




Artículo Científico

Moda Sostenible: Implementación del Patronaje Zero Waste como Método Central en el Proceso de Diseño

Sustainable fashion: implementation of zero waste pattern making as a central method in the design process

Helen Noemí Balseca Bolaños¹ , Fanny Gabriela Fray López² ,
Oscar Antonio Martínez Ramón³ 

¹ Instituto Superior Tecnológico San Antonio, helenoemi@hotmail.com

² Instituto Superior Tecnológico San Antonio, gfray@tesa.edu.ec

³ Instituto Superior Tecnológico San Antonio, amartinez@tesa.edu.ec

Autor para correspondencia: gfray@tesa.edu.ec

Derechos de Autor

Los originales publicados en las ediciones electrónicas bajo derechos de primera publicación de la revista son del Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui, por ello, es necesario citar la procedencia en cualquier reproducción parcial o total. Todos los contenidos de la revista electrónica se distribuyen bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Citas

Fray López, F., Balseca Bolaños, H., & Martínez Ramón, O. (2025). Moda Sostenible: Implementación del Patronaje Zero Waste como Método Central en el Proceso de Diseño. *CONECTIVIDAD*, 6(2). <https://doi.org/10.37431/conectividad.v6i2.322>

RESUMEN

El presente trabajo describe el desarrollo de una colección masculina para la marca “SURVEY” para la temporada otoño-invierno 2024, centrada en la implementación del patronaje zero waste como estrategia clave en el diseño, con la finalidad de minimizar la generación de residuos durante la creación de las prendas, al tiempo que se promueve la moda sostenible. La investigación incluyó un estudio a través de una encuesta, de las necesidades y preferencias de moda masculina de los diseñadores de interiores que pertenecen a la empresa DISTRICT, para quienes se desarrolló la colección de prendas. El proceso de creación de la colección abarcó desde la transformación y prototipado del patronaje, hasta la producción final de las prendas garantizando la calidad de los materiales y manteniendo un enfoque sostenible para minimizar la generación de residuos. De igual manera, se incorporaron las observaciones y sugerencias de los colaboradores de la empresa DISTRIC, para implementar ajustes y mejoras. Este proyecto no solo se centra en la creación de la colección, sino también,

fomentar prácticas sostenibles en la industria textil y aprovechar los datos obtenidos para mejorar tanto la colección actual como futuros proyectos de la marca “SURVEY”.

Palabras clave: Moda Sostenible; patronaje zero waste; industria textil; prácticas sostenibles.

ABSTRACT

This paper describes the development of a men’s collection for the brand “SURVEY” for the fall-winter 2024 season, focused on the implementation of zero-waste pattern making as a key strategy in the design, to minimize the generation of waste during the creation of garments, while promoting sustainable fashion. The research included a survey study of the needs and preferences in men’s fashion of the interior designers belonging to the company DISTRICT, for whom the collection of garments was developed. The process of creating the collection ranged from the transformation and prototyping of the patterns to the final production of the garments, guaranteeing the quality of the materials and maintaining a sustainable approach to minimize waste generation. Likewise, the observations and suggestions of DISTRIC’s collaborators were incorporated to implement adjustments and improvements. This project is not only focused on creating the collection but also on promoting sustainable practices in the textile industry and taking advantage of the data obtained to improve both the current collection and future projects of the “SURVEY” brand.

Keywords: Sustainable fashion; zero waste pattern making; textile industry; sustainable practices.

1. INTRODUCCIÓN

Cada año, a nivel global, se producen alrededor de 400 mil millones de metros cuadrados de tela. Sin embargo, aproximadamente 60 mil millones de metros cuadrados se desperdician durante el proceso de corte de prendas de vestir, siendo descartados en su mayoría en vertederos en Asia, lejos de la vista de la sociedad. Esto implica que el 20% de la energía y los recursos económicos invertidos en el cultivo de fibras, su recolección, la fabricación de tejidos y el transporte se derrochan (Anastasia, 2019).

La industria de la moda que se caracteriza por la producción y distribución acelerada de prendas de vestir y accesorios, como la moda rápida. En las últimas décadas, como consecuencia de la globalización económica y la aparición de las tecnologías de la información, el sector textil y de la confección ha experimentado una drástica transformación. Se ha reducido la distancia entre los diferentes agentes que intervienen en el proceso de fabricación y distribución, acortando el tiempo desde el diseño de una prenda hasta su llegada a la tienda, creando así el concepto de distribución de circuito corto (Martínez, 2008). Todo esto ejerce un profundo impacto en la sociedad en varios aspectos. En primer lugar, fomenta el consumismo desenfadado, al instar a las personas a adquirir constantemente prendas nuevas debido a la velocidad con la que cambian las colecciones. Uno de los efectos es un ciclo de gasto insostenible y generando endeudamiento en las personas. Además, a menudo se produce en condiciones laborales precarias, tanto en fábricas de países en desarrollo como en talleres clandestinos de naciones desarrolladas. Esto plantea cuestiones éticas y sociales, los trabajadores suelen recibir una remuneración insuficiente y enfrentan condiciones laborales peligrosas (Balseca, 2023).

La moda rápida tiene impacto ambiental significativo. La producción masiva de ropa conlleva un uso intensivo de recursos naturales, como agua, energía, y genera una gran cantidad de residuos textiles. Además, la rápida obsolescencia de las prendas contribuye al desperdicio de ropa, muchas prendas son desechadas después de ser usadas solo unas pocas veces. Esto agrava el problema global de la contaminación y la acumulación de desechos textiles. En última instancia, la moda rápida promueve una cultura de superficialidad y apariencias, donde el valor de una persona se mide por su aspecto externo y su capacidad para mantenerse al día con las tendencias. Esto puede tener un impacto negativo en la autoestima y la salud mental de las personas, que sienten la presión de cumplir con estándares de belleza inalcanzables (Balseca, 2023).

Con lo expuesto anteriormente, es necesario replantear a la industria textil sobre lo que se entrega como producto final y los daños colaterales que esta pasa por alto como: originar desechos textiles a mayor escala y en menor tiempo, aunado a que son fabricados con mezclas de fibras que generan un material que no ha de separarse jamás mediante un reciclado, se tiene así, un fin de ciclo de vida que impacta al ambiente y a la sociedad (Medina y Ortega, 2017).

El desecho inadecuado de textiles contribuye a la acumulación de residuos sólidos en vertederos,

lo que pone una carga adicional en los sistemas de gestión de residuos. Por consiguiente, es importante emplear técnicas como el patronaje zero waste. Estas técnicas se ajustan de manera precisa para reconstruir o rediseñar el patronaje y el estilo en países como el Ecuador, con el objetivo de establecer conexiones diversas entre la reflexión artística, la innovación y la industria textil. El propósito es comunicar a través de la ropa el ethos y habitus ecuatoriano. Se propone y promueve la utilización de nuevas técnicas de patronaje y métodos de moldería con el diseño de una nueva colección de indumentaria y moda innovadora. Actualmente estas técnicas son poco utilizadas y es sumamente esencial promover este enfoque en torno a la moda nacional, permitiendo otorgarle una importancia sustancial a la industria textil, dando así mayor visibilidad a las propuestas de los diseñadores ecuatorianos. Además, esto contribuye a estimular el respaldo a los productos nacionales, a menudo prevalece la noción de que son una copia del producto internacional y demeritan el trabajo y creatividad nacional. Por otro lado, la industria de la moda destacará al ofrecer una nueva visión para modificar la manera convencional en que se diseñan las prendas de vestir, mediante el máximo aprovechamiento de recursos y materiales, con la finalidad de que sean respetuosas con el medio ambiente.

¡La moda se está devorando a sí misma! Así opina Fletcher, diseñadora y consultora británica, especializada en moda sostenible, en su libro *Sustainable fashion and textiles: design journeys* (2008). Un modelo creado para el “usar y tirar”, como el de la industria textil, no solo daña el medio ambiente y sus recursos, sino también asume en la pobreza a todo aquel que trabaja para producir cualquier prenda dentro del mercado low cost (Méndez, et. al., 2020).

La mayoría de los patrones que utilizan las modistas incluyen costuras y dobleces complicados, junto con múltiples piezas que se ensamblan en diferentes ángulos, lo que hace que sea difícil crear un diseño de corte que no deje restos de tela. Sin embargo, un grupo de diseñadores, muchos de los cuales tienen sus propias marcas, han aceptado este desafío y están creando prendas únicas y vanguardistas (Next, 2022).

En la actualidad, cada vez más, este proceso se lleva a cabo de manera digital utilizando programas de diseño asistido por ordenador (CAD) y software especializado para la digitalización y estandarización de las piezas. (Patronaje manual x patronaje digital: Entienda la diferencia, s. f.).

Se trata de una metodología de creación de ropa que se basa en maximizar la utilización de la tela, evitando así la generación de desperdicios textiles, al tiempo que se respeta a los productores, diseñadores y el medio ambiente a lo largo de todo el proceso (Nastasianash, 2022).

Si se adoptan cada vez más los principios del “Zero Waste”, se puede reducir significativamente el impacto ambiental, evitar la contaminación de los océanos y mares, y prolongar la vida útil de los recursos naturales. (Ambiente, s. f.)

De esta manera, se busca incorporar los residuos en la estructura misma de la prenda, mejorando su valor tanto estético como funcional, al mismo tiempo que se eliminan dichos desechos. Esta

técnica tiene sus raíces en el pasado, ya que prendas como el quitón griego (túnica) y el kimono japonés se confeccionaban siguiendo un patrón de este tipo. Incluso en tiempos antiguos, se fomentaba la creatividad para dar respuesta a la necesidad de minimizar el desperdicio (Nastasianash, 2022). La idea no es sacrificar la calidad ni el aspecto de la prenda en la búsqueda de eliminar los residuos. Documentar los cambios y aprendizajes es esencial para aplicar esta técnica en proyectos futuros y mejorar en el patronaje Zero Waste. La realización de prototipos con telas de muestra o recicladas antes de utilizar la tela definitiva es una práctica inteligente para asegurar que el nuevo patrón funcione como se espera (Anastasia, 2019).

Con la inspiración de cuidar el medioambiente, los recursos y reducción de la pobreza se creó una línea de ropa masculina que refleje la identidad de la marca “SURVEY”, mediante procesos de transformación del patronaje, prototipado y diseño con la finalidad de prendas que generen la menor cantidad de residuos, garantizando la calidad de los materiales y la confección. Esta colección fue desarrollada para los colaboradores de la empresa DISTRICT tomando en cuenta sus recomendaciones y consideraciones acerca de la colección para futuras mejoras y ajustes (Balseca, 2023).

2. MATERIALES Y RESULTADOS

La presente investigación se diseñó con un enfoque descriptivo y cuantitativo, orientado a analizar y desarrollar la implementación del patronaje Zero Waste como método central en la creación de una colección masculina para la marca “SURVEY”. Este enfoque permitió describir fenómenos, identificar necesidades del público objetivo, y evaluar estrategias sostenibles en la industria textil (Balseca, 2023).

Diseño del Estudio

Se utilizó un enfoque descriptivo para detallar las características del patronaje Zero Waste y su implementación en el diseño y producción de prendas sostenibles. El análisis se complementó con métodos cuantitativos para recopilar datos empíricos mediante encuestas aplicadas a diseñadores de interiores (Balseca, 2023).

Población y Muestra

La población de estudio estuvo constituida por diseñadores de interiores de la empresa DISTRICT, ubicada en Quito. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a participantes con edades entre 25 y 30 años.

Instrumentos de Recolección de Datos

Encuestas: Se emplearon cuestionarios semiestructurados diseñados para obtener información sobre preferencias de estilo, percepción de la moda sostenible y disposición a adquirir prendas producidas con patronaje Zero Waste.

Observación Directa: Se registraron observaciones durante el proceso de diseño y producción

para documentar la viabilidad técnica del método.

Fases de la Investigación

Fase 1: Diagnóstico inicial. - revisión de literatura sobre el impacto ambiental de la moda y análisis de las técnicas de patronaje Zero Waste.

Fase 2: Diseño de la colección. - creación de patrones y prototipos mediante técnicas de optimización de material, tomando en cuenta la estética y funcionalidad para el público objetivo.

Fase 3: Evaluación de preferencias. - aplicación de encuestas para identificar estilos preferidos y nivel de aceptación de la moda sostenible.

Fase 4: Producción y Validación. - fabricación de las prendas con materiales sostenibles y presentación de la colección a los participantes para su evaluación.

Análisis de Datos

Los datos recolectados fueron analizados mediante técnicas estadísticas descriptivas para identificar tendencias, necesidades del público y evaluar la aceptación del enfoque sostenible.

El tipo de investigación seleccionada deriva en la descripción del estudio de patrones, diseño de prendas y prácticas de corte que minimicen los residuos de tela. De igual manera se realizó una investigación sobre las tendencias y requisitos en el diseño de moda para diseñadores de interiores (Balseca, 2023).

Se utilizó el enfoque cuantitativo que, comprende un conjunto de técnicas para adquirir y analizar datos de manera empírica en la exploración de fenómenos naturales. Esta aproximación se sustenta principalmente en la estadística y las matemáticas, empleando estas disciplinas y otras similares para formular hipótesis y construir modelos teóricos relacionados con el objeto de estudio (Puerta, 2020). Las encuestas son una técnica común para recopilar datos cuantitativos sobre las preferencias y comportamientos de los clientes, que permitieron realizar un análisis exhaustivo del mercado de diseñadores de interiores para identificar las necesidades y preferencias específicas en cuanto a prendas sostenibles y su análisis para implementar estrategias que optimicen la producción de prendas zero waste y cómo estas estrategias pueden influir en la eficiencia y la sostenibilidad de la marca (Balseca, 2023).

Las encuestas son herramientas diseñadas previamente que incluyen una serie de preguntas estandarizadas dirigidas a una muestra de personas que representan a la sociedad, con el propósito de obtener sus opiniones o percepciones sobre temas que les conciernen (*Encuesta - concepto, tipos, función, características y ejemplos*, s. f.).

Las encuestas son útiles para recopilar datos cuantitativos sobre las preferencias de los diseñadores de interiores en cuanto a prendas sostenibles, sus necesidades específicas y sus opiniones sobre productos SURVEY. Esto proporcionó información estadística que pudo ser analizada de manera sistemática (Balseca, 2023).

La técnica que se utilizó es el cuestionario semiestructurado consiste en una serie de preguntas dirigidas a personas acerca de un tema específico, con el propósito de recopilar datos estadísticamente relevantes. Cuando se diseñan adecuadamente y se administran de manera responsable, los cuestionarios desempeñan un papel fundamental en la formulación de conclusiones sobre grupos específicos, individuos o incluso poblaciones completas (Narváez, 2023). Además, permite hacer preguntas específicas a todos los participantes siendo útil para recopilar datos comparables y objetivos, garantizando la objetividad y la consistencia en la recopilación de datos.

Debido al concepto y valores principales de la marca SURVEY que son la sostenibilidad, se inspiró en la corriente artística contemporánea; el minimalismo que se basa en simplificar las creaciones a lo esencial, empleando únicamente los elementos básicos y mínimos, como las líneas. Se empleó la geometría de las formas para lograr la máxima expresión con recursos mínimos, evitando el exceso en ciertas expresiones artísticas. (Arte minimalista, una tendencia en auge – Magasé Art Gallery, s. f.).

En la creación de la colección, se reinterpretó las figuras geométricas como líneas, círculos y cuadrados para transformarlas en prendas de vestir, desde la precisión de la construcción hasta la textura del concreto sólido y compacto. Además, se incorporó detalles como puntadas en las telas, simulando las líneas presentes en el arte minimalista (Balseca, 2023).

Sobre la elección de materiales se eligió la utilización de la vicunha, ya que la compañía se destaca por sus altos niveles de calidad y su compromiso con la sostenibilidad. (Vicunha - JeansIdentity, s. f.). Debido a sus procesos de lavado mediante tecnologías altamente capacitadas para disminuir el proceso de lavado, que es el más dañino en la industria textil. Vicunha es una empresa altamente transparente en cuanto todo el trabajo que existe detrás de extraer el denim, desde su recolección hasta la entrega del producto, informando anualmente sobre lo nuevo que hay mediante sus redes sociales o páginas web (Balseca, 2023).

En la parte creativa, se buscó que las prendas no solo tengan estilo, sino también que sean prácticas para la vida diaria de arquitectos y diseñadores de interiores, agregando bolsillos y conjuntos que ofrecen comodidad y estilo.

En cuanto a los textiles, se eligió el Denim de Vicunha pensando en las actividades diarias de los clientes ideales, es resistente, no requiere planchado, es cómodo, versátil y transpirable, cubriendo así las necesidades de los usuarios.

Dentro de las técnicas usada, se tiene el Moodboard, Figura 1, el cual permite buscar una forma de narrar sensaciones o experiencias de un ser humano, existe un grado de dificultad, debido a la subjetividad, esta técnica permite mediante una colección de imágenes como un collage ser fuente de inspiración para la recopilación de ideas del proyecto, Figura 2.

Son representaciones del mundo interno de aquel que quiere vender su proyecto. ¿Por qué la persuasión no es engaño? Porque te demanda buscar dentro de ti lo que le gustaría a los demás,

y en lo más profundo de nosotros –merodeando una vez más alrededor del psicoanálisis están nuestras más grandes verdades. (García, 2018)

Figura 1. Moodboard de cliente



Nota: Moodboard de cliente diseñador de interiores. Elaboración propia

Figura 2. Moodboard de inspiración



Nota: Moodboard de inspiración minimalismo. Elaboración propia.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La moda sostenible abarca un conjunto de acciones en la creación, producción y uso de prendas de vestir que tienen consideración tanto por el medio ambiente como por los individuos que forman parte de la industria de la moda. (Chan, 2021). La moda sostenible implica un cambio en cómo se diseña y producen prendas, buscando un modelo que priorice la sostenibilidad y la responsabilidad. Se centra en reducir el impacto ambiental en todas las etapas de fabricación, empleando materiales más amigables con el medio ambiente y minimizando la huella de carbono. Además, promueve condiciones laborales justas y mejores para los trabajadores, contribuyendo así a un comercio más ético y socialmente responsable (Balseca, 2023).

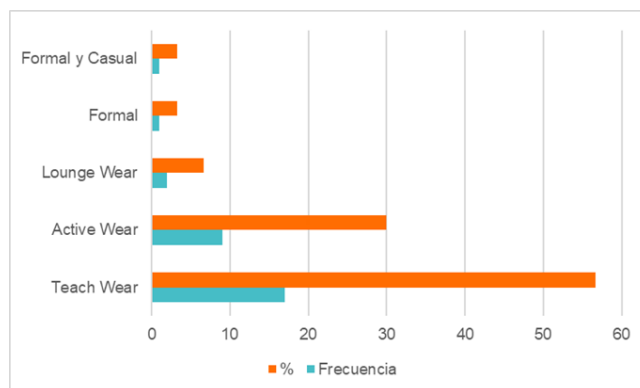
Es importante destacar el hecho que las personas desechan sus prendas en lugar de donarlas lo cual genera un impacto negativo en el entorno. Desde 1996, la cantidad de ropa adquirida por persona en la Unión Europea ha aumentado en un 40% debido a una fuerte disminución de los precios, lo que ha acortado la vida útil de las prendas. Los europeos utilizan aproximadamente 26 kilos de textiles al año y descartan alrededor de 11 kilos. Aunque algunas prendas usadas pueden ser exportadas fuera de la UE, la mayoría de ellas (87%) se queman o se envían a vertederos. A nivel global, menos del 1% de la ropa se recicla y se convierte en nuevas prendas, en parte debido a la falta de tecnología adecuada (Profesional, 2021).

Desde el eje económico, se puede determinar que las afecciones del sector se dan directamente desde la explotación a las personas que elaboran prendas, debido a que las grandes empresas textiles utilizan la maquila de países en vías de desarrollo desde un bajo costo para importar a su país y finalmente devolverlo al país donde se confeccionó, pero a un mayor precio. “Los países en desarrollo se han convertido en simples ensambladores que exportan los bienes terminados a los países desarrollados y reimportan los mismos bienes a precios más elevados” (Universidad Tecnológica Indoamérica [UTI], 2016).

El lugar donde se realizó estudios iniciales antes de desarrollar la colección fue en DISTRICT, una empresa del sector inmobiliario, dedicada a la arquitectura y decoración de interiores ubicada en la ciudad de Quito. Utilizando un muestreo a conveniencia de diseñadores de interiores que forman parte de la empresa, dentro de un rango de edad entre 25 - 30 años y se generaron los siguientes resultados:

Al preguntar el tipo de estilo con el que se siente familiarizado, la mayoría de los encuestados prefieren el Tech Wear como su estilo más cómodo, seguido por el Active Wear. Estos datos sugieren una inclinación hacia estilos más modernos, funcionales y adaptados a un estilo de vida activo dentro de este grupo de diseñadores y arquitectos encuestados.

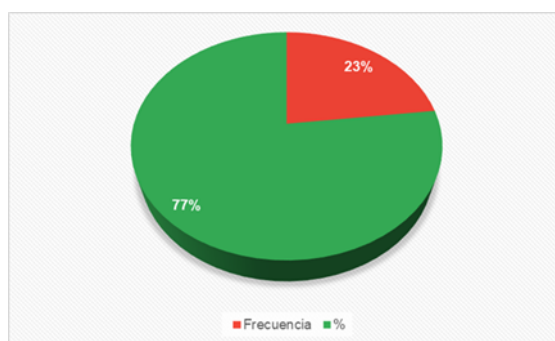
Figura 3. ¿Con cuál de estos estilos te sientes más cómodo o familiarizado?



Fuente: Encuestas aplicadas

Se preguntó si compran prendas o marcas de moda sostenible, los resultados, Figura 4, sugieren que la mayoría de los encuestados dentro de este grupo de diseñadores y arquitectos no están familiarizados con la moda sostenible y el enfoque de patronaje zero waste 23%. Esto puede reflejar una brecha en la conciencia o el conocimiento sobre estas prácticas dentro de la industria ecuatoriana (Balseca, 2023).

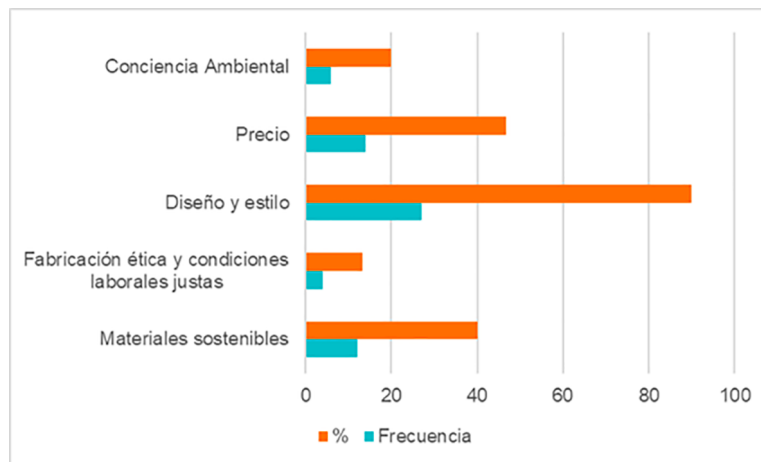
Figura 4. ¿Estás familiarizado con la moda sostenible y el patronaje zero waste?



Fuente: Encuestas aplicadas

Al preguntar el aspecto que valora al comprar la ropa, los resultados, Figura 5, muestran que la gran mayoría de los encuestados priorizan el diseño y estilo, seguido por la importancia otorgada a los materiales sostenibles y el precio. Menos participantes consideran la conciencia ambiental, la fabricación ética y las condiciones laborales justas como factores determinantes en sus decisiones de compra de prendas de vestir (Balseca, 2023).

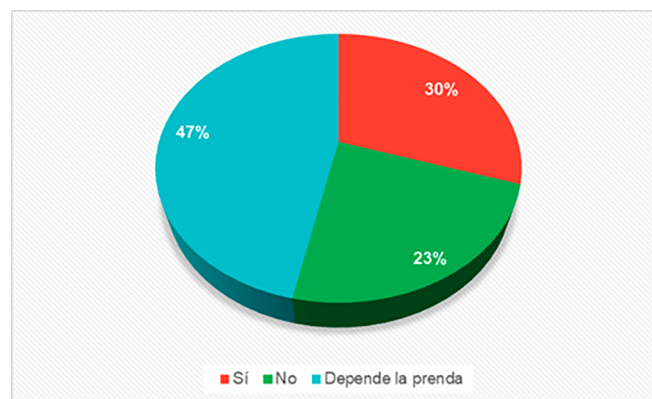
Figura 5. ¿Qué aspectos valoras más al comprar tu ropa?



Fuente: Encuestas aplicadas

Se pregunta si considera pagar un precio ligeramente superior por prendas de moda sostenible en lugar de comprar moda convencional, los resultados, Figura 6, señalan que una parte significativa estaría dispuesta a pagar un precio ligeramente superior por moda sostenible, una proporción similar condiciona su decisión a factores específicos de la prenda. Por otro lado, un porcentaje menor no está dispuesto a pagar más por este tipo de moda. Esto sugiere una consideración individualizada y cierta sensibilidad al valorar el precio frente a la sostenibilidad en la toma de decisiones de compra.

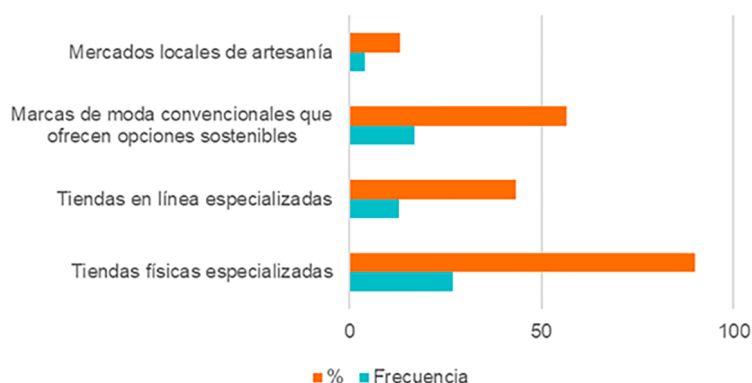
Figura 6. ¿Consideras pagar un precio ligeramente superior por prendas de moda sostenible en lugar de comprar moda convencional?



Fuente: Encuestas aplicadas

Al preguntar dónde le gustaría adquirir prendas sostenibles, los resultados, Figura 7, sugieren una fuerte preferencia por las tiendas físicas especializadas como el lugar ideal para adquirirlas, seguido por el interés en marcas de moda convencionales que ofrecen opciones sostenibles. Las tiendas en línea especializadas también son consideradas por un porcentaje significativo, mientras que una minoría muestra interés en los mercados locales de artesanía para comprar este tipo de prendas.

Figura 7. ¿Dónde te gustaría adquirir prendas sostenibles?



Fuente: Encuestas aplicadas

Luego de los estudios iniciales a personas que trabajan en diseño, que si bien no se dedican a la moda, pero cuentan con intereses comunes como, la trasmisión de un mensaje mediante códigos visuales, imágenes, colores, tipografía y se proponen un diseño para crear un objeto físico, se considera pertinente el desarrollo del producto.

La marca surge de una profunda conciencia sobre el impacto ambiental de la industria de la moda. La investigación sobre el desperdicio de materiales en la producción convencional lleva al desarrollo de una alternativa como una marca sostenible. Los valores fundamentales, centrados en el compromiso con la sostenibilidad ambiental, son el pilar esencial en la creación de toda la filosofía de la marca. Además, se sostiene la convicción de que la moda sostenible no compromete ni el estilo ni la calidad. Se enfoca en buscar constantemente maneras innovadoras de combinar un diseño vanguardista con prácticas sostenibles (Balseca, 2023).

A continuación, se muestran las ilustraciones de moda, Figura 8, y se enfocan en la figura que viste la ropa, no se centra en las prendas individuales, tampoco en los accesorios. “Está ideada para capturar la personalidad y la sensación de la figura representada” (Guía de principiante hacia la ilustración de moda, 2024).

Figura 8. Ilustraciones 3



Nota: Ilustraciones de elaboración propia.

Las fichas técnicas de moda, Figura 9, son importantes para crear una colección con eficiencia y eficacia, permite aportar mayor agilidad al momento de construir una colección y que se pueda interpretar en la fase de producción, en ella está el detalle de cada producto, se entiende la viabilidad de la pieza, los materiales con los que se confeccionará y otras características como el precio y coste. “La técnica ayuda en el proceso de producción y, al mismo tiempo, también es un importante instrumento de control de calidad en el desarrollo del producto idealizado y diseñado por el diseñador hasta la producción de la prenda” (Monteiro, et. al., 2023).

Figura 9. Ficha técnica 1

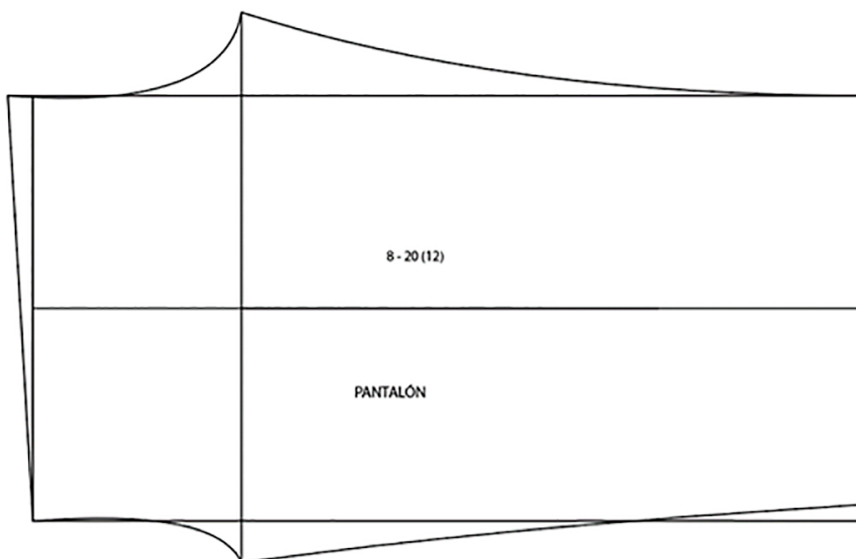
 <p>SURVEY</p>	<p>MODELO: BACK RANGO: 40 - 42 - 44 - 46 TALLA BASE: 46 COD: CHQ001 COLECCIÓN: INSTROSPECTIVO</p>	<p>DESEÑADOR: Helen Bahsca FECHA: 23 - 12 - 2023</p> <p>TELAS: </p>
<p>MATERIALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Denim 100% Algodón -Lana 100% Algodón 	 <p>Broches a presión</p>	<p>CUIDADOS:</p> 
<p>INGUMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hilo blanco -Botón a presión de metal blanco 		<p>COLORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Azul Marino #292C35 COLOR LANA: #1515A8H
<p>ESPECIFICACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bobillo Vivado 3cm - Tejido a gancho - Punto Elástico 		

Nota: Ficha técnica prenda código CHQ001. Elaboración Propia

El patronaje es un proceso creador de moldes o patrones que pueden realizarse en madera, tela o cartón, su utilidad es servir como guía para confeccionar o cortar insumos textiles. La técnica se realiza mediante cálculos matemáticos enfocándose en la textura de las telas, Figura 10.

A través de aprovechar las cualidades del tejido, cambiando la dirección del hilo de tela, y moviendo las costuras para acomodar el patrón a los puntos biomecánicos del cuerpo. Este método se inserta en un modelo cero residuos debido a que parte de una pieza de textil rectangular, pieza que es ajustada a las dimensiones corporales (Egas, et., al., 2021).

Figura 10. Patrón base pantalón



Nota: Plantilla pantalón base una sola pieza posterior y delantero

La ficha de costos, Figura 11, es un documento donde se indica la información de los costos unitarios de producción.

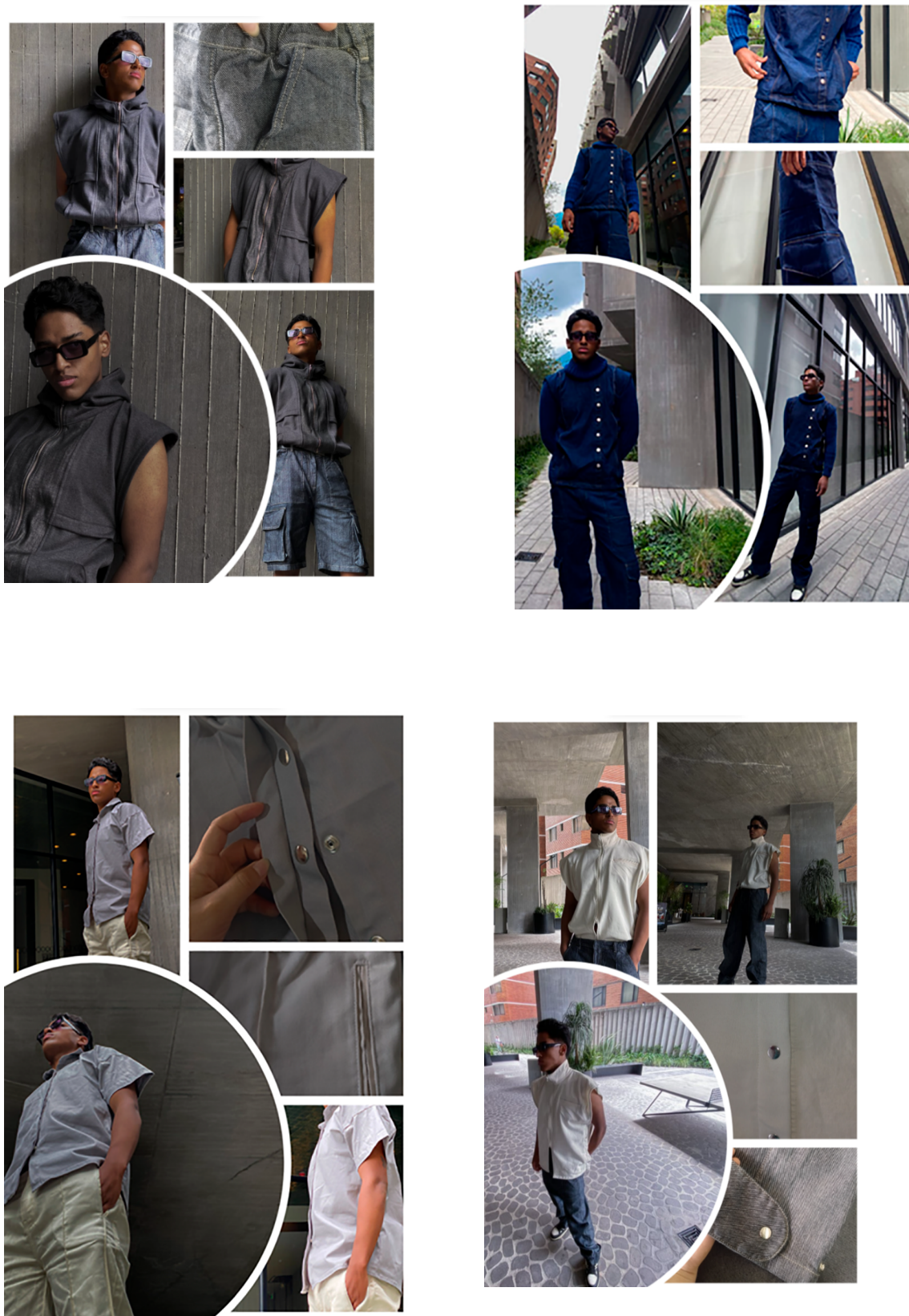
Figura 11. Ficha de costos 1

FICHA DE COSTOS APROXIMADOS POR PRENDA					
CÓDIGO DE LA PRENDA:			PNT001		
<i>INSTRUCCIONES: En la siguiente tabla, por favor colocar el desglose de costos de acuerdo a los conceptos indicados para definir el margen de ganancia y precio por prenda. Usted solo debe llenar las celdas que se encuentran en gris claro. Puede apoyarse en los comentarios (esquinas rojas en las celdas) para orientarse mejor.</i>					
FACTOR	CONCEPTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO/ MATERIAL	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
	Número de horas invertidas en creación	Bocetaje, ilustración digital	2,8	2	5,6
	Número de horas invertidas en confección	Aplicación de patrón, corte y confección (maquila)	8,34	3	25,02
	Valor nominal de los materiales empleados en cada prenda	Denim Azul (Vicunha)	6,8	1,5	10,2
		Elástico	0,95	1	0,95
		Tela Bramante	2,8	0,5	1,4
		Botón Jean Metálico	0,25	1	0,25
		Bragueta	1	1	1
		Etiqueta técnica/marquillas	0,2	2	0,4
		Denim Crudo (Vicunha) Empaque de despacho	6,8	0,5	3,4
	Otros	1	1	1	
	Valor nominal de otros procesos (incluye procesos como bordado, sublimados, plisados, etc)				
COSTOS	COSTO TOTAL				49,22
MARGEN	Margen de ganancia fijado por el diseñador (%)	30%			14,77
PRECIO	PRECIO ESTIMADO DE LA PRENDA FINAL				63,99

Nota: Ficha de costos PNT001

Se presentó la colección, Figura 12, en físico a los diseñadores de interiores que forman parte de la empresa DISTRICT, dentro de un rango de edad entre 25 - 30 años, y se aplicó una encuesta de satisfacción.

Figura 12. Resultados de diseño



Nota. Imágenes de archivo, elaboración propia.

4. CONCLUSIONES

La implementación del patronaje zero waste en la colección masculina de la marca “SURVEY” demostró ser una estrategia eficaz para reducir los residuos textiles, alineándose con la creciente demanda de prácticas sostenibles en la industria de la moda. Esta técnica permite optimizar el uso de materiales y promover procesos más responsables con el medio ambiente.

Los resultados de las encuestas indicaron que existe un interés creciente hacia las prendas sostenibles, aunque persisten barreras relacionadas con el conocimiento limitado sobre el impacto de la moda convencional y la percepción de los costos asociados. Esto resalta la necesidad de iniciativas educativas y estrategias de mercado que promuevan la moda sostenible como una alternativa viable y accesible.

La colección desarrollada no solo logró satisfacer las necesidades funcionales y estéticas del público objetivo, sino que también demostró cómo los principios de diseño sostenible pueden integrarse exitosamente en productos comerciales sin comprometer la calidad ni el estilo.

Este proyecto establece una base para futuras investigaciones y desarrollos en la industria textil, fomentando la adopción de tecnologías y técnicas innovadoras que permitan avanzar hacia una moda más ética y responsable.

REFERENCIAS

- Academoda. (2023, 1 junio). Cambios en la moda del siglo XXI: evolución y tecnología. Academia de la Moda. <https://academiadelamoda.com/cambios-en-la-moda-del-siglo-xxi-evolucion-y-tecnologia/>
- Balseca, Helen (2023). Desarrollo de Colección Masculina Experimental mediante Técnicas de Patronaje Zero Waste para Marca SURVEY para Diseñadores de Interiores.
- Anastasia. (2019). ¿Conoces el patronaje zero waste o cero residuos? nastasianash. <https://www.nastasianash.com/patronaje-zero-waste-cero-residuos/>
- Arte minimalista, una tendencia en auge – Magasé Art Gallery. (s. f.). <https://www.magaseartgallery.com/arte-minimalista-una-tendencia-en-auge/>
- Chan, E. (2021, 28 abril). Moda sostenible: todo lo que necesitas saber. Vogue España. <https://www.vogue.es/moda/articulos/moda-sostenible-que-significa-guia-consejos-marcas>
- Egas, S. A. G., Viera, E., Guanoluisa, T. E. E., & Barrionuevo, N. M. L. (2021). Sistema de patronaje lineal cero residuos: Patrones sostenibles sin mermas pre-consumo. *Revista Inclusiones: Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 8(3), 52-69. <https://dialnetunirioja.es/servlet/articulo?codigo=7733382>
- Encuesta - concepto, tipos, función, características y ejemplos. (s. f.). Concepto. <https://concepto.de/encuesta/>
- García Asensio, M. Á. M. Á., & Rondón, J. (2018). La persuasión. <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/123622/4/La%20Persuasi%C3%B3n.pdf>

- Guía de principiante hacia la ilustración de moda (2024). Adobe. Available at: <https://www.adobe.com/pe/creativecloud/illustration/discover/fashion-illustration.html> (Accessed: 29 July 2024).
- Jervis, T. M. (2020). Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos. Lifeder. <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Monteiro, G. C. P., de Carvalho, A. P. L., & de Tarso Fulco, P. (2023). Coleta de dados para produção de fichas técnicas para o Design de Moda. Actas de Diseño, (43). <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/download/9693/16337>
- Narvaez, M. (2023). Cuestionario estructurado: Qué es, tipos, pros y contras. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/cuestionario-estructurado/>
- Profesional, R. (2021, 7 enero). El impacto del sector textil y sus residuos en el medio ambiente. Residuos Profesional. <https://www.residuosprofesional.com/impacto-sector-textil-sus-residuos/#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20de%20ropa%2C%20calzado,de%20efecto%20invernadero%20y%20residuos.>
- Universidad de Buenos Aires [UBA]. (s. f.). Diseño de indumentaria y textil. Universidad de Buenos Aires, <https://www.fadu.uba.ar/>
- Universidad Tecnológica Indoamérica [UTI]. (2016). Diseño de proceso de confección de ropa de trabajo para incrementar la productividad en la empresa ASORFA. UTI, 15.
- Vicunha - JeansIdentity. (s. f.-b). <https://www.vicunha.com/es/>
- Martínez Barreiro, A. (2008). La moda rápida: última transformación del sistema de la moda. Universidad Nova de Lisboa. <http://associacaoportuguesasociologia.pt/vicongresso/pdfs/545.pdf>
- Medina, N. H. S., & Ortega, A. S. (2017). Recuperación de fibra textil a partir del desecho de ropa. H+ D. Hábitat+ Diseño, (17), 55-58. <http://habitatmasdiseno.uaslp.mx/ojs/index.php/habitatmasdiseno/article/view/153>
- Méndez, M. J. B., Gómez, M. M., & Gómez, M. M. (2020). La moda sostenible de Tequila Moon. Casos de marketing público y no lucrativo-Casos de Marketing Público e Não Lucrativo, 7, 299-304. <https://casos-aimpn.org/index.php/casos/article/view/93>