
Chile al Natural



“CREACIÓN DE INSTANCIAS VERDES EN AMBIENTES
INTERIORES CON RELATOS VISUALES-TÁCTILES CON
FLORA Y FAUNA NACIONAL”

Memoria de Título
"Creación de instancias verdes en ambientes interiores
con relatos visuales-táctiles con flora y fauna nacional"

Solange Rebeca Yasmín Flores Gómez

Profesoras Guías
Andrea Aspee
Patricia Gunther

Universidad de Valparaíso
Chile, Marzo, 2016

En estos agradecimientos, si tuviera que agradecer, sería a muchas personas que prestaron todo su apoyo para el desarrollo en esta investigación.

Vuelvo a agradecer a mis padres, ya que sino fueran por ellos, no sería la persona que soy en día, quiero darles las gracias por sus consejos y su ayuda en todo momento, siempre preguntando como iba con la memoria, aunque a veces me estresaban con esas preguntas, sabía que lo hacían para saber si necesitaba ayuda. Son lejos los mejores papás que una puede tener, no los cambiaría por nada del mundo, ya que me tienen que soportar a mí con estos cambios de humor, lo cual no debe ser del todo fácil.

Muchas gracias a todos y a más personas, ya que sin todas esas personas que estuvieron ahí preocupadas de mí y mi investigación, esto no se hubiera podido llevado acabo.



ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	10	7. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO.....	55
1.1 Introducción.....	10	7.1 Metodología para el desarrollo del Proyecto.....	55
1.2 Problemática.....	11	7.2 Diseño del proyecto.....	56
1.3 Oportunidad.....	12	8. SISTEMA PRODUCTO.....	59
1.4 Propuesta Conceptual.....	13	8.1 Comunicación.....	59
1.5 Objetivos.....	14	8.2 Producto.....	66
2. EL TAPIZ.....	16	8.2.1 Desarrollo Colección.....	70
2.1 La Historia del Tapiz.....	16	8.2.2 Productos de la Colección.....	72
2.2 Técnica y Manufactura.....	19	8.3 Servicio.....	80
2.3 El Tapiz Hoy en Día.....	21	9. FORMULACIÓN DEL PROYECTO.....	85
2.4 El Tapiz Hoy en Chile.....	23	9.1 Presentación Emprendimiento.....	85
2.5 Conclusión.....	25	9.2 Producción de la colección.....	88
3. ESTAMPADO.....	27	9.3 Modelo de Negocios.....	90
3.1 Historia del Estampado.....	27	9.4 Evaluación Económica.....	96
3.2 Técnicas de Estampados Textiles.....	29	10. CONCLUSIÓN.....	99
3.3 Técnica de Estampado a Utilizar.....	33	11. BIBLIOGRAFÍA.....	101
3.4 Conclusión.....	35		
4. FLORA Y FAUNA NACIONAL.....	37		
4.1 Flora y Fauna Nacional.....	37		
4.2 Especies Nativas.....	38		
4.3 Especies Endémicas.....	39		
4.4 Especies Amenazadas.....	40		
4.5 Criterio de Selección de las Especies.....	42		
4.6 Conclusión.....	44		
5. COORDINADOS.....	46		
5.1 Coordinados Tapiz, Estampado y Objetos volumétricos.....	46		
5.2 Conclusión.....	48		
6. PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	50		
6.1 Adultos Jóvenes y Adultos.....	51		
6.2 Moodboard.....	53		





CAPÍTULO 1

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente proyecto nace de dar una solución o respuesta diferente a la forma en que se muestra lo propio de nuestro país, como en este caso la flora y fauna nacional. Esto se realizará de un modo textil, por medio de diversas propuestas, las cuales tendrán el fin de presentar esta flora y fauna nacional, tanto al público nacional como al extranjero. Todo esto será mostrado en productos textiles tanto tejidos como estampados, los cuales buscan el fin de crear “instancias verdes” en el interior del hogar, y no se busca sólo crear objetos con el fin de decorar un espacio o mejor dicho rellenar un espacio, o solo por mostrar la flora y fauna nacional, sino que es para provocar instancias de ver en varias profundidades.

