5mts	COLOR: White 000C	
	COMPOSICIÓN: 100% cotton		
	PROVEEDOR: Local	ADQUISICIÓN: Cba, Arg	
	TIENDA: "Los Angeles"		



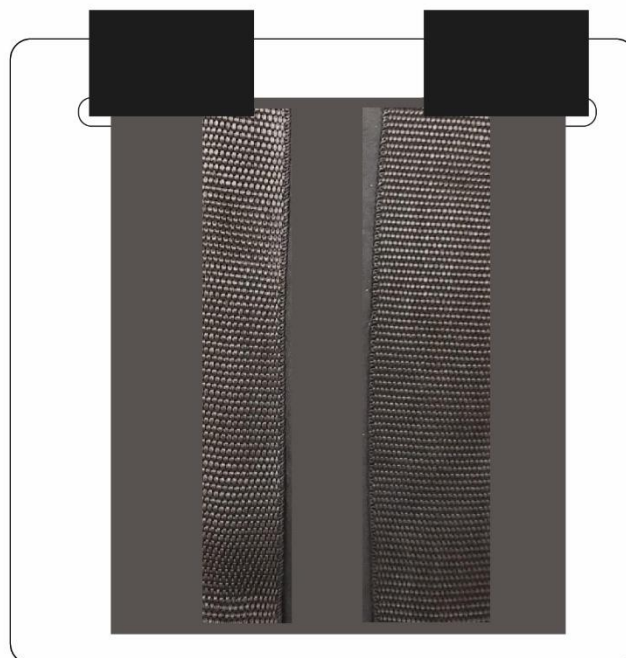
NOMBRE COMERCIAL: MEDIALUNA	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 3cm y 4cm COLOR: SteelPlate
	COMPOSICIÓN: metal
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Crash insumos"



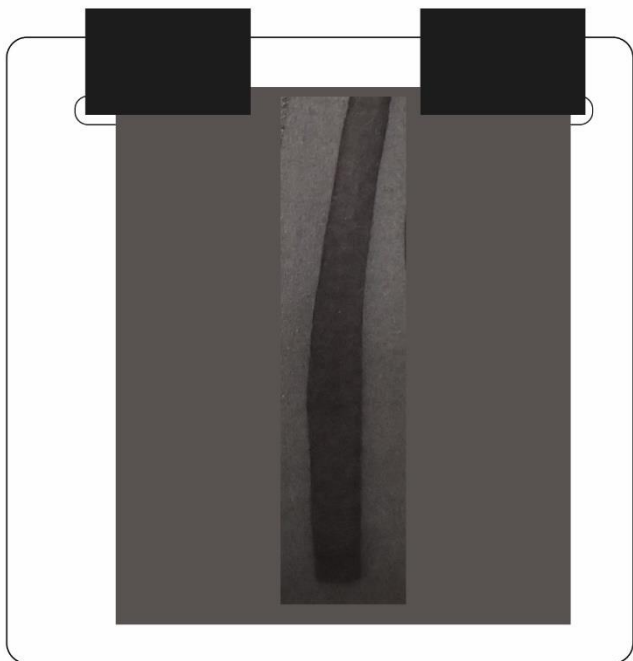
NOMBRE COMERCIAL: HILO EN BOBINA	
RE- CONSTRUIR -SE	BOBINA: 4000mts COLOR: W.000C/B.11C
	COMPOSICIÓN: 100% POLYESTER
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Pandora"



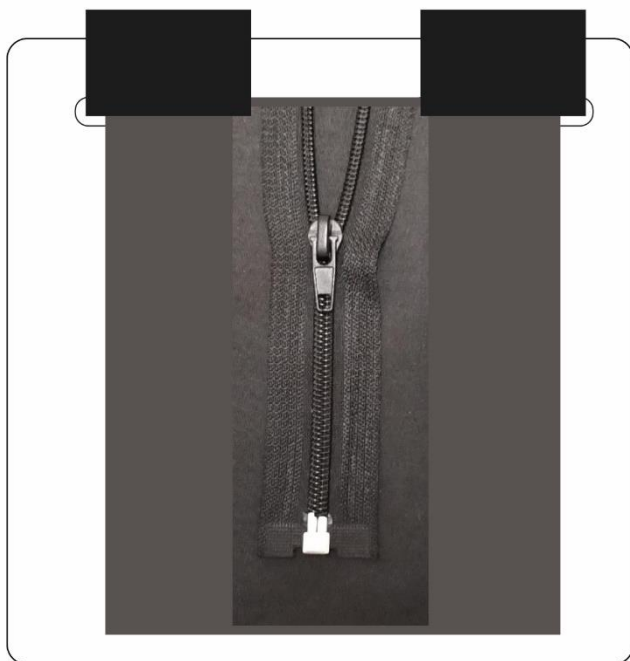
NOMBRE COMERCIAL: HILO BORDAR EN BOBINA	
RE- CONSTRUIR -SE	BOBINA: 85mts COLOR: Black 11C
	COMPOSICIÓN: 100% cotton
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Pandora"



NOMBRE COMERCIAL: CORREA MOCHILERA	
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 2,5cm y 4cm COLOR: Black 11C
	COMPOSICIÓN: 100% polyester
	PROVEEDOR: Local ADQUISICIÓN: Cba, Arg
	TIENDA: "Crash insumos"

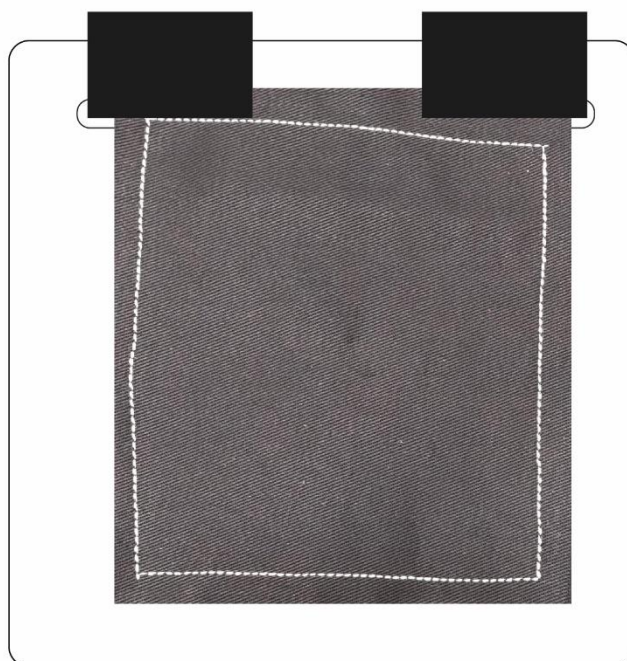


NOMBRE COMERCIAL: TOTORA		
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 2cm	COLOR: Black 11C
	COMPOSICIÓN: 80% cotton 20% spandex	
	PROVEEDOR: Local	ADQUISICIÓN: Cba-Arg
	TIENDA: "Mercedor"	



NOMBRE COMERCIAL: CIERRE DESMONTABLE		
RE- CONSTRUIR -SE	ANCHO: 3cm	COLOR: Black 11C
	COMPOSICIÓN: metal	
	PROVEEDOR: Local	ADQUISICIÓN: Cba-Arg
	TIENDA: "Pandora"	

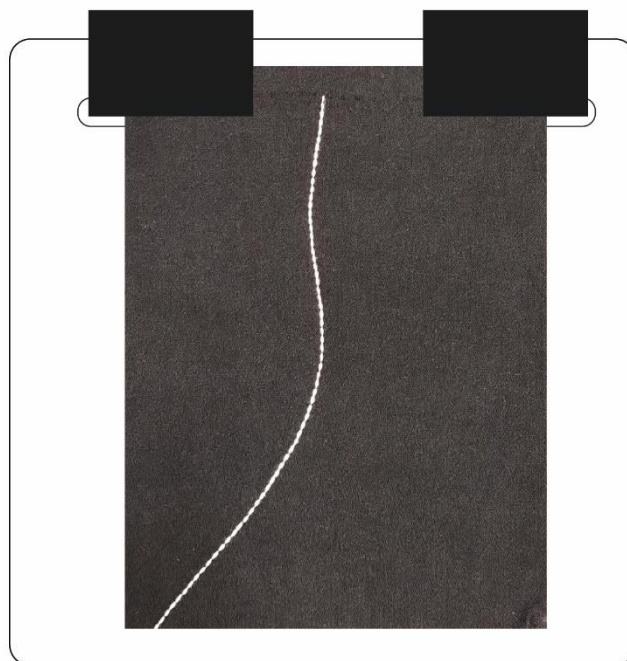
9.3 Texturas



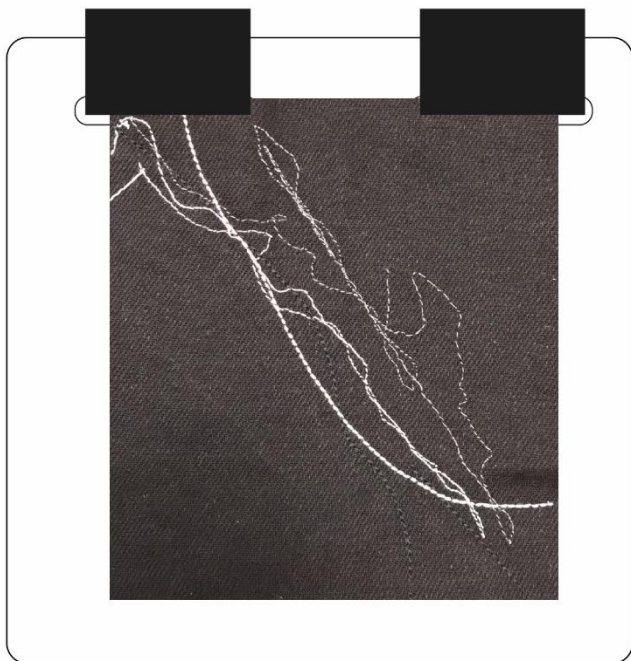
TIPO: "P/BORDES"		Nº 1
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
	TEXTIL BASE: Gabardina 8oz	
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS20



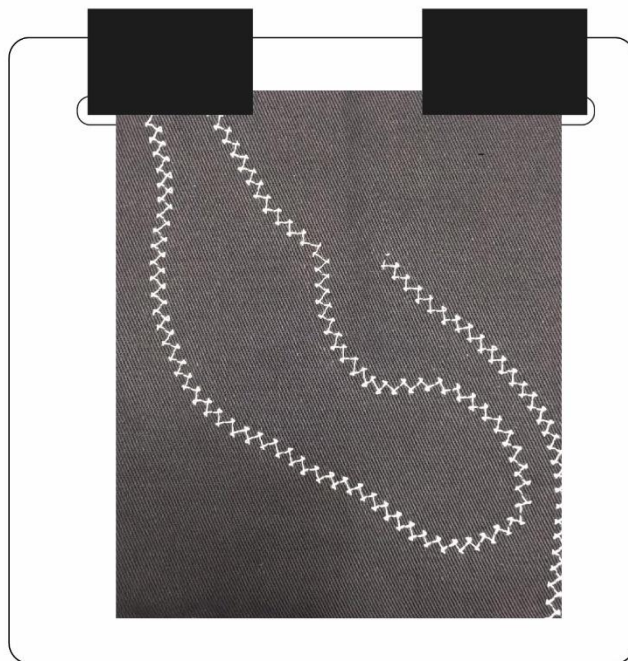
TIPO: "P/BORDES"		Nº 2
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
	TEXTIL BASE: Gabardina Bull	
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS27



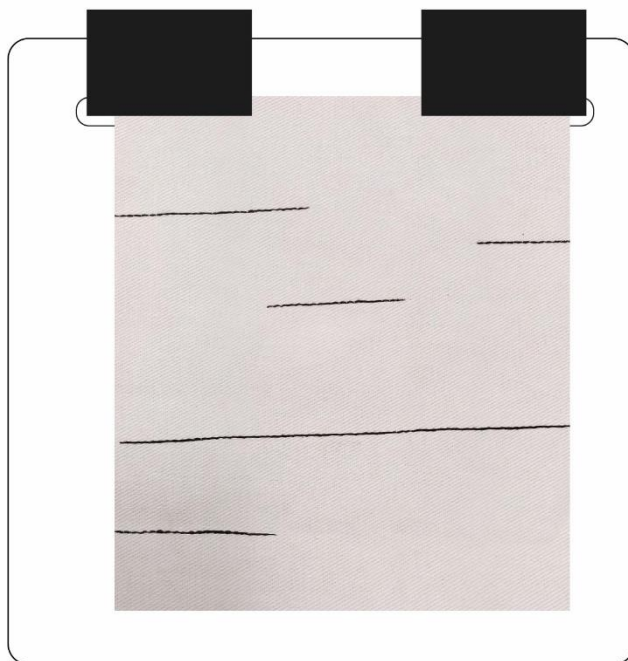
TIPO: "IRREGULAR LIBRE reversible"		Nº 3
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
	TEXTIL BASE: Cotton Satten	
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: Alpacuna		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS20



