



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ESTUDIOS URBANOS
ESCUELA DE DISEÑO

DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

LA HIEDRA

v í s t e t e d e a r t e

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la
Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de diseñador

Autor :Manuela Villanueva Walker
Profesor Guía: Paola Moreno

Diciembre de 2016 Santiago, Chile

Agradecimientos

Muchísimas gracias a todos los que aportaron de alguna u otra forma a llevar a cabo este proyecto.

A mi profesora guía Paola Moreno por el apoyo, confianza y dedicación que me brindó durante todo el proceso.

A mi familia y amigos por su paciencia y apoyo incondicional.

ÍNDICE

1. Introducción

1.1. Motivaciones Personales	12
1.2. Abstract	13

2.Contexto

2.1.El tejido de punto	16
2.1.1.Estructura	16
2.1.2.Características	19

3. Levantamiento de Información

3.1. Contexto Global	22
3.1.2.Cultura de masas	22
3.1.3. El tejido de punto en el mercado	24
3.2.Contexto Local	29
3.2.1. Escenario textil en Chile	29
3.2.2. El tejido de punto en el mercado chileno	31
3.2.3. Tejido de punto manual en Chile	34
3.2.4. Análisis de los tejidos	35
3.2.5. Percepción del tejido de punto	38
3.2.6. Conclusiones	40
3.3.Innovación	41
3.3.1.Marco de referencia	41

4. Experimentación

4.1. Fibras de diferentes grosores	44
4.2.Texturas y volumen	46
4.3. Hilos no convencionales	48
4.4. Hilos no convencionales con tradicionales	51
4.5.Primeras aproximaciones	52

5.Formulación del proyecto

5.1. Oportunidad	56
5.2. Formulación	57
5.3. Objetivos	57

6.Antecedentes y referentes

6.1.Antecedentes	60
6.2. Referentes	62

7.Desarrollo del Proyecto

7.1. Inspiración	68
7.2.Primeras maquetas	69
7.3.Bocetos	70
7.4.Testeos	74

8. Decisiones de diseño

8.1.Materialidad	82
8.2.Paleta de colores	85

9.La colección

9.1.Proceso Constructivo	88
9.2.Fichas técnicas	89

10.La Marca

10.1. Imagen de marca	94
10.2. Aplicaciones de marca	96

11.Producción Fotográfica

11.1. Campaña	104
11.2. Lookbook	110

12.Contexto y Usuario

12.1. Contexto y usuario	119
--------------------------	-----

13. Implementación de la propuesta

13.1. CANVAS	122
13.2.. Estrategia de posicionamiento	126
13.3.Plan de Financiamiento	127
13.3.1. Costos	127
13.3.2. Fijación de precios	128
13.3.3. Estimación de la demanda	135
13.3.4. Resultados	136

14. Conclusión personal

139

15.Anexos

142

16.Referencias Bibliográfica

150



1. INTRODUCCIÓN



Chaleco a palillos
Hobbie personal



Curso de corte y confección
Hobbie personal



Imagen textil
Soledad Hocés



Calidad II
Paola Moreno



Mercado II
Paola Moreno



Práctica Oficina
Guadalupe Gajardo

Algunos de los trabajos textiles realizados por el estudiante

1.1. MOTIVACIONES PERSONALES

Desde muy temprana edad me llamó la atención el área textil. De hecho teje a palillos desde los 10 años y se ha convertido en mi principal pasatiempo siendo parte importante de mi vida. Este hobbie me llevó a conocer las fibras textiles, sus posibilidades y a realizar indumentaria. Incluso hoy en día imparto clases particulares de tejido.

Cuando cursaba el segundo año de diseño tomé un curso de moldaje y confección, el cual fue mi primer acercamiento a la máquina de coser y a trabajar con telas. Ello me otorgó un conocimiento básico para lo que se me vendría a futuro.

Durante la carrera he realizado varios optativos de profundización de este ámbito y cuando tuve la oportunidad de elegir talleres escogí la mayoría de éstos en el área de textil e indumentaria. Gracias al Optativo de Profundización Imagen Textil y el Taller de Indumentaria Calidad II tuve mi primer acercamiento a la experimentación con textiles y las infinitas posibilidades que existen a partir de éstos. La experimentación textil me cautivó e interesó desde el primer minuto. En el segundo taller de esta área que participé tuve que diseñar mi marca de indumentaria a partir de quien soy. En esa línea desarrollé una marca de ropa

en donde todos los productos eran elaborados a partir de técnicas manuales textiles y la primera colección fue tejida a palillos y a crochet.

Durante el verano realicé la práctica de oficina con la diseñadora nacional Guadalupe Gajardo donde tuve la ocasión de participar de todo el proceso de una de sus colecciones, desde los bocetos hasta el desfile final. En ésta experimenté con textiles y desarrollé prendas novedosas lo que me dejó motivada a seguir realizándolo por mi cuenta. Así también pude observar y presenciar el funcionamiento del sistema del diseñador de autor en Chile.

Siempre me ha atraído el trabajo manual y sus técnicas, en particular el tejido de punto, por eso para mi proyecto de título me era innato realizarlo sobre una temática relacionada con este ámbito. Además durante la investigación constaté el auge que está teniendo el tejido de punto, las novedades que están realizando los diseñadores a partir de éste y la presencia de un posible nicho de mercado que buscan una oferta más vanguardista en Chile.

“Los tejidos han evolucionado a la par de las telas, actualmente hay una enormidad de mezclas que dan protagonismo a la lana. Además, gran parte de estas prendas son hechas a mano, lo que les da más valor.

(Tejidos Dramáticos, Revista Mujer, 2016)

1.2. ABSTRACT

El tejido de punto ha tenido un resurgimiento en los últimos años. No solo lo practican las abuelas, sino que su popularidad ha aumentado en toda la sociedad. Hoy en día esta técnica es transversal, se ve constantemente presente en diversas situaciones cotidianas como por ejemplo: tejiendo en la micro o mientras se espera a ser atendido por el doctor. Así también en las prendas que se usan en el día a día, en la diversas pasarelas nacionales e internacionales de moda, en géneros para interiores; incluso en obras e instalaciones de artistas conceptuales. Además existe una tendencia a reunirse para tejer en comunidad, ya sea por terapia, por necesidad, por entretención o para socializar.

En este escenario el proyecto analizó el tejido de punto que se encuentra en Chile, de manera de saber cuál es el panorama local donde se detectó una falta de experimentación e innovación dado que los tejidos son todos muy uniformes. En paralelo se estudió el escenario internacional en donde se observaron resultados mucho más expresivos y novedosos donde los diseñadores desarrollan y sacan partido de la versatilidad y cualidades que ofrece el tejido de punto; llevando a extremos inusuales los hilos, materiales y formas confeccionando tejidos rupturistas.

Además se investigó sobre las propiedades de esta técnica y a partir de ello se realizaron experimentaciones de las cuales se comprobó la versatilidad del tejido de punto y las infinitas posibilidades de creación que permite, cuestión que en Chile no se están aprovechando al máximo.

La Hiedra nace como respuesta a esta problemática, en la búsqueda de crear una propuesta de diseños de indumentaria original, que se diferencien de la oferta nacional y que aprovechen la versatilidad que permite el tejido de punto manual.



2. CONTEXTO

“El tejido de punto abarca un enorme campo, muchas técnicas y procesos. Se encuentran las técnicas tradicionales y las nuevas tecnologías, se puede desde tejer manualmente hasta usar las tecnologías que permiten hacerlo sin costuras.”

(Jenny Udale, Diseño textil, tejidos y técnicas, 2008 p.69)

“Tanto el punto a mano como la máquina han sobrevivido hasta nuestros días, aunque, últimamente, lo que ha proliferado ha sido el mercado del punto a mano y su capacidad para atraer al tejedor aficionado, gracias al desarrollo de nuevos hilos y a la creatividad y portabilidad inherente del hecho de tejer a mano, así como a la promoción de este arte por parte de famosos, proyectos de colaboración que combinan distintas disciplinas artísticas y los grupos de punto que se han extendido por todo el mundo”.

(Carol Brown, Diseño de Prendas de Punto, 2013, p.15)

2.1. EL TEJIDO DE PUNTO

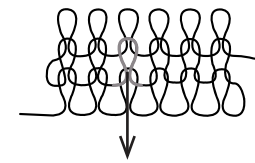
2.1.1. ESTRUCTURA

La construcción de la estructura del tejido de punto se realiza a partir de un solo hilo que se va entrelazando consigo mismo en sentido horizontal o vertical, formando mallas que dan origen a la tela de punto. En la mayoría de los casos se realiza con un conjunto de agujas. Algunos ejemplos de éstos son encajes, cadeneta, interlock y jersey.

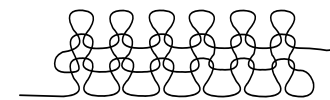


Jersey

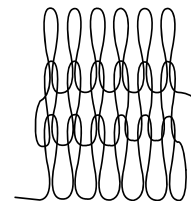
El tejido de punto está formado por mallas o bucles, unidad más pequeña del tejido de punto. Es un arco de hilo formado por las agujas y que en conjunto forman el tejido de punto. Ésta puede cambiar su forma: ensancharse o alargarse para dar elasticidad en cualquier dirección al tejido.



Malla normal



Malla ensanchada

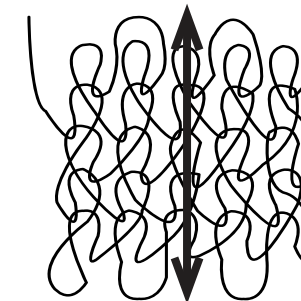


Malla alargada

HAY DOS FORMAS DE TEJER PUNTO:

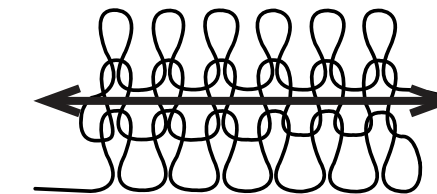
1. Por Urdiembre:

En el tejido de urdiembre las mallas se forman en sentido vertical y éstas se unen entre sí en pasadas adyacentes, es decir que tienen el mismo vértice y las conexiones son diagonales y verticales. Es por esto que es muy difícil de deshacer. Se genera una tela ligera y estable con poca elasticidad transversal. Ésta posibilita una mayor producción y se usa exclusivamente en el área industrial.



2. Por trama:

El tejido por trama es una estructura continua de puntos entrelazados en sentido horizontal. Éstos se pueden deshacerse con facilidad, cuentan con elasticidad en ambos sentidos y se producen a menor escala. Son los más comunes y pueden tejerse manualmente por medio de agujas de tejer o industrialmente.



El tejido de punto se puede construir de forma manual o industrial. Ésta última es un técnica muy rápida de realizar, sin embargo no se tiene total control de la confección. Hay muchos tipos de máquinas y cada una tiene sus características especiales para trabajar determinados tipos de ligamentos. Algunos ejemplos son la rectilínea, la raschel, la tricot y la circular.

Por el contrario el tejido de punto manual es una técnica muy lenta pero otorga a la persona pleno control sobre la confección. Ésta se lleva a cabo con los palillos o agujas de tejer. El grosor de éstas y el punto que se utiliza determinan el tamaño y la densidad del tejido resultante. La tensión de la tela también varía dependiendo de cada tejedor, así es como dos personas tejiendo con los mismos palillos y el mismo hilo, pueden obtener un producto diferente.



Máquina de tejer rectilínea

Fotografía
www.etmtextil.com



Agujas de tejer o palillos

Fotografía
Por Manuela Villanueva

“El género de punto suele utilizarse por su cómoda elasticidad y por su facilidad para amoldarse al cuerpo”.

(Jenny Udale, Diseño textil, Tejidos y Técnicas, 2008 p.69)

2.1.2. CARACTERÍSTICAS

El tejido de punto manual es una tradición, existe hace muchísimos años lo que lo hace vigente y perdurable en el tiempo. Además tiene un sello de singularidad dado que es muy difícil que un tejido resulte exactamente igual a otro. Posee características particulares que lo diferencian de otras técnicas y telas.

ESTRUCTURALES:

>> Se crea a partir de un solo hilo.

>> A consecuencia de lo anterior es manipulable, pues posibilita muchas formas de crear diferentes objetos.

>> La técnica manual del tejido de punto requiere de pocos instrumentos para realizarse: dos agujas de tejer y el hilo.

FÍSICAS:

>> Elasticidad:

El tejido de punto es elástico debido a que las mallas que lo conforman se pueden ensanchar en cualquier dirección y volver por sí solas a su punto de origen.

>> Deformable:

Que el tejido de punto sea elástico implica que se puede deformar y encoger con el calor.

>> Versatilidad:

Al ser el tejido de punto una estructura elástica provoca que éste se pueda adaptar con facilidad al cuerpo siguiendo su silueta, sin la necesidad de recurrir a técnicas de moldaje. Permite que el cuerpo se mueva libremente.

>> Flexibilidad:

El tejido de punto es flexible, puede doblarse fácilmente sin peligro de rotura.

>> Texturizado:

Esta técnica permite realizar una gran variedad de puntos por medio de los cuales se pueden generar diferentes texturas.



3. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

3.1. CONTEXTO GLOBAL

3.1.2. CULTURA DE MASAS

Hoy existe una cultura de extrema conexión, todo es muy rápido y gracias a los medios de comunicación el mundo es un bombardeo de información constante, que se extiende progresivamente al mundo entero. Todo tiene que ser inmediato.

Este fenómeno se inició con la Revolución Industrial (segunda mitad del siglo XVIII), período donde se empezó a desarrollar tecnología que mecanizó, automatizó y masificó la producción. También mejoró la calidad de vida de las personas lo que generó un aumento en la población, provocando un incremento en la demanda de consumo y la necesidad de hacer más eficiente el trabajo manual. Es en esta época donde se comienza a generar una sociedad basada en la economía industrializada, mecanizada y masiva.

Esto también se aplicó a la industria textil. El trabajo manual de los artesanos y costureras fue reemplazado por máquinas, se automatizaron los procesos asociados al hilado, el tejido y la costura disminuyendo los costos de producción haciendo por lo tanto más accesible el textil a las personas.

Hoy en día en la mayoría de los países existe un sistema capitalista donde el crecimiento constante se entiende como señal de una economía exitosa con bienestar social. Las marcas tienen una estrategia de recambio constante para comercializar sus productos, éstos están hechos para que duren solamente una temporada generando una necesidad de renovación constante.

El tejido de punto también se ha visto influenciado por esta circunstancia, en el sentido de que se produce masivamente y se vende en el retail en serie. Por el contrario los medios de comunicación incentivan a que éste se realice manualmente y a crear comunidades de tejedoras lo que ha producido que esta técnica aumente su popularidad tal como dice Carol Brown en su libro *Diseño de Prendas de Punto* (2013):

“La creciente popularidad del tejido de punto se ha visto influida y potenciada por internet y el desarrollo de una comunidad virtual de aficionados a tejer que se subscriben a las numerosas y populares webs, publicaciones y revistas online que han proliferado. Hay muchos blogueros que regularmente exponen imágenes de sus trabajos y animan de manera activa a los lectores a que participen en foros de discusión” (p.6).



Vogue Knitting

Página web que funciona como buscadora de hilos patrones y catálogos. Además se pueden comprar tutoriales y patrones para aprender determinadas técnicas de tejido. También hay opciones gratuitas y existe la suscripción a la revista.

Fotografía

<http://www.vogueknitting.com/>

Día mundial de tejer en público.
Barcelona, 2011.

Fotografía
klbkoviny.sk



Día mundial de tejer en público.
Chicago, 4 de junio de 2013.

Fotografía
www.yarncon.com



Gracias a este fenómeno existe una nueva tendencia a realizar el tejido de punto como actividad comunitaria. Hay grupos que se unen de manera regular en distintos lugares para tejer, conversar e intercambiar ideas. El mayor acontecimiento comunitario hasta la fecha es la celebración anual del World Wide Knit in Public Day, el día mundial de tejer en público, instaurado en el año 2005 en Australia por la tejedora Danielle Landes donde las tejedoras y tejedores comparten su afición con el mundo. Además este evento se hizo para mostrar que tejer no es solo “cosa de abuelitas”. Esto anima a interactuar a los grupos que tejen en todas partes del mundo y atrae a toda una nueva generación de tejedores jóvenes.

También existen grupos activistas que utilizan el tejido de punto como medio de rebelión social conocido como el knit bombing o graffiti knitting que se ha extendido de forma global. Expresan su preocupación por el medio ambiente, y otras causas sociales y políticas a través de la instalación de tejidos de punto, “bombardeando” de punto el entorno.

Logotipo del día mundial de tejer
en público.

Fotografía
<http://knitca.blogspot.cl/>





Criadero de alpacas en Chile
Fotografía
www.alpacaschile.cl

Antes de la Primera Guerra Mundial en 1914, el tejido de punto reducía su aplicación a ciertas y escasas prendas de uso interior. Hoy no sólo se produce con este fin, sino que en todo tipo de prendas, accesorios, elementos para el hogar y obras de arte.



Chasqui.pe, sierra exportadora; industria de alpaca peruana.
Fotografía
www.sierraexportadora.gob.pe

3.1.3. EL TEJIDO DE PUNTO EN EL MERCADO

VENTA DE MATERIA PRIMA

Las materias primas naturales se obtienen a partir de criaderos de animales o plantaciones que proporcionan este material. Para las fibras artificiales existen fábricas industriales que funcionan como proveedores de las industrias textiles, que confeccionan prendas de punto en grandes cantidades. Además se encuentran pequeñas tiendas independientes que venden fibras en menores cantidades las que son compradas por individuos que quieren tejerse algo, ya sea como terapia, por necesidad o por hobby.

“En el mercado hay disponibles muchos hilos innovadores, como los de acero y reflectantes, los metálicos, los elásticos, los de papel lavables, las gomas y el latex. Vale la pena experimentar con todos ellos para comprender mejor sus propiedades específicas y poder usarlos para añadir nuevas dimensiones al tejido de punto.”

(Carol Brown, Diseño de Prendas de Punto, 2013, p.150)



Workshop en tienda de la calle 21 de Mayo.
Fotografía
por *Manuela Villanueva*

APLICACIONES DE LA MATERIA PRIMA : TALLERES TÉCNICOS

Hay quienes les gusta tejer como pasatiempo o por necesidad y se integran a talleres o clases para instruirse en ésta técnica.

Éstos pueden ser realizados por profesores en sus casas o talleres, así como también existen tiendas que venden la materia prima y que también ofrecen la opción de hacer estos workshops. En Chile por ejemplo si se va a la calle 21 de Mayo con Rosas casi todas las tiendas brindan esta opción.

APLICACIONES DE LA MATERIA PRIMA : LANA TERAPIA

Cada vez son más las personas que buscan las terapias alternativas para aliviar alguna enfermedad física, o atraviesan por situaciones que les generan estrés o depresión. Una de ellas es la lana terapia, una actividad cada vez más popular en el mundo porque su práctica trae consigo innumerables beneficios para la salud y a su vez es altamente recomendable para personas de cualquier edad.

Beneficios:

- >> Se ejercitan los dos hemisferios cerebrales.
- >> Reduce el estrés.
- >> Mejora el estado anímico.
- >> Mejora la motricidad manual.
- >> Desarrolla la imaginación y creatividad.
- >> Eleva el autoestima.
- >> Colabora con la recuperación mental y física después de una jornada laboral.

- >> Promueve la tranquilidad y el buen humor.
- >> Ayuda a la concentración y relajación.
- >> Fortalece lazos sociales y la comunicación.

(Emol, Tendencias. 10 de abril del 2015. Lana terapia, la actividad que promueve la creatividad y eleva la autoestima. Rescatado de <http://www.emol.com/noticias/Tendencias/2015/04/11/741720/Lanaterapia-la-actividad-que-promueve-la-creatividad-y-ele->



Lana terapia
Fotografía
mejorconsalud.com



Pitti Immagine Filati 2016
Fotografía
www.pittimmagine.com



Colección de la marca Zara, mayo 2016
Fotografía
www.zara.com



La Première Vision
Fotografía
www.premierevision-istanbul.com

COMERCIO: EVENTOS COMERCIALES

Se realizan muchos eventos comerciales especializados en el tejido de punto a nivel mundial. La mayoría de éstos son abiertos a fabricantes de fibras e hilos de todo el mundo, atraen a miles de visitantes entre los que cuentan importadores, exportadores, minoristas y mayoristas, fabricantes, grandes almacenes y otros profesionales del sector.

Muchas ferias comerciales incluyen muestras de moda para así presentar las tendencias de lo último en fibras, avances en hilos, conceptos de tejido, colores de la temporada, tipos de puntos, siluetas y detalles, productos especializados, maquinarias y sus avances tecnológicos, softwares y prototipos. También se dictan seminarios, reuniones comerciales y eventos de prensa.

Las principales ferias comerciales son: La Première Vision, la Première Vision Pluriel y la Expofil de París; la muestra de hilos Pitti Immagine Filati de Florencia; la Yarn Expo de China; y la New York Spinexpo y la Texworld de Estados Unidos.

COMERCIO: PRENDAS DE RETAIL

Tal como se mencionó anteriormente, existen industrias textiles que producen prendas de punto en grandes cantidades para vender en el retail.

El retail es un sector económico que incluye a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios a muchos compradores diferentes. El concepto del negocio textil de éste apunta a vender prendas que duren en lo posible una sola temporada, de manera que las personas tengan la necesidad de renovar constantemente su ropa. Es una moda rápida y masiva. Este fenómeno se concentra en marcas que impusieron el término fast fashion: moda accesible y muy veloz, en las que rotan las colecciones cada dos o tres semanas. El foco de este negocio es que las personas estén “in” con las tendencias del mercado y compren impulsivamente. Casi todas las marcas de retail venden prendas de punto. Algunos ejemplos de estas son Topshop, Free People, Zara, H&M, Forever 21, Gap y Uniqlo

COMERCIO: DISEÑO DE AUTOR

El diseño de autor se caracteriza por comunicar un sello, tiene su propio perfil y se rige bajo un concepto independiente de las tendencias del mercado, es decir, plantea sus propias propuestas de diseño.

Hoy en día es común ver en las pasarelas prendas de punto confeccionadas por diseñadores que, especializados en esta técnica, buscan innovar en sus creaciones.

Los diseñadores principalmente en el ámbito internacional exploran materiales no convencionales¹, innovan en las formas y en los procesos, diseñan por medio de la experimentación. Se han apoderado de la versatilidad que tiene el tejido de punto sin restricciones. Algunos ejemplos son Johan ku, Sandra Backlund, Kim Choong Wilkins, Derek lawlor, Alana Clifton, Craig Lawrence, Issey Miyake, Yoji Yamamoto, Alezandre McQuenn y Missoni.

Kim Choong Wilkins



Trabajo de Kim Choong Wilkins
Fotografía
kcguild.org.uk

Derek Lawlor



Colección Primavera Verano 2010.
Fotografía
dereklawlor.com

Johan Ku



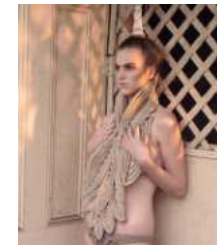
Colección The Hole
Fotografía
designforecast.com

Sandra Backlund



Colección Diamond and Diamond
Fotografía
sandrabacklund.com

Alana Clifton



Second Skin: Neck Pods (2007)
Fotografía
redobjects.unsw.edu.au

“Muchas de estas prendas se crean de forma espontánea y progresiva, dando formas a la estructura del tejido en la medida en que se va trabajando, en lugar de planificarla con anticipación, experimentando con el peso de los hilos y combinando más de una estructura de puntos para enfatizar las propiedades de los hilos, su escala y proporción”.

(Carol Brown, Diseño de Prendas de Punto, 2013, p.144)

¹ Con materiales no convencionales se refiere a materiales que generalmente no se utilizan para confeccionar piezas textiles.

OTRAS APLICACIONES: INTERIORES

La versatilidad de la estructura del tejido de punto ha permitido la aplicación de éste en interiores por medio de diversas formas como sillones, alfombras, cortinas, cojines, individuales y sillas, entre otros objetos y artículos para interiores.



Asientos que exploran nuevas aplicaciones del punto en productos e interiorismo diseñados por Claire Ann O' Brien, diseñador de origen irlandés, llamado "Form and function"

Fotografía
www.trendtablet.com

OTRAS APLICACIONES: ARTE

Muchos artistas conceptuales también han explorado la técnica del tejido de punto para realizar sus obras e instalaciones de diversas dimensiones. Desde esculturas públicas a gran escala hasta miniaturas. Incluso arte que se puede vestir.



"How My Mother Dressed Me" de Karen Searle. Prendas de punto elaboradas manualmente con cables de cobre.

Fotografía
karensearle.com

3.2. CONTEXTO LOCAL

3.2.1. ESCENARIO TEXTIL EN CHILE

Chile es un país que consume mucho en vestuario. Según un estudio realizado por Euromonitor Internacional en el 2012 posee el mayor gasto per cápita de vestuario y calzado en Latinoamérica (US\$267,5 al año, superando a Brasil y Argentina) y cada chileno compra 27 prendas de ropa y zapatos en sólo doce meses.

"El mercado de ropa en Chile está en expansión, por lo que los volúmenes crecientes se explican por eso", señala el analista de investigación de Euromonitor International, Fernando Cruz. Agrega que la baja ostensible de los precios, la gran cantidad de productos chinos y el aumento en el ingreso promedio han impulsado al alza la adquisición de este tipo de productos. Según la Cámara de Industriales del Cuero, Calzado y Afines, cada chileno compra entre cinco y seis pares de zapato al año, por lo que el resto de las 27 prendas sería vestuario".

(Diario El Mercurio, Economía y Negocios. 2013).

La industria textil chilena pierde cada vez más por consecuencia de las importaciones. Según la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) en el primer trimestre de 2016 la producción industrial de las agrupaciones que representan a este sector registró una baja de 11% comparado con mayo del año anterior. La industria local hoy representa solo un 0,3% del PIB cifra muy inferior a la histórica, lo cual responde al aumento de importaciones asiáticas. Las agrupaciones de empresas que representan al sector textil han mostrado a nivel interno una caída importante respecto del resto de la industria. Es así como estos ítems pasaron a representar en el año 1996 un 1,2% anual a tener el 2013 solo un 0,3 % de la torta respecto del total del valor agregado según cifras del Banco Central. Asimismo el indicador de producción industrial de estas agrupaciones muestra una caída del 53% si se compara a nivel promedio de producción de 2015 con el 2008. En relación a lo más reciente en el primer trimestre del presente año este indicador registra una baja de 11% comparado con igual período de 2015. (Las Últimas Noticias, Economía, mayo 2016.)

Por lo tanto son las tiendas del retail las que dominan el mercado dado que son los mayores importadores de este tipo de productos en Chile. Así este mercado se ha vuelto sumamente competitivo y masivo.

En paralelo a la masificación del vestuario impuesto por las grandes cadenas comerciales existen alternativas a la cultura masiva, homogeneización y la baja calidad de los productos que se aprecian en el retail. Estos son los productos elaborados manualmente que se venden en las ferias artesanales y el diseño de autor. Este último está implementado en Chile y se refleja en la creación de agrupaciones de diseñadores independientes tal como la Organización Gremial Moda Chile, en los pops ups o ventas en conjunto de diseñadores y desfiles, y en las iniciativas publicitarias y comerciales que han evolucionado en el transcurso del tiempo. Ello ha permitido que se consolide el ámbito del diseño textil nacional y que se identifique como un sector que ha surgido y es un aporte país.

De hecho el mismo retail de a poco lo ha ido incluyendo para hacer más atractiva su propuesta comercial y abarcar ese nicho de consumidores. Un ejemplo de ello son las colecciones cápsula que desarrolló Falabella en conjunto con tres diseñadoras de indumentaria durante el año 2013. Estas fueron: La Joya Design, Sebastián Del Real y Sisa.

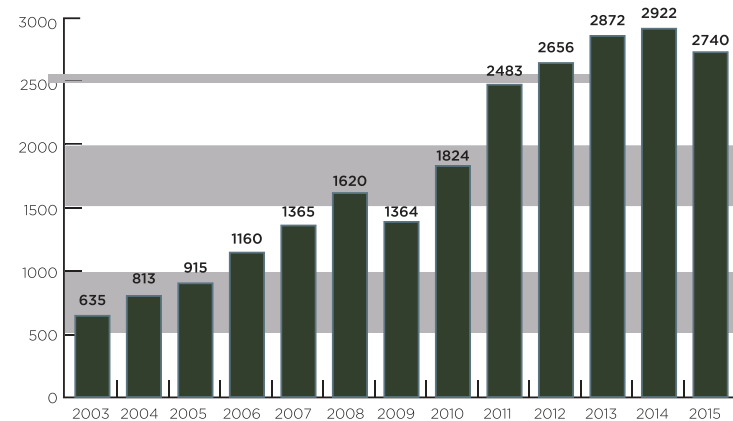
(La Hilandería, Manuela Toro. 2015).

Esto se aplica al tejido de punto dado que la producción nacional de éste se ve afectada por las importaciones. Una prenda de punto producida en serie en el extranjero se vende a un precio mucho más bajo que una exclusiva producida en Chile. Por otro lado esta técnica es potenciada por los diseñadores de autor consolidados en el país, pues muchos de éstos la utilizan para crear prendas en sus colecciones.

“Tanto el diseño como los desarrollos están conectados con los avances tecnológicos, las prendas de moda de lujo siempre se han asociado a la artesanías. Los nuevos diseños innovadores se han fusionado con las técnicas tradicionales. En respuesta al éxito de la producción en serie ha habido un aumento del aprecio por el concepto slow clothes: prendas únicas, atractivas y más personales para el usuario”.

(Juliana Sissons, Prendas de Punto, 2011, p.37)

Importaciones de vestuario en Chile



Fuente: Banco Central de Chile. Cifras en mil. US\$, CIF, 2013.

Para comprender el marco general del tejido de punto dentro del ámbito textil en Chile se hizo un recorrido por los lugares de Santiago en donde se venden diseños de este tipo. Los lugares recorridos se dividieron en retail, diseños de autor y artesanías.

3.2.2. EL TEJIDO DE PUNTO EN EL MERCADO CHILENO

RETAIL

Para el recorrido del retail se visitaron grandes centros comerciales como el Costanera Center, Parque Arauco y Alto Las Condes. Así también barrios comerciales como Patronato e Independencia.

Observaciones:

>> En el retail la mayoría de las formas son tradicionales para asegurar sus ventas.

>> El retail sabe que últimamente hay un interés por las personas de rescatar y promover las tradiciones en Chile, por lo tanto es un buen nicho de negocio. Un ejemplo es Volver a Tejer con Amor, proyecto de la multitienda París en conjunto con la INDAP y Fundación Ona, en Chile; y con Cumpi Camayoc, en Perú. Éste nace como una invitación para seguir practicando una de las actividades más antiguas en América: tejer. Más de 100 artesanos chilenos y peruanos se unieron para hilar fibra de Alpaca, que convirtieron en los ovillos que se pueden encontrar en tiendas París para que las personas puedan tejer.

>> Ciertas tiendas del retail tienen un interés por tener un córner con un pequeño stock más exclusivo que abarca un nicho más pequeño como por ejemplo: la colección que hizo Guadalupe Gajardo para Americanino en el año 2016.

>> Hay muchísimas variedades de productos para todas las edades, gustos y precios. Abarcan muchos nichos al mismo tiempo.

>> Se repiten los productos en muchos puntos de venta.

>> La mayoría de los productos son tejidos a máquina de forma industrial, producidos a gran escala y en el extranjero, principalmente en China.

>> Casi todos los productos de punto son confeccionados con poliéster, acrílico, viscosa y poliamida o con la mezcla de éstos.

>> Algunas tiendas tienen un pequeño stock producido en Chile pero con telas de punto importadas.



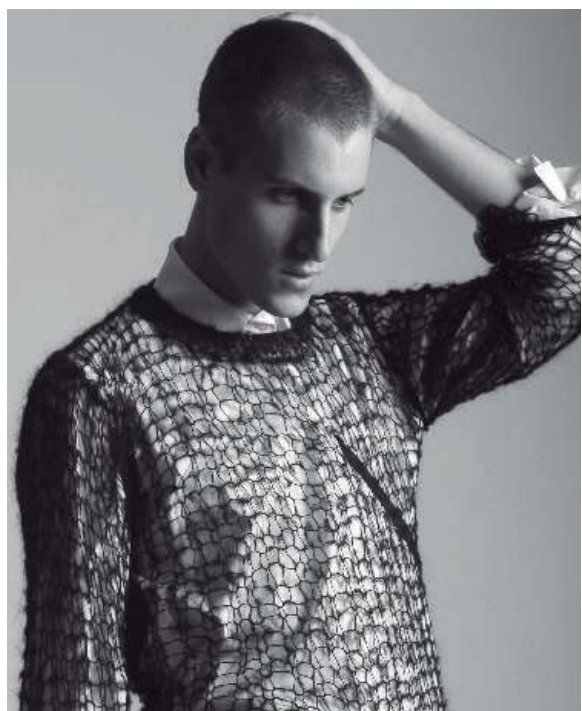
Tienda Zara
Fotografía
por Manuela Villanueva



Barrio Patronato
Fotografía
por Manuela Villanueva



Campaña volver a Tejer con Amor
Fotografía
www.quintatrends.com



Colección de A de Antonio, diseño de autor chileno.
Fotografía
www.adeantonio.cl

DISEÑO DE AUTOR

En el libro Mapeo de las Industrias Creativas en Chile (2014), los diseñadores textiles se definen como emprendedores ya que su producción no responde necesariamente a una demanda. Se vinculan con una producción artesanal de alta calidad y con el sello diferenciador de cada diseñador (p.231). Es por esto que es una producción a baja escala donde se crean productos únicos y exclusivos, lo que implica que sean de alto costo por lo que apuntan a un nicho pequeño con un mayor poder adquisitivo.

“Yo nunca miré nada porque yo no hago moda, sino que vestuario.

(María Inés Solimano, Entrevista personal, 7 de junio del 2016.)

En el recorrido se analizaron diseñadores de autor de punto en Chile, clasificándolos en diferentes categorías y haciendo un análisis de sus tejidos (anexos, p.142).

Observaciones:

>> Estos diseñadores son los que más innovan en tejido de punto en Chile y cada uno tiene un foco específico para diseñar.

>> La mayoría de los diseñadores independientes trabajan con materiales naturales. Fomentan la industria nacional y las tradiciones.

>> Generalmente apuntan a mercados que valoran los materiales nobles, el trabajo hecho a mano y que quieren vestirse de forma distinta e innovadora.

>> Habitualmente venden en lugares comerciales como el Drugstore, en Pop Ups o ventas de taller; y vía internet como páginas web, Instagram y/o Facebook.

>> Sus precios son más altos que el retail y las artesanías porque son piezas únicas y exclusivas que se fabrican a baja escala y tienen un mayor costo de producción. Además porque son una marca, tienen un nombre y un prestigio. Que sean piezas únicas les da un valor agregado y apuntan a un público que quiere exclusividad.



Feria Artesanal Santa Lucía
Fotografía
por Manuela Villanueva



Feria Artesanos 2016
Fotografía
por Manuela Villanueva

ARTESANIAS

El trabajo artesanal es realizado manualmente, con ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre y cuando la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado (UNESCO, 2016). Es un trabajo lento que produce en bajas cantidades y generalmente son piezas únicas y exclusivas. Dichos objetos reflejan autenticidad e identidad, mayormente son diseños autóctonos de una determinada región y conservan técnicas de trabajo tradicionales.

En el recorrido artesanal se visitó la Feria Artesanal de Santa Lucía, El Pueblito los Domínicos, El Parque El Secreto, la Feria Artesanos 2016, La IV Feria Textilera 2016, y algunas tiendas artesanales ubicadas en el Drugstore de Providencia y en el Barrio Lastarrias.

Observaciones:

>> En Chile hay un interés por la artesanía y productos elaborados manualmente, ya que en las ferias artesanales se observó una gran concurrencia de personas.

>> Gran parte del público que se observó en estos lugares son extranjeros que quieren llevarse un recuerdo o algo típico de Chile; por lo que se puede decir que son el público objetivo de la venta artesanal. Tal vez es por esto que no innovan, porque su clientela es cautiva.

>> Se combina la tecnología manual con la mecanizada, pues se encuentran productos confeccionados a partir de ambas.

>> A pesar de ser piezas artesanales no son exclusivas, se repiten los mismos diseños en diferentes lugares.

>> La mayoría de los productos en venta son producidos en los extremos de Chile, por ejemplo confeccionados por los Aymaras en el norte y por los Mapuches en el sur. Algunos también son importados desde Perú.

>> Los materiales que principalmente se usan son lana de oveja y alpaca. Algunos de éstos están mezclados con poliamida para evitar la picazón.

>> El rango de precios es muy amplio varían dependiendo del lugar en que se compren, de la calidad de los materiales y del trabajo que conlleva el tejido. Por ejemplo una prenda en una feria artesanal puede costar desde \$6.000 hasta \$ 50.000 aproximadamente y una en una tienda especializada como Ona puede costar desde \$50.000 hasta \$600.000 aproximadamente.

>> Los tejidos que se venden son limitados, se repiten los productos, materiales y formas: chalecos, ponchos, chales; y accesorios como gorros, bufandas y guantes. También elementos de decoración y para el hogar. En general los productos que se venden son muy vistos, “lo típico de ferias artesanales”, siguen vendiendo lo mismo de hace años.

>> Hay pocos productos y de escasa variedad para jóvenes y para hombres adultos.



Tejedora de Olmué
Fotografía
www.soychile.cl



Encuentro masivo de agrupación nacional
de tejedoras en Valparaíso
Fotografía
valparaisoenlinea.cl



Taller en Lo Barnechea
Fotografía
lobarnechea.cl

3.2.3. TEJIDO DE PUNTO MANUAL EN CHILE

El tejido de punto manual es una técnica que está integrada en el país. Esto se refleja en la cantidad de personas que tejen especialmente en las zonas rurales como en la Ligua, en el norte los Aymaras, en el sur en Chiloé, Melipilla, Olmué, entre otras. Es decir hay mano de obra en casi todo Chile.

En las zonas urbanas, ésta también está incorporada. Hay muchos talleres técnicos y se puede observar a personas tejiendo en los cafés, plazas y micros. De hecho existe la agrupación nacional de tejedoras que realizaron hasta la fecha un encuentro masivo de tejedores celebrado en Valparaíso y asistieron más de setenta participantes exhibiendo sus productos.

Esto es un punto a favor para el proyecto pues no es necesario dar cátedra de esta técnica para realizar el producto, sino que muchísimas mujeres e incluso hombres ya saben realizarla.

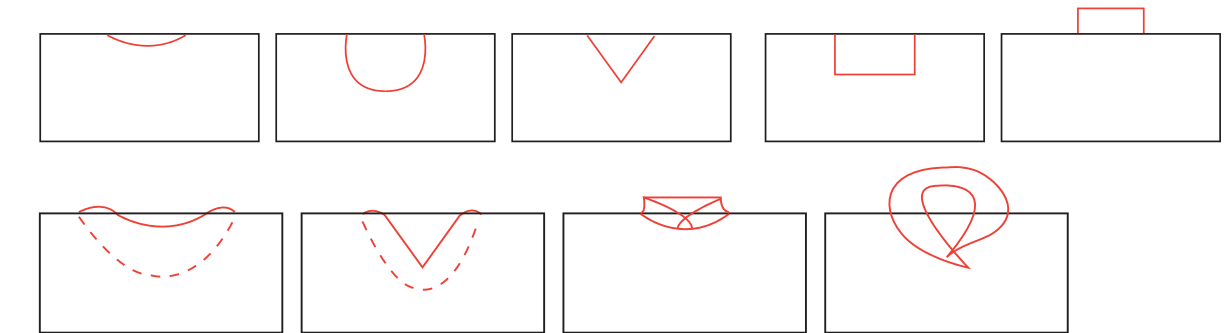
3.2.4. ANÁLISIS DE LOS TEJIDOS

Después de tener una visión general de los tejidos de punto que se encuentran en Santiago se analizan sus formas y la manera en que se usan.

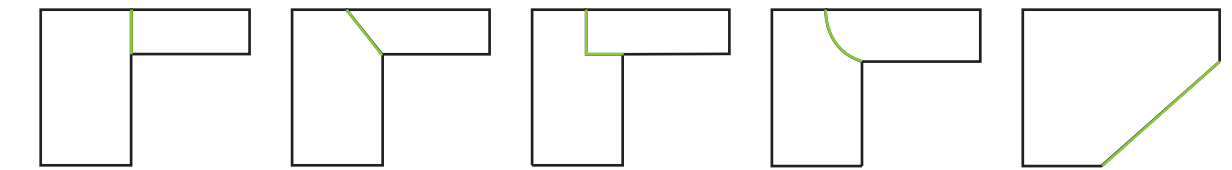
FORMAS

Al realizar el ejercicio de abstraer todas las formas de los tejidos se notó que muchas se repiten independientemente de si pertenecen al retail, a las artesanías o a diseños de autor. Así también se constató que casi todas las formas provienen de un cuadrado que se va modificando ya sea con diferentes cuellos y escotes, sisas, y tipos de manga, largos y anchos.

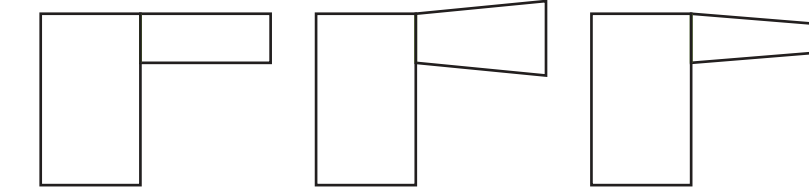
Cuellos y escotes



Sisas

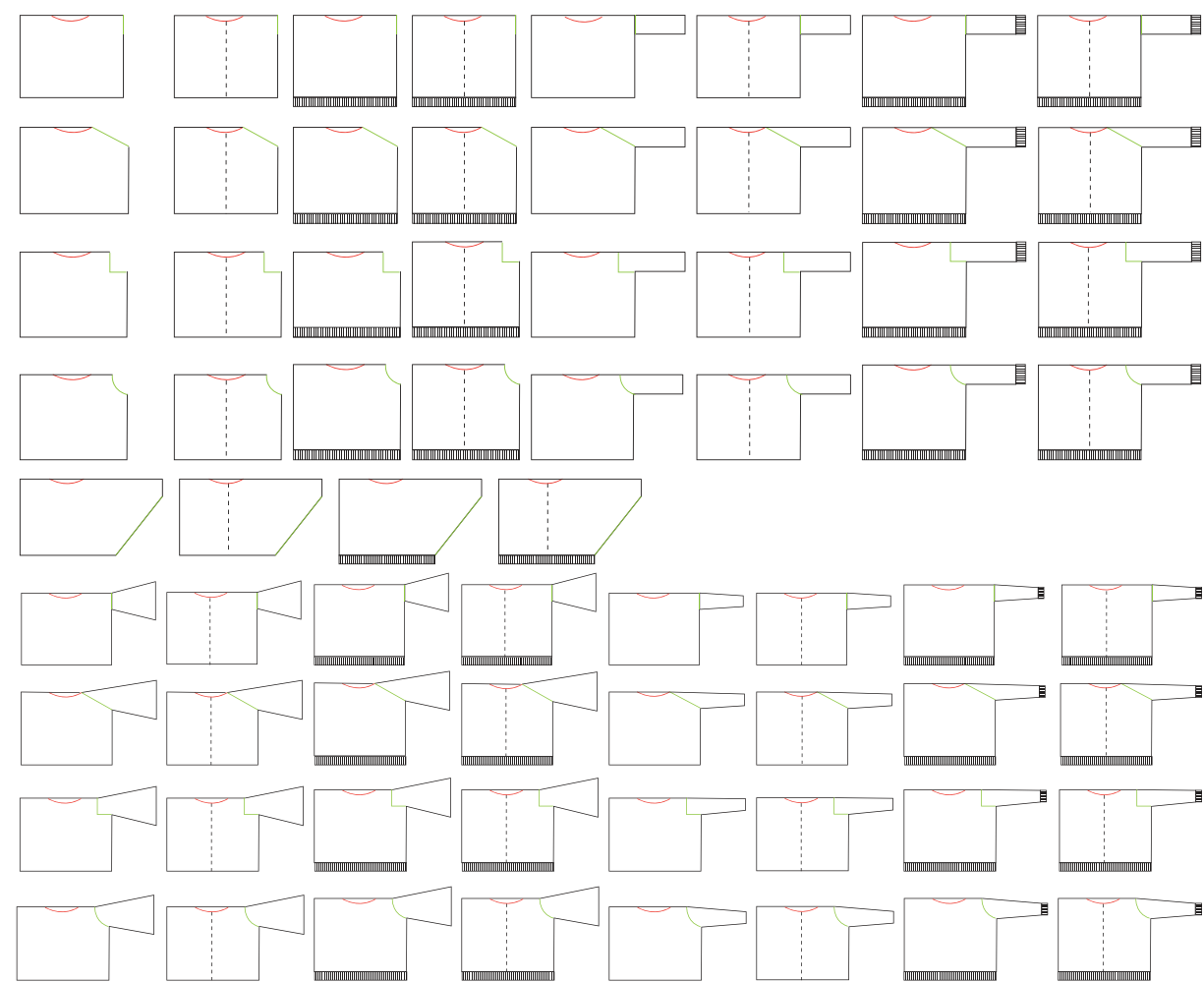


Mangas



- - - - Gorro

Todas los cuellos y escotes, sisas y mangas varían en anchos, largos y grosores.



----- Tejido abierto

Todas estas formas varían en anchos, largos y grosores.

Para demostrar lo dicho anteriormente se ejemplifica con un cuadrado con escote redondo, mostrando todas las combinaciones que se pueden realizar a partir de éste.

De esta manera se comprobó que la mayoría de las formas de los tejidos tienen muchas variaciones pero casi todas provienen de un cuadrado.



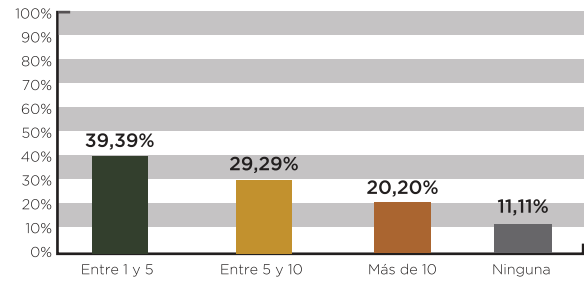
COMO SE USAN

La mayoría de las prendas de punto están hechas para usarse en conjunto con otros tipos de prendas de tela para completar el look total de la persona, son piezas conectadas. Se refleja que la mayoría de los chilenos no innovan en el vestir pues se visten parecido.

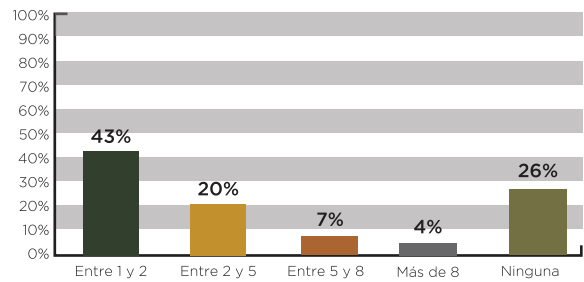
3.2.5. PERCEPCIÓN DEL TEJIDO DE PUNTO

Los chilenos en general tienen entre 1 y 10 prendas tejidas de punto en su closet de las cuales entre 1 y 2 innovan en algún aspecto: materiales, texturas, grosores, tamaños o formas. Esto se refleja en una encuesta realizada a 100 personas de sexo femenino y masculino entre 18 y 60 años aproximadamente. Ante los resultados de la encuesta y después de observar cómo se usan los tejidos de punto, se rescató que los chilenos se visten de forma similar, por lo tanto existe una tendencia a no diferenciarse del resto de la población.

Aproximadamente, ¿Cuántas prendas tejidas de punto tiene usted en su closet?

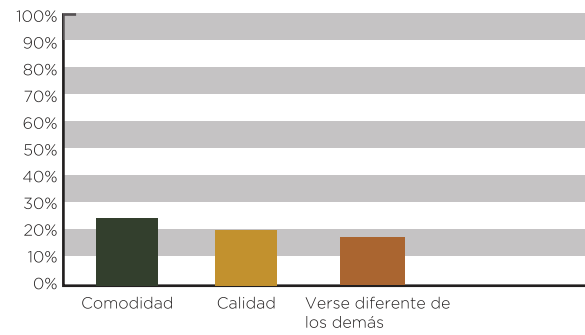


Aproximadamente, ¿Cuántas de éstas son innovadoras, ya sea en el material, en la forma, en las texturas, en los grosores o en tamaños?



En la encuesta realizada también se verificó que hay un porcentaje que prioriza verse diferente de los demás al momento de vestirse o de comprar ropa.

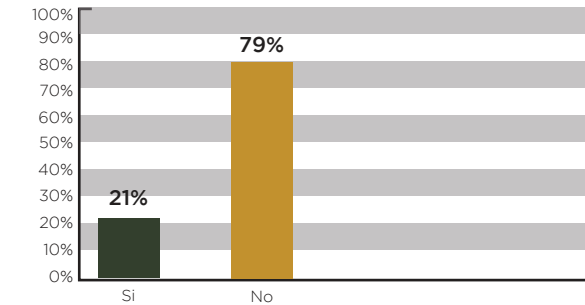
En el momento de vestirse o comprar ropa usted prioriza (marque en orden):



	1	2	3	total	puntuación
Comodidad	41,95 %	38,75 %	20,00 %	80	2,21
Calidad	36,05%	32,56%	31,40%	86	2,05
Verse diferente de los demás	18,89%	28,89%	52,22%	90	1,67

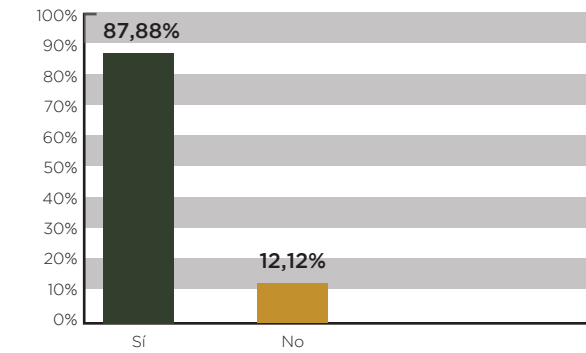
Y además que un grupo exclusivo de chilenos compra diseños nacionales.

¿Usted suele comprar prendas a diseñadores nacionales?



La mayoría de los encuestados le darían más valor a una prenda si es diferente a la oferta del mercado nacional.

¿Le daría más valor a una prenda si es distinta de lo que se ofrece en el mercado nacional ?



3.2.6. CONCLUSIONES

>> Los chilenos en general se visten de la misma forma, no se atreven a expresar en el vestir, sin embargo hay un nicho exclusivo que sí lo desea.

>> La técnica del tejido de punto ofrece muchas posibilidades para crear tejidos diferentes y en Chile no se están desarrollando al máximo.

>> Como respuesta a la producción en serie y a la moda rápida está surgiendo una revalorización de las tradiciones y del trabajo hecho a mano.

>> No obstante cuantitativamente hay una gran oferta de prendas en tejido de punto en Chile, la mayoría no es novedosa sobre todo si se compara con los trabajos realizados por diseñadores internacionales, que se esmeran en desarrollar creativamente las posibilidades del tejido de punto.

>> En las prendas de punto existen variaciones en los anchos y en los largos, en los escotes y en los cuellos, en los tipos de mangas y en las sisas. Sin embargo en cuanto a las formas generalmente son las mismas.

>> Muy pocos tejidos tienen variaciones de grosores, volúmenes y texturas. Casi siempre se utiliza la misma fibra a lo largo de todo el tejido, generando tejidos planos.

Durante la investigación se nombra varias veces la innovación y prendas de éste carácter, es por esto que es necesario mencionar su definición y un marco de referencia sobre lo que el proyecto aspira a lograr respecto de ésta.

3.3. INNOVACIÓN

El diccionario de la RAE define la innovación como *“la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”*.

Ésta se refiere a la creación de un valor agregado sobre un producto ya existente. Así como también a un cambio o introducción de un nuevo producto, servicio o proceso que no se conocía antes.

(Centro de innovación de El Salvador, 2016).

Joseph Schumpeter² introdujo una definición de innovación referida a cuatro casos en los que se puede reconocer:

>> Introducción en el mercado de un nuevo bien o servicio, con el que los consumidores no están familiarizados.

>> Introducción de un nuevo método de producción o metodología organizativa.

>> Creación de una nueva fuente de suministro de materia prima o productos semielaborados

>> Apertura de un nuevo mercado en un país, aunque ya existieran en otros mercados.

3.3.1. MARCO DE REFERENCIA

Con relación al tejido de punto y la innovación, esta última comprende el rupturismo de lo que ya existe extremando y explorando nuevos materiales, tamaños, grosores, volúmenes y texturas para así concretar diseños que introduzcan un cambio en el tejido de punto.

En este proyecto se aspira a diseñar una colección de ropa expresiva y original que conserve una unidad en términos de color, estilo y forma de manera que se pueda comercializar y ampliar las ofertas en el campo de la indumentaria nacional.

Para ello se priorizará:

>> Experimentar con volúmenes, grosores y las diferentes texturas que se pueden generar.

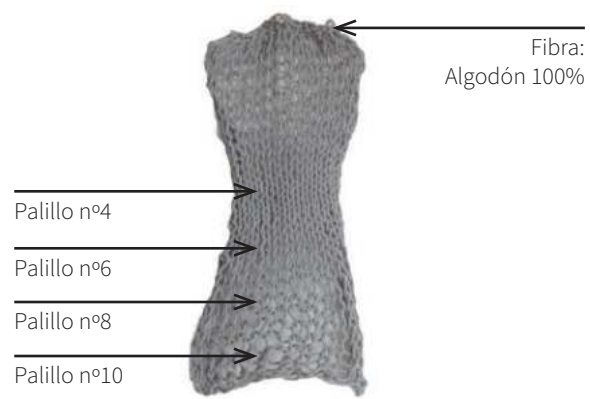
>> Experimentar con contrastes de materiales, densidades y texturas para generar formas distintas.

² Joseph Schumpeter: Destacado economista austro-estadounidense, ministro de Finanzas en Austria y profesor de la Universidad de Harvard desde 1932 hasta su muerte (1950). (Rescatado de www.buscabiografias.com)



4. EXPERIMENTACIÓN

4.1. FIBRAS DE DIFERENTES GROSORES



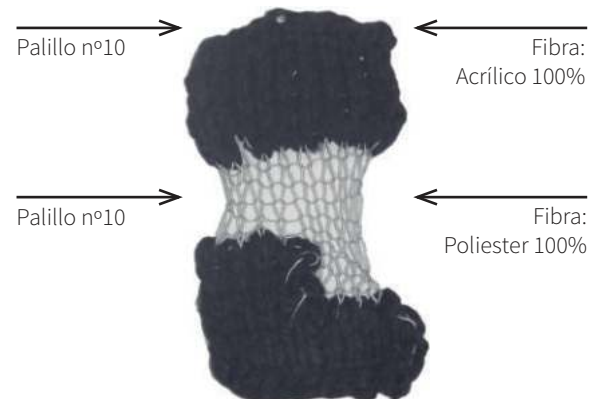
Esta muestra se tejió con solo una fibra, pero se fue cambiando el grosor de los palillos a medida que se fue avanzando.

Características:

Al ir cambiando el grosor de los palillos también cambian los grosores y anchos del tejido generando una muestra con sectores tupidos y sectores con transparencias. Además los sectores tejidos con palillos más gruesos cuentan con mayor elasticidad que los tejidos con palillos más delgados. Sin embargo el tejido es elástico en su totalidad.

Conclusiones:

Con esta técnica se pueden generar tejidos muy interesantes, si se aprovechan los sectores con mayor elasticidad para las partes del cuerpo que necesitan mayor movilidad y las más tupidas para las que requieren menos. Y además jugar con las transparencias, usarlas en los lugares del cuerpo que se quieren mostrar y las tupidas en las que no.



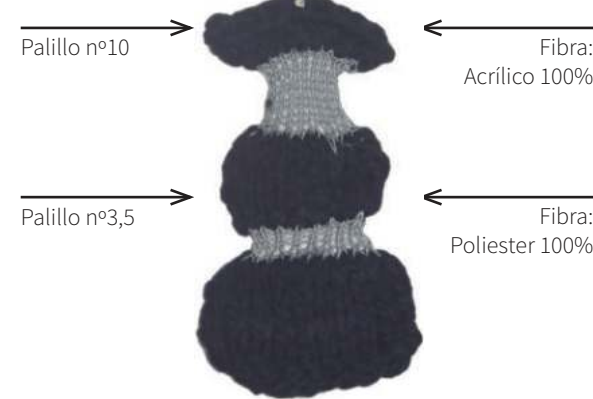
En esta muestra se utilizaron dos extremos: una fibra extremadamente delgada y una extremadamente gruesa. Sin embargo ambas se tejieron con el mismo grosor de palillo.

Características:

En el tejido se generan lugares tupidos y anchos los que generan volumen y peso, y además son menos elásticos. Y lugares transparentes, más delgados y muy elásticos.

Conclusiones:

A partir de este método se pueden generar tejidos muy atractivos si se aprovechan los lugares tupidos para generar peso y volumen en lugares específicos. Además se puede utilizar las transparencias ocultando y mostrando algunas partes del cuerpo y con las diferentes elasticidades con las que cuenta el tejido.



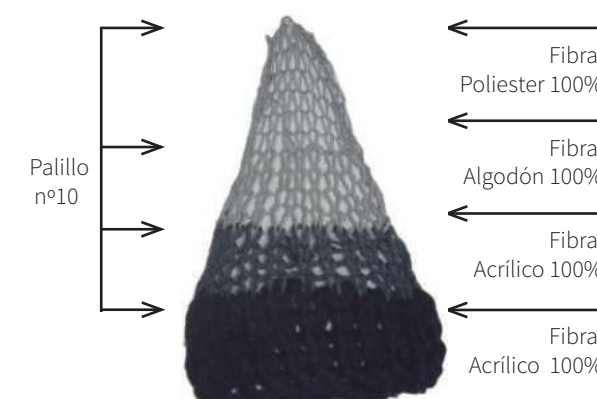
Esta consta de las mismas fibras de la muestra anterior, pero con la particularidad de que cada fibra se tejió con el palillo que le corresponde para su grosor.

Características:

Los sectores tejidos con fibra y palillos gruesos son más anchos y generan un mayor peso y volumen que los tejidos con una fibra y palillos más delgados. Dando como resultado un tejido con una forma muy irregular. Sin embargo ambos sectores cuentan con un grado muy parecido de elasticidad.

Conclusiones:

Es muy interesante la forma irregular que se genera en el tejido total y se podría ver más interesante aún aplicada sobre el cuerpo humano.



Esta muestra se tejió con diferentes fibras, de mayor a menor grosor, pero con el mismo número de palillo.

Características:

Al ir disminuyendo el grosor de la fibra disminuye también el ancho del tejido y éste se hace más transparente y elástico. Además se genera un gran peso y mayor volumen en la parte inferior.

Conclusiones:

Es muy atractivo el peso y volumen que se genera en la parte inferior y el degrade de transparencia que se forma a medida que avanza el tejido. También sería interesante aprovechar las diferencias de elasticidad que hay en la parte inferior con la superior de la muestra.



Para esta muestra se utilizaron varias fibras de diferentes grosores, de más gruesa a más delgada pero cada fibra se tejió con el palillo que le corresponde para su grosor.

Características:

A media que se avanza en el tejido va disminuyendo el ancho de éste, pero la tupidez se mantiene constante. Por el contrario, la elasticidad disminuye cuando se avanza en el tejido. Además que a pesar de que cada franja tiene la misma cantidad de líneas tejidas a medida que se disminuye el grosor de la fibra más delgadas son éstas. Por último se genera mayor peso y volumen en la parte inferior.

Conclusiones:

Me parece muy interesante utilizar el degrade en todas sus posibilidades que hay en esta muestra y utilizar el mayor volumen y elasticidad que hay en la parte inferior.



Esta consta de la presencia de diferentes fibras, cada una tejida con el número de palillo que le corresponde, pero se realizaron aumentos y disminuciones.

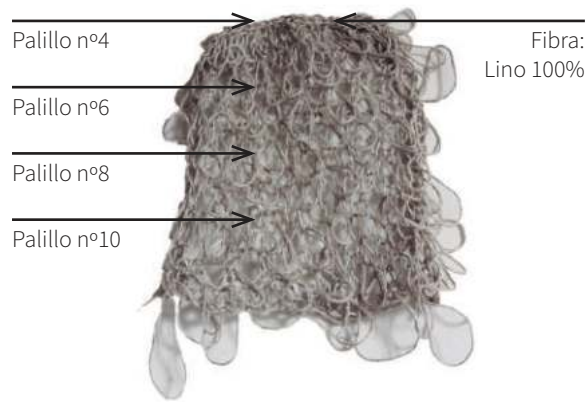
Características:

La elasticidad y la tupidez se mantienen constantes a lo largo de la pieza. Las disminuciones, aumentos y los cambios de grosores de las fibras provocan que se concluya en una forma irregular.

Conclusiones:

La forma irregular que se produce se podría ver muy atractiva sobre el cuerpo humano.

4.2. TEXTURAS Y VOLUMEN



Esta muestra se tejió con un punto en el que se tejen lazadas, generando una textura y volumen particular. Además se tejió con lino y se fue disminuyendo el número de palillo a medida que se avanzó en el tejido.

Características:

A pesar de que se fue disminuyendo el número de palillo esto no se nota. Se demuestra solamente en los sectores que se tejieron con un número de palillo más grande del que le corresponde al grosor de la fibras porque tienen una mayor elasticidad. Lo que más caracteriza esta muestra es la textura que se conforma por medio de las lazadas.

Conclusiones:

La textura que se genera en el tejido es muy atractiva y se podría ver muy interesante aplicada sobre algunas partes del cuerpo humano generando volumen y movimiento. El cambio de número de palillos no vale la pena, incorporarlo pues no es muy notorio.



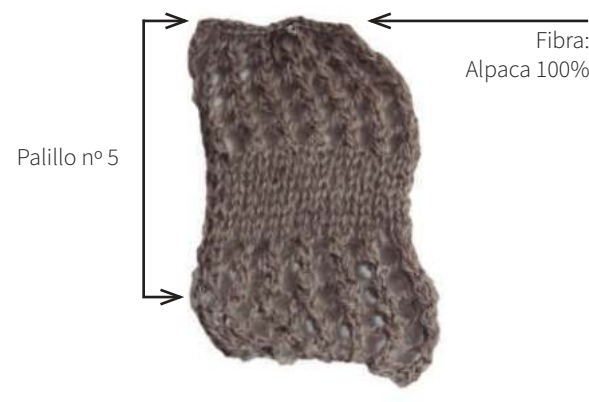
Se utiliza el mismo punto de la muestra anterior con la diferencia de que se ocupan materiales de diferentes tamaños. Cada uno con el palillo que le corresponde para su grosor.

Características:

Se genera una textura que al igual que la muestra va disminuyendo su tamaño y grosor a medida que se avanza en el tejido, generándose un mayor peso y volumen en la parte inferior la cual además cuenta con mayor elasticidad que el resto del tejido.

Conclusiones:

Es interesante el degrade en volumen, tamaño, grosor y textura que se genera en el tejido. Además la textura le da un mayor movimiento a la muestra.



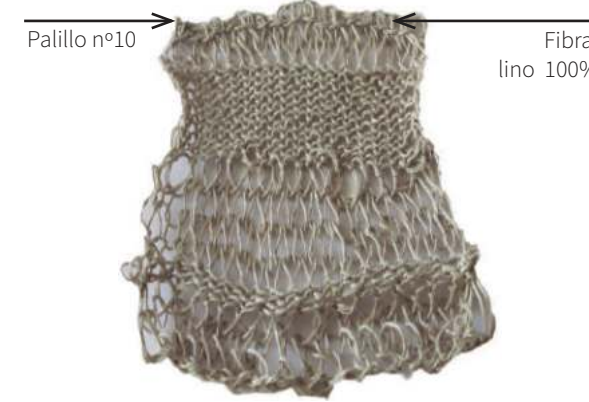
Este tejido se realizó con un solo material y con el mismo número de palillo ad hoc para el grosor de la fibra a lo largo de todo la muestra. Además se utilizaron dos puntos: jersey (punto básico) y uno que genera orificios.

Características:

Se generan dos sectores en el tejido con diferentes tamaños, texturas y grosores. Sin embargo ambos cuentan con la misma elasticidad.

Conclusiones:

Llama la atención que tejiendo con el mismo palillo y material, se pueden crear texturas distintas con diferentes apariencias y propiedades solamente por el hecho de cambiar de punto dentro de la misma técnica.



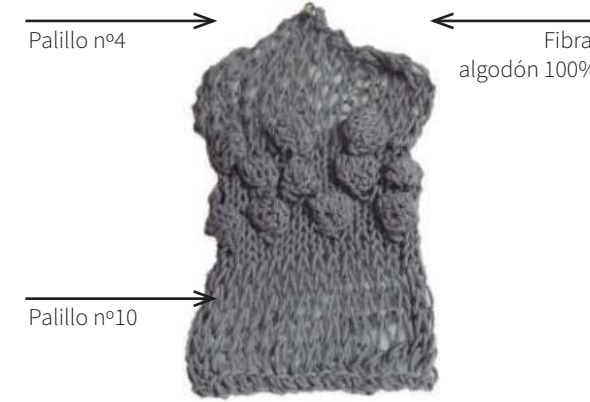
Muestra tejida con el mismo material, pero se teje con un palillo de número muy grande y otro pequeño del tamaño correcto para el grosor de la fibra. Además ésta se teje solo con el punto jersey, pero se alternan el derecho y el revés del tejido.

Características:

Al usar el derecho del tejido con un palillo grueso y el revés con un palillo delgado y siempre con el mismo material se genera textura y volumen. Además un sector que es más ancho, elástico y menos tupido que el resto del tejido.

Conclusiones:

Son muy atractivas las texturas, transparencias, volúmenes y diferencias de elasticidades que se producen en la muestra y podría ser muy interesante jugar con éstas para crear prendas de punto.



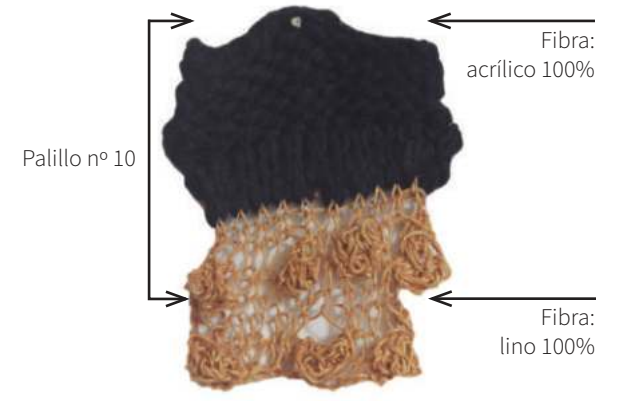
Esta muestra se teje con algodón, pero con un palillo grueso y otro del tamaño correcto para el grosor de la fibra. Con este último se realiza un punto con el que se generan esferas creando textura.

Características:

En el medio del tejido se genera un sector con mayor textura que el resto pero más tupido y con menos elasticidad. Los extremos son más transparentes, y tienen mayor elasticidad y movimiento.

Conclusiones:

Es interesante que el sector con mayor textura cuente con menos tensión y sea más tupido. Se podría utilizar para las partes del cuerpo que requieren menos movilidad y requieren ser cubiertas. Así también en los sectores más elásticos y transparentes para las partes que no lo necesitan. Además son atractivas las transparencias y diferencias de movimientos que se generan en la pieza.



Para esta pieza se utilizan dos materiales uno muy grueso y otro delgado, no obstante ambos se tejen con el mismo grosor de palillo. Además se realizan puntos que generan textura y volumen.

Características:

La parte superior del tejido es más gruesa, más pesada y menos elástica que la inferior, la que además cuenta con mayor movimiento y esferas las que le dan textura. El tejido total cuenta con sectores tupidos y más transparentes.

Conclusiones:

Es muy interesante la diferencia de peso, grosor, movimiento, transparencias y texturas que hay en el mismo tejido. Éstos se pueden aprovechar para cada parte del cuerpo según sus requerimientos o lo que se desea resaltar de éste y crear textiles muy novedosos.

4.3. HILOS NO CONVENCIONALES

Todas estas muestras fueron tejidas con el número de palillo que corresponde para el grosor del material utilizado, rigiéndose bajo el mismo parámetro de medidas que se utiliza para las fibras tradicionales, debido a que esta experimentación se realizó con el propósito de saber cómo funcionan estos materiales si se tejen.



Características:

El hilo utilizado es extremadamente fino, por lo que el tejido resultante es muy liviano, delgado y transparente. Además es muy elástico y brillante debido a que el material utilizado cuenta con esta última particularidad.

Conclusiones:

El resultado que se genera es muy atractivo visualmente y se logra obtener un tejido muy liviano y delgado que incluso con la fibra textil más fina no se lograría.

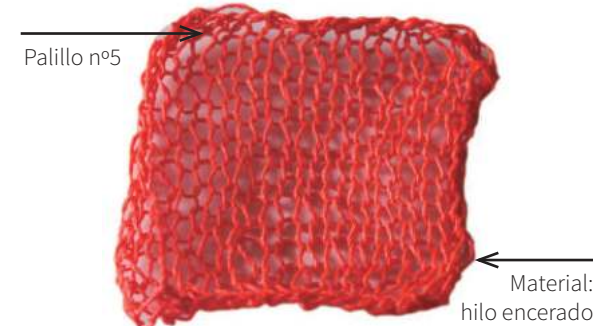


Características:

El tejido resultante es muy diferente de los realizados con fibras textiles porque no es suave. Por el contrario es más tieso, visualmente la estructura es distinta y además es un tejido con muchos calados. El tejido resultante es plástico debido a que si se estira no vuelve por sí sólo a su forma original.

Conclusiones:

El resultado obtenido es muy opuesto del logrado con las fibras textiles. Creo que el contraste de ambas se podría ver muy atractivo en un mismo tejido. Además el hecho de que sea flexible y plástico permite generar formas muy novedosas, con volumen y moldeables.



Características:

El resultado obtenido al igual que la muestra anterior es flexible, plástico, manipulable y áspero. Además el hilo encerado es pegajoso por lo que el tejido también lo es.

Conclusiones:

Al utilizar hilo encerado se obtiene un tejido visualmente y táctilmente diferente debido a que es plástico y pegajoso.



Características:

Se obtiene una muestra que es elástica y flexible pero un poco más dura y rígida. También es brillante y tupida.

Conclusiones:

La cinta funciona bien si se teje porque cumple con las principales características físicas del tejido de punto. También podría funcionar para ciertas aplicaciones dentro un tejido.



Características:

La estructura del tejido se pierde un poco visualmente. Es un tejido áspero y muy elástico. Sin embargo también es inflamable y no se puede planchar porque se derrite.

Conclusiones:

El tejido resultante a partir del plástico visualmente es muy diferente del que se genera con fibras textiles por lo que el contraste de éstos podría sobresalir. No obstante el hecho que sea inflamable y no se pueda planchar es un obstáculo para crear prendas.



Características:

Se genera un tejido con calados, áspero, brillante y un poco más tieso que los tejidos tradicionales.

Conclusiones:

Al utilizar hilo de cuero resulta un tejido táctilmente y visualmente diferente de un tejido con fibras tradicionales por lo que su contraste podría generar resultados atractivos.

4.3. HILOS NO CONVENCIONALES



Características:
Se genera un tejido tupido y más duro, en consecuencia menos elástico que los tejidos con fibras tradicionales.

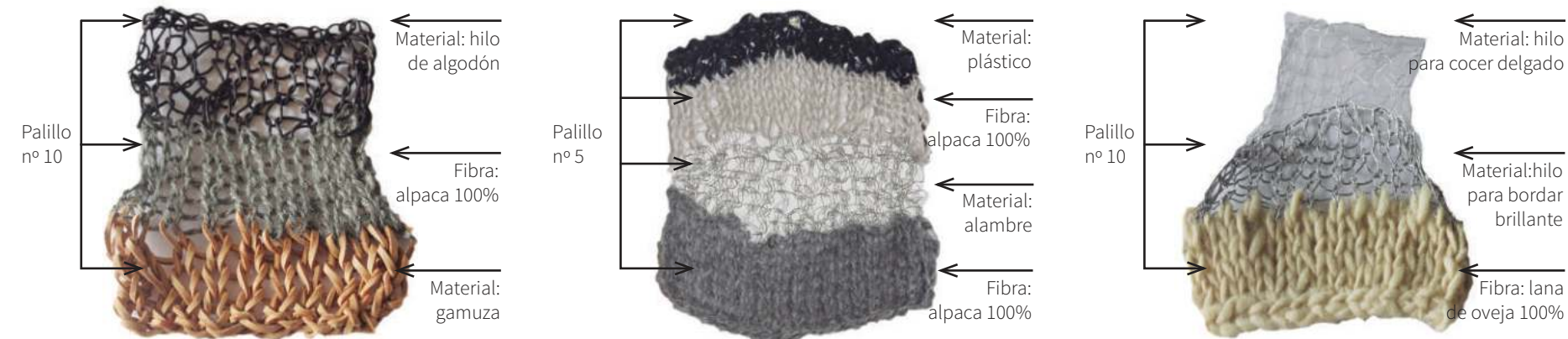
Conclusiones:
La gamuza funciona muy bien si se teje pues las características físicas del tejido no se pierden y la diferencia de elasticidad con respecto a las fibras tradicionales podría generar un contraste llamativo al mezclarse.

Características:
Resulta un tejido extremadamente suave y elástico, además es tupido y brillante.

Conclusiones:
Es un tejido interesante debido a su suavidad y a la textura que tiene.

Es necesario mencionar que no se utilizan hilos extremadamente innovadores porque se pretende que las prendas duren en el tiempo.

4.4. HILOS NO CONVENCIONALES CON TRADICIONALES



Muestra tejida con materiales distintos pero todos con el mismo número de palillo, independiente del grosor que tienen.

Características:
Al usar el mismo número de palillos con materiales de grosores diferentes se generan zonas más tupidas que otras. Además como se mezclan materiales con diferentes propiedades se crean sectores más rígidos que otros y con diferentes texturas a lo largo del tejido.

Conclusiones:
Es novedosa la diferencia de texturas, grosores, tensiones y apariencias que se producen dentro del mismo tejido.

Para esta muestra al igual que en la anterior se emplean materiales de distintos grosores pero todos con el mismo número de palillo.

Características:
El hecho de que la muestra tenga alambre produce un tejido plástico en su totalidad, por lo que se genera un volumen moldeable. Es un tejido con diferentes tensiones, grosores y texturas.

Conclusiones:
El contraste de tejidos elásticos con plásticos genera volumen, y una forma muy atractiva y moldeable. Además los materiales tienen diferentes apariencias generando un tejido con diferentes texturas y opacidades.

Al igual que en las muestras anteriores se utilizan materiales de diferentes grosores pero todos con el mismo número de palillo.

Características:
El tejido resultante cuenta con sectores de diferentes grosores creándose unos extremadamente transparentes y otros extremadamente tupidos en degrade, generándose así un gran peso en la parte inferior.

Conclusiones:
El cambio de grosores y transparencias dentro del mismo tejido genera una pieza que se podría explotar muy bien sobre el cuerpo.

4.5. PRIMERAS APROXIMACIONES

A partir de los resultados obtenidos en la experimentación se hacen las primeras aproximaciones en donde se mezclan las técnicas y materiales utilizados anteriormente de manera de obtener resultados más novedosos y variados.

PRUEBA 1



PRUEBA 2



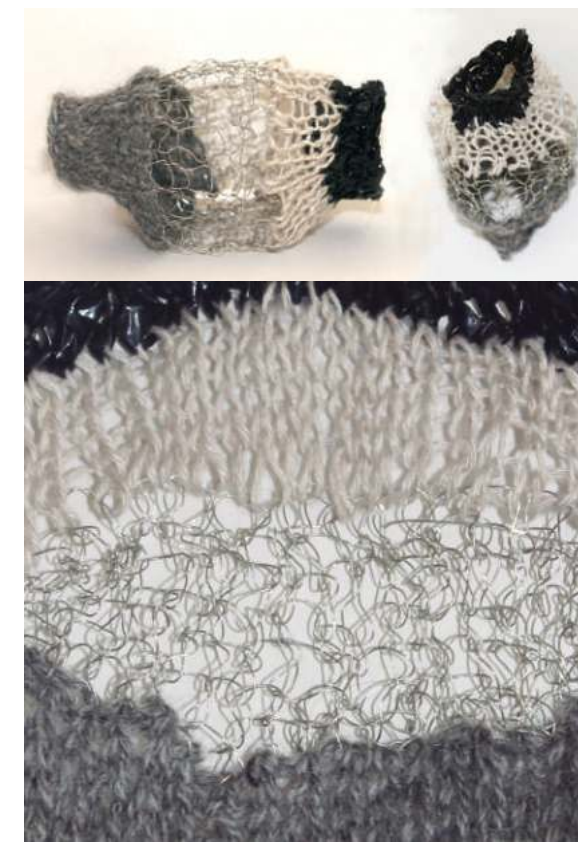
PRUEBA 3



PRUEBA 4



PRUEBA 5



PRUEBA 6





5. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

5.1. OPORTUNIDAD

A partir de la afición, interés y expertis del estudiante en el tejido de punto manual se decidió investigar el mercado de esta técnica en Chile. Es ahí donde se detectó una falta de innovación a nivel formal y material. Se constató que mayoritariamente se utilizan materiales tradicionales, similares texturas y tamaños. Esto se debe a que se emplea un solo grosor y tipo de fibra dentro del tejido, y a nivel de formas habitualmente son los mismos estereotipos. En consecuencia hay un campo textil que en Chile no se está desarrollando con todo su potencial, en especial considerando que el tejido de punto es una técnica muy versátil donde a partir de un sólo hilo se puede generar una tela con diseños novedosos y únicos. Además es una técnica simple y en Chile hay mucha mano de obra lo que facilitaría la confección de los productos.

Durante el proceso del proyecto se realizaron varias experimentaciones, con diferentes formas, materiales, grosores, texturas, volúmenes y opacidades, en donde se descubrió que los resultados obtenidos son expresivos y se podrían llevar a la indumentaria generando resultados originales.

En paralelo durante la investigación se percibió que en Chile existe una tendencia de las personas a no diferenciarse de los demás en el vestir. No obstante ello hay un nicho exclusivo que sí quiere vestirse diferente respecto a lo que ofrece el mercado nacional. Hoy esta oferta es escasa.

5.2. FORMULACIÓN

QUÉ

Marca de indumentaria que crea prendas expresivas y únicas inspirada en las formas y texturas de la naturaleza, a través de la técnica del tejido de punto manual.

POR QUÉ

Porque el mercado actual de indumentaria tejida de punto en Chile ofrece productos homogéneos con limitadas alternativas y existe un nicho exclusivo que requiere vestirse diferente de los demás pero tiene muy pocas opciones de conseguirlo.

PARA QUÉ

Ampliar la oferta de indumentaria y así potenciar un campo escasamente desarrollado en Chile. Diseñar ropa original aprovechando la versatilidad del tejido de punto manual.

5.3. OBJETIVOS

GENERAL

Diseñar y crear una marca de indumentaria con prendas expresivas y únicas por medio de la experimentación con la técnica del tejido de punto manual.

ESPECÍFICOS

1. Diseñar superficies textiles de gran riqueza visual aplicables a la indumentaria, aprovechando los recursos que ofrece el tejido de punto manual en la diversidad de densidades y texturas.
2. Alimentar el mercado de la indumentaria tejida nacional con una marca que ofrezca alternativas expresivas y así fortalecer un espacio que hoy ofrece limitadas propuestas.
3. Valorizar una técnica artesanal creando productos modernos e insertándolos en un contexto contemporáneo.
4. Generar piezas de indumentaria versátiles aplicables a diferentes contextos.



6. ANTECEDENTES Y REFERENTES



Trabajos realizados por Craiw Lawrence
Fotografías
www.vam.ac.uk



Trabajos realizados por Nikky Gabriel
Fotografías
SweetLeigh

6.1. ANTECEDENTES

Se basó en los siguientes diseñadores y marcas dado que utilizan el tejido de punto como técnica constructiva para la creación de prendas innovadoras en base a la experimentación.

CRAIW LAWRENCE

Diseñador británico que estudió moda en Central Saint Martins en Londres. Se eligió debido a que su trabajo se basa en la experimentación utilizando materiales inusuales como bolsas de basura, papeles de dulces, pan de oro e hilo metálico japonés para crear tejidos de punto originales en los que juega con las texturas, grosores, volúmenes, tamaños y opacidades.

“La importancia es inspirarse en cosas divertidas: técnicas y materiales inusuales. La clave es la experimentación”

(Craiw Lawrence. Entrevista en el libro Diseño de Prendas de Punto, 2013, p.160)

NIKKY GABRIEL

Diseñadora australiana. Este antecedente se destacó porque confecciona diseños de punto, utilizando diferentes grosores y fibras dentro de un mismo tejido generando así volúmenes y texturas.

RODARTE

Rodarte es una marca americana que se caracteriza por ser conceptual e innovadora. Se seleccionó debido a su concepto de marca, que tiene por objetivo diseñar en base a la experimentación y explorar otras formas para llegar a resultados distintos. Además porque sus prendas son de carácter artístico y expresivo, y en paralelo son comerciables y usables.

MARÍA INÉS SOLIMANO

María Inés Solimano, diseñadora chilena. Se escogió porque es pionera en los tejidos de punto en el país y un antecedente del vestuario femenino nacional. Desde 1969 se dedica a diseñar prendas tejidas manualmente, su pick fue en los años 70' donde destacó con sus innovadores tejidos. Hoy a sus 83 años continúa diseñando en su taller que funciona en una antigua casona del Barrio Bellavista. Se caracteriza por realizar alta costura a palillos principalmente vestidos en hilo de seda.



Trabajos realizados por Rodarte
Fotografías
www.rodarte.net



Trabajos realizados por María Inés Solimano
Fotografías
www.paula.cl



Trabajos realizados por Cornelia Konrads y Edgardo Madanes.
Fotografías
[pinterest.com](https://www.pinterest.com)



Weareable Art realizado por VitalTemptation , Etsy.
Fotografías
www.flickr.com/photos/cheenara/with/6939179339/

6.2. REFERENTES

6.2.1. DISEÑO Y FORMA

LAND ART

Corriente de arte contemporáneo que interviene artísticamente en espacios naturales con elementos de este mismo.

La estética del proyecto está inspirada principalmente en la naturaleza y en sus formas. Es por ello que el Land Art es uno de los principales lugares donde se buscó inspiración y de donde se abstraeron las formas de las prendas.

WEAREABLE ART

El Weareable Art o “Arte Usable” es el concepto utilizado para designar ropa y accesorios que fusionan el arte con la moda, logrando resultados experimentales y de carácter escultórico.

Se utilizó este referente debido a que uno de los principales objetivos del proyecto es lograr diseños de carácter artístico en cuanto a la indumentaria.

6.2.2. CONCEPTO DE MARCA

MADE IN MIMBRE

Marca nacional de lámparas tejidas de mimbre creadas por artesanos de Chimbarongo, en la Sexta Región de Chile.

Este referente se escogió por su concepto de marca, que es llevar una técnica artesanal a un contexto moderno.

HIBRIDA

Marca chilena que recicla desechos para diseñar joyería textil.

Al igual que en el referente anterior de esta marca se destacó la idea de crear productos originales, a partir de un trabajo manual e insertarlos en un contexto contemporáneo.



Lámparas marca Made in Mimbres
Fotografías
www.theandeshouse.com



Trabajos realizados por la marca Hibrida
Fotografías
designhibrida.wordpress.com



Campaña fotográfica marca Savia.
Fotografías
saviaindumentaria.com

6.2.3. PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA

Para la campaña editorial se buscó hacer una producción fotográfica en donde se mezclara un ambiente natural con uno contemporáneo, dado que el concepto de la marca es aplicar una técnica artesanal a través de la indumentaria en un contexto moderno. Es por ello que se exploraron referentes fotográficos en donde se utilicen contextos naturales, intervenidos por elementos gráficos que le den un sello más novedoso a la campaña. Así también que mezclen diferentes contextos.

SAVIA

Se utilizó como referente la producción fotográfica de la marca nacional Savia para su colección Primitiva, porque usa un espacio natural intervenido por un telón negro, haciendo un paréntesis entre dos realidades.

REVISTA VOGUE ALEMANIA

Se inspiró en la campaña de moda que realiza la Revista Vogue de Alemania en el año 2013 por Jeneil Williams, porque al igual que en el caso anterior se altera un espacio natural con elementos que le suman un carácter más moderno e innovador a la fotografía.

LACK MAGAZINE

Se escogió la campaña editorial primavera verano de la revista Lack Magazine realizada por la editora Angie Palmai y el fotógrafo Peter Hencz, dado que mezcla dos imágenes en las misma fotografía.



Producción editorial Revista Vogue Alemania
Fotografías
vogue.es



Producción editorial Lack Magazine
Fotografías
kissmiklos.com/lack-magazine



7. DESARROLLO DEL PROYECTO

7.1. INSPIRACIÓN



68

Esta colección atemporal surge a partir de una técnica muy versátil, el tejido de punto, a través de la cual se busca lograr resultados originales y únicos para un campo textil que carece de este tipo de prendas. Se busca llevar el trabajo manual y artesanal que ésta implica a un mundo contemporáneo, creando prendas con un carácter expresivo y moderno.

La estética se inspira básicamente en la naturaleza: en sus formas, colores, contrastes, opacidades y texturas. Es el resultado de un largo camino de experimentación donde se aspira potenciar las posibilidades que da el tejido de punto por medio de la diferencia de densidades, de texturas y de materiales; creando prendas originales que transmitan la expresión del material, tengan un carácter artístico y sean coherentes entre sí.

Lenticelas es el nombre con el que se denomina la colección debido a que son estructuras pequeñas y circulares o alargadas que se forman en la corteza de los troncos, tallos y ramas de muchas especies de árboles y plantas. Ello se relaciona con los elementos más significativos de la colección que son la presencia de orificios, transparencias y texturas.

7.2. PRIMERAS MAQUETAS

En un comienzo se realizaron bocetos, sin embargo después de varias propuestas se percibió que no estaban dando resultado pues al ser prendas experimentales y tejidas era muy difícil dibujarlas como se verían en la realidad, por lo tanto se decidió experimentar para luego dibujar los bocetos.

Las primeras muestra eran cuadrados con diferentes materiales para así observar como funcionaban sobre el cuerpo humano. A partir de éstas se dibujaron bocetos, pero no estaban cumpliendo con el objetivo porque no se entendían bien sobre papel, así que se continuó experimentando.

Se elaboró una segunda propuesta que consistía en hacer una de las prendas dibujadas en la colección anterior, pero sin embargo ocurrió lo mismo.

Finalmente se confeccionó la propuesta definitiva que consistía en varias tiras tejidas que se unen entre sí formando un total. A partir de ésta se diseñaron las prendas de la colección y se hicieron los bocetos definitivos.

PRIMEROS BOCETOS



PRIMERAS MUESTRAS



69

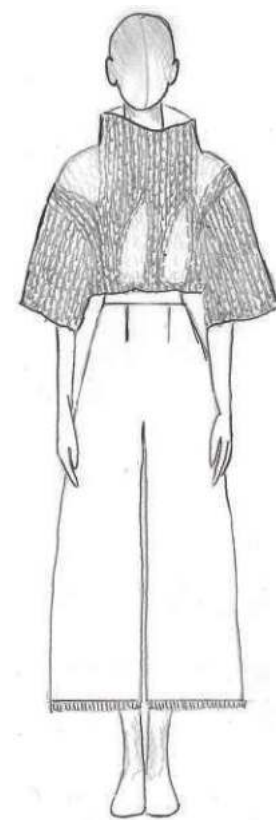
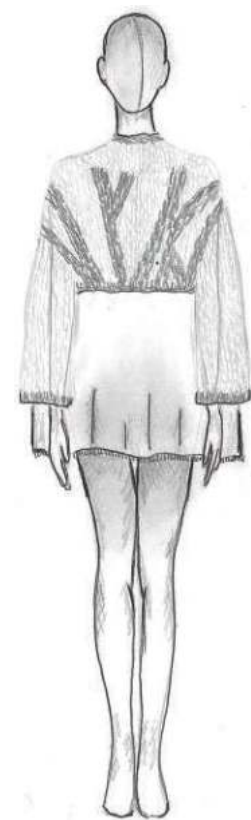
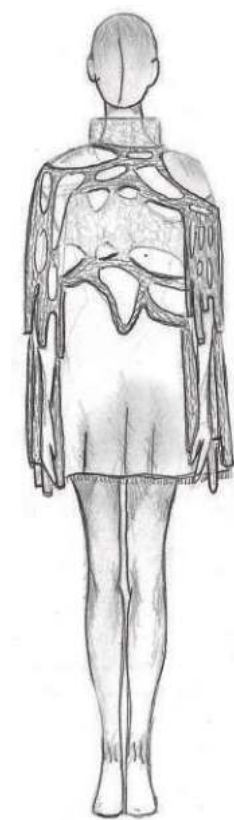
SEGUNDA PROPUESTA



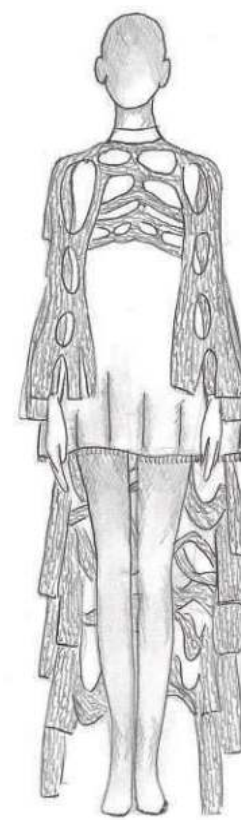
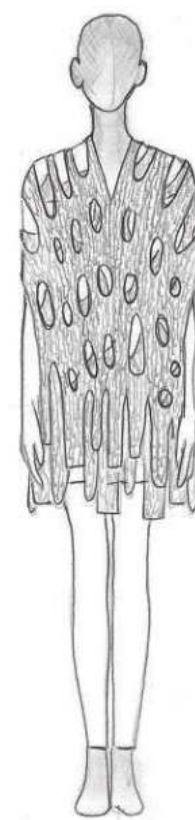
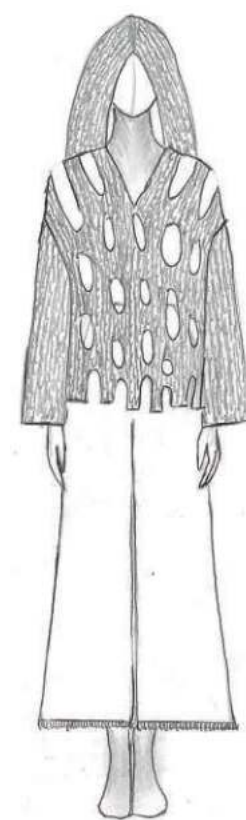
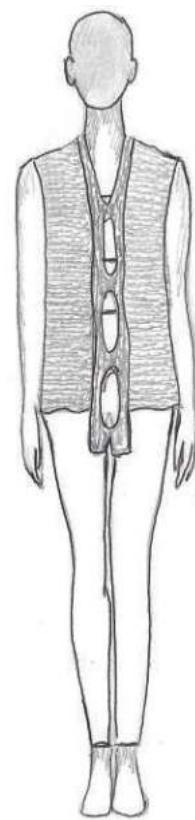
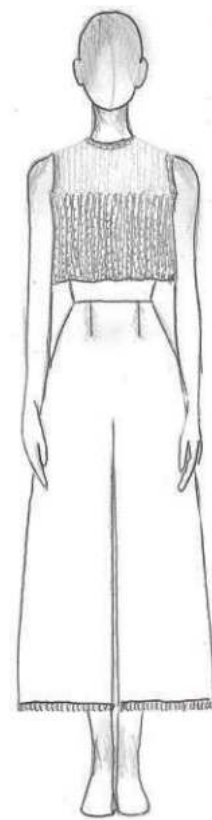
MUESTRA DEFINITIVA



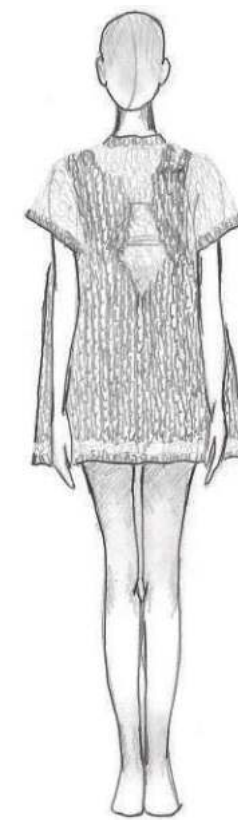
7.3. BOCETOS

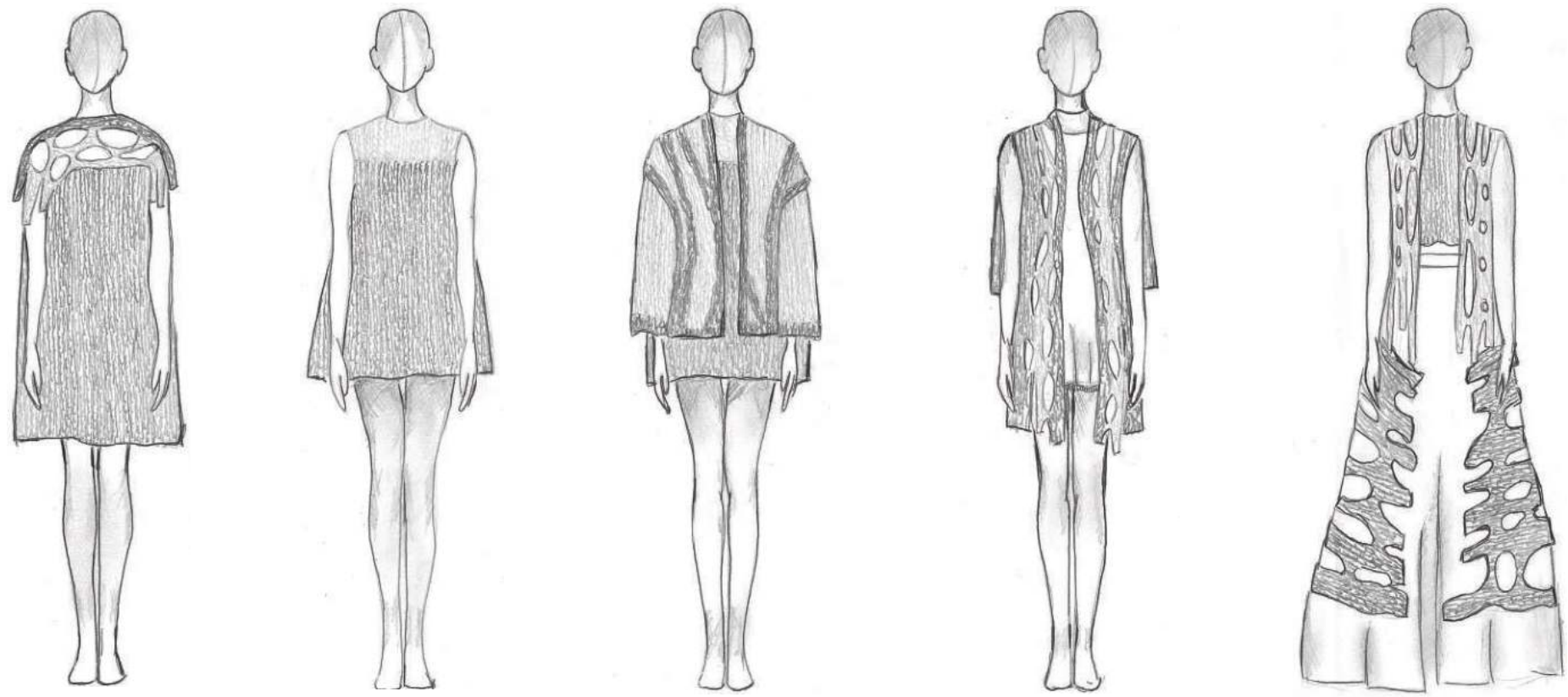


70

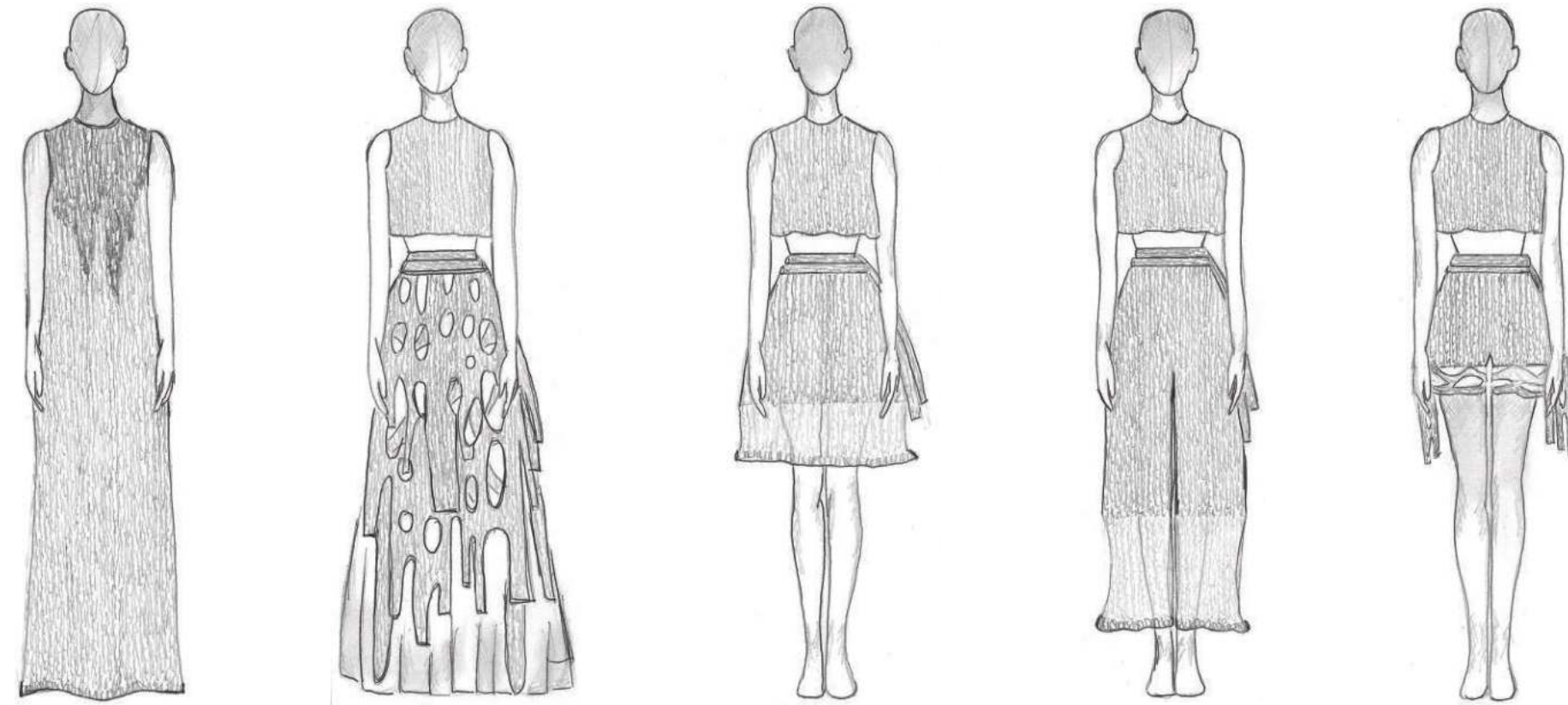


71





72



73



Prenda 1



Prenda 2



Prenda 3



Prenda 4



Prenda 5

Prendas testeadas

7.4. TESTEOS

Después de tejer un mayor número de prendas se decidió testearlas de manera de saber: como interactuaba la persona con el producto, si el usuario era capaz de ponérselo sin la necesidad de una instrucción previa, si la incorporación de diferentes densidades y texturas en los materiales les era incómoda o dificultaba su uso, conocer que es lo que más les gustaba del producto, saber si era de su agrado y porqué, y si la innovación era un factor importante para ellos en el momento de vestir.

Aún no se tenía definido el usuario por lo que se decidió hacer tres testeos con personas de diferentes rangos de edad: el primero entre estudiantes universitarias, el segundo entre mujeres jóvenes que trabajan y el tercero entre mujeres de 40 a 60 años de edad aproximadamente.

El modelo experimental del testeo consistió en que se colgaron las prendas y fotos de éstas en uso. Se invitó a los participantes a usarlas como a ellos se les ocurriera y además se les sugirió observar las imágenes como referencia si lo deseaban. Se observó como interactuaban con los productos y terminada esta etapa se les hizo una serie de preguntas.

Preguntas:

1. ¿Qué te pareció la utilización del producto?, ¿Se hizo fácil su forma de ponerse?
2. ¿Qué te parece el producto durante su uso?
3. ¿Qué tan adecuado te parece el material del producto?, ¿Te agrada?
4. ¿Que tan identificado te sientes con el producto?, ¿Lo comprarías y por qué?
5. ¿Qué es lo que más te gusta del producto?
6. ¿En un factor importante para ti innovar en el vestir?

“Si la compraría, pero sería mi joyita y la usaría para cuando quiero llamar la atención en alguna ocasión especial”.

(Magdalena Fuentes, 20 años, Entrevista personal, 9 de noviembre de 2016)

7.4.1. TESTEO 1

De acuerdo con el modelo experimental descrito anteriormente se realizó un focus group con cuatro estudiantes de diseño en Lo Contador.

Observaciones:

>> Las estudiantes estaban entusiasmada en probarse la ropa y la observaron con curiosidad.

>> Les entretuvo descubrir la forma en que se pueden poner.

>> Las fotos de referencia ayudaron a descifrar la forma de uso del producto.

>> Cuando las prendas son confeccionadas con hilos muy delgados les dio miedo que se rompieran.

>> El alambre era incómodo al ponerse y durante el uso del producto.

>> El usuario entendió que los lugares de la pieza que estaban marcados con otro color son los lugares por donde debían ponérsela.

Resultados Preguntas:

>> En cuanto a la utilización del producto les pareció que se entiende, pero es necesario observarlo antes. Las fotos de referencia les ayudaron.

>> El producto durante su uso es poco práctico por lo que lo usarían para una situación corta en la que se tienen que ver bonitas.

>> Los materiales les parecieron muy atractivos. En cuanto al agrado de éstos durante su uso los encontraron cómodos, sin embargo a algunas les dio miedo la fragilidad de los hilos tan delgados.

>> Sí las comprarían, pero como una inversión que cuidarían y la usarían para eventos especiales. Las que más comprarían son la prenda 3 y la prenda 5 ya que consideran que son usables durante el día a día y además son innovadoras.

>> Lo que más les gustó del producto es la exclusividad, pues nunca habían visto algo así.

>> Les interesa innovar en el vestir, pero no es su prioridad.





“ Son obras de arte que se complementan con prendas básicas”

(Antonia Noguera, 29 años, Entrevista personal, 10 de noviembre de 2016)



7.4.2. TESTEO 2

Este testeo se realizó con tres mujeres jóvenes que trabajan, dos diseñadoras y una artista. Se llevó a cabo el modelo experimental descrito anteriormente pero con la diferencia de que no se mostraron las fotos de referencia para saber si eran necesarias.

Observaciones:

>> Les llamó mucho la atención las prendas y sus materiales.

>> Lograron ponérselas sin instrucción previa, pero necesitaron observarlas antes de ponérselas.

>> La prenda 5 tendieron a amarrarla al medio con las tiras sobrante o a subirlas hacia el cuello como bufanda o echarpe.

>> El alambre en el cuello de la prenda 1 tiende a incomodarles cuando se ponen la pieza.

>> Comprendieron que los lugares de la pieza que están marcados con otro color son por donde deben ponérsela.



Resultados Preguntas:

>> En cuanto a la utilización del producto les pareció que se entiende, pero es necesario mirarlos bien.

>> El producto lo consideraron delicado y distinguido así que los usarían para eventos específicos donde se quieren hacer notar.

>> Les encantó la combinación de materiales y colores. Sin embargo el alambre del cuello les es incómodo durante su uso.

>> Sí las comprarían y usarían pero con pequeños cambios porque algunos son muy “locos” y para eventos glamurosos donde quieren llamar la atención.

>> Lo que más les gustó del producto es lo innovador y diferente que es, que tiene personalidad y arte, que son todas prendas únicas y que se refleja un trabajo por detrás.

>> En el día a día innovar en el vestir no es su prioridad porque prefieren estar cómodas, pero si lo es para ocasiones especiales.



“Me gusta que si no se está usando de la forma correcta cada uno pueda buscar su forma”

(Susana Prieto, 53 años, Entrevista personal, 9 de noviembre de 2016)

“Me gusta porque no es el típico diseño clásico, son innovadoras y es lo que más busco en un producto”

(Cristel Le blanc, 51 años, Entrevi Personal, 9 de noviembre de 2016)

7.4.3. TESTEO 3

El tercer testeo se realizó con cuatro mujeres de entre 40 y 60 años: dos diseñadoras, una periodista y una dueña de casa. Se utilizó la metodología descrita anteriormente y al igual que en el segundo testeo no se muestran las fotos de referencia.

Observaciones:

>> Al igual que en los testeos anteriores les llamó la atención los materiales y estructura de las prendas.

>> A las diseñadoras les entretuvo el desafío de descubrir como se utilizan algunas de las prendas, lograron hacerlo sin ayuda y necesitaron una observación previa. Sin embargo las otras dos se complicaron y necesitaron de ayuda en el uso del producto.

>> Algunas se sorprendieron cuando descubrieron que el hilo extremadamente delgado no es tan frágil como parece.

>> La prenda 5 también tendieron a amarrarla al medio o sugirieron el uso de un cinturón.

Resultados Preguntas:

>> Las diseñadoras no necesitaron explicación para el uso del producto, solo bastó observarlo. A las otras dos les costó más y confesaron no creer darse el tiempo para observar con detalle el producto antes de ponérselo.

>> Una de las diseñadoras usaría el producto para el día a día y la otra solo para ocasiones especiales. Las otras dos nunca porque prefieren ropa más básica. No obstante ello a todas les gustó la originalidad y creatividad, dado que tiene un atrevimiento fuerte y es una propuesta interesante de vestuario.

>> El material les pareció innovador y les gustaron muchos los colores porque son combinables. También la mezcla de hilos muy delgados con hilos muy gruesos porque se producen resultados inesperados.

>> Las diseñadoras lo comprarían porque se puede combinar con muchas prendas. Además porque se ven sofisticadas a pesar de que la lana tiene una connotación “artesa” y porque para ellas la innovación es un factor importante. Las otras dos no porque prefieren ropa más cómoda y que llame menos la atención.



7.5.4. CONCLUSIONES

>> En cuanto al entendimiento del uso del producto el usuario es capaz de entenderlo por el mismo, sobretodo en los tops. En las prendas que cuentan con muchas tiras colgando es más difícil, pero si la persona lo observa lo puede descifrar. Las fotos de referencia ayudan pero no son imprescindibles.

>> Con respecto a las piezas en las que cuelgan muchas tiras una buena táctica para intuir de forma más rápida y fácil su uso es marcar con otro color los orificios por donde se pone la prenda.

>> Independiente de la edad de las personas testeadas casi todas concuerdan en que lo usarían para ocasiones especiales en las que quieren lucirse ya que son prendas innovadoras y delicadas.

>> Si bien es cierto que la combinación de materiales funciona y al usuario en general le agrada hay que buscar un hilo más resistente que reemplace al extremadamente delgado. También uno que sustituya el alambre de cobre, pues pica y es incómodo durante su uso.

>> Es necesario hacer un par de productos más simples con detalles de las prendas más expresivas para comercializarlas y complementarlas con otras piezas más innovadoras para pasarelas y campañas de la marca.

>> Se logran resultados innovadores y expresivos pues es lo que más le gusta del producto a casi todas las personas con las que se testeó.

>> Con respecto a la prenda 5 es necesario que se pueda abrochar, pues tiende a irse para atrás y la mayoría de los usuarios lo hicieron naturalmente. También es mejor desplazar los hilos delgados a la parte superior de la pieza, pues al ponerlos en la parte inferior quedan muy tirantes y se ven frágiles lo que puede generar dudas en el usuario al momento de comprarla.

>> Con respecto a la definición del usuario más que el límite de edad lo que es un factor decisivo, es su interés por la innovación en el vestir. Así también que tengan cierta cercanía al arte o al diseño pues son más intuitivos en su uso y les atraen más el producto.



8. DECISIONES DE DISEÑO



Fibra de lino



Fibra de lana de oveja



poliéster



nylon - acrílico



algodón - rayón

8.1. MATERIALIDAD

La colección es atemporal por lo que se mezclan materiales de verano e invierno.

8.1.1. FIBRAS

8.1.1.1. LINO

Fibra natural de origen vegetal que proviene del tallo de la planta de lino. Su cultivo se remonta a los egipcios. Es la primera fibra vegetal en hilarse y utilizarse para fabricar textiles. Se eligió por sus múltiples propiedades:

- >> Suavidad, flexibilidad, durabilidad y resistencia.
- >> Absorción. Es capaz de absorber hasta un 20% de agua, sin que por ello llegue a adquirir un tacto húmedo.
- >> Buena caída.
- >> Fácil de lavar.
- >> Conductora de calor.
- >> Anti septicidad, impidiendo la proliferación de las bacterias de nuestra piel.

8.1.1.2. LANA DE OVEJA

Fibra de origen animal extraída de las ovejas. Estas desarrollan lana para protegerse del exterior la que puede ser esquilada, proceso al que se somete al animal para obtener su lana en determinadas épocas del año. Se escogió por sus siguientes propiedades:

- >> Resistencia, elasticidad, flexibilidad y moldeabilidad.
- >> Aislante frente al fuego y al calor.
- >> Higroscopicidad. Absorbe vapor de agua en una atmósfera húmeda y lo pierde en una atmósfera seca.
- >> Resistencia a las bacterias y los hongos.

8.1.1.3. POLIÉSTER:

Fibra artificial producida por el ser humano a partir de productos químicos derivados del petróleo, del gas natural o de botellas plásticas recicladas.

Se utilizaron fibras de poliester brillante porque le dan un carácter más moderno a las prendas y delgadas porque al mezclarlas con fibras gruesas se producen resultados atractivos. Primero se experimentó con poliéster de una hebra³ de grosor, pero era muy delgado y el tejido tenía una apariencia débil. Luego se usó uno de tres hebras que efectivamente era más resistente por lo que se decide incorporarlo. Además se escoge por las siguientes propiedades:

- >> Durabilidad y resistencia.
- >> Suavidad al tacto.
- >> Rapidez en el secado.

8.1.1.4. NYLON - ACRÍLICO:

El nylon es una fibra artificial que se fabrica a partir de recursos no renovables. El acrílico también es una fibra artificial que tiene la apariencia y tacto de la lana.

Se empleó una mezcla de estas dos fibras de color dorado metálico y de dos hebras de grosor porque al igual que el poliéster es brillante y muy delgado, generando los mismos resultados. Además por las siguientes propiedades:

- >> Resistencia.
- >> Ligereza.
- >> Rapidez en el secado.
- >>Facilidad en el lavado.

8.1.1.4. ALGODÓN - RAYÓN

El algodón es una fibra de origen vegetal que proviene de la planta del mismo nombre. El rayón por el contrario es una fibra artificial que se obtiene a partir de la celulosa mediante un proceso químico donde se convierte en una fibra nueva.

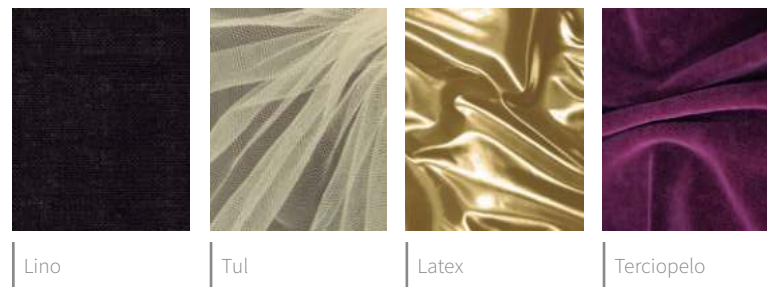
Se prefirió esta mezcla porque su combinación genera un resultado muy rico en cuanto al tacto y la caída; como también tiene acentos brillantes. Además por sus propiedades:

- >> Resistencia.
- >> Suavidad.
- >> Absorción.
- >> Durabilidad.
- >> Versatilidad
- >> Rapidez en el secado.

³ Hebra:

Filamento de las materias textiles. Las fibras están conformadas por varias hebras lo que determina su grosor.
(Rescatado de www.wordreference.com)

⁴ Hidrocarburos insaturados:
 Hidrocarburo que en algún átomo de carbono no está saturado (es decir, unido a otros cuatro átomos exclusivamente por enlaces simples) sino que tiene algún enlace doble o triple.
 (Rescatado de www.wordreference.com)



Para complementar las prendas tejidas se confeccionan básicos de tela.

8.1.2. TELAS

8.1.2.1. LINO

Fibra natural de origen vegetal que proviene del tallo de la planta de lino. Su cultivo se remonta a los egipcios. Es la primera fibra vegetal en hilarse y utilizarse para fabricar textiles.

Se eligió por las siguientes propiedades:

- >> Suavidad, flexibilidad, durabilidad y resistencia.
- >> Absorción
- >> Buena caída.
- >> Fácil de lavar.
- >> Conductora de calor.
- >> Rígida al tacto.
- >> Carencia de elasticidad
- >> Anti septicidad, impidiendo la proliferación de las bacterias de nuestra piel.

8.1.2.2. TUL

El tul es un tejido ligero con estructura abierta en forma de red. Se fabrica siempre con hilo multifilamento que pueden ser fibras naturales como la seda, fibras artificiales como el rayón o fibras sintéticas como el nailon.

Se optó porque al superponer capaz de esta tela se genera volumen.

8.1.2.3. LÁTEX

Se utilizó la variedad sintética del látex que se obtiene a partir de hidrocarburos insaturados⁴ caracterizada por su insolubilidad en agua, su resistencia eléctrica y su elasticidad.

El látex se prefirió porque tiene una apariencia brillante y plástica que da un carácter más novedoso a las prendas básicas de la colección y porque se complementan con los brillos de los tejidos.

8.1.2.4. TERCIPELO

El terciopelo es una tela de tacto veloso, suave y brillante que se hace con distintos tipos de fibras: acetato, rayón, seda y algodón.

Para el proyecto esta tela se corta y se ovilla para ser tejida. Se escogió porque su brillo y tacto veloso producen resultados atractivos, además porque la tela ovillada es muy gruesa y se utiliza para mezclarla con fibras delgadas.

8.2. PALETA DE COLORES

Se escogieron colores neutros de la naturaleza debido a que la principal inspiración de la colección está ahí. Además porque al ser prendas con texturas, volumen y usables con variadas piezas es bueno que sean colores neutros para así tener más opciones de conjuntos.

Además se seleccionaron colores metálicos para darle un toque más moderno.

Fibras



Hilos Metálicos





9. LA COLECCIÓN

9.1. PROCESO CONSTRUCTIVO

En un comienzo el estudiante realizó los primeros prototipos por su cuenta. Una vez que ya se tenía definida la colección se trabajó en conjunto con una tejedora y con una costurera para los básicos.

En cuanto a las prendas tejidas en un principio solamente se mandaron a tejer tiras y luego el estudiante las unía para formar la pieza. Para ello el método más eficiente era anotarle a Cristina (tejedora) la cantidad de éstas con su respectivo material, largo, cantidad de puntos a urdir (ancho), número del palillo y el punto. Así se determinó que esta información debía incluirse en las fichas técnicas de las prendas tejidas con este sistema de tiras. Además se percibió que no todas las personas conocen los puntos con el mismo nombre, por lo que es necesario tener un registro de los puntos con su respectiva foto de manera de no tener problemas de comprensión con la tejedora. Después se le mandó a tejer prendas enteras donde la mejor forma de que entendiera era mostrándole un dibujo. En el caso de prendas que necesitaban medidas más específicas, como en los pantalones o tops, se le entregó un molde realizado por el estudiante para que siguiera la forma y medidas exactas.

Con respecto a la costurera también se le entregaron moldes para algunas piezas como el pantalón básico de lino. Para otras se le mostró una foto del modelo y se le otorgaron las medidas específicas.

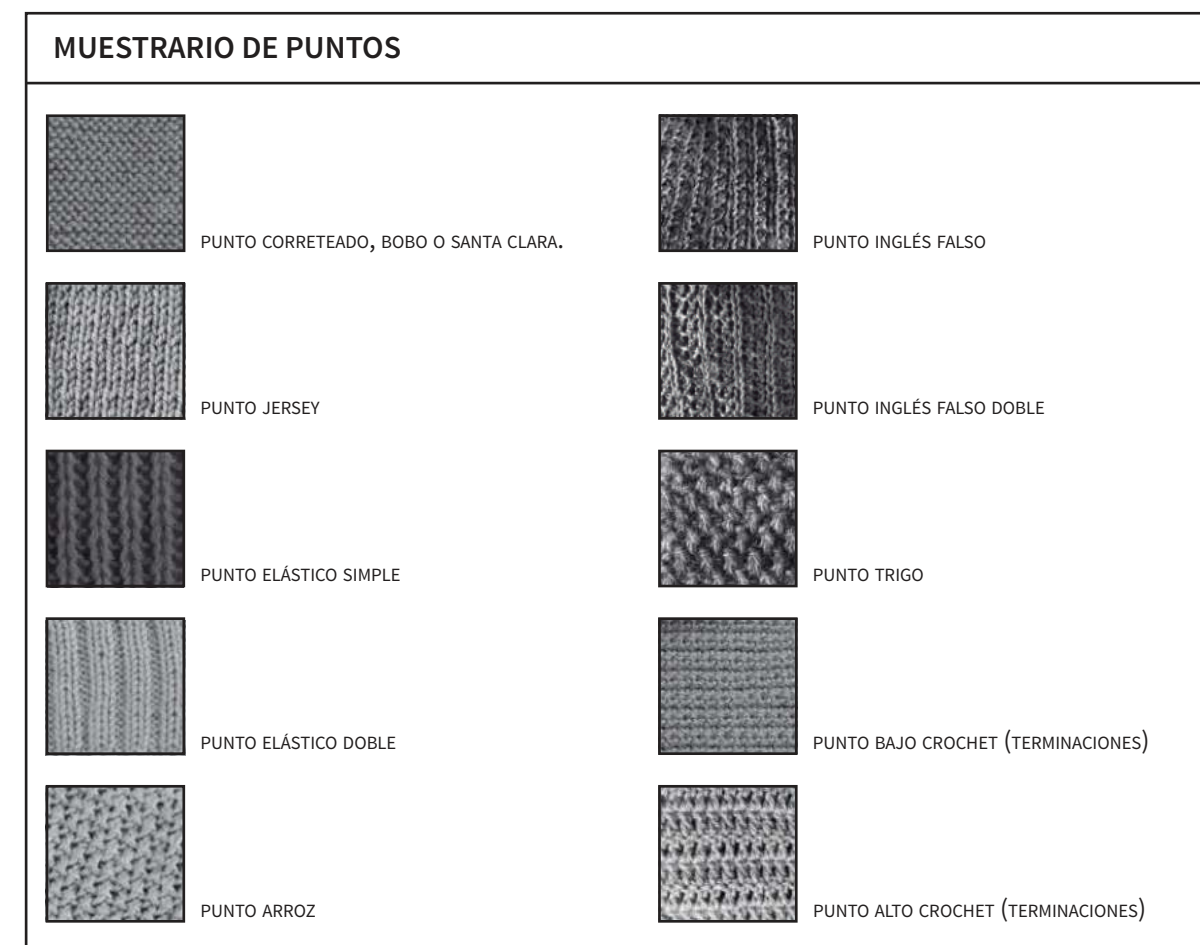
Trabajar con otras personas fue de gran ayuda para aprender a explicar cómo confeccionar las prendas, tener una pauta para hacer las fichas técnicas y saber que información es necesaria incluir en éstas.



María Cristina Cornejo, tejedora que ayudó en la confección.
Fotografías por Manuela Villanueva

9.2. FICHAS TÉCNICAS


Se realizó un muestrario con los puntos básicos. Además se ilustran dos ejemplos de las fichas técnicas: uno de una de las prendas más complejas y otro de una de las más simples.



FICHA TÉCNICA

Colección	Lenticelas
Modelo	TOP001

BOCETO

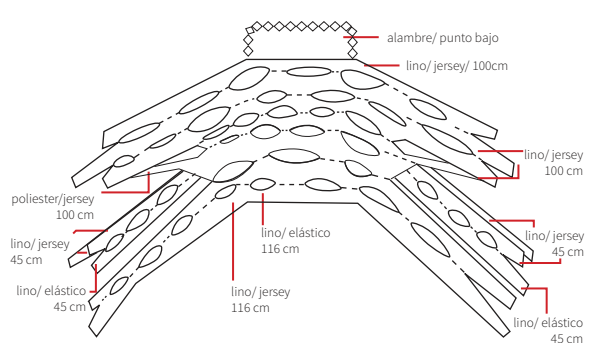


CUERPO						
material	color	cant. de tiras	cant. de puntos	nº palillo	punto	largo
lino	crudo	4	7	5	jersey	45 cm
lino	crudo	1	7	5	arroz	45 cm
lino	crudo	1	7	5	elástico	45 cm
lino	crudo	4	7	5	jersey	100 cm
lino	crudo	1	7	5	arroz	100 cm
lino	crudo	1	7	5	elástico	100 cm
lino	crudo	2	7	5	jersey	116 cm
lino	crudo	1	10	5	arroz	116 cm
lino	crudo	1	10	5	elástico	116 cm
poliéster (1h)	plateado	1	8	4	jersey	100 cm
poliéster (1h)	plateado	1	8	8	jersey	100 cm

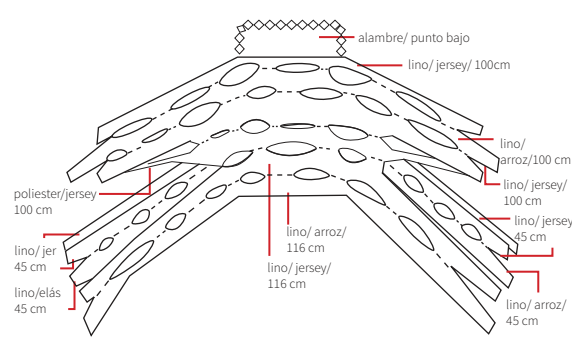
CUELLO						
alambre	cobre	0	Se sacan del borde del cuello con crochet	5	punto bajo	7 cm

DIBUJO GEOMETRAL

Delantero



Trasero



Material	Cantidad
Lino crudo	150 grms
Poliéster plateado (1 hebra)	80 mts
Alambre de cobre (0,5 mm)	60 mts

UNIONES Y TERMINACIONES

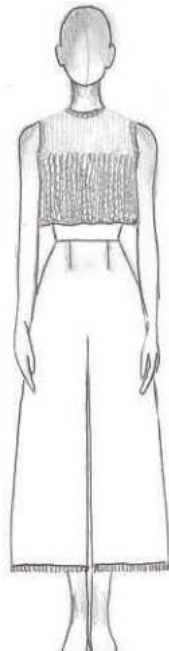
----- costura a mano

◇◇◇◇◇◇ guarda a crochet

FICHA TÉCNICA

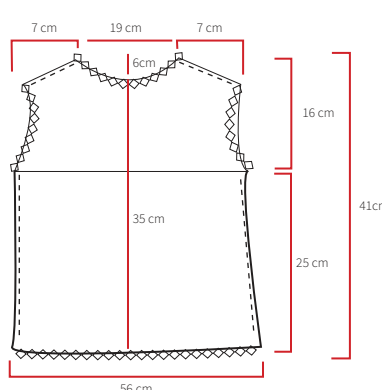
Colección	Lenticelas
Modelo	TOP003

BOCETO

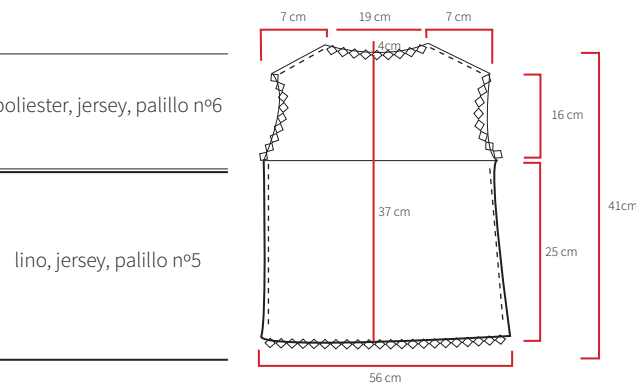


DIBUJO GEOMETRAL

Delantero



Trasero

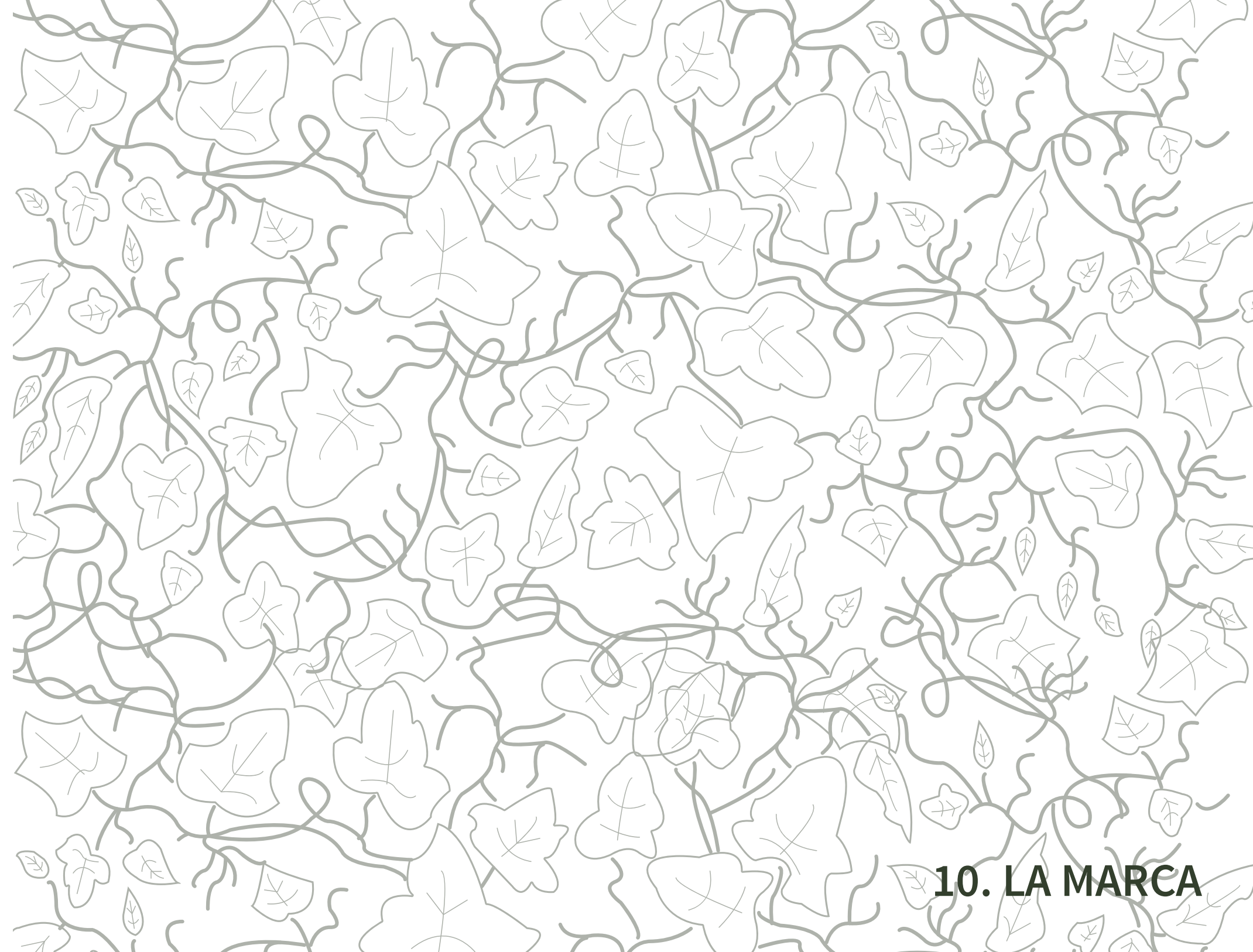


Material	Cantidad
Lino negro	70 grms
Poliéster dorado (3 hebras)	180 mts

UNIONES Y TERMINACIONES

----- costura a mano

◇◇◇◇◇◇ guarda a crochet



10. LA MARCA

10.1. IMAGEN DE MARCA

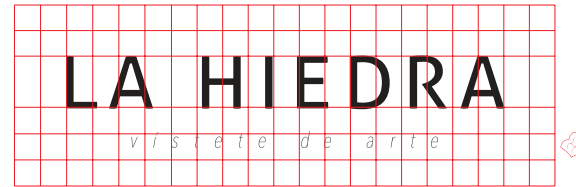
El nombre de la marca, La Hiedra, se asocia a la idea del tejido de punto de que a partir de la unión o entrelazamiento de fibras se crea un total. Además esta planta es muy versátil pues se puede adaptar a exteriores e interiores y a diferentes ambientes. La hiedra es una planta que se encuentre en espacios naturales y urbanos.

A través de la gráfica se pretende reflejar la intención de aplicar una técnica artesanal en productos modernos, la versatilidad de las prendas y el tejido de punto, y la inspiración en la naturaleza. Por esto se utilizó una tipografía sin serif y minimalista complementada con un isotipo flexible y más blando. A su vez se decidió crear una bajada para el nombre especificando que se trata de vestuario que tiene un carácter artístico y expresivo.

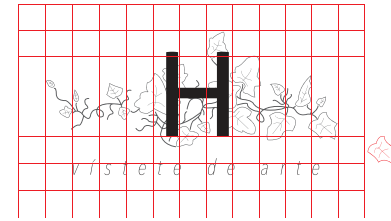
LOGO



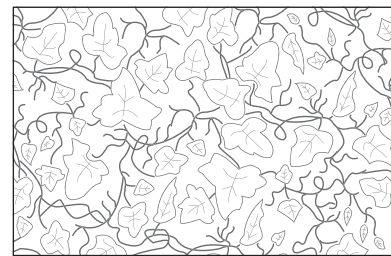
LOGOTIPO



ISOTIPO



Se utiliza como medida de referencia para las grillas.



El vector del isotipo se utiliza para superficies en diferentes aplicaciones.

TIPOGRAFÍA

Aller / regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789\$.#()*+/@_?![

Avenir Next Condensed / Ultra Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789\$.#()*+/@_?![

VARIACIONES EN LA TIPOGRAFÍA

LOGO

LA HIEDRA

LA HIEDRA

Separación: 200

Escala horizontal: 100%

Escala vertical: 100%

Se modificó la separación entre las palabras y entre las letras de la palabra La Hiedra. Se editó también cada letra por separado, con excepción la D, escalando su escala horizontal. En las letras A se modificó la cúspide interior.

PALETA DE COLORES

COLORES PRIMARIOS



C = 0

R = 28

M = 0

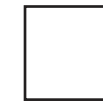
G = 28

Y = 0

B = 27

K = 100

#1C1C1B



C = 0

R = 255

M = 0

G = 255

Y = 0

B = 255

K = 0

#FFFFFF

COLORES SEGUNDARIOS



C = 69

R = 28

M = 50

G = 28

Y = 76

B = 27

K = 56

#3B442F



C = 20

R = 200

M = 40

G = 148

Y = 96

B = 27

K = 7

#C8941B

BAJADA LOGO

vístete de arte

v í s t e t e d e a r t e

Separación: 700

Escala horizontal: 100%

Escala vertical: 100%

Se intervino la separación entre las palabras y entre la d y la e.

BAJADA ISOTIPO

vístete de arte

v í s t e t e d e a r t e

Separación: 500

Escala horizontal: 100%

Escala vertical: 100%

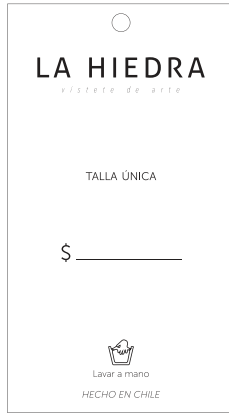
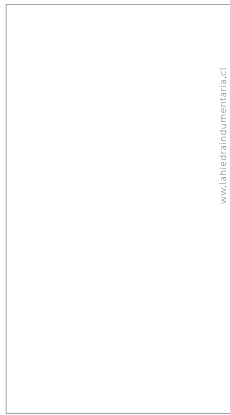
Se modificó la separación entre las palabras y entre la d y la e.

10.2. APLICACIONES MARCA

Con el fin de crear una gráfica coherente la imagen de marca se aplicó a diferentes productos complementarios. Así sumar valor a la marca, posicionarla en el mercado y generar un vínculo emocional con ésta y el producto.

HANG TAG

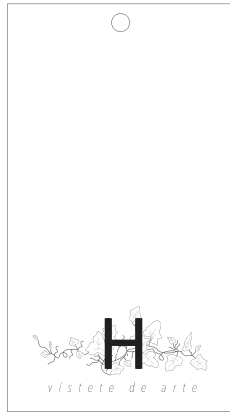
Etiqueta que cuelga de las prendas. Esta contiene el logo, precio e información necesaria acerca de la marca o productos.



9 cm

5 cm

Tiro y retiro de etiqueta impresa en papel.



9 cm

5 cm

Tiro de etiqueta impresa en papel vegetal o similar.



6,5 cm

3,5 cm

Tiro de etiqueta impresa en negro sobre papel negro y el logo en folia dorada.

ETIQUETAS DE ROPA

Se diseñaron dos tipos de etiquetas que se cosieron a las prendas. Una con el nombre de la marca, y otra que contiene la materialidad, las indicaciones de lavado y cuidado del producto. Dado que éste es muy delicado, esta etiqueta es de suma importancia y el usuario debe leerla, es por esto que se decidió cocerla junto con la etiqueta del logo.

Ambas son estampadas en crea de algodón y se cosieron a mano con la misma fibra de la pieza para que se note lo menos posible por el derecho de la prenda.



2 cm

7 cm



2 cm

7 cm

0,5 cm

0,5 cm



0,5 cm

4,5 cm

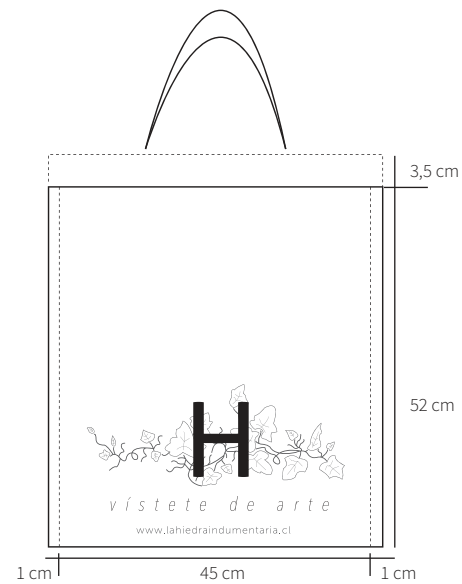
3 cm



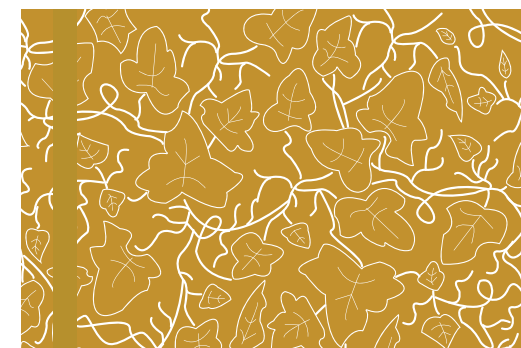
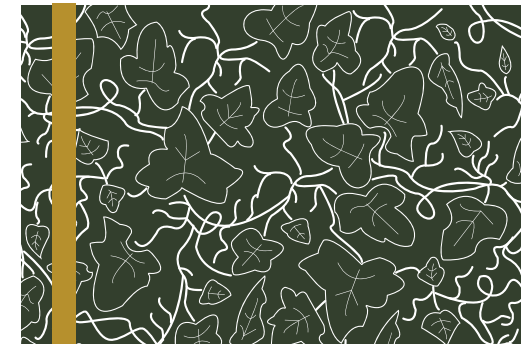
HECHO EN CHILE

PACKAGING

Se diseñó una bolsa reutilizable en crea de algodón. Los tirantes son tejidos de punto a partir de los restos de lana que sobraron de las prendas. Existen dos tamaños de packaging porque hay mucha diferencia entre los tamaños de las prendas.



TARJETAS DE PRESENTACIÓN



5,5 cm

8,5 cm





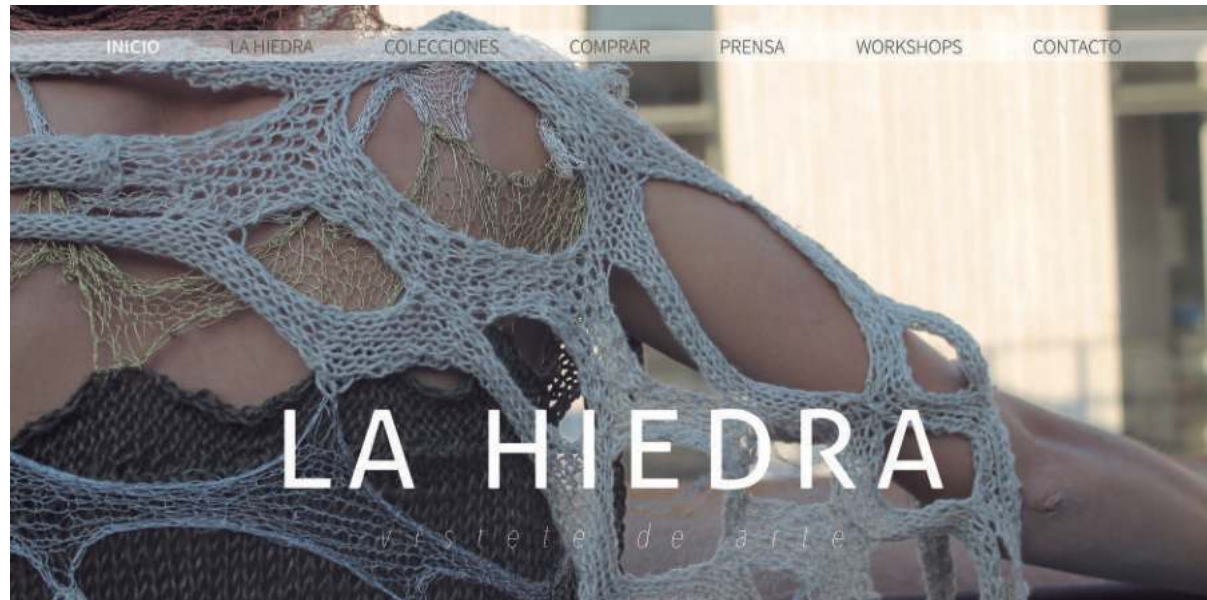
PÁGINA WEB

El sitio web de La Hiedra es uno de los principales medios de contacto con el cliente, por lo que ésta debe comunicar la identidad de la marca por medio de la gráfica. Para ello se definieron las siguientes tipografías y colores:

Source Sans Pro / Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789\$#()*+/@!~[]

Source Sans Pro / Semibold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789\$#()*+/@!~[]

			
C = 0	R = 255	C = 69	R = 28
M = 0	G = 255	M = 50	G = 28
Y = 0	B = 255	Y = 76	B = 27
K = 0		K = 56	
#FFFFFF		#3B442F	



www.lahiedraindumentaria.cl

REDES SOCIALES

Instagram y Facebook son las otras vías claves de comunicación con el cliente, por lo que también deben difundir la identidad de la marca y estar actualizándose constantemente a la par de la página web para mantener activa la marca.





11. PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA

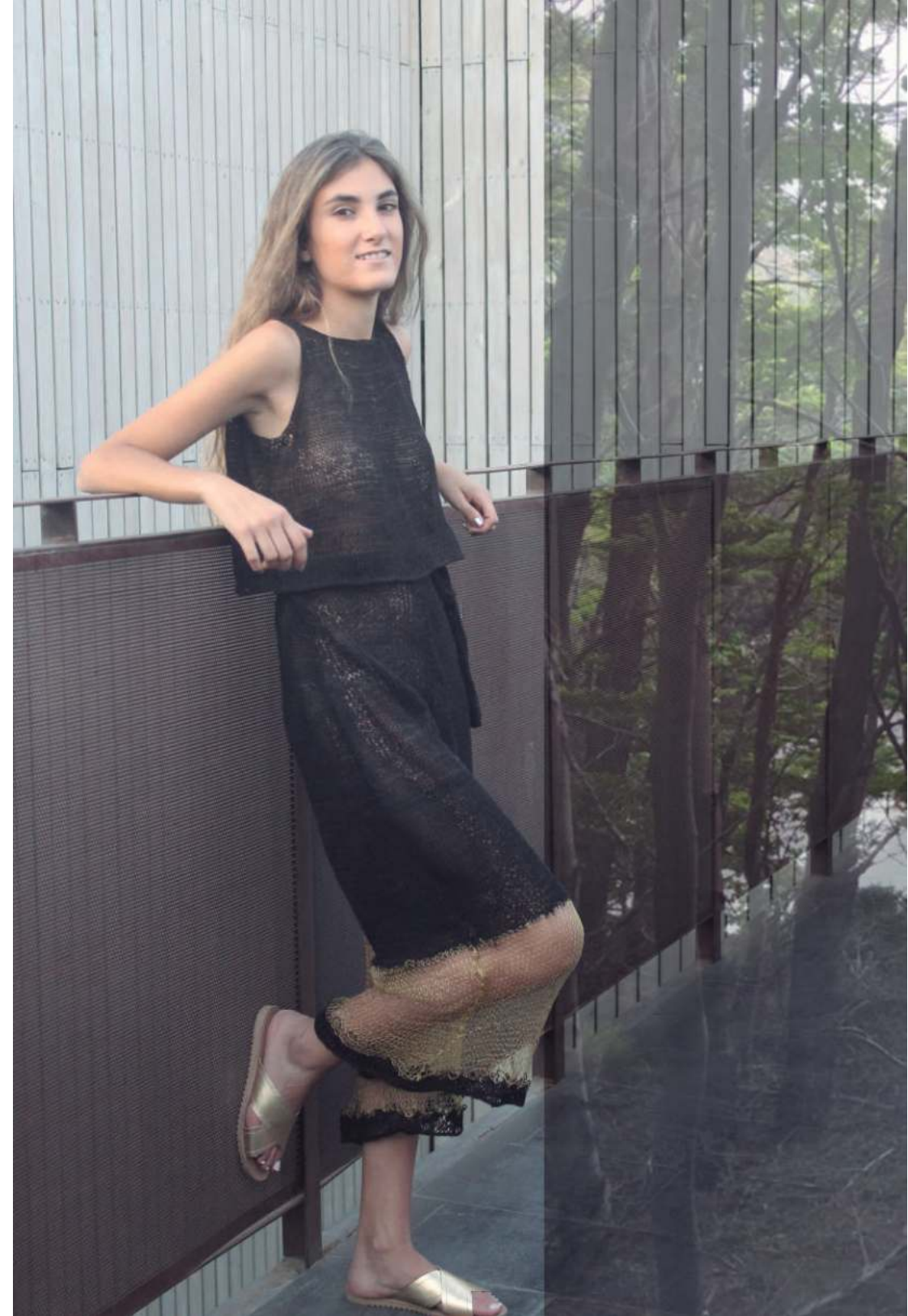
11.1. **CAMPANA FOTOGRÁFICA**

Fotos que transmiten el concepto e identidad de la marca. Se publican en la página web y en las redes sociales como Instagram y Facebook para dar a conocer la colección.

Fotografías: Magdalena Walker
Maquillaje: Manuela Villanueva
Diseños y producción: Manuela Villanueva
Modelo: María José Noguera







11.2. LOOKBOOK

Además de la campaña fotográfica se realizó un lookbook con las fotografías en un contexto neutro, de manera que el usuario pueda ver claramente las prendas. También se publican en la página web donde se pueden comprar online.

Fotografías: Manuela Villanueva
Maquillaje: Manuela Villanueva
Diseños y producción: Manuela Villanueva
Modelo: Sofía Quevedo









12. CONTEXTO Y USUARIO

12.1. CONTEXTO Y USUARIO

Debido a que una de las principales características del producto es la originalidad, se dirigirá a un público que busca la innovación en el vestir, dentro del cual se definió un usuario clave. Está inserto en un mundo globalizado atento a sus cambios y progresos, quiere probar experiencias y productos nuevos. Le gusta destacar por sobre la masa y verse diferente de los demás, por esto busca la exclusividad y se preocupa por el diseño de las prendas.

A continuación se detallan algunos de los aspectos formales y característicos del usuario ideal para la marca.

USUARIO IDEAL LA HIEDRA

>>El perfil del usuario está compuesto por mujeres que cuentan con alto poder adquisitivo dado a los elevados costos de producción y a que buscan propuestas diferentes de indumentaria creadas por marcas más pequeñas que les ofrezcan diseños únicos, que les permita expresar su individualidad en el vestuario y que trasciendan en el tiempo.

>> Prefieren comprar menos y más caro, pero que se les garantice que es un producto único, novedoso y que se puede mezclar con varios looks.

>> Se preocupan por lo estético y tienen cierta cercanía al mundo de las artes y el diseño.

>>Valoran el trabajo hecho a mano porque saben que no volverán a encontrar otro igual.

>> Suelen comprar a diseñadores nacionales y/o internacionales, ya que no son partidarias del retail o del vestuario en producción masiva.

>> Asisten frecuentemente a ferias de diseño, showrooms y pop ups. Les gusta informarse acerca de lo que sucede en el marco del diseño nacional.

>> Utilizan el vestuario para definirse a si mismas como alguien innovador, creativo y preocupado por lo estético.

>>Privilegian aquellos diseñadores que quieren realizar cambios en la indumentaria.



13. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

13.1. CANVAS

SEGMENTO DE CLIENTES

Mujeres que buscan la innovación en el vestir. Quieren propuestas diferentes de indumentaria creadas por marcas más pequeñas que les ofrezcan diseños únicos.

Están dispuestas a pagar un precio mayor por productos con estas características.

Se preocupan por lo estético y tienen cierta cercanía al mundo de las artes y el diseño. Valoran el trabajo hecho a mano y de los diseñadores nacionales.

No son partidarias del retail o del vestuario en producción masiva.

PROPUESTA DE VALOR

1. Carácter original y único de las prendas:

Las prendas de la marca son confeccionadas a partir del tejido de punto manual, técnica que se genera a partir de un solo hilo con el cuál se construye una tela. Ello permite crear superficies textiles con variadas formas, materiales, texturas, densidades y opacidades elaborando piezas expresivas, únicas y diferentes de lo que se ofrece en el mercado nacional de la indumentaria tejida.

2. Artesanía moderna:

Se diseñan productos modernos y contemporáneos a partir de una técnica artesanal y tradicional.

3. Versatilidad del producto:

Los productos son muy versátiles debido a que se pueden combinar con muchas prendas diferentes y según con lo que se combinen se pueden aplicar a diferentes contextos.

4. Colecciones atemporales:

Al ser prendas atemporales se pueden usar en cualquier época del año dependiendo de con que se complementen.

5. Ampliar ofertas de indumentaria:

Al crear indumentaria diferente de lo que se ofrece en el mercado nacional del tejido de punto manual, se potencia un campo escasamente desarrollado para un nicho exclusivo.

6. Diseño de autor chileno:

Se apoya y se suma a el trabajo de los diseñadores nacionales, generando además, una motivación para aquellos diseñadores que se cuestionan a sí mismos el éxito que pueden lograr en el país.

CANALES DE VENTA

Plataformas digitales

Página web:

Exhibe los productos a través de las producciones fotográficas realizadas para cada colección. Informa sobre la historia de la marca, la visión, su misión, los procesos productivos y las novedades. Además cuenta con medios de pago vía transferencia bancaria o web pay para la venta online con envíos a regiones.

Redes sociales:

Facebook e Instagram mantendrán atentos e informados a los clientes sobre las novedades de la marca, lanzamiento de colecciones, ventas, eventos, entre otros y así también estrechará una relación más cercana con el cliente.

Blogs de moda:

Plataformas digitales que exhiben proyectos jóvenes y nacionales, de diseño y moda tales como Moda Chile, Quintatrends y Viste La Calle.

Medios Impresos

Revistas:

Publicaciones en notas y reportajes de revistas de moda y diseño tales como: Ya, Paula, Mujer, entre otras para así captar la atención de las mujeres que están interesadas en nuevas propuestas de indumentaria.

Presenciales

Showrooms, Ferias de Diseño y Pop Ups:

Participar en estos eventos de manera de interactuar con el cliente y que éste pueda conocer más sobre la marca. Así también el diseñador puede captar las necesidades del cliente. Algunos ejemplos son: Raiz Diseño, Bazar Ed, Ropero Paula, y también ferias de artesanía como Expolana, Feria Textilera, entre otras.

RELACIÓN CON EL CLIENTE:

Cercanía y confianza:

Se busca crear una relación cercana con el cliente de modo que sienta la confianza para dar sus opiniones, críticas y se sienta parte de la marca.

ACTIVIDADES CLAVES:

Producción:

La manufactura de las prendas es la actividad clave principal.

Publicidad y Medios de Comunicación:

Intentar marcar presencia en publicaciones de revistas y blogs, hacer buenas producciones fotográficas, y estar constantemente actualizando la página web y las redes sociales para mantener informado al cliente sobre la novedades y actividades de la marca.

Showrooms, Ferias de Diseño y pops ups:

Participar permanentemente en este tipo de eventos para mantener la cercanía con el cliente y activa la marca.

Fomentar el apoyo al diseño de autor nacional.

SOCIOS CLAVES:***Lanas Meeh:***

Distribuidor en Chile de fibras provenientes de diferentes países de América principalmente y en menor cantidad de Europa. Las tiñen manualmente. En un futuro se considera la compra directa a algunos de sus proveedores.

Independencia:

Principal lugar donde se compran las telas para las prendas básicas.

Apográfica:

Lugar donde se estampa el packaging y las etiquetas.

Miplot:

Plotter donde se imprimen las aplicaciones gráficas de la marca.

Diseñadores de Autor:

Asociarse con otros diseñadores nacionales para realizar showrooms, arrendar locales en pops ups y ferias de diseño, como también compartir arriendo de taller de manera de abaratar costos y aunar esfuerzos.

RECURSOS CLAVES

Técnica de tejido de punto manual.

Fibras textiles para confeccionar los productos.

Computador.

Página web.

Redes sociales.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Materiales e insumos de fabricación.

Mano de obra.

Arriendo de local para pop ups, showrooms y ferias de diseño.

Marketing.

Página web (programador).

Producción de fotos.

Desfiles.

FUENTES DE INGRESO***¿Cómo se generan utilidades?***

En un comienzo se generarán ingresos con la venta directa de las prendas. Para ello durante el primer año se realizarán dos colecciones atemporales, una cada semestre, las que se darán a conocer en el formato de Pop Up (una para cada colección) y también se participará en dos ferias de diseño (una para cada colección). Además se venderán las prendas vía online a través de la página web y lo que sobra se venderá en showrooms junto con otros diseñadores nacionales o con las siguientes colecciones. Así también se pretende ir introduciendo algunas prendas fuera del lanzamiento de cada colección de manera de mantener la marca activa en el mercado.

Después de tres años aproximadamente, considerando el avance de la marca se estima el arriendo de un taller compartido con dos diseñadores nacionales para confeccionar y vender. También se organizarán workshops de tejido de punto para generar un mayor entusiasmo en cuanto a ésta técnica y obtener más ganancias.

¿Cómo se financia el proyecto?

Para comenzar se postulará a diferentes fondos concursables con el fin de financiar el primer año del proyecto.

>> Capital Semilla (CORFO)

>> The S Factory (CORFO)

>> Brain Chile (Universidad Católica y Banco Santander)

>> Programa Yo Emprendo (Fosis)

>> Capital Abeja (SERCOTEC)

Si no se logra obtener estos fondos se solicitará un crédito o sociocapitalista.

13.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO
<p>PUNTOS DE VENTA: Pops Ups Ferias de Diseño Showrooms Internet</p> <p>PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Participaciones en eventos Producciones de moda y fotos Página web Redes sociales</p> <p>PRODUCCIÓN: A escala menor.</p>	<p>PUNTOS DE VENTA: Pops Ups Ferias de Diseño Showrooms Internet</p> <p>PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Participaciones en eventos Producciones de moda y fotos Desfiles Página web Redes sociales Prensa</p> <p>PRODUCCIÓN: En aumento</p>	<p>PUNTOS DE VENTA: Taller/ tienda Ferias de diseño Internet</p> <p>PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Participaciones en eventos Producciones de moda y fotos Workshops de tejido de punto Desfiles Página web Redes sociales Prensa</p> <p>PRODUCCIÓN: En aumento</p>

13.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

13.3.1. COSTOS

Costo materiales

FIBRAS	PRECIO
Lino	\$ 5.000 x 100 grms
Lana de oveja	\$ 3.500 x 100 grms
Poliéster	\$2.750 x 40 mts
nylon - acrílico	\$3.500 x 100 grms
algodón - rayón	\$4.000 x 100 grms
alambre cobre	\$2.200 x 50 mts

TELAS	PRECIO x metro ²
Lino	\$3.300
Tul	\$850
Latex	\$2.850
Algodón Lycra	\$3.250
Terciopelo	\$3.550

OTROS INSUMOS	PRECIO x unidad
palillos	\$1.800
cierre invisible 12cm	\$150
Cono de hilo	\$1.000
elástico (8cm)/ (1m)	\$2.000

Costo Identidad de Marca

MARCA	PRECIO x unidad
Han tag	\$85
etiqueta	\$50
Packaging chico	\$4500
Packaging grande	\$5.000

Costo mano de obra

Las prendas confeccionadas tienen diferentes grados de dificultad, por lo que el costo de mano de obra va a depender de eso, donde se llega a un acuerdo mutuo entre diseñador y/o tejedora o costurera.

13.2.1. FIJACIÓN DE PRECIOS



TOP001

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
Lino	100 grms	5.000	5.000
Poliéster	80 mts	2.750	5.500
Alambre de cobre	60 mts	2.200	2.400
manufactura	1	-	13.500
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4500	4.500
TOTAL			31.185
Ganancia			19.990
Precio neto			51.185
IVA (19%)			9.725
PRECIO FINAL			60.900



TOP002

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
Terciopelo	20cm ²	3.550	710
nylon - acrílico (2 h)	50 grms	3.500	1.750
manufactura	1	-	18.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4500	4.500
TOTAL			25.245
Ganancia			20.059
Precio neto			45.245
IVA			8.596
PRECIO FINAL			53.900



TOP003

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
Lino	80 grms	5.000	4.000
nylon - acrílico (2h)	30 grms	3.500	1050
manufactura	1	-	6.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4500	4.500
TOTAL			15.572
Ganancia			18.000
Precio neto			33.835
IVA			6.428
PRECIO FINAL			40.000



VEST001

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
lino	500 grms	5000	25.000
poliéster	80 mts	2.750	5.500
manufactura	1	-	12.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4500	4.500
TOTAL			47.285
Ganancia			21.931
Precio neto			69.285
IVA			14.784
PRECIO FINAL			82.000



VEST002

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
rayón - algodón - cinta	700grms	4.000	28.000
nylon - acrílico (2h)	65 grms	3.500	2.275
manufactura	1	-	25.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4500	4.500
TOTAL			60.060
Ganancia			36.990
Precio neto			97.069
IVA			18.441
PRECIO FINAL			115.500



FAL001

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
lino	650grms	5.000	32.500
nylon - acrílico (5 h)	60 grms	3.500	2.100
manufactura	1	-	15.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging grande	1	5.000	5.000
TOTAL			54.885
Ganancia			25.864
Precio neto			80.272
IVA			15.251
PRECIO FINAL			100.000



PAN001

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
Lino	500 grms	5.000	25.000
nylon - acrílico (1h)	40 grms	3.500	1.400
manufactura	1	-	20.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4500	4.500
TOTAL			51.185
Ganancia			22.000
Precio neto			73.185
IVA			13.905
PRECIO FINAL			87.090



CHL001

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
Lino	40 grms	5.000	2.000
Poliéster	80 mts	2.750	5.500
lana de oveja	550 grms	3.500	19.250
manufactura	1	-	16.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging grande	1	5.000	5.000
		TOTAL	48.035
		Ganancia	19.939
		Precio neto	68.035
		IVA (19%)	12.926
		PRECIO FINAL	80.900



CHL002

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
Lino	20 grms	5.000	1.000
rayón - algodón	120 mts	4.000	4.800
lana de oveja	100 grms	3.500	3.500
manufactura	1	-	8.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4.500	4.500
		TOTAL	22.085
		Ganancia	19.919
		Precio neto	42.085
		IVA (19%)	7.996
		PRECIO FINAL	50.000



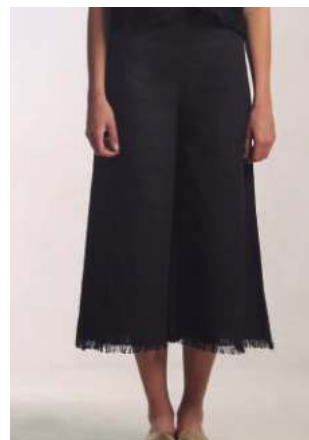
BASF001

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
tul	20mts ²	850	17.000
algodón lycra	50 mts ²	3.500	1.625
elástico	1m	2.000	2.000
manufactura	1	-	15.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging grande	1	5.000	5.000
		TOTAL	40.910
		Ganancia	22.036
		Precio neto	62.910
		IVA	11.952
		PRECIO FINAL	74.900



BAST001

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
Lino	100 grms	5.000	5.000
manufactura	1	-	7.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4500	4.500
		TOTAL	16.785
		Ganancia	15.076
		Precio neto	31.785
		IVA	6.039z
		PRECIO FINAL	37.800



BASP001

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
lino	1,5mts ²	3.300	4.950
cierre invisible	1	150	150
manufactura	1	-	18.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4.500	4.500
TOTAL			27.885
Ganancia			20.017
Precio neto			47.885
IVA			9.098
PRECIO FINAL			57.000

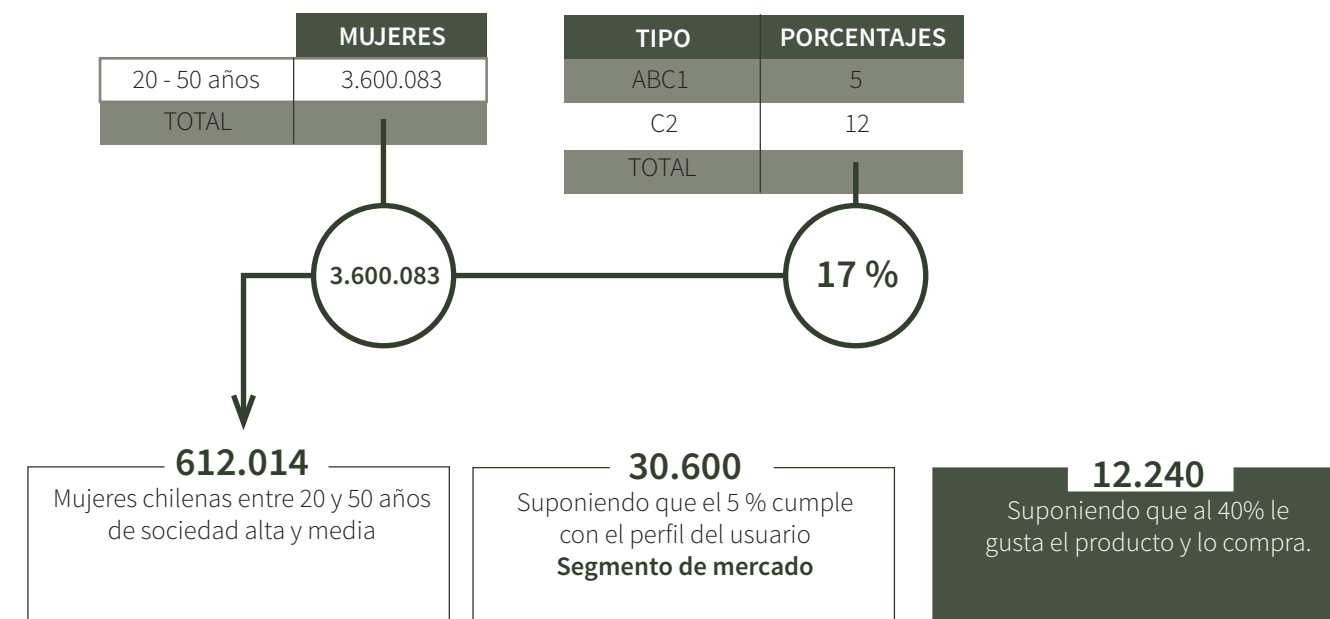


BAST002

MATERIAL	CANTIDAD	\$ UNITARIO	\$ TOTAL
latex dorado	30cm ²	2.850	855
manufactura	1	-	8.000
etiquetas	2	50	200
hantag	1	85	85
Packaging chico	1	4500	4.500
TOTAL			13.640
Ganancia			5.629
Precio neto			19.640
IVA			3.731
PRECIO FINAL			23.000

13.3.3. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Tamaño de mercado



Cantidad a producir por año

Esta estimación se realiza considerando que durante el primer año se asistirá a dos pops ups y a dos ferias de diseño. Además se venderá en showrooms y vía internet, y que la tasa de crecimiento será de un 20% anual.

Cuando se llegue a una producción de 500 prendas se pretende fijar la producción dado que según el perfil de la marca no hay intención de ingresar a un mercado masivo. Cuando esto suceda se obtendrán ganancias a través de la introducción de prendas más exclusivas con un mayor valor.

AÑO	CANTIDAD
año 1	108
año 2	130
año 3	156
año 4	187
año 5	224
año 6	269

13.3.4. ESTADO DE RESULTADOS

En la tabla a continuación se muestra de forma detallada los ingresos de la hiedra durante un período de seis años.

Según la fijación de precios y la estimación de la demanda se calcula un promedio de las ganancias, de los costos operacionales y de los costos fijos por año.

Además a partir del tercer año se introducen workshop de tejido de punto el que le otorga un valor agregado a la marca y genera más utilidades. Para este se considera que la cantidad de alumnas aumenta progresivamente hasta un tope de 24 cupos (4 grupos de 6 alumnas).

El precio promedio de las prendas aumenta progresivamente en un 2% a partir desde el cuarto año debido a que la marca ya estará más posicionada en el mercado y se realizarán prendas más exclusivas dentro de las colecciones a las cuales se les asigna un mayor valor.

Con respecto a las utilidades los resultados son positivos, pues desde el primer año se obtienen ganancias y éstas aumentan progresivamente.

		1ºAÑO	2ºAÑO	3ºAÑO	4ºAÑO	5ºAÑO	6ºAÑO
Ingresos por venta	Línea de colección	7.169.455	\$8.603.346	\$10.324.016	\$12.690.432	\$15.676.416	\$19.349.176
	workshop	-	-	4.800.000	\$7.200.000	8.160.000	\$9.600.000
TOTAL INGRESOS		\$7.169.455	\$8.603.346	\$15.124.016	\$19.890.432	\$23.836.416	\$28.949.176

Costos operacionales	Materiales	\$-1.743.078	\$-2.091.694	\$-2.510.033	\$-3.012.040	\$-3.614.447	\$-4.337.337
	Mano de obra	\$-1.507.846	\$-1.809.415	\$-2.171.298	\$-2.605.558	\$-3.126.670	\$-3.752.004
	Insumos de confección	-35.000	\$-42.000	\$-50.400	\$-60.480	\$72.576	\$-87.091
	Productos gráficos	\$-529.242	\$-635.090	\$-762.108	\$-914.529	\$-1.097.435	\$-1.316.922
TOTAL COSTOS OPERACIONALES		\$-3.745.166	\$-4.578.199	\$-5.393.039	\$-6.592.607	\$-7.765.977	\$-9.493.354

Costos no operacionales	Pop Ups	-400.000	-400.000	-	-	-	-
	Stand ferias de diseño	-1.180.000	-1.180.000	-580.000	-580.000	-580.000	-580.000
	Arriendo taller/ tienda	-	-	-1.666.666	-1.666.666	-1.666.666	-1.666.666
	Gastos taller/ tienda	-	-	-150.000	-150.000	-150.000	-150.000
	Gastos administrativos taller/ tienda	-	-	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000
	Publicidad y medios comunicación	-600.000	-500.000	-750.00	-750.000	-750.00	-750.00
	Gastos workshop	-	-	\$-348.000	\$-448.000	\$-488.000	\$-548.000
TOTAL COSTOS OPERACIONALES		\$-2.180.000	\$-2.080.000	\$-3.794.666	\$-3.894.666	\$-3.934.666	\$-3.994.666

UTILIDADES ANTES DE IMPUESTO	\$1.244.289	\$1.945.147	\$5.936.310	\$9.403.159	\$12.135.773	\$15.461.156
-------------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------

IMPUESTO (25%)	\$-311.072	\$-486.287	\$-1.484.078	\$-2.350.790	\$-3.033.943	\$-3.865.289
-----------------------	-------------------	-------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

UTILIDAD DESPUES IMPUESTO	\$933.217	\$1.458.860	\$4.452.233	\$7.052.369	\$9.101.830	\$11.595.867
----------------------------------	------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------

14. CONCLUSIÓN PERSONAL

La realización de este proyecto es el resultado de un exhaustivo proceso de investigación y experimentación que se concretó en una colección de indumentaria. Como se mencionó en las motivaciones personales el tejido de punto, diseñar y confeccionar ropa, y todo lo relacionado con el textil es algo que me apasiona. Por esto siempre quise enfocar mi proyecto de título en algo relacionado con esta temática. Estoy muy satisfecha y agradecida de la oportunidad que me dio esta instancia para trabajar sobre ello.

En relación con la innovación y originalidad que se propone en el proyecto siento que la universidad es el momento donde uno se puede dar la libertad para realizar proyectos distintos, reto que quería abordar en mi último proyecto universitario.

A pesar de las ganas de crear productos novedosos esto fue un gran desafío, principalmente porque fue muy difícil encontrar la inspiración en un período de tiempo tan reducido donde se requiere mucha experimentación. Además me costó mucho lograr un equilibrio entre la propuesta de prendas expresivas y diferentes, y que a la vez se puedan usar y vender. Cabe mencionar que fue un trabajo muy exigente en horas-hombres debido a lo lento de la confección manual,

y a pesar de que se obtuvo ayuda la mayoría de las prendas fueron realizadas por mí lo que fue muy demandante pero me sirvió para aprender de los procesos y tiempos en el negocio.

Lo que más me motivó fue trabajar con el tejido de punto, experimentar con éste y ver la cantidad de resultados a los que se puede llegar concretando propuestas diferentes.

Fue satisfactorio verificar que el proyecto era factible de implementar y sustentable en el tiempo. Además en cuanto al marco nacional del tejido de punto falta mucho por hacer, no existe variedad de propuestas por lo que la oferta es limitada. Sin embargo esto es una oportunidad para el futuro cercano de mi proyecto.

Estoy muy agradecida de concretar un proyecto como éste, que a pesar de los desafíos y las demandas que me presentó gocé realizándolo. Espero seguir dedicándome a esto y continuar aprendiendo de las infinitas posibilidades que tiene el diseño textil.

15.1. RECORRIDO DE DISEÑOS DE AUTOR DE PUNTO EN CHILE

15.1.1. PRENDAS OVERSIZE Y UNISEX

A de antonio



Observaciones

- >> Trabaja con fibras ligeras y que se traslucen.
- >> Utiliza colores muy neutros, casi puro negro.
- >> Incorpora tela a algunos de sus tejidos.
- >> Prendas unisex, oversize y holgadas.
- >> Materiales: lino, algodón, merino y rayón principalmente.

Foco:

Formas simples, holgadas y con materiales nobles. Su enfoque está en crear prendas oversize y unisex.

15.1.2. COLORES

El Trato



Observaciones

- >> Tejidos a maquina semi- industrial.
- >> La mayoría son piezas cuadradas y simples.
- >> Gran variedad de colores (bloques.)
- >> Repiten formas exactas en diferentes colecciones pero con otros colores según la estación del año.
- >> Materiales: Alpaca, lana merino, algodón y viscosa.

Foco:

El foco de El Trato está en buscar una gama de colores y hacer prendas con bloques de éstos a partir de formas cuadradas.

Ropa de género



Observaciones

- >> Prendas muy coloridas.
- >> Marcan las partes de la estructura de la prenda con diferentes colores.
- >> Incorporan otros elementos textiles a sus chalecos como cintas y bordados.
- >> Repiten formas en sus diferentes colecciones.
- >> Algodón, lana merino, viscosa y rayón.

Foco:

Hacer prendas muy coloridas y lúdicas. Marcar con los diferentes colores la estructura de la prenda.

15.1.3. TEXTURAS

Savia



Observaciones

- >> Prefiere los materiales nobles y tintes naturales, mano de obra y materia prima local, procesos artesanales y producción a baja escala. Alpaca y lana de oveja principalmente.
- >> Formas cuadradas y simples con texturas.
- >> Colores más neutros y naturales (tintes naturales).

Foco:

Su foco está en las texturas y reflejar lo natural por medio de los colores.

Gaviota



Observaciones

- >> Sus tejidos son de colores neutros.
- >> A algunos se le agregan bordados coloridos.
- >> Tejen solamente chalecos
- >> Materiales: Algodón, alpaca y lana merino principalmente.

Foco:

Su foco está en la textura, ya sea por medio de bordados o por puntos tejidos.

Carmen Eva



Observaciones

- >> A través de técnicas textiles ancestrales crea piezas inspiradas en la naturaleza.
- >> Diseña prendas y accesorios.
- >> Materiales: lanas de oveja, alpaca, sedas, linos y algodones.

Foco:

Su foco está en crear diseños con texturas.

15.1.4. REFLEJAR LO ARTESANAL

Lemoutonvert

Observaciones

- >> Producidos en Puerto Natales y exclusivamente con fibras propias de este lugar. Principalmente alpaca y lana de oveja.
- >> Generalmente son formas cuadradas y con manga reglan.
- >> Colores naturales de la lana.
- >> Quieren que sus prendas reflejen que son elaboradas manualmente.

Foco:

Que su producto refleje que es 100% artesanal.

Pepa Pituca

Observaciones

- >> Boutique de tejidos y accesorios textiles hechos a mano.
- >> La mayoría son ponchos, chalecos, ruanas o pieceras con formas cuadradas.

Foco:

Su foco está en crear prendas artesanales con colores y texturas.

15.1.5. ABSTRACCIÓN DE UN CONCEPTO

Daniela Acuña Lang: Arte Origen

Observaciones

- >> Revaloriza el diseño de autor con técnicas andinas y Latinoamericanas a través de los textiles antiguos.
- >> Se basa en artesanías de diferentes culturas para sus diseños.
- >> Materiales nobles y reciclados.
- >> Comunicar el origen de sus materiales reciclados.

Foco:

La forma son abstracciones de las prendas que usaban las civilizaciones de donde provienen estos retazos. Formas como abstracción de un concepto.

Lupe Gajardo

Observaciones

- >> Comunicar el concepto de la colección con las prendas.
- >> Experimentación textil.
- >> Formas unisex y oversize.
- >> Confeccionados manualmente y en Chile.

Foco:

Prendas que más allá de la forma comuniquen el concepto de su colección. El total como abstracción de un concepto y experimentación textil.

15.1.6. DISEÑO LIMPIO Y CLÁSICO

Sisa

Observaciones

- >> Utiliza colores sobrios y juega con bloques de colores
- >> Generalmente formas cuadradas y tubos.
- >> Tallas únicas.
- >> Confecciona dentro de Chile y Latinoamérica.

Foco:

Su foco está en un diseño clásico, elegante y limpio. Formas ajustadas que resalten la silueta de la mujer. Se deja guiar por las formas de moldaje, que se usan para las telas.

La Joya

Observaciones

- >> Principalmente chalecos y ponchos.
- >> Juega con transparencias.
- >> Colores neutro.
- >> Materiales naturales: Lana, lino, alpaca e hilo de cobre.

Foco:

Su foco está en un diseño clásico, elegante y limpio. Formas ajustadas que resalten la silueta de la mujer.

15.1.7. MATERIALES Y TÉCNICAS

Octavio Pizarro

Observaciones

- >> Moda Pret a Porter y accesorios.
- >> La mezcla de alpaca con lana, mohair y angora es el sello de la marca.
- >> Le gusta jugar con el contraste entre materiales y técnicas.

Foco:

Su foco está en los materiales y técnicas. Busca la mezcla de lo extremo.

Patricia Barrera

Observaciones

- >> Materiales nobles: hilos de seda y lana además de cobre y bronce para las joyas que adornan las prendas.
- >> Mezcla el tejido de punto con telas como cuero de cabrito, oveja y gamuza.
- >> Cuenta con un equipo de artesanas costureras que trabajan a mano cada una de las piezas, en la localidad de Rosario en la Sexta Región.

Foco:

Su foco está en mezclar materiales y técnicas.

Mercado Moderno

Observaciones

- >> Rescata técnicas y elementos tradicionales.
- >> Materiales: lino, algodón, lana de oveja, alpaca, fibras de cobre y aluminio.
- >> Utiliza distintos grosores de tejido de punto en una misma prenda.
- >> Mezcla materiales en una misma prenda como alpaca e hilo de aluminio.

Foco:

Su foco está en mezclar diferentes materiales, volúmenes y texturas en una misma prenda.

BIBLIOGRAFÍAS

LIBROS

Bronwyn, C. (2005). Historia de la moda : desde Egipto hasta nuestros días. Barcelona, España: GG Moda Gustavo Gilli.

Brown, C. (2013). Diseño de Prendas de Punto (Peter Jones ed). Barcelona, España: Art Blume, S.L.

Brown, S. (2010). Eco Fashion, moda con conciencia ecológica y social. Barcelona, España: Art Blume, S.L.

Clive, Johnston, H. (2010). Telas para moda : guía de fibras naturales. Barcelona, España: Art Blume, S.L..

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2014). Mapeo de las industrias creativas en Chile, caracterización y dimensionado. Santiago, Chile: Publicaciones Cultura. Aspillaga Fariña, Alejandra.

Sissons , J. (2011). Manuales de diseño de moda: Prendas de punto. Barcelona, España: Gustavo Gilli GG.

Udale , J. (2008). Manuales de diseño de moda: Diseño textil, tejidos y técnicas. Barcelona, España: Gustavo Gilli GG.

LIBROS ELECTRÓNICOS

Norma, H. (2015). Introducción a los textiles. Rescatado el 28 de mayo de 2016 desde http://librosya.com/manualidades/introduccion-a-los-textiles/.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

Baltanás, G., Cugniet, L. Y Fourcade, V. (2014) Tejido de punto a máquina: Agujas y máquinas. Buenos Aires, Argentina.Rescatado el 16 de mayo de 2016 desde http://cursos.fadu.uba.ar/apuntes/Indumentaria%20I/unidad%20practica%20n%20%201/4%20a-%20Tejido%20de%20punto%20a%20maquina%20agujas%20y%20maquinas.pdf.

Chapasanz, C. (2012). Antecedentes historicos de tejido de punto. Rescatado el 6 de mayo de 2016 desde http://www.buenastareas.com/ensayos/Antecedentes-Historicos-De-Tejido-De-Punto/3587030.html

Departamento de estudio cámara de comercio de santiago,. (2016). Tendencia del Retail en Chile. Rescatado el 25 de mayo desde https://www.ccs.cl/prensa/2016/01/tendencias_retail_2016_WEB.PDF

Gavilán, B. (2015). Tejido de punto. Rescatado el 10 de mayo de 2016 desde http://es.slideshare.net/bladimirgavilan/tejido-punto.

Montero Martínez, A. (2012). Punto por urdimbre: Trabajo para materiales. (1st ed.). Rescatado el 25 de abril de 2016 desde https://prezi.com/mw2wawlw-thhe/punto-por-urdimbre/

Rivera, M. (2016). Introducción a los procesos textiles. Rescatado el 22 de abril de 2016 desde http://es.slideshare.net/mariadprivera/introduccin-a-los-procesos-textiles.

Ruiz, L. (2014). Cuadernillos textiles (fibras). Rescatado el 28 de abril desde http://es.slideshare.net/laia-Ruiz/cuadernillo-textiles-fibras.

SITIOS WEB

Alana Clifton (2014). Alana Clifton-Cunningham. UTS. Rescatado desde http://www.uts.edu.au/staff/alana.clifton.

Busca Biografías. (1999). Joseph Alois Schumpeter - Joseph Schumpeter . Busca Biografías . Rescatado desde http://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/5811/Joseph%20Alois%20Schumpeter%20-%20Joseph%20Schumpeter

Cespedes Moreno, A. (2008). Tipo de Tejidos . Blogspot . Rescatado desde http://textilesytiposdetejidos.blogspot.cl/2008/02/textiles-y-tipos-de-tejidos.html.

Fibras Andinas. Rescatado desde http://www.fibrasandinas.com/.

Mejor con salud. (2006). Lana terapia: Los grandes beneficios para la salud de tejer a mano. Mejor con Salud Rescatado desde http://mejorconsalud.com/lanaterapia-beneficios-salud-tejer-a-mano/.

MYPE. (2006). ¿Qué es innovar?. MYPE Ministerio de Economía de el Salvador. Rescatado desde http://www.imype.net/informacion/que-es-innovar.aspx

Naulover. (2006). Naulover 1957. Naulover. Rescatado desde http://www.naulover.com/es/noticias/la_historia_que_se_esconde_detraos_de_nuestras_chaquetas_de_punto.

PUBLICACIONES DIGITALES

Homenaje al Cashmere. (2015). Revista Mujer. Rescatado desde http://www.revistamujer.cl/2015/05/17/01/contenido/homenaje-al-cashmere.shtml/

Tejidos dramáticos. (2016). Revista Mujer. Rescatado desde http://www.revistamujer.cl/2016/04/18/01/contenido/tejidos-dramaticos.shtml/

El imperio del retail. (2011). Revista Paula. Rescatado desde http://www.paula.cl/reportajes-y-entrevistas/reportajes/el-imperio-del-retail/

Second Skin: Exploring Perceptions of Contemporary Knitting. (2016). Redobjects.unsw.edu.au. Rescatado desde http://redobjects.unsw.edu.au/research/post-

graduate/second-skin-exploring-perceptions-of-contemporary-knitting/

Lana terapia, la actividad que promueve la creatividad y eleva la autoestima. (2015). Emol. Rescatado desde http://www.emol.com/noticias/Tendencias/2015/04/11/741720/Lanaterapia-la-actividad-que-promueve-la-creatividad-y-eleva-la-autoestima.html

Chile mantiene segundo lugar en índice global de desarrollo del retail. (2013). Eeuchile. Rescatado desde http://www.eeuchile.cl/2013/07/18/chile-mantiene-segundo-lugar-en-indice-global-de-desarrollo-del-retail/

EyN: Chilenos compran 27 prendas de ropa y zapatos en slo doce meses. (2016). Economiaynegocios.cl. Rescatado desde http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=107320

TÍTULOS

Toro, M. (2015). La Hilandería. Tesis (diseñador). Pontifica Universidad Católica de Chile, Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos, Santiago, Chile.