En este proyecto se utilizarán herramientas tales como, la técnica del tapiz en conjunción con los estampados, para la creación de “instancias verdes” en ambientes interiores, y a su vez valorizando lo nacional, en este caso utilizando la flora y fauna del país. Esto quiere decir, que por medio de las dos técnicas a utilizar, se harán piezas u objetos de diseño, los cuales tienen como objetivo crear estas “instancias verdes” en ambientes interiores.

Como se utiliza hoy en día los tejidos en el hogar, estampados y objetos, para crear espacios acogedores y naturales, a través de elementos florales y animales.

EL LIVING
 da cuenta de la mezcla de estilos que hace la casa un lugar mandado a hacer y otro Normando son parte de la atmósfera.

EN EL ACCESO.
 Rampina, la cochera española que se pasa por toda la casa.



Para COLGAR
 Con un bastidor y en base a una urdimbre, María Fernanda Muñoz teje este y más telares en códigos contemporáneos.

Telar de lana, consultar precio tiffmunoz@gmail.com, 8-8800118)

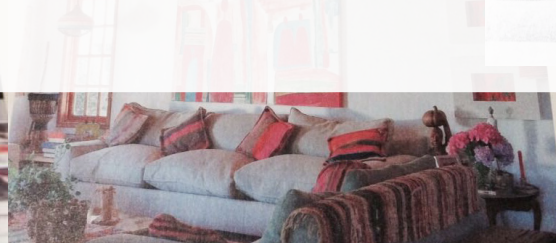


1.2 PROBLEMÁTICA

Inexistencia del concepto "coordinados" como armonía en los elementos para decoración del hogar actual, prevaleciendo elementos individuales que el usuario/decorador junta buscando armonizar por color. Con ello genera una situación ambiental cromática, con poca temática unificadora, en cuanto a las formas y texturas.



ALGUNAS TENDENCIAS SON:
 - El uso de colores vibrantes y saturados.
 - La mezcla de estilos y épocas.
 - El uso de materiales naturales y sostenibles.
 - La personalización y la expresión individual.
 - El uso de patrones geométricos y abstractos.
 - La combinación de texturas diferentes.
 - El uso de objetos de arte y decoración única.



1.3 OPORTUNIDAD

Establecer un golpe perceptual por multiestímulo, proveyendo al usuario, conjuntos coordinados en base a formas, colores y texturas visuales, táctiles y tridimensionales, inspirados en la flora y fauna nacional, para la creación de instancias verdes en el hogar.



“Generar lenguajes inexistentes para usuarios en sus hábitats, creando instancias, las que serán dadas por un multiestímulo visual, táctil y de percepción de forma volumétrica, por medio del estampado, el tejido y la construcción de objetos respectivamente, utilizando la flora y fauna chilena que constituirán una armonía en su conjunto.”

1.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Generar decoraciones armoniosas, mediante ofertas coordinadas de elementos decorativos para el hogar, que permitan crear instancias verdes a través de recursos textiles preferentemente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Generar un lenguaje a partir de elementos de la naturaleza, en base a texturas táctiles y visuales de flora y fauna nacional, a través de técnicas textiles.
2. Establecer el diálogo entre elementos decorativos que les permitan la cualidad de ser reconocidos como “coordinados” al momento de combinarse, en un número variado de alternativas.
3. Definir las posibles combinatorias de objetos, conteniendo expresiones de las imágenes texturales creadas, para establecer instancias verdes en el hogar.



CAPÍTULO 2

EL TAPIZ

2.1 LA HISTORIA DEL TAPIZ

Según algunos historiadores, el tapiz nació en Egipto, se extendió a la cultura musulmana y terminó impregnando todo el mundo cristiano. Con el paso de los años terminó convirtiéndose en uno de los elementos más importantes en la decoración de la nobleza. Tanto es así que sus orígenes hay que buscarlos en los grandes palacios de reyes y príncipes.