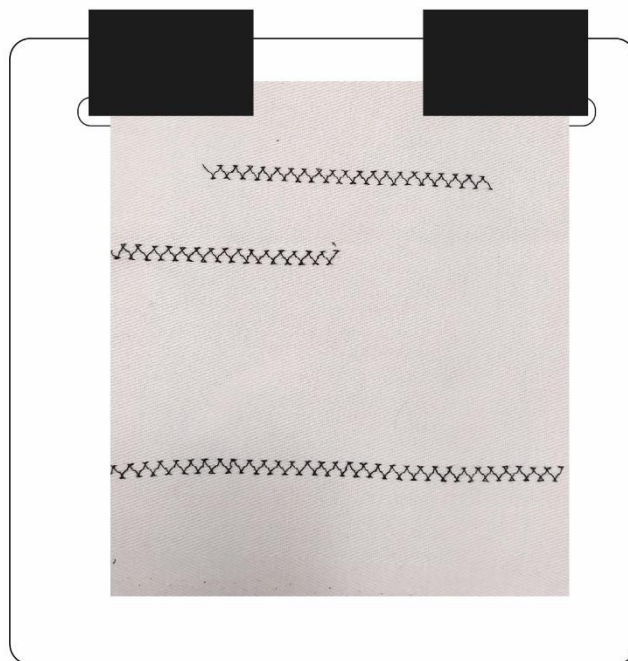
TIPO: "IRREGULAR LIBRE combinada"		Nº 3
RE-CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
TEXTIL BASE: Gabardina Bull		
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.	MODO/S: SS20	



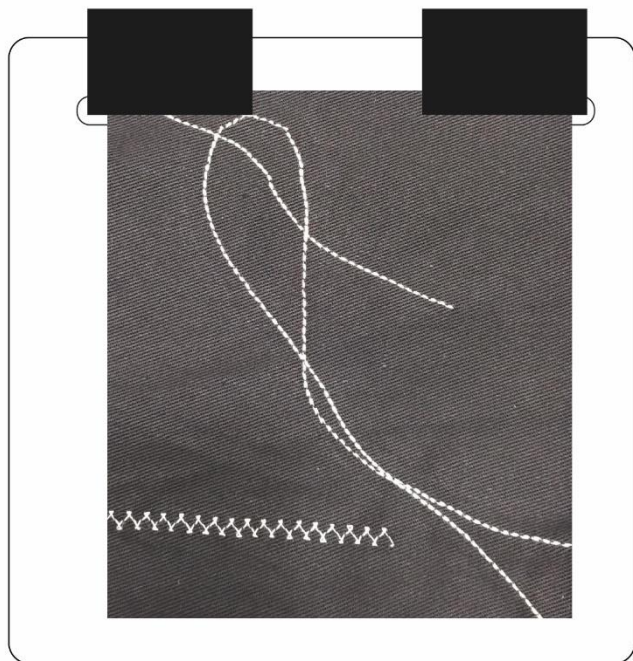
TIPO: "IRREGULAR LIBRE"		Nº 4
RE-CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
TEXTIL BASE: Gabardina ßoz		
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.	MODO/S: SS27	



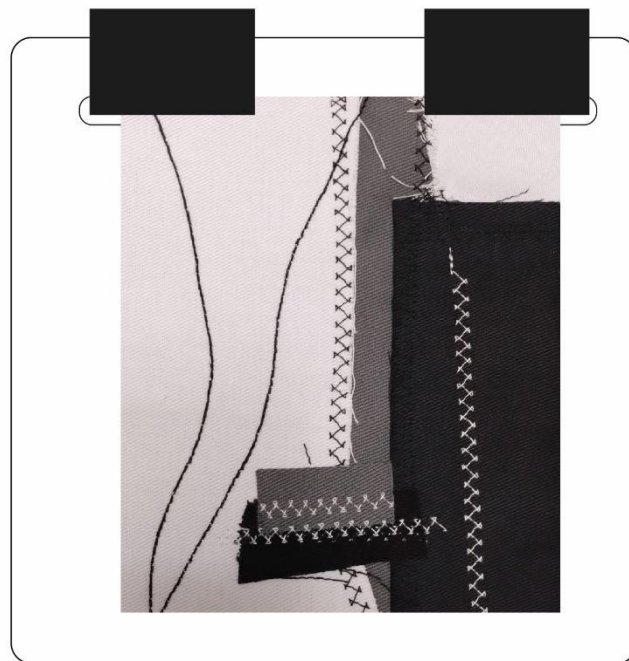
TIPO: "ESCALON EN LINEA RECTA"		Nº 5
RE-CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
TEXTIL BASE: Gabardina ßoz		
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.	MODO/S: SS20	



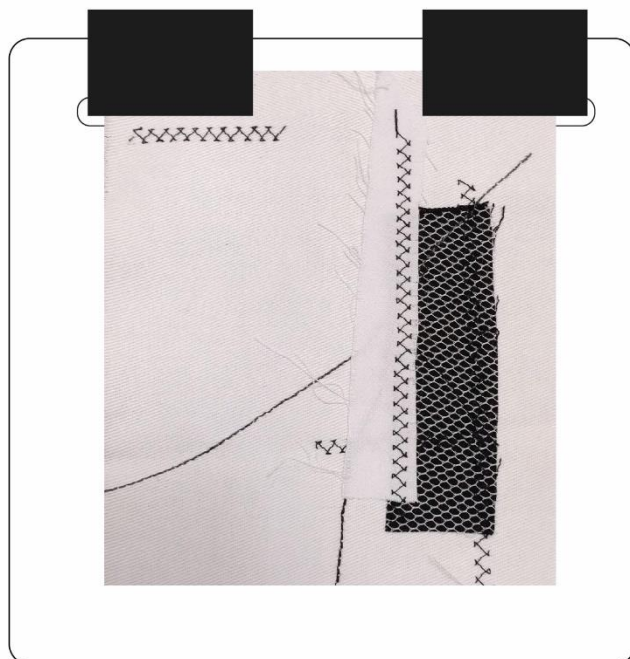
TIPO: "ESCALON EN LINEA RECTA"		Nº 6
RE-CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
TEXTIL BASE: Gabardina ßoz		
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.	MODO/S: SS27	



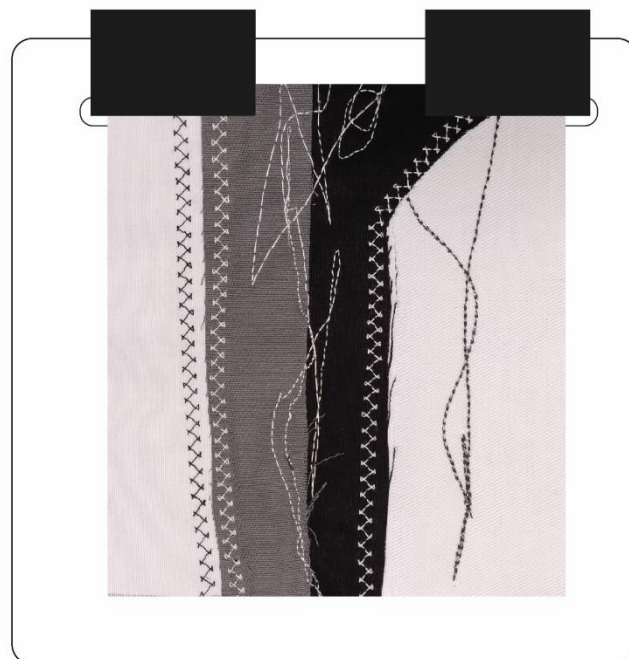
TIPO: "COMBINADO LIBRE"		Nº 7
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
	TEXTIL BASE: Gabardina 8oz	
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS20 / SS27



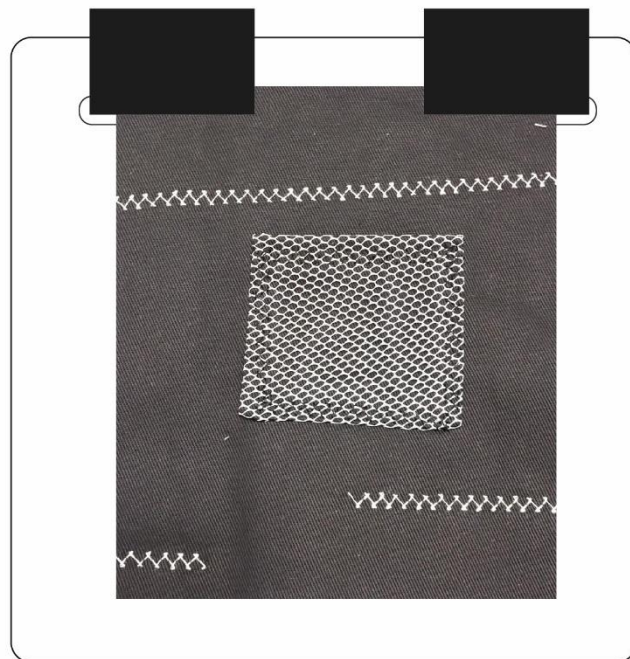
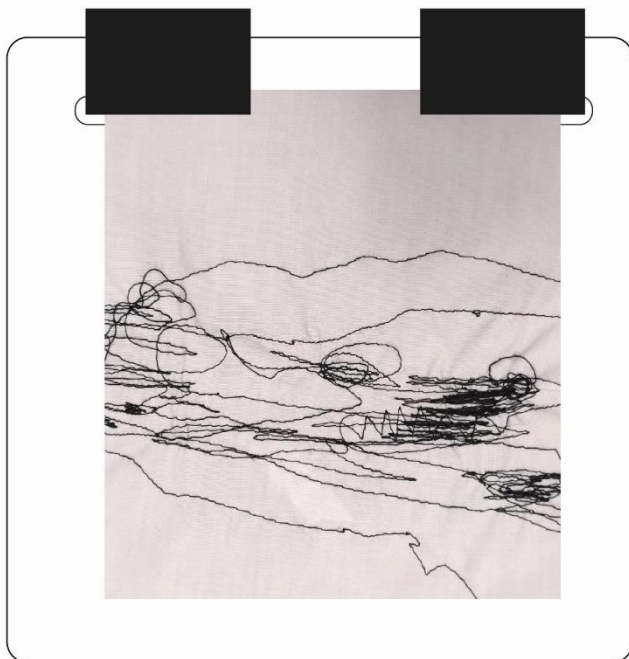
TIPO: "COMBINADO LIBRE CON PATCH"		Nº 8
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado + Patch	
	TEXTIL BASE: 8oz/Bull/Alpacuna	
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS20 / SS27



TIPO: "COMBINADO LIBRE CON PATCH"		Nº 8
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado + Patch	
	TEXTIL BASE: 8oz /Alpacuna/Bull/Tul	
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom		

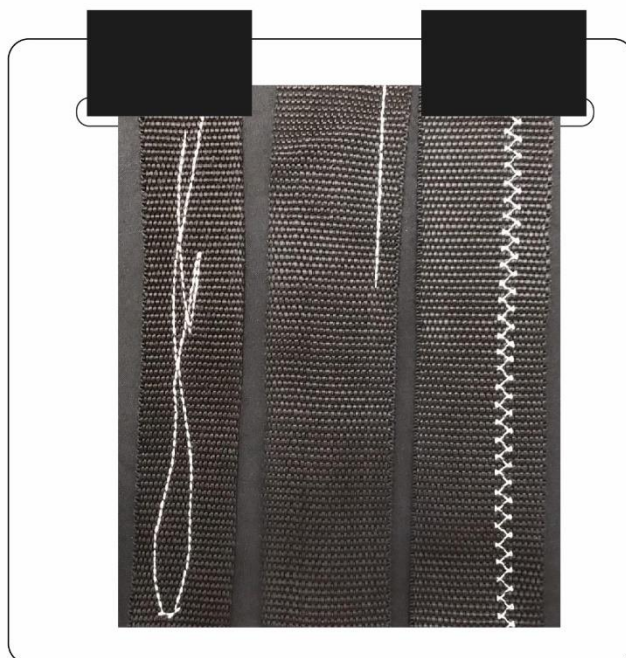


TIPO: "P/ BOLSILLO COMBINADO PATCH"		Nº 9
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado + Patch	
	TEXTIL BASE: 8oz/Bull/Alpacuna	
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS20/SS27



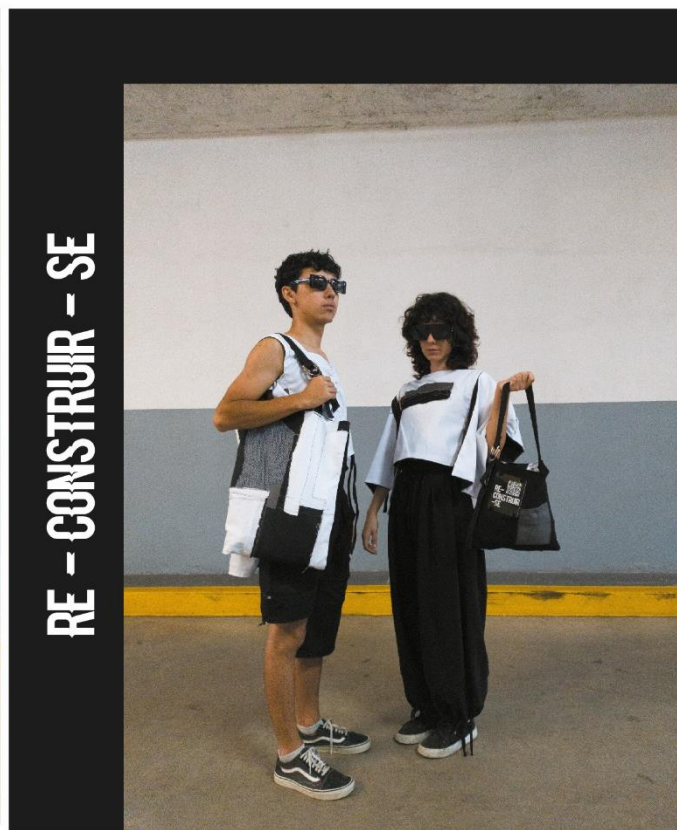
TIPO: "RAYÓN"		Nº 10
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
TEXTIL BASE: Gabardina Alpacuna		
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS20

TIPO: "P/BOLSILLO SIMPLE"		Nº 11
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado + Patch	
TEXTIL BASE: Gabardina 80Z		
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS27



TIPO: "CORREA C/ BORADADO LIBRE"		Nº 12
RE- CONSTRUIR -SE	MUESTRA ILUSTRATIVA	
	SISTEMA: Bordado	
TEXTIL BASE: Correa Mochilera		
TEXTIL/ES SECUNDARIO/S: -		
MAQUINARIA: Brother Autom.		MOD0/S: SS20 / SS27

9.4 Prototipo



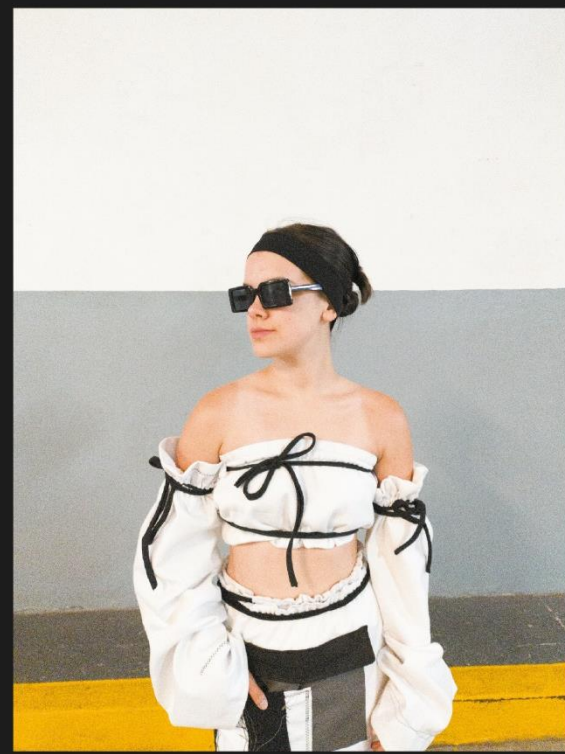
RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



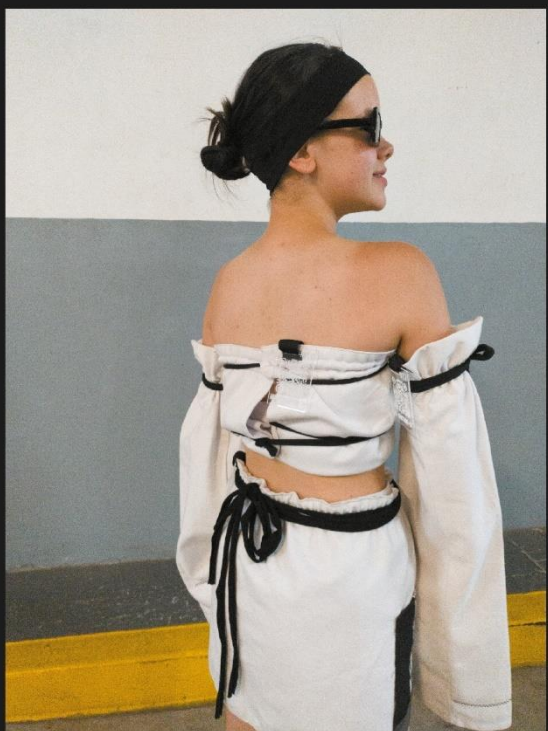
RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



RE - CONSTRUIR - SE



9.5 Etiquetería



La etiquetería de la marca esta pensada desde un sentido práctico y con un sentido metafórico, el cual acompaña a los valores y al concepto que desea comunicarse a quien manifieste interés.

En principio se busca que de manera práctica y duradera la etiqueta transmita la información prioritaria y que acerque al usuario real y potencial. El acrílico permite un proceso de grabado permanente y presentación final reversible, compatibilizando una vez más con la construcción de la prenda y su concepto.

Por último, la transparencia del material responde dualmente a un sentido metafórico como un valor genuino de la marca, mostrando el proceso previo y logrando que el usuario se sienta parte de este proyecto.

-Etiqueta de prendas (8 x 6cm): Primero muestra el QR en el que se encontrará un portal que incluya los cuidados, las imágenes, y la información de trazabilidad de la prenda, en segundo lugar, el nombre de la marca como método dentro del branding y en tercer lugar se pone el número de la prenda, para facilitar su búsqueda.

En este caso se incorpora a la prenda en la parte sugerida como trasera, en un punto con correa mochilera, pero se permite a la vez la reversibilidad de la etiqueta y su lectura, para dar coherencia al acabado de la prenda.

-Etiqueta de packaging (10x12cm): Siguiendo la misma premisa de la etiqueta de prendas, en ésta se busca seguir difundiendo la información y a la vez mantener la estética del tote bag que acompaña.

En este caso se cose con hilo de bordar en cuatro puntos, para finalizar el acabado del accesorio.

9.5.1 Comunicación de Usos

El proyecto plantea inicialmente una comunicación clara y efectiva, pensada para su *target*. Es así como siendo un proyecto de *Slow Fashion* es crucial difundir no solo los detalles de la prenda adquirida, sino su origen, su cadena de producción, los agentes que están involucrados, y los cuidados posteriores, entre otros. Es así que se genera un espacio integral de información y se crea una comunidad, ya que toda persona que escanea entra a un portal que le permite ver información de la colección, redirigirse a páginas de interés para el desarrollo sostenible como estilo de vida y un portal para comentar sus opiniones o aportes; así la etiqueta se convierte en una pieza importante, que revaloriza el mundo de la industria de moda lenta y su difusión.

9.5.2 Beneficios

Al utilizar una tecnología aplicada, el QR, se promueve la optimización de la etiqueta a través de un único código escaneable que le brinde al usuario real y/o potencial, todo lo que la marca considera necesario. Esta tecnología ya difundida en nuestro país es de fácil acceso y evita el descarte o la eliminación de etiquetería desactualizada, permitiendo que la marca pueda incorporar información en tiempo real, independientemente de la capacidad del formato tradicional de etiquetería.

Por otro lado, revaloriza la información y la prenda en sí misma, evitando el descarte desinteresado, ya que su estética está pensada para ser parte del diseño de la prenda y que el usuario lo incorpore en la elección en la línea.

9.5.3 Cuidado de las Prendas

Respecto a las etiquetas, como ya se mencionó anteriormente, el QR contiene toda la información pertinente, en el portal al que se dirige se encuentra una carpeta por prenda con información útil y que proponen profundizar y hacer parte al usuario de la marca y sus valores.

- Una carpeta por prenda, con fichas técnicas, fotos y materiales que se ocuparon
- Una carpeta que permita al usuario escribir sus opiniones u observaciones

- Una carpeta que contenga los valores de la marca y su origen
- Una carpeta que redirija a la página de *Slow Fashion* argentina y de Zero Waste
- Una carpeta con todas las fotos de la campaña
- Una carpeta con el diseño completo de la cápsula diciembre 2023

CAPÍTULO 10 PROPUESTA FINAL DE MARCA

10.1 Identidad de Marca y Branding

“Conectados en el presente, conscientes y llevando una vida coherente y empática”

El nombre surge del Inter juego en la construcción de significado. La construcción de la persona y sus decisiones están en constante evolución, esto permite pensar y repensar la forma en las decisiones que se van tomando a lo largo de la vida.



Así surge Re-Construir-Se, armar, desarmar y rearmar nuestras ideas, como también sucede con las prendas, la versatilidad abre el juego a la exploración personal.

VISIÓN: “ Reducir y optimizar el uso de recursos en todos los aspectos de la marca, revalorizar la industria textil de moda lenta y su arte”

MISIÓN: “Somos una marca de Córdoba, Argentina que crea prendas Zero Waste, generando puestos dignos de producción textil y aportando positivamente al planeta”

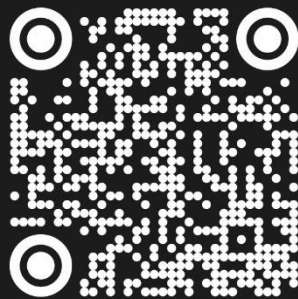
VALORES: - Conciencia -Bienestar – Empatía.

Resumiendo, este proyecto se caracteriza por una esencia dinámica, donde confluyen constantemente el concepto, el diseño, la producción, los valores, y la estética del mismo. El valor diferencial, es que este concepto habilita la construcción de la marca por parte de cada usuario, resultando inevitablemente en la singularidad del estilo.

A continuación, se deja un ejemplo de un Flyer o folleto de campaña de la cápsula diciembre 23', para ilustrar la estética y el mensaje de la marca.



RE-
CONSTRUIR
-SE



10.2 Estrategias Productivas y Comerciales

Packaging:

Se propone un packaging, que complete de manera efectiva la optimización del 100% del textil que se utilizó (pañó textil), a través de la técnica del *patchwork*.

El *patchwork* es un método en el cual se crea un pañó textil completo, del tamaño deseado, por medio de la unión de diversos retazos o pedazos mas pequeños de textil y si se desea de otros materiales. Es así como se puede lograr por medio de una previa planeación de arte textil, diseños que responden al componente estético de la marca, pero también al eje sostenible respecto al *Zero Waste*.

Según lo hasta ahora mencionado es que, se propone crear “*tote bags*” o bolsos simples con una presentación en dos tamaños, adecuados a las dimensiones de las prendas. Las correas ajustables y su diseño se corresponden a la estética de la marca y sus mismas premisas.

Además de incorporar un packaging como contenedor de los productos, este posee un doble provecho, para también elegir ser reutilizado en nuevas ocasiones, como una pieza de accesorio más, ya que este tote, permite al usuario incorporarlo como complemento para el día a día.

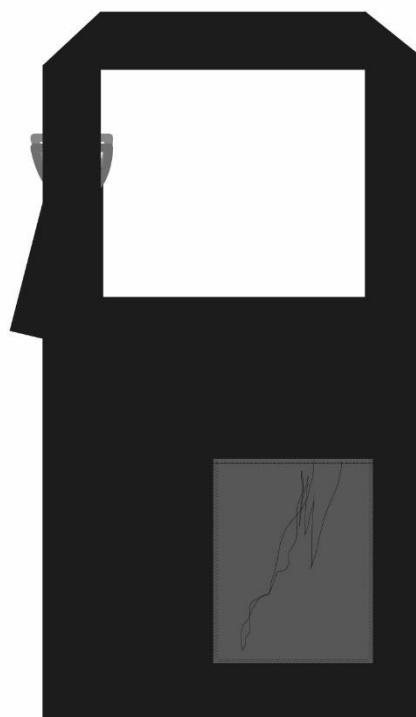
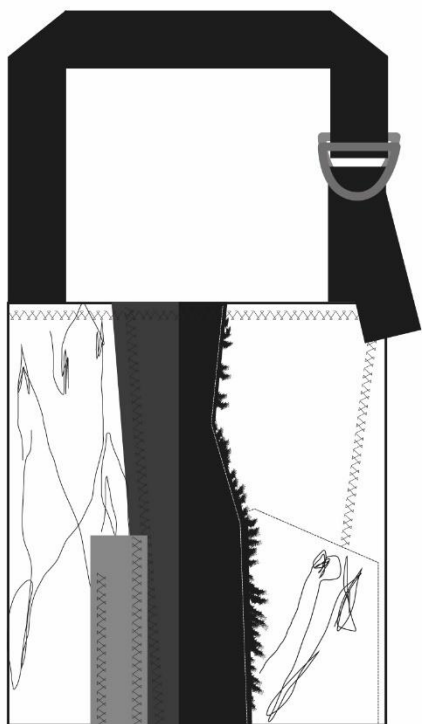
Por su material y su diseño se permiten la durabilidad, y la no utilización de materiales o contenedores plásticos o de papel, incluso superando las ventajas si estos fueran biodegradables, ya que generarían un residuo instantáneo o a corto plazo y no plantean lineamientos relacionados con el ciclo de vida sostenible del producto. En definitiva, el packaging se planteó como parte importante del reflejo de los valores de la marca.

Es de interés resaltar que tal como se vio en el apartado de texturas y acabados, en el que se proponen solo muestras referenciales o ilustrativas, cada tallerista junto a la diseñadora crearán piezas de *patchwork* y de bordado únicas, ya que, cada pieza será resultado del ensamble textil excedente de los cortes, originalmente aleatorios y singulares, como valor agregado.

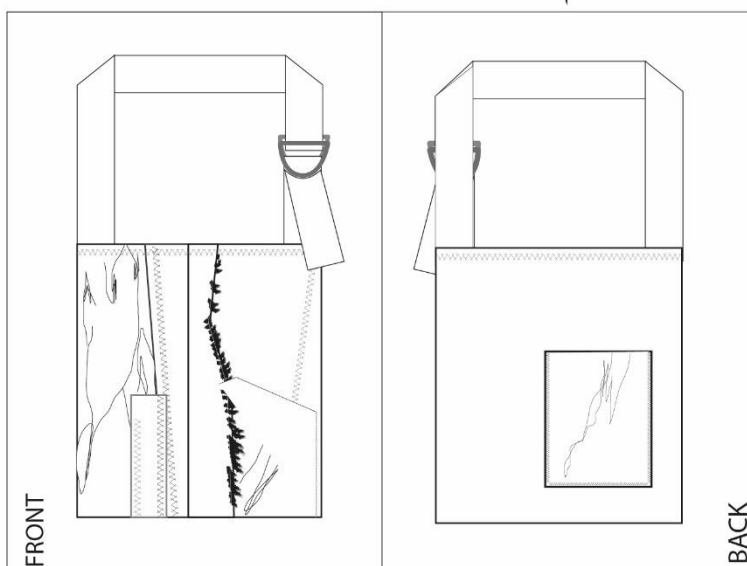
Para concluir, se presentan las fichas técnicas y de diseño con la información pertinente de las *tote bags*.

RE-
CONSTRUIR
-SE

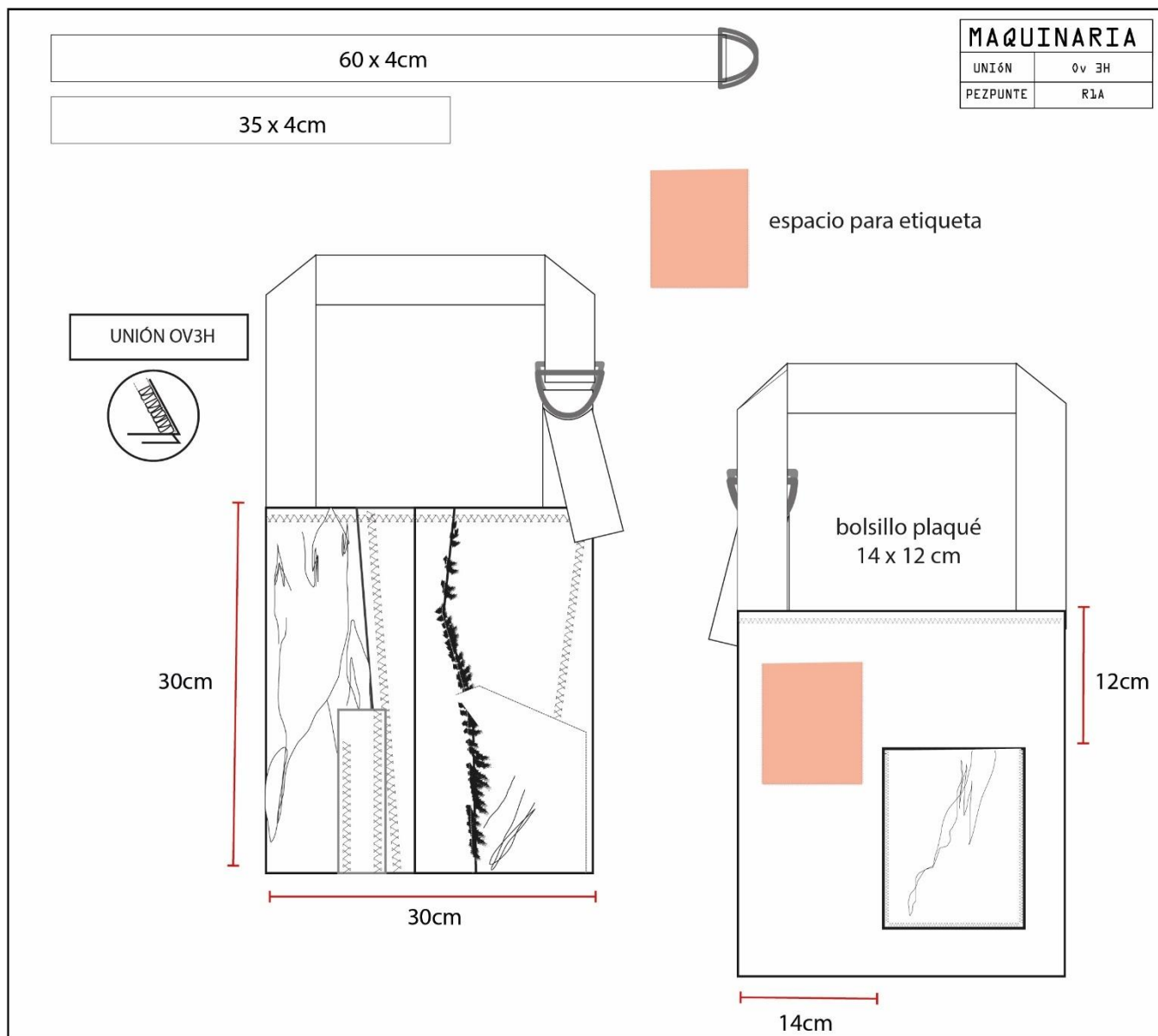
PACKAGING SMALL

-Kud-
-Pud-**TOTE BAG - SMALL:**

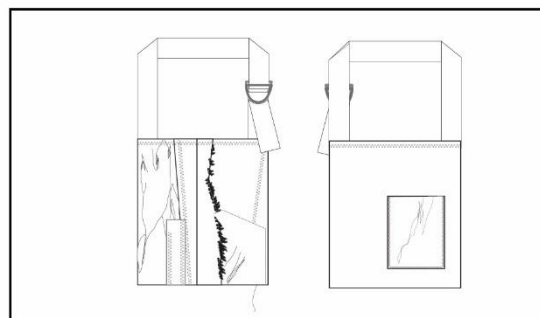
- Bolsa cuadrada, con bolsillo plaqué exterior y tira de agarre ajustable
- Cara lisa y cara con patchwork único



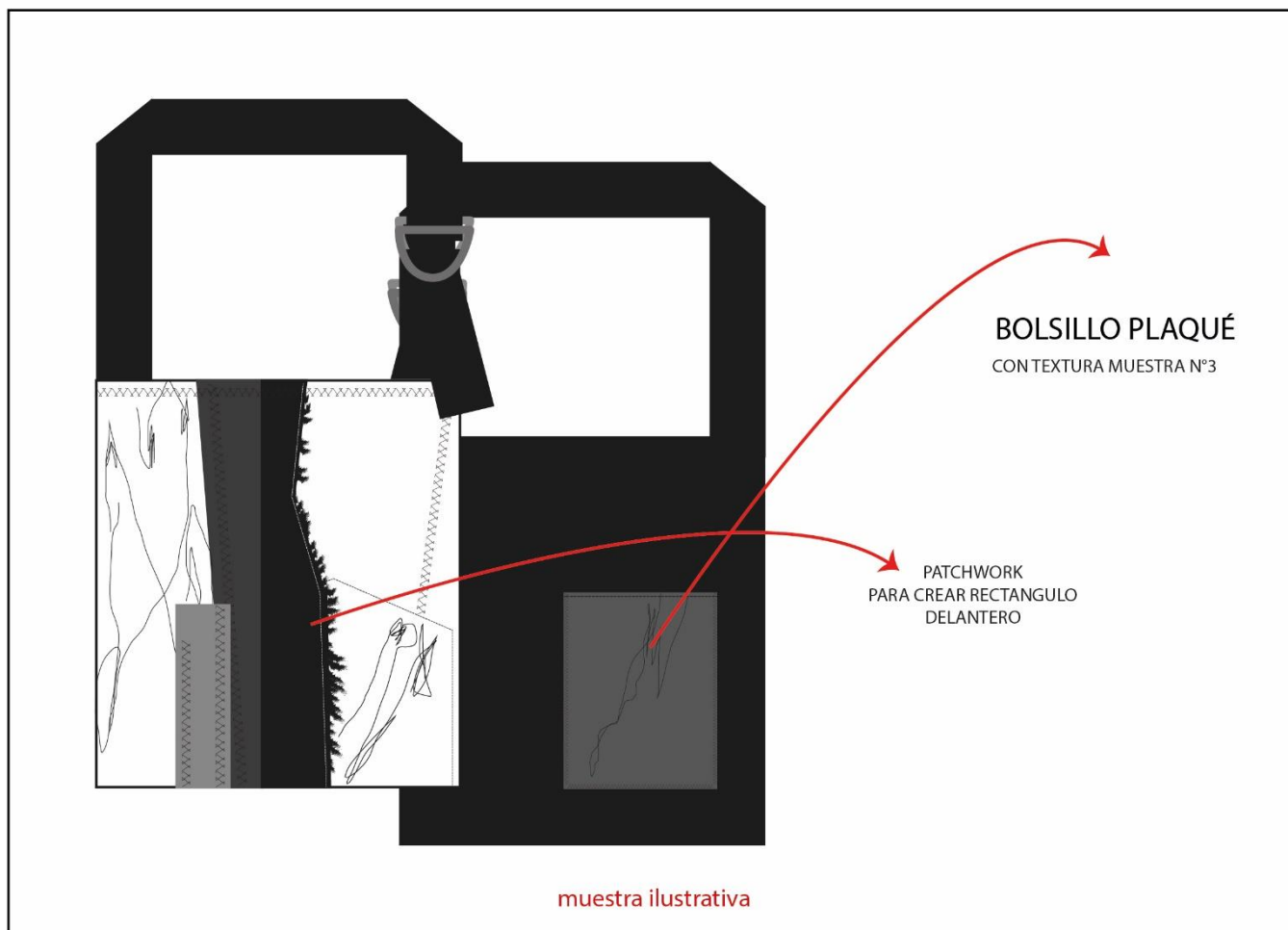
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	RE- CONSTRUIR -SE
TFG	PACKAGING SMALL	
DESCRIPCIÓN: TOTE BAG		



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GAB.BULL GAB.80Z	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO GRIS OSC
AVÍOS	MEDIALUNA	CRASH INSUMOS	PLATEADO
	CORREA MOCHILERA	CRASH INSUMOS	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO

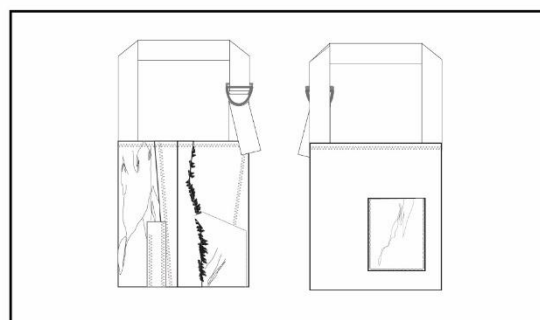


Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS	RE- CONSTRUIR -SE
TFG	PACKAGING SMALL	
DESCRIPCIÓN: TOTE BAG		



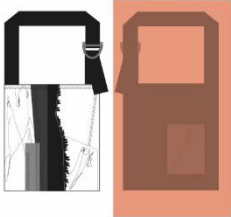

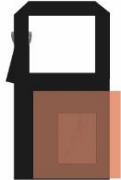

EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	Black 11C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	Black 11C
TIEMPO DE CICLO	30 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 3/8	MODOS	SS 27 SS 20 —

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO

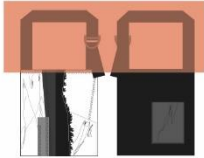

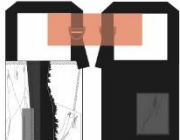



Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS	RE- CONSTRUIR -SE
TFG	PACKAGING SMALL	

TEXTILES

<p>NOMBRE: Gabardina Bull ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$3600,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: Black 11C: 0,3mt</p>		 Black 11c
<p>NOMBRE: Gabardina ðoz ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: GRIS OSC PANTONE Cool Grey 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$4300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: Cool grey 11C: 0,1mt</p>		 Cool Grey 11c


AVÍOS

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Correa mochilera MATERIAL: Polyester Tamaños: ancho 4cm COLOR: Negro Black 11C PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: 1mt</p>		 Black 11c
<p>NOMBRE: Medialuna MATERIAL: Metal Tamaños: 4x5cm COLOR: Plateado PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$378,00 x unidad CANTIDAD UTILIZADA: 4x5cm: 2 unidades</p>		 Steel Plate


HILO

<p>NOMBRE: HIL0 reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Negro PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	a tono	
---	--------	---

TEXTURAS Y ACABADOS**TEXTILES**

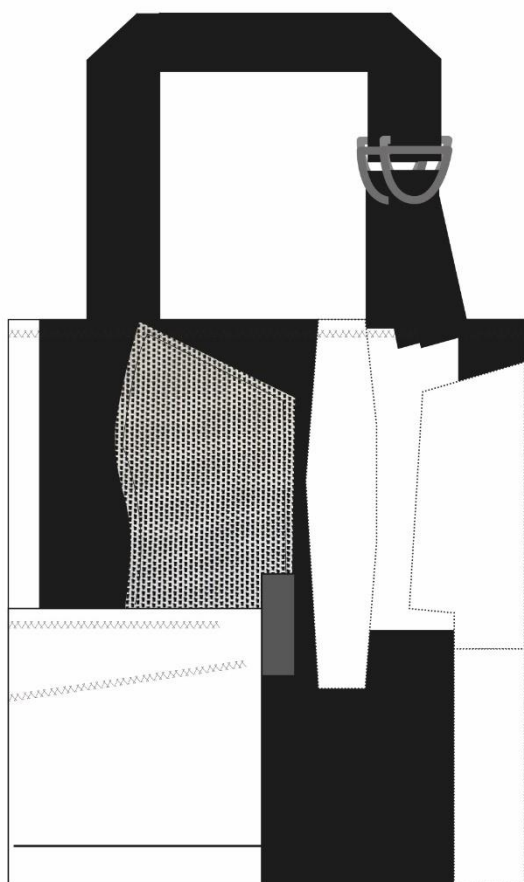
DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
Retazos de todos los textiles de la colección		Ver muestrario

HILO

<p>NOMBRE: HIL0 reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha de texturas y acabados	 White 000c Black 11c
---	------------------------------------	---

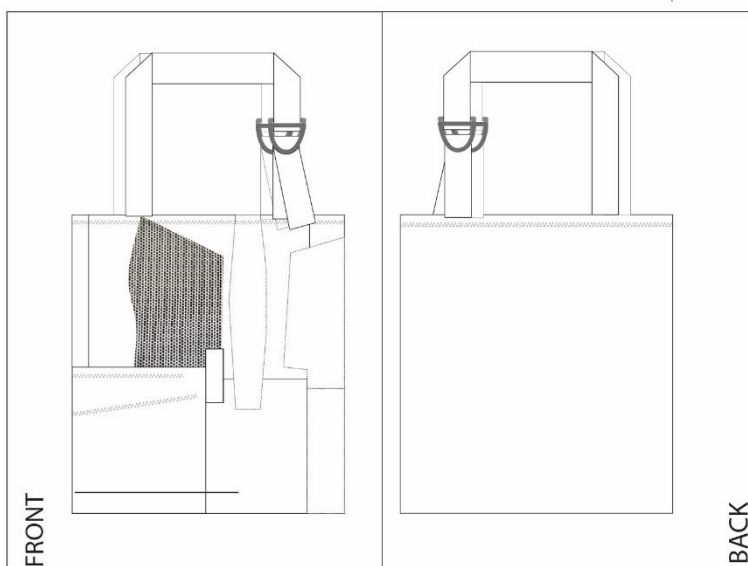
RE-
CONSTRUIR
-SE

PACKAGING FULL

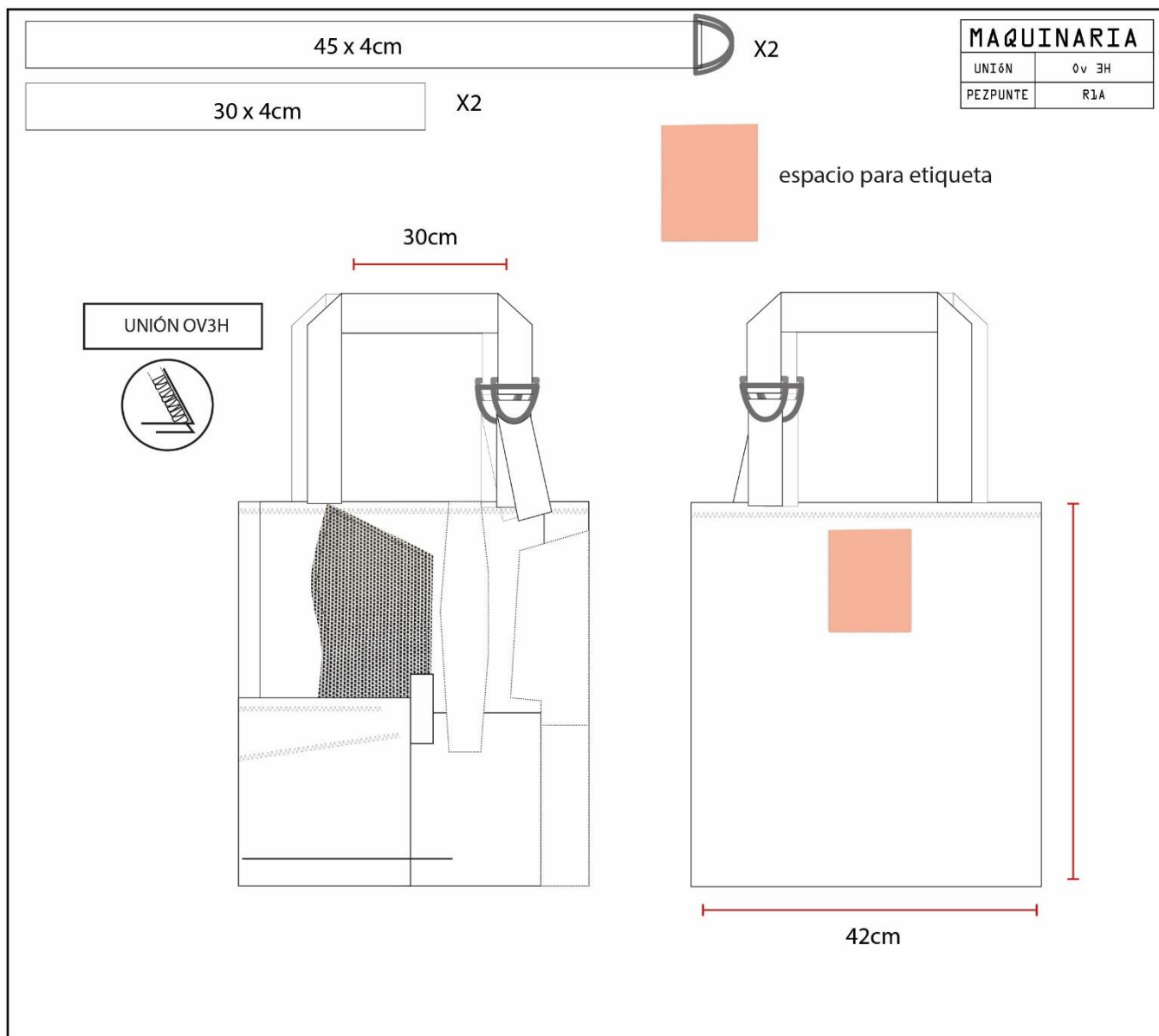


-Pun-

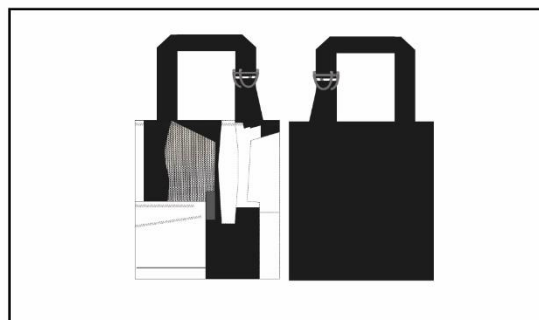
TOTE BAG - FULL:
-Bolsa rectangular
exterior y tiras de agarre ajustable
- Cara lisa y cara con patchwork único



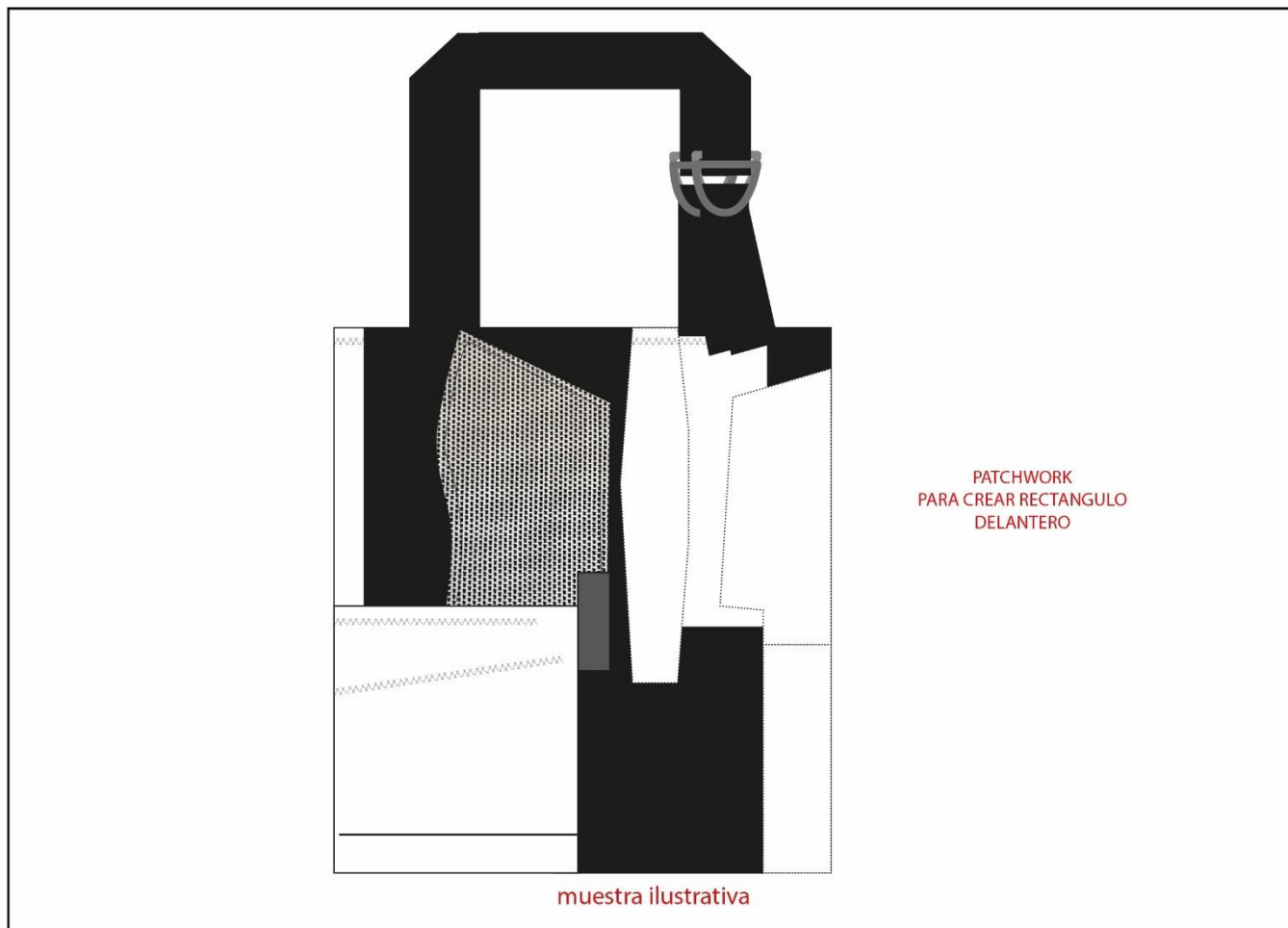
Candelaria Rossi	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	RE- CONSTRUIR -SE
TFG	PACKAGING FULL	
DESCRIPCIÓN: TOTE BAG		



	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
TEXTIL	GABARDINA 8oz	TIENDA LOS ANGELES	NEGRO
AVÍOS	MEDIALUNA	CRASH INSUMOS	PLATEADO
	CORREA MOCHILERA	CRASH INSUMOS	NEGRO
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO



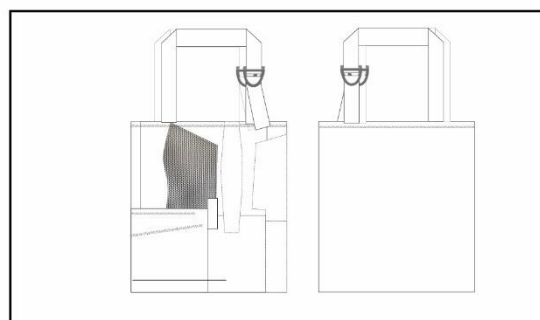
Candelaria Rossi	FICHA DE TEXTURAS Y ACABADOS	RE- CONSTRUIR -SE
TFG	PACKAGING FULL	
DESCRIPCIÓN: TOTE BAG		



PATCHWORK
PARA CREAR RECTANGULO
DELANTERO

EN LA PRENDA ARMADA	NO	HILO SUPERIOR	Black 11C
EN EL CORTE	SI	HILO CARRETEL	Black 11C
SISTEMA	BORDADO + PATCH	BOBINA	Black 11C
TIEMPO DE CICLO	30 MINUTOS	MAQUINARIA	BROTHER AUTOMÁTICA
MUESTRARIO TEXTURA	Nº 8	MODOS	SS 27  SS 20 —

	TIPO	PROVEEDOR	COLOR
HILO	100% POLYESTER	PANDORA	NEGRO

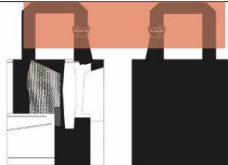

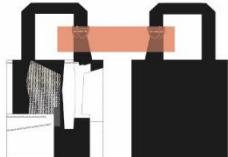



Candelaria Rossi	FICHA DE MATERIALES Y AVÍOS	RE- CONSTRUIR -SE
TFG	PACKAGING FULL	


TEXTILES

<p>NOMBRE: Gabardina 8oz ANCHO: 1,50mts COMPOSICIÓN: 100% cotton COLOR: NEGRO PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Tienda Los Angeles PRECIO: (Mayorista +25mts) \$4300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA: Black 11C: 0,5mt</p>		 Black 11c
---	--	--


AVÍOS

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
<p>NOMBRE: Correa mochilera MATERIAL: Polyester Tamaños: ancho 4cm COLOR: Negro Black 11C PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$300,00 x metro CANTIDAD UTILIZADA:1,6mt</p>		 Black 11c
<p>NOMBRE: Medialuna MATERIAL: Metal Tamaños: 4x5cm COLOR: Plateado PROVEEDOR: Crash insumos PRECIO: \$398,00 x unidad CANTIDAD UTILIZADA: 4x5cm:4 unidades</p>		 Steel Plate


HILO

<p>NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Negrp PANTONE Black 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	a tono	
---	--------	---

TEXTURAS Y ACABADOS**TEXTILES**

DETALLES	PRENDA/ UBICACIÓN	MUESTRA
Retazos de todos los textiles de la colección		Ver muestrario

HILO

<p>NOMBRE: HILO reforzado METROS: 4000 COMPOSICIÓN: 100% polyester COLOR: Blanco PANTONE White 000C Negro PANTONE Negro 11C PROVEEDOR: Pandora PRECIO: \$8000,00 x bobina</p>	Según ficha de texturas y acabados	 White 000c Black 11c
---	------------------------------------	---

Procesos productivos / Trazabilidad : La cadena de producción y sus agentes son de vital importancia, se generan lazos con personas con las que se establecen plazos de entrega y salarios dignos; haciéndole conocer al usuario:

- ¿Quién hizo su prenda?
- ¿Cuánto tardamos en hacerla?
- ¿Qué materiales lleva?
- ¿De dónde se obtienen?
- ¿Cómo se pensó la prenda?
- ¿Qué proceso implica?
- ¿Cuál fue el proceso de producción?
- Entre otros

Valiéndonos de una estrategia viable y acorde a las tecnologías actuales, se planea utilizar códigos QR grabados en acrílico como etiquetería externa de la prenda, donde se visualicen estos datos. La idea de que esté al alcance de todos es promover el uso consciente en la elección de estas prendas, a partir del conocimiento y la información ofrecida.

Modalidad de venta: Por menor, a demanda, respetando los tiempos establecidos previamente de producción. Hay prendas de líneas permanentes y eventualmente una a dos veces al año se sacan cápsulas edición limitada.

- **Canales de venta:** online (tienda nube); offline (Showroom)
- **Canales de comunicación:** Portal Web.
- **Mensaje :** Claro, conciso, directo, informativo, reflexivo, conceptual.

¿Qué comunicar? Información sobre la moda lenta, el cero desperdicio y el buen uso de las prendas.

¿Cómo? Flyers, Videos o blogs en su página web

¿A quién? Apunta al usuario sin género de 20 a 30 años, según el encuadre previamente especificado.

CAPÍTULO 11 | ANÁLISIS DE COSTOS

11.1 Estrategia

En el presente proyecto, para la estrategia de costos y márgenes que se dispondrán, se plantea un principal interés por generar un puesto digno de trabajo para la/s persona/s que realicen el corte y confección. Para ello se establece contacto con una tallerista que realizará de común acuerdo y luego de las pruebas de tiempo y calidad evaluadas, tres unidades de cada prenda de cada conjunto, y establecer un monto fijo por el total de las prendas.

Así en el caso del conjunto cinco, se realizará un combo de 36 prendas a \$5000 c/u que son \$180000, a 2hs por prenda, siendo éste un tiempo digno, en un pago de \$2500 por hora de trabajo, en 15 días.

De esta manera se respetan los tiempos y los momentos de producción, y se permite el control integral de calidad de las prendas.

Se contratarán cuatro talleristas bajo este sistema para lograr fabricar la producción en 15 días, los 8 conjuntos, 3 prendas de cada artículo.

Respecto al margen de ganancias se mantendrá entre el doble y el triple según costo neto de cada artículo, esto posiciona a la marca en el segmento adecuado, revaloriza la industria de la moda lenta y ofrece pagos justos a sus agentes, permitiendo la rentabilidad del proyecto y su futura expansión.

En la colección del presente proyecto, se muestran los “ básicos” de la marca, que representan prendas de línea permanente ya que ofrecen las tipologías y mutabilidades ideales para ser atemporales, duraderas y combinables.

11.2 Conjunto 1

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
001	1	\$ 12596	\$25000
002	1	\$13578	\$35000
003	1	\$14642	\$35000
TOTAL DEL CONJUNTO N 1		\$ 40816	\$95000

11.2.1 Prenda N°1

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
001	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	0,5	\$4100
	Cierre desmontable	1	metro	\$1000	0,8	\$800
	Totora	1	metro	\$100	1	\$100
	Medialuna	1	unidad	\$398	2	\$796
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$6596
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$12596
PRECIO DE VENTA		\$25.000		MARGEN DE GANACIA		\$12404

11.2.2 Prenda N°2

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
002						
	G. 8oz	1	metro	\$4300	1	\$4300
	Totora	1	metro	\$100	0,9	\$90
	Medialuna	1	unidad	\$398	6	\$2388
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$7578
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						

Cantidad de unidades	1		COSTO TOTAL	\$13578
PRECIO DE VENTA	\$35.000		MARGEN DE GANACIA	\$21422

11.2.3 Prenda N°3

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
003	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	0,5	\$4100
	G. 8oz	1	metro	\$4300	0,5	\$2150
	Medialuna	1	unidad	\$398	4	\$1592
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$8642
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades	1			COSTO TOTAL		\$14642
PRECIO DE VENTA	\$35.000			MARGEN DE GANACIA		\$20358

11.3 Conjunto 2

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
004	1	\$ 16484	\$35000
005	1	\$9050	\$25000
006	1	\$12707	\$30000
TOTAL DEL CONJUNTO N 2		\$ 38241	\$90000

11.3.1 Prenda N°4

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
004	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	0,5	\$4100
	Cotton Satten	1	metro	\$4660	0,5	\$2330
	Totora	1	metro	\$100	0,7	\$70
	Medialuna	1	unidad	\$398	8	\$3184
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$10484
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$16484
PRECIO DE VENTA		\$35.000		MARGEN DE GANACIA		\$18516

11.3.2 Prenda N°5

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
005	G. 8oz	1	metro	\$4300	0,5	\$2150
	Totora	1	metro	\$100	1	\$100
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$3050
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						

Cantidad de unidades	1		COSTO TOTAL	\$9050
PRECIO DE VENTA	\$25.000		MARGEN DE GANACIA	\$15950

11.3.3 Prenda N°6

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
006	G. 8oz	1	metro	\$4300	0,5	\$2150
	G. mercerizada	1	metro	\$5050	0,3	\$1515
	Cierre desnont	1	metro	\$1000	0,2	\$200
	Medialuna	1	unidad	\$398	4	\$1592
	Correa mochil.	1	metro	\$300	1,5	450
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$6707
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades	1			COSTO TOTAL		\$12707
PRECIO DE VENTA	\$30.000			MARGEN DE GANACIA		\$17293

11.4 Conjunto 3

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
007	1	\$ 10790	\$28000
008	1	\$10110	\$30000
009	1	\$9692	\$30000
TOTAL DEL CONJUNTO N 3		\$ 30592	\$88000

11.4.1 Prenda N°7

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
007	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	0,4	\$3280
	Cierre desmont	1	metro	\$1000	0,7	\$700
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$4790
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$10790
PRECIO DE VENTA		\$28.000		MARGEN DE GANACIA		\$17210

11.4.2 Prenda N°8

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
008	G. 8oz	1	metro	\$4300	0,7	\$3010
	Totora	1	metro	\$100	3	\$300
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$4110
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$10110

PRECIO DE VENTA	\$30.000		MARGEN DE GANACIA	\$19890
------------------------	-----------------	--	--------------------------	----------------

11.4.3 Prenda N°9

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
009	G. 8oz	1	metro	\$4300	0,3	\$1290
	Medialuna	1	unidad	\$398	4	\$1592
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$3682
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$9692
PRECIO DE VENTA	\$30.000			MARGEN DE GANACIA		\$20308

11.5 Conjunto 4

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
010	1	\$ 12856	\$30000
011	1	\$12800	\$35000
012	1	\$7930	\$20000
013	1	\$9320	\$30000
TOTAL DEL CONJUNTO N 4		\$ 42906	\$115000

11.5.1 Prenda N°10

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
010	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	0,5	\$4100
	G.Bull	1	metro	\$3600	0,5	\$1800
	Totora	1	metro	\$100	1,5	\$150
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$6850
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$12856
PRECIO DE VENTA		\$30.000		MARGEN DE GANACIA		\$17150

11.5.2 Prenda N°11

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
011	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	0,5	\$4100
	G.Bull	1	metro	\$3600	0,5	\$1800
	Totora	1	metro	\$100	1	\$100
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$6800
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000

	COSTO TOTAL UNITARIO				
	Cantidad de unidades	1		COSTO TOTAL	\$12800
	PRECIO DE VENTA	\$35.000		MARGEN DE GANACIA	\$22200

11.5.3 Prenda N°12

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
012	G.Bull	1	metro	\$3600	0,3	\$1080
	Totora	1	metro	\$100	0,5	\$50
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$1930
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
	Cantidad de unidades	1		COSTO TOTAL		\$7930
	PRECIO DE VENTA	\$20.000		MARGEN DE GANACIA		\$12070

11.5.4 Prenda N°13

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
013	G. Bull	1	metro	\$3600	0,7	\$2520

	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$3320
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades	1			COSTO TOTAL		\$9320
PRECIO DE VENTA	\$30.000			MARGEN DE GANACIA		\$20680

11.6 Conjunto 5

ART	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
014		\$17192	\$35000
015		\$ 13496	\$35000
016		\$ 12120	\$35000
017		\$ 9311	\$25000
TOTAL DEL CONJUNTO N°5		\$52119	\$130000

11.6.1 Prenda N° 14

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
014	Gabardina alpacuna	1	metro	\$8200	1	\$8200
	Medialuna	1	unidad	\$398	4	\$1592
	Correa mochil	1	metro	\$300	2	\$600
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$11192
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						

Armado tote packaging					\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO					
Cantidad de unidades	1		COSTO TOTAL		\$17192
PRECIO DE VENTA	\$35000		MARGEN DE GANACIA		\$17808

11.6.2 Prenda N° 15

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
015	Cotton Saten	1	metro	\$4660	1	\$4660
	Medialuna	1	unidad	\$398	2	\$796
	Ballena	1	metro	\$200	1,2	\$240
	Correa mochil	1	metro	\$250	4	\$1000
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$7496
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades	1		COSTO TOTAL		\$13496	
PRECIO DE VENTA	\$35000		MARGEN DE GANACIA		\$21504	

11.6.3 Prenda N° 16

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
016	Rústico	1	metro	\$5020	1	\$5020
	Totora	1	metro	\$100	3	\$300
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$6120

Mano de Obra					\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Armado tote packaging					\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO					
Cantidad de unidades	1			COSTO TOTAL	\$12120
PRECIO DE VENTA	\$35000			MARGEN DE GANACIA	\$22880

11.6.4 Prenda N° 17

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
017	G.Mercerizada	1	metro	\$5050	0,3	\$1515
	Totora	1	metro	\$100	2	\$200
	Medialuna	1	unidad	\$398	2	\$796
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$3311
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICA IÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades	1			COSTO TOTAL		\$9311
PRECIO DE VENTA	\$25000			MARGEN DE GANACIA		\$15689

11.7 Conjunto 6

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
018	1	\$ 23188	\$40000
019	1	\$15650	\$45000
020	1	\$11000	\$25000
TOTAL DEL CONJUNTO N 6		\$ 49838	\$110000

11.7.1 Prenda N°18

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
018	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	1,5	\$12300
	Totora	1	metro	\$100	2	\$200
	Medialuna	1	unidad	\$398	6	\$2388
	Cierre desmon	1	metro	\$1000	1,5	\$1500
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$17188
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$23188
PRECIO DE VENTA		\$40.000		MARGEN DE GANACIA		\$16812

11.7.2 Prenda N°19

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
019	G. 8oz	1	metro	\$4300	0,5	\$2150
	Cierre desmon	1	metro	\$1000	6,5	\$6500
	Totora	1	metro	\$100	2	\$200
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$9650
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$15650

PRECIO DE VENTA	\$45.000		MARGEN DE GANACIA	\$29350
------------------------	-----------------	--	--------------------------	----------------

11.7.3 Prenda N°20

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
020	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	0,5	\$4100
	Totora	1	metro	\$100	1	\$100
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$5000
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$11000
PRECIO DE VENTA	\$25.000			MARGEN DE GANACIA		\$14000

11.8 Conjunto 7

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
021	1	\$ 13806	\$30000
022	1	\$16592	\$35000
023	1	\$13920	\$40000
TOTAL DEL CONJUNTO N 7		\$ 44318	\$105000

11.8.1 Prenda N°21

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
021	G. Bull	1	metro	\$3600	0,1	\$360
	G.Mercerizada	1	metro	\$5050	1	\$5050
	Totora	1	metro	\$100	3	\$300
	Ojalillo	1	unidad	\$50	10	\$500
	medialuna	1	unidad	\$398	2	\$796
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$7806
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$13806
PRECIO DE VENTA		\$30.000		MARGEN DE GANACIA		\$16194

11.8.2 Prenda N°22

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
022	G. Bull	1	metro	\$3600	2	\$7200
	Medialuna	1	unidad	\$398	4	\$1592
	Cierre desmont	1	metro	\$1000	1	\$1000
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$10592
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000

COSTO TOTAL UNITARIO				
Cantidad de unidades	1		COSTO TOTAL	\$16592
PRECIO DE VENTA	\$35.000		MARGEN DE GANACIA	\$18408

11.8.3 Prenda N°23

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
023	G. Bull	1	metro	\$3600	1,7	\$6120
	Cierre desmont	1	metro	\$1000	1	\$1000
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$7920
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades	1			COSTO TOTAL		\$13920
PRECIO DE VENTA	\$40.000			MARGEN DE GANACIA		\$26080

11.9 Conjunto 8

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
024	1	\$ 19100	\$40000
025	1	\$27550	\$55000
026	1	\$13880	\$35000
TOTAL DEL CONJUNTO N 8		\$ 60530	\$130000

11.9.1 Prenda N°24

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
024	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	1,5	\$12300
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$13100
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$19100
PRECIO DE VENTA		\$40.000		MARGEN DE GANACIA		\$20900

11.9.2 Prenda N°25

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
025	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	2,5	\$20500
	Totora	1	metro	\$100	2,5	\$250
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$21550
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$27550

PRECIO DE VENTA	\$55.000		MARGEN DE GANACIA	\$27450
------------------------	-----------------	--	--------------------------	----------------

11.9.3 Prenda N°26

ART.	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO X ARTICULO
026	G. Alpacuna	1	metro	\$8200	0,6	\$4920
	G.Bull	1	metro	\$3600	0,6	\$2160
	Etiqueta	1	unidad	\$800	1	\$800
COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materia Prima						\$7880
Mano de Obra						\$5000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Armado tote packaging						\$1000
COSTO TOTAL UNITARIO						
Cantidad de unidades		1		COSTO TOTAL		\$13880
PRECIO DE VENTA	\$35.000		MARGEN DE GANACIA		\$21120	

11.10 Cápsula diciembre 23'

CONJUNTO	CANTIDAD	COSTO	PRECIO VENTA
N°1	1	\$ 40816	\$95000
N°2	1	\$38241	\$90000
N°3	1	\$30592	\$88000
N°4	1	\$42906	\$115000
N°5	1	\$52119	\$130000
N°6	1	\$49838	\$110000
N°7	1	\$44318	\$105000
N°8	1	\$60530	\$130000
TOTAL POR CÁPSULA		\$ 359360	\$863000

CAPÍTULO 12 | CONCLUSIONES

Una vez concluido el proyecto de diseño se puede afirmar que se han cumplido los objetivos que guiaron su desarrollo. Tal como se había previsto se han identificado los desechos o desperdicios en la cadena de producción de indumentaria *Fast Fashion*, los procedimientos y estrategias que utilizan las empresas, los diseñadores y usuarios en general en el proceso de diseño y confección de prendas de vestir.

Se ha podido clarificar conceptualmente el impacto socioambiental y la contaminación causada por la industria textil en Argentina y Córdoba en particular. El triple impacto como vía sostenible, es una alternativa viable de confección de prendas, al mismo que establece la existencia estrecha de relación entre las lógicas de consumo *Slow Fashion* y el *Zero Waste*. Estos tópicos fueron utilizados como interrogantes en el marco de referencia para el análisis y la interpretación de datos, de los casos seleccionados como muestra en los instrumentos implementados.

Fue posible detectar la fragilidad del tema, como así también inferir la relevancia del triple impacto, como ejes que se convierten en una manera viable de lograr la sostenibilidad, a partir de los resultados obtenidos de las cien encuestas que se constituyeron en los sujetos usuarios del presente proyecto.

Estos resultados sugieren el ineludible compromiso social de lograr prendas que respeten la tipología *Zero Waste*, abarcando también su funcionalidad a usuarios *Genderless*, en equilibrio con el ecosistema, con textiles, precios adecuados y costos apropiados, según el modelo de negocio planteado en Argentina.

Desde un enfoque ecológico, se admite aquí que no es sólo un proceso individual sino también es un proceso comunicativo y social que adquiere significado en el contexto físico, social y cultural en el que se desarrolla.

Parece oportuno aportar algunas consideraciones generales sobre las condiciones favorecedoras de calidad en el diseño y producción de textiles:

- Promover situaciones reales de comunicación que otorguen sentido al uso del *zero waste* como lógica de consumo.

- Planificar cuidadosamente y prever la existencia de multiplicidad de géneros a seleccionar

- Posibilitar el trabajo cooperativo entre cadenas de producción a partir del *Zero Waste*

- Alentar a otros diseñadores a repensar sus prácticas, teniendo en cuenta los saberes y experiencias ofrecidas acerca del triple impacto y su viabilidad para el logro de la sostenibilidad.

Es preciso puntualizar que estos aprendizajes no se producen solo de manera individual, sino que es primordial su apropiación de manera gradual y sistemática, que las industrias textiles acompañen

a diseñadores y usuarios en este proceso de aprendizaje de nuevas maneras de vestir, seleccionando formatos que brinden experiencias significativas.

Es de interés para seguir indagando, las oportunidades que ofrecen los canales de comunicación para difundir, dar a conocer la marca y su concepto; por ejemplo, generando espacios de venta pop up u organizando eventos coordinados con otras marcas de estas características.

Para finalizar sería relevante la continuidad de investigaciones que permitieran la suma de aportes conjuntos con otros países de Latinoamérica, construyendo un legado de conocimientos enriquecedor con el compromiso social de cara hacia la sostenibilidad.

CAPÍTULO 13 | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

13.1 Referencias Bibliográficas

Barreiro Martínez, A. (2012) *La Cultura de Usar y Tirar. ¿Un problema de Investigación?*

Departamento de sociología y ciencia política y de la administración, Universidad de Coruña, España. Vol 11. ISSN 1577-239

Bauman, Z. (2000) *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica. Edición en inglés, Polity Press y Blackwell Publisher Ltd. ISBN 950-557-513-0

Braungart , M y Mc Donough, W. (2005) *De la Cuna a la Cuna: Rediseñando la Forma en la que Hacemos Las Cosas*. Editorial Mc Graw Hill. ISBN 84-481-4295-0

Chaves Palacios, J . (2004) *Desarrollo Tecnológico En La Primera Revolución Industrial*. Norba.

Revista de Historia, ISSN 0213-375X, Vol. 17

Díaz Marcos , A M. (2006) *La Edad de Seda: Representaciones de la Moda en la Literatura Española*.

Publicaciones de la Universidad de Cádiz. ISBN 84-9828-070-2

Felber, C. (2012) *La Economía del Bien Común*. Editorial Deusto, Barcelona. ISBN 9788423412808

González, C. Los bibliobuses como instrumento de fomento de la lectura. Bibliotecas (20012003)Edición Especial. N° 1-2

Lago Pérez, L. (1997) *Metodología general para la evaluación de impacto ambiental de proyectos*.

Madrid: Espasa Calpe.

Las Tres R - Concepto, reducir, reutilizar y reciclar. (s. f.). Concepto. <https://concepto.de/las-tres-r/>

Naciones Unidas (2015). Septuagésimo período de sesiones Temas 15 y 116 del programa. Asamblea general 21 de octubre de 2015

Novo Villaverde, M. (2006) *El desarrollo sostenible. Su dimensión ambiental y educativa*. Madrid,

España: Pearson Educación S.A

Que es Zero Waste Fashion® laboratorio de ideas? (2020, 12 septiembre). WEF WORK EXPERIENCE FASHION. <https://workexperiencefashion.com/que-es-zero-waste-fashionlaboratorio-de-ideas/>

Rissanen, T. (2016, 1 octubre). *The Fashion System through a Lens of Zero-Waste Fashion Design*.

Timo Rissanen - Academia.edu.

https://www.academia.edu/28844907/The_Fashion_System_through_a_Lens_of_Zero_Waste_Fashion_Design

Salcedo, E. (2014) *Moda Ética para un Futuro Sostenible*. Editorial Gustavo Gil, Barcelona. ISBN 978-84-252-2606-9

CAPÍTULO 14 | ANEXOS

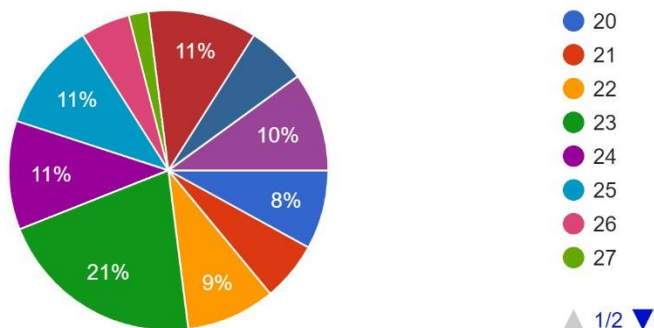
14.1 Tablas y Gráficos

- Tablas y Gráficos 1. Ficha técnica del Diseño Metodológico. Fuente: Elaboración propia. P22
- Tabla y Gráficos 2. Ficha técnica de la Investigación. Fuente: Elaboración propia. P23
- Tabla y Gráficos 3. Ficha técnica del Análisis de Antecedentes. Fuente: Elaboración propia. P27
- Tabla y Gráficos 4. parte 1. Grilla Análisis de Antecedentes. Fuente: Elaboración propia. P29
- Tabla y Gráficos 4, parte 2. Grilla Análisis de Antecedentes Fuente: Elaboración propia. P30
- Tabla y Gráficos 4, parte3. Grilla Análisis de Antecedentes. Fuente: Elaboración propia. P32
- Tablas y Gráficos 5. Programa de Diseño. Fuente: Elaboración propia. P34
- Tablas y Gráficos 6. Diagrama de Gant. Fuente: Elaboración propia. P38
- Tablas y Gráficos 7. Moodboard de Diseño. Fuente: Elaboración propia. P40
- Tablas y Gráficos 8. Moodboard de usuario. Fuente: Elaboración propia. P41
- Tablas y Gráficos 9. Mapa de empatía. Fuente: Elaboración propia. P41
- Tablas y Gráficos 10. Cuadro de Constantes y Variables. Fuente: Elaboración propia. P50
- Tablas y Gráficos 11. Cuadro de Tipologías. Fuente: Elaboración propia. P51

14.2 Encuesta completa

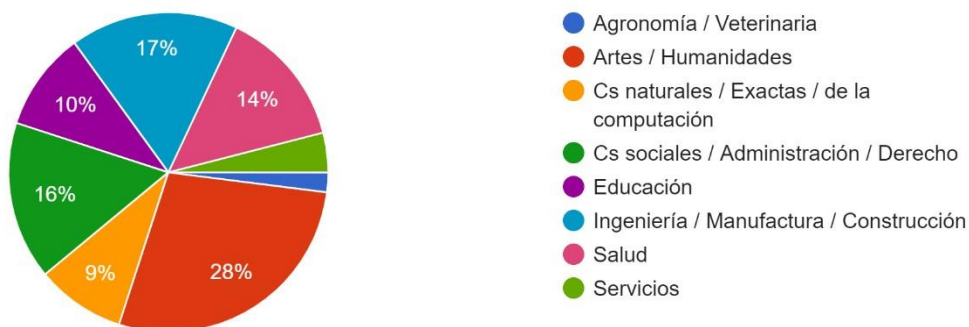
1| Edad

100 respuestas



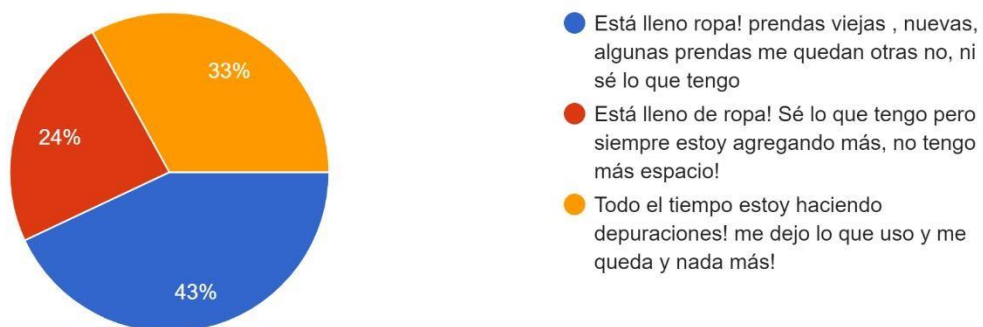
2| Mis conocimientos, estudios o formación académica se orientan hacia...

100 respuestas



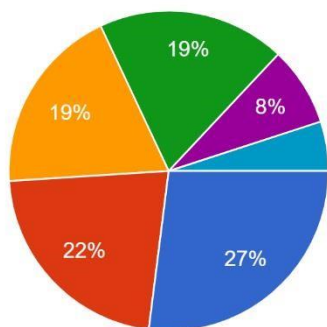
3| Mi armario...

100 respuestas



4| La ultima vez que compré ropa fue...

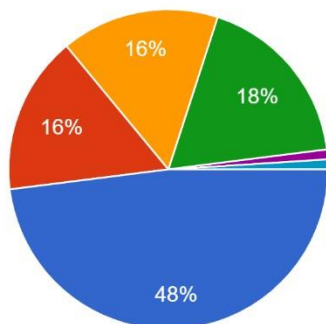
100 respuestas



- En la última semana
- En las últimas 2 semanas
- En el último mes
- En los últimos 2 a 3 meses
- En el último medio año
- Medio año o más

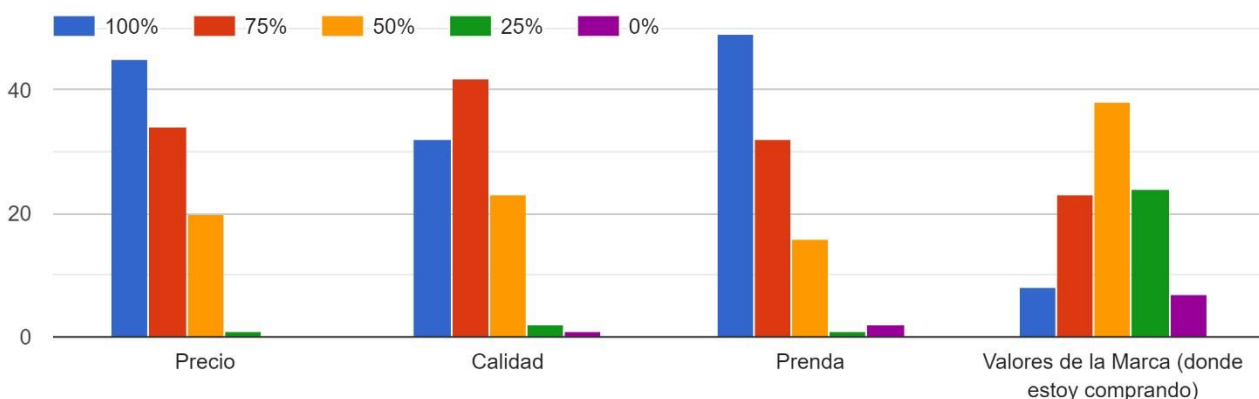
5| El motivo de mi compra usualmente se basa en...

100 respuestas



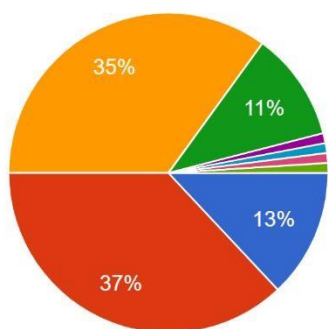
- Necesidad de reemplazar una prenda que ya no tengo
- Deseo de adquirir una prenda nueva acorde a la última tendencia
- Impulso! lo ví y me gusto, no lo pensé demasiado
- Lo analizo por semanas y después voy y compro
- Si me gusta lo suficiente y creo que lo...
- Cuando se da

6| Cuando compro priorizo ...



7| Generalmente, las prendas que compro son...

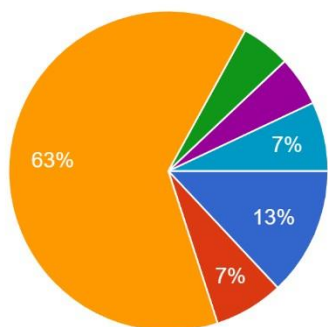
100 respuestas



- 100% en tendencia, estoy pendiente de lo nuevo
- Algunas de tendencia y otras de marcas con diseños únicos!
- Tengo un estilo muy propio, elijo prendas...
- Siempre en ferias, marcas independientes...
- Necesidad
- Lo que me parezca cómodo y lindo
- Prendas clásicas que pueda combinar...
- Una mierda

8| Cuando veo una super promoción o precios excesivamente bajos en prendas yo...

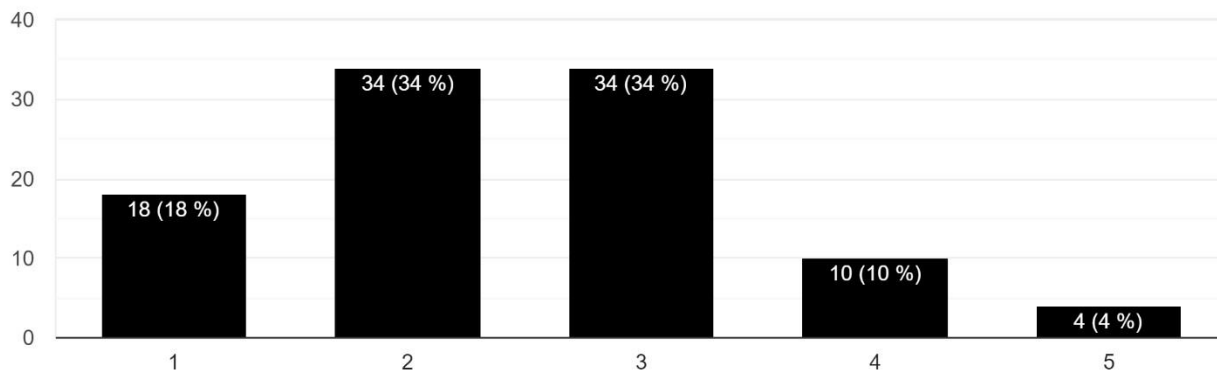
100 respuestas



- Analizo por qué será? Reflexiono sobre cómo es que vale tan poco ese produ...
- Compro! siempre estoy atenta! (me gusta comprar en mayoristas como Ki...)
- Si lo necesito, aprovecho el descuento
- Lo compro para aprovechar el precio y después veo cómo o para qué lo voy...
- Los precios excesivamente bajos no me llaman la atención ya que sé el impact...
- Analizo por qué será? Reflexiono sobr...

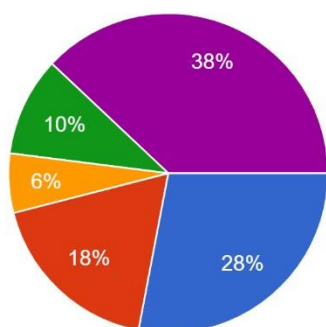
9| Me intereso por problemáticas ambientales?

100 respuestas



10| La problemática de la contaminación ambiental causada por las grandes industrias textiles y las metodologías de producción que se emplean me generan...

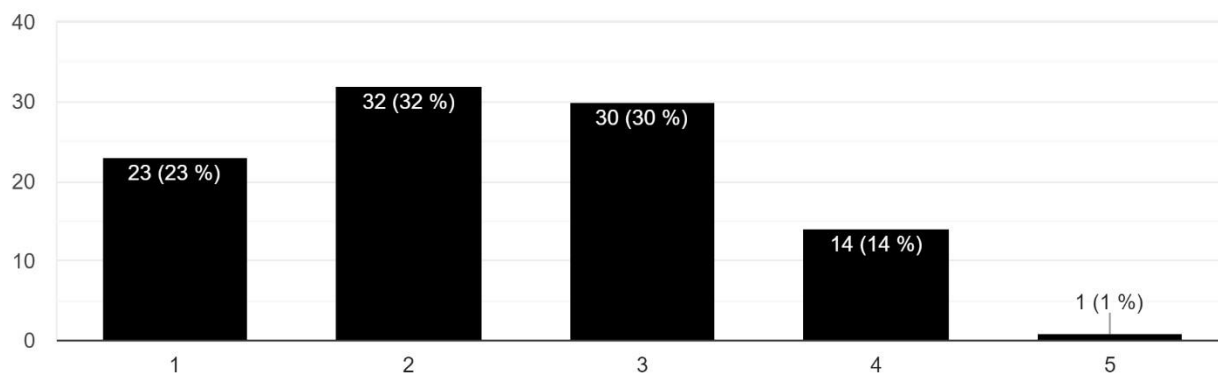
100 respuestas



- Dudas, me gustaría conocer más de estas problemáticas
- Malestar, me encargo de analizar bien la información que me dan las marcas y elegir las que mejor le hacen al planeta
- Indiferencia, Con que me guste la prenda, es suficiente!
- Es la primera vez que leo sobre esto
- Conozco el tema, pero no lo suficiente como para realizar algún cambio en m...

11| Me intereso por problemáticas sociales?

100 respuestas



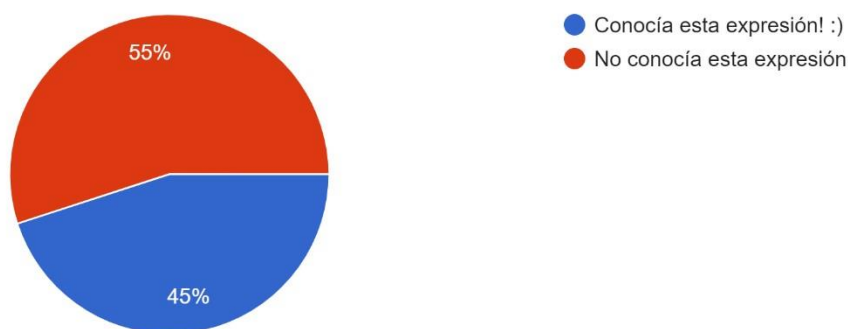
12| La problemática de la explotación o condiciones de trabajo indigno que se les da generalmente a los/as trabajadores/as en la industria textil, con...ducir lo más posible al menor costo , me genera...

100 respuestas



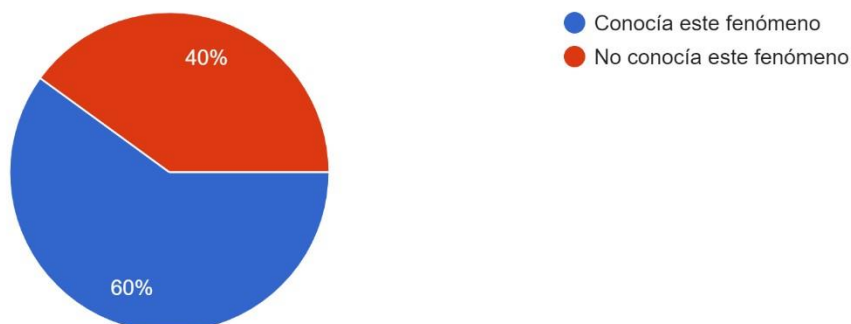
13| Zero Waste o Cero desperdicio: se trata de lograr "la conservación de todos los recursos mediante la producción, el consumo, la reutilizació... La indumentaria zero waste utiliza esta premisa!

100 respuestas



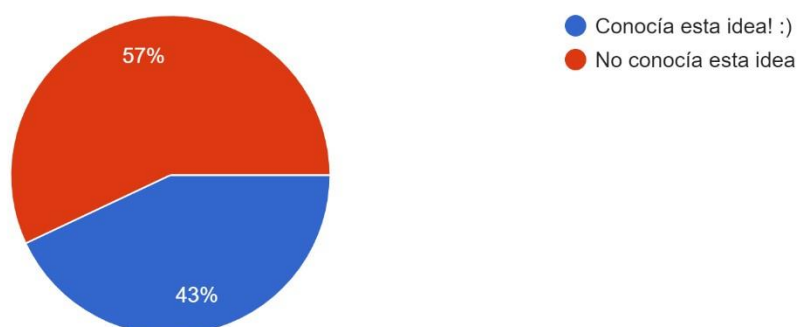
14| Fast Fashion o Moda Rápida : es un fenómeno por medio del cuál se comercializan prendas de ropa que siguen tendencias actuales, las cuáles so...fabricadas de forma acelerada a un costo bajo".

100 respuestas



15| Slow Fashion o Moda lenta : Abarca una conciencia y un enfoque en industria de la moda que tiene en cuenta los procesos y los recursos necesar...ciente y darle una nueva vida a la ropa que usas.

100 respuestas



Empresas B certificadas - Análisis de antecedentes-	
<i>Las polleras de Agus</i>	Web: https://agustina.store/es Web sistema B: https://www.sistemab.org/empresasb/las-polleras-de-agus/
<i>La Luz</i>	Web: https://laluzbrasil.com/ Web sistema B: https://www.sistemab.org/empresasb/laluz-brasil/
<i>Karün</i>	Web: https://www.anteojoskarun.cl/pages/sobre-nosotros Web sistema B: https://www.sistemab.org/empresasb/karun/
<i>Leather Heart</i>	Web: https://leatherheart.fun/ Web sistema B: https://www.sistemab.org/empresasb/grupo-closettine-ca/
<i>Martha</i>	Web: https://martha.com.ar/ Web sistema B: https://www.sistemab.org/empresasb/martha/