En las mansiones de los aristócratas, el tapiz constituía el máximo símbolo de elegancia y, con el desarrollo industrial y el ascenso de la alta burguesía occidental, adquirió más importancia que algunos cuadros de los grandes genios de la pintura clásica. De hecho, el tapiz nunca ha tenido una gran aceptación entre el pueblo llano. Los tapices más antiguos que se conocen fueron tejidos en lino por artesanos egipcios entre los años 1483 y 1411 a.C.

Fragmentos hallados en la tumba de Tutmoses IV y Tutankamón dan fe no sólo de su importancia en el pasado, sino también de su antigüedad.

Es la prueba definitiva de que el tapiz formó parte de las culturas más antiguas de la humanidad: los babilonios y asirios. Los motivos ornamentales encontrados en ambas tumbas, algo difusos pero claramente visibles, nos indican que también guardan relación con los estilos helenísticos del arte sirio de la época. También encontramos testimonios de la antigüedad del tapiz en la Odisea, de Homero, donde se nos describe a Penélope trabajando un tapiz mientras espera el regreso de su marido. Por todo ello, podemos afirmar que el tapiz ha sido un elemento básico de la decoración en el pasado y, consecuentemente, al igual que el mobiliario de época, forma parte de la historia decorativa de los hogares.

Pazyryk, siglo V-VI AC



La Creación, siglo XI



La dama y el unicornio, siglo XV



Desde los comienzos del Imperio Romano, los templos y los palacios se decoraron con tapices, como en Grecia, y así se puede citar a Virgilio, quien habla en sus *Geórgicas* de un telón de teatro que era de púrpura y llevaba tejidas las figuras de los bretones vencidos.

En Europa occidental y durante los primeros siglos de la Edad Media, la barbarie de los tiempos impidió el adelanto de las artes manuales; pero cuando las Cruzadas establecieron relaciones directas con el Oriente, la fabricación de tapices comenzó a adquirir alguna importancia, mediante la introducción de la seda en Europa.

En la Edad Media, los tapices tenían una función meramente utilitaria. Al principio se diseñaron para proteger los salones medievales de la humedad y el frío, para cubrir las austeras paredes de los grandes castillos, o para aislar las habitaciones de gran tamaño y lograr que fueran confortables. Los tapices que decoraban los grandes castillos de piedra tenían un gran tamaño y exigían enormes telares, muchos trabajadores y grandes inversiones de capital.

Por esta razón surgieron numerosas fábricas en localidades prósperas, normalmente centros del tapiz. Hacia 1500, Flandes, y especialmente Bruselas y Brujas, se habían convertido en los principales lugares de producción. Debido a su tamaño y complejidad, los tapices se convirtieron en inversiones y muestras de riqueza y poder.

Con el tiempo los tapices se volvieron más complejos y empezaron a mostrar escenas de batallas llenas de gente o bien grupos grandes de figuras dispuestas en hileras bajo construcciones arquitectónicas.

El Rapto de Oritia, 1730



The strawberry thief, 1883



El Dounia, 2007



Más adelante, en el siglo XVI, los patronos decidieron ilustrar sus pasatiempos favoritos como la cacería, o campesinos trabajando y jugando (a menudo ellos mismos disfrazados). Posteriormente se puso de moda la vegetación, con paisajes pastorales en que se mostraban sus propiedades.

Debido a la Revolución Industrial y a la creación de procesos automatizados, tales como los telares mecánicos y máquinas de tejer, las telas sencillas se podían producir en grandes cantidades, a mayor velocidad y menor coste que en el pasado.

Desafortunadamente, los trabajadores podían generar tan solo tejidos extremadamente sencillos. El tejido de tapices se convirtió en algo muy caro.

Hacia 1805, Joseph Marie Jacquard (1752-1834) desarrolló el concepto y creó un telar más sofisticado utilizando tarjetas de cartón perforadas para marcar la posición de cada hilo en el proceso de tejer. Jacques de Vaucanson creó los primeros telares mecánicos en la segunda mitad del siglo XVIII. Con su conocimiento del diseño de tapices y su proceso de elaboración, Flandes se convirtió en una de las áreas más importantes donde se encontraban los talleres. Hoy en día se utilizan los mejores telares Jacquard para producir exquisitos tapices. Con el tiempo los telares se fueron haciendo más sofisticados. Esto significó más flexibilidad para crear nuevos tapices.

Aunque la mayoría de los tapices antiguos han desaparecido, los jóvenes diseñadores e interioristas de prestigio mundial, se han inspirado en los que han logrado sobrevivir al paso del tiempo, para lanzar al mercado nuevos modelos, entregando una reinterpretación de tapices antiguos o siendo estos totalmente novedosos.

2.2 TÉCNICA Y MANUFACTURA

La técnica es, en teoría, simple. Se necesita un telar, que puede ser de dos tipos: horizontal, llamado de bajo lizo, o vertical, de alto lizo. En ambos casos el telar tiene dos cilindros entre los cuales se disponen fuertes hilos, generalmente de lana, en paralelo y próximos entre sí. Esto es lo que se conoce como la “urdimbre” y su longitud determina la anchura del tapiz, mientras que el espacio que ocupa la urdimbre en los cilindros es la altura del paño. Sobre esta base los tejedores pasaban transversalmente, arriba y abajo consecutivamente, hilos coloreados más finos, que podían ser de lana, seda y con frecuencia de plata y oro. Esta parte, que es el aspecto visible del tapiz, se conoce como la “trama”. Sin embargo, a pesar de su aparente facilidad, confeccionar un tapiz suponía una extraordinaria labor que se llevaba a cabo en talleres altamente especializados y tenían un coste muy elevado.



Telar Horizontal



Telar Vertical

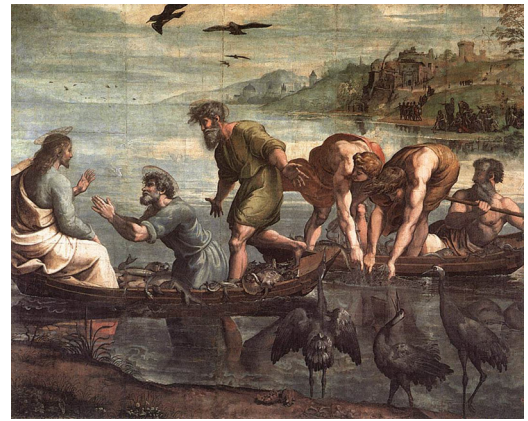


Telar Jacquard

Cartones de tapices de Goya



Cartones de tapices de Rafael



Para manufacturar un paño era necesario partir de un modelo. Este diseño, o petit patron, era un dibujo a escala reducida que generalmente no estaba coloreado y que a veces se precedía de un simple boceto. Aceptado por parte del comitente, el pintor, frecuentemente con la ayuda de su taller, realizaba el "cartón". Su nombre hace relación al soporte -papel- sobre el que se trasladaba el modelo, que se coloreaba y era del mismo tamaño que iba a tener el tapiz. Sobre el cartón trabajaban directamente los tejedores. Como estos tejían por el envés, la imagen que aparecía en el cartón colocado bajo la urdimbre en los telares de bajo lizo se invertía, algo que tenían en cuenta los pintores a la hora de realizar sus dibujos. No ocurría así en los telares verticales, pues no se trabajaba directamente sobre el cartón, sino que éste se reflejaba en un espejo que miraba el tejedor. Al producirse una doble inversión de la imagen, el tapiz repetía la disposición original.

Si bien es cierto que en algunos países el uso del textil (tejidos, tapices etc.) continúa teniendo un uso utilitario, en nuestro entorno el tejido artesanal ha quedado reducido a muy pequeños círculos y al hablar sobre todo del tapiz, encontramos que es mayor su función decorativa o artística que la utilitaria.

Hay países que han llevado lo que fue una tradición en su cultura y en el uso cotidiano del textil a una posición más artística o incluso a una utilización más decorativa y así encontramos el Tejido presente tanto en museos, como lugares de uso público mostrando su condición de arte.

Un ejemplo de esa incorporación del tejido a la actualidad artística la encontramos en países como Suecia en dónde es muy habitual que se teja, que el tejido sea algo que normalmente lo ejecuten hombres y mujeres por igual, que se enseñe en las escuelas y que por supuesto esté presente en todos los ámbitos de la vida.

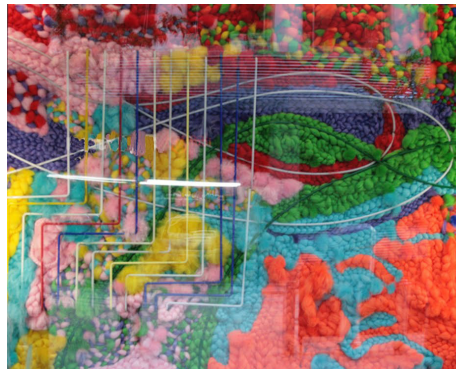
El textil y sobre todo el tapiz, tiene en este país una categoría de arte además de continuar bien presente en la vida cotidiana.

El arte del tapiz, como el Arte en general, está en función de la creatividad del artista y de su gusto y sensibilidad y de la misma manera, el que lo contempla va a inclinarse por un tipo de obra u otra. Estarán, los que tengan una preferencia hacia el minimalismo, se queden con un sencillo tapiz. Simplemente dos texturas, el tejido liso y el volumen, y un solo color crudo. Con una sencillez, pero que posee una gran belleza en su realización y terminaciones.

Tapiz en iglesia de Estocolmo



Arte en tapiz Nueva York



Reflejos, María Saiz



O aquellos que en su gusto más vanguardista prefieran algo como ésta creación que se vale del uso de diferentes lanas de gran grosor y diferentes colores para elaborar una curiosa trama entre la que podemos apreciar pequeñas bombillas fluorescentes enganchadas. El tapiz, de dimensiones muy considerables, ocupaba el escaparate del local en todo su ancho y alto. Una decoración exquisita y moderna para un gran espacio.

En esta técnica abierta en que se ha convertido el tapiz, podemos encontrar obras rompedoras y vanguardistas o de simple tejido, y utilizo la palabra simple al uso francés, es decir refiriéndome a él como sencillo, porque de simple poco tiene. Sería un tejido liso en su textura y en volúmenes, y rico en colores y dibujos.

En Chile la artista textil Carolina Yrarrázaval, quien es fiel a un estilo despojado de todo artificio artista exhibe una obra que se ha nutrido del imaginario de culturas diversas. Luego de viajar por Latinoamérica, India y Japón, país que la marcó profundamente, dio forma a piezas que se inspiraron en los vestuarios tradicionales de esas culturas milenarias.

“Llegar a la esencia; despejando, limpiando todo aquello que induce al adorno, a las distracciones en las cuales es tan fácil caer tentados por lo atractivo de la materia textil y su gran sensualidad.

El impulso inicial es provocado por la emoción frente a materiales que posean un carácter propio, capaces de responder en un diálogo con mi propio carácter. Así en el resultado final no está sólo la voluntad creadora, sino también la magia que se escapa de las manos y que está latente en la materia.

La forma sensible de escoger; cada decisión en el lento y silencioso transcurso del hacer, va definiendo mi obra. A su vez, la técnica reviste una gran complejidad que en su afán de perfección hace del proceso creativo un ejercicio extremadamente paciente y reflexivo.”, así describe la artista su recorrido al concebir y desarrollar cada uno de sus trabajos, en el que la austeridad y el rigor han sido su sello y distinción.

Marina, 2013



Mar y arena, 2012



Faja embarrilada,
2012



Medioevo,
2009



Mineral II,
2001



“Todo esto ha provocado una verdadera conmoción en mí dando un nuevo y profundo sentido a mi hacer artístico; que comprende un importante trabajo de investigación además de los desafíos técnicos en donde busco construir formas que hablan de esa esencia llena de belleza y dignidad que hemos perdido”, explica la artista.

Los trabajos son prolijos, elegantes y de una pureza cromática excepcional, resultado de un proceso metódico en que cada decisión implicó reflexión y tiempo. Los materiales que utiliza son fibras vegetales; yute, cáñamo, lino, seda, incluso papel. Los colores son insinuantes, logrados en su mayoría luego de un sofisticado proceso de teñido, lo que configura una experiencia estética profunda y memorable.

Carolina Yrarrázaval es Artista Textil. Nació el 1 de marzo de 1960 en Santiago, Chile. En 1978 ingresó a la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Chile, a la especialidad de Tapicería Mural y Arte Textil. En 1982 creó el Taller 1288, dedicado a la producción, exhibición y venta de objetos textiles. Trabaja sus tapices desde hace más de treinta años. A partir de elementos básicos clásicos del arte textil, utiliza fibras vegetales como lino, cáñamo, algodón, rafia y seda, material sintético como el rayón y algunos productos orgánicos como tallos y espigas. Sus obras exhiben superficies planas y regulares, sometidas a reglas simples de composición, sin adornos. Se aprecian en ellas, reminiscencias del arte precolombino, el Bauhaus y el minimal Art aunque la artista no se identifique con ningún movimiento, período o tendencia.

A modo de conclusión de este capítulo, en donde se analiza y estudia el tema del tejido, en especial el tapiz, puesto que desde los comienzos esta técnica se ha utilizado para ornamentar y cubrir espacios, como en los comienzos, en la edad media se utilizaba para recubrir las paredes de los castillos y así volver los espacios más cálidos y acogedores, pero estos tapices nunca salieron de esa utilización, nunca se les buscó otra utilización, aparte de ornamentar espacios con los tejidos, los cuales poseían temáticas variadas dependiendo de la época en la que se desarrolló.

Dentro del desarrollo de nuestro proyecto, nos basaremos en esta técnica, y así sacarla de su contexto de objetos colgado en la pared, es por esto que se trata de aprender sobre la técnica y como se realiza. Para así crear productos utilitarios que expresen la técnica, y le den así más riqueza táctil a estos objetos seleccionados.

Todos esto es con el fin de darle otra mirada a lo tan conocido y realizados hasta hoy en día como son los tapices, incluso los nuevos tapices que son más de creación libre y experimentales, y que no representan necesariamente acciones o pinturas, o alguna temática por el estilo, pero que siguen siendo objetos que se mantienen colgados en la pared como un pintura sin otro fin, más que el de adornar.



CAPÍTULO 3

ESTAMPADO

3.1 LA HISTORIA DEL ESTAMPADO

El estampado textil puede ser considerado como un teñido localizado. En tiempos antiguos, el hombre usó estos diseños e imágenes principalmente para telas para vestir, pero en el mercado actual el estampado de textiles es muy importante para telas de tapicería, el hogar (sábanas, toallas, cortinas) tapetes, alfombras y otros usos.

El origen del estampado textil es difícil de determinar. Sin embargo algunas de las primeras civilizaciones desarrollaron varias técnicas para estampar color y diseño en prendas.

El Batik es un arte moderno para desarrollar patrones de teñido únicos muy similares al estampado textil. El Batik se caracteriza por patrones únicos y combinaciones de color así como la apariencia de líneas fracturadas debido al craquelado de la cera durante el proceso de teñido. La palabra Batik se deriva del término Japonés “Ambatik,” que significa “retocar,” “escribir” o “dibujar.”

En Egipto, registros de 23 a 79 DC describen una técnica en cera similar al batik. Los antiguos egipcios también usaron diseños con tintas grabadas en los extremos de cilindros de madera para estampar en telas alrededor de los 400 DC.

En Europa las primeras evidencias del estampado textil se encontraron en un bloque de Madera descubierto en Francia y data de los finales del siglo XIV. La familia llamada “Tuchdruckers” o “estampadores textiles” fue bien conocida en Alemania por los 1440.

En los Estados Unidos se practicó el estampado con bloques de madera en Massachusetts, Nueva Jersey y Pensilvania por los 1770. Un tremendo descubrimiento ocurrió en 1783 cuando James Bell, un escocés inventó un rodillo grabado para estampar.

El desarrollo del estampado en pantalla empezó en Japón a mitades del siglo XVII. Un desarrollo temprano involucró el uso de estenciles con diseño sostenidos con hilos de seda muy finos o inclusive cabellos humanos. Los diseños yacían en las telas y el color se aplicaba solamente en las áreas que no tenían diseño. Ya que los hilos de seda eran tan finos no se apreciaban en el diseño final de la tela.

La técnica japonesa se llevó a Francia donde se desarrollo una pantalla plana más moderna, inicialmente usando seda estirada en un marco de madera.

Poder determinar el origen etimológico del término estampado que ahora nos ocupa, nos lleva hasta el francés, ya que proviene del verbo galo "estamper". Se trata de una palabra que, a su vez, procede del fránico "stampon", el cual se puede traducir como "machacar".

Estampado es la acción y efecto de estampar. Este verbo refiere a imprimir algo en otra cosa. La estampación puede producirse de distintas formas y en diversos materiales. Es habitual que el concepto de estampado se utilice en referencia a un tejido que tiene dibujos estampados a fuego o en frío. Puede decirse, en ese caso, que el tejido es estampado o tiene un estampado.



3.2 TÉCNICAS DE ESTAMPADOS TEXTILES

SERIGRAFÍA TEXTIL:

La serigrafía es una técnica que hace que el estampado dure con el tiempo y sea resistente en cada lavada.

Se puede imprimir sobre todo tipo de telas, sin importar el tamaño de los mismos, gran libertad en la elección de colores y tipos de tintas a utilizar.

Las impresiones serigráficas pueden detectarse porque cada color tiene cierto relieve, y en los contornos de las imágenes de trazado, como los textos, si se aumentan aparecerán con una forma que recuerda a los dientes de una sierra.

Otra de las ventajas del marcaje por serigrafía en los artículos promocionales, es que con las nuevas prensas automáticas, se pueden producir grandes cantidades de productos muy rápidamente.

Tiradas: Es un tipo de estampación económica destinado a producciones medias y elevadas, ya que cada plancha tiene un coste asociado, por lo que a más colores más costoso resulta, pero es un método que se abarata mucho para tiradas grandes. Permite hacer una gran cantidad de prendas idénticas.

Uso/Materiales: Es sin duda la más versátil de todos los procesos de impresión de artículos promocionales. Mediante esta técnica se imprimen mayoritariamente artículos textiles con tejidos planos de algodón y poliéster, plásticos y metales de superficie plana.



TRÁNFER DE SERIGRAFÍA O PLASTISOL:

Es la técnica mediante la cual el grafismo se imprime por serigrafía a un soporte de papel llamado "transfer" por sus propiedades de transferir la tinta a otro material. Posteriormente la impresión del transfer se aplica en el artículo mediante presión y calor.

Se define como el proceso de aplicar serigrafía en papeles que sirven para transferir el diseño a las prendas. Son unas transferencias que utilizan tintas de serigrafía de máxima resistencia y calidad y su mismo proceso, pero en lugar de hacerlo directamente sobre el tejido, se estampa sobre un papel siliconado. Una vez "curado" por el calor, se transfiere al tejido con una plancha industrial mediante calor y presión. Para su aplicación es necesario disponer de una plancha térmica de uso profesional.

Tiradas: Estos transferes se usan para tiradas medias-grandes.

Uso/Materiales: Esta técnica se usa normalmente en textiles. En tejidos planos de algodón, poliéster, Nylon, cuero y en lugares en que la serigrafía convencional es difícil de imprimir. Muy útil para tiendas que desean vender su producto poco a poco, sin tener que invertir en un total de prendas que se desconoce si tendrán salida rápida. Se pueden almacenar sin problemas. Tiene la ventaja frente a la serigrafía convencional que se pueden transferir grafismos con un número mayor de colores.



VINILO TEXTIL:

El vinilo textil es una técnica de estampación también conocida como termoimpresión. Para la estampación se emplea una capa muy fina de vinilo de gran resistencia y durabilidad, capaz de soportar innumerables lavados sin que se deteriore. Existen diferentes tipos de vinilo para elegir según los tejidos sobre los que vaya a utilizarse, ya sea algodón o fibra sintética. Los de alta calidad no pesan ni se notan al tacto. El diseño ha de ser vectorizado ya que las láminas de vinilo se cortan con plotter.

Ventajas: Los vinilos textiles permiten unos acabados de gran calidad. Es un método para personalizar prendas, para los uniformes de trabajo o para equipaciones deportivas.

Inconvenientes: Quizá la mayor limitación del vinilo textil sea que solo puede aplicarse para cierto número de unidades. Otro pequeño problema es el de la coloración.

Tan solo admite colores planos y la carta es bastante limitada. Los degradados de color tampoco son posibles con este método. Los diseños demasiado pequeños, como líneas delgadas o textos no son muy recomendables.

Uso/Materiales: Se puede utilizar para la mayoría de los productos textiles. Utilizado especialmente para estampar en algodón. Indicado para personalizaciones de detalles amplios, a todo color, como pueden ser fotografías, destaca por su nivel de acabado y por su total durabilidad. Se han de evitar los diseños reducidos, como textos pequeños, líneas muy delgadas. No es aconsejable estampar sobre costuras. Para nylon muy fino, como puede ser el caso de paraguas se suele utilizar un vinilo especial.



TAMPOGRAFÍA:

La tampografía es una técnica de impresión por transferencia, consistente en transferir mediante un tampón, la imagen grabada en una placa ó cliché a un artículo promocional a imprimir.

Impresión de artículos adecuado para casi todas las superficies, formas o tamaños y especialmente utilizado en artículos pequeños.

Mediante el uso de tampones de distintas formas es posible imprimir sobre cualquier tipo de forma, (redondas, cóncavas, convexas, cuadradas, con mezcla de ángulos y con superficies con texturas variadas) y en uno o más colores.



3.3 TÉCNICA DE ESTAMPADO A UTILIZAR

SUBLIMACIÓN:

Sistema de impresión mediante transfer de papel en serigrafía o impresión digital transferido con calor y presión.

La sublimación es por definición un cambio de estado físico; es decir el pasaje del estado sólido (tinta seca en el papel) al estado gaseoso (por acción del calor de una prensa térmica) sin pasar por el estado líquido.

Las tintas de sublimación, tienen como característica principal, la capacidad de realizar una unión química con ciertos materiales cuando se encuentran en estado gaseoso.

El método de impresión de estas tintas puede realizarse mediante el proceso tradicional de serigrafía, recomendado para medianas y grandes producciones de gran formato que no requieran de imágenes de alta definición (ej.: fotografías), siendo la estampación de camisetas de fútbol la aplicación clásica de este proceso; o bien mediante el proceso de sublimación digital utilizando impresoras o plotters adaptados para tal fin. Este sistema es indicado para pequeñas imágenes en grandes o pequeñas producciones, o para grandes formatos de pequeñas tiradas, o para medianas producciones de grandes formatos que requieran alta definición.

El proceso de sublimación se completa con la utilización de una termoestampadora, que mediante la aplicación de presión y temperatura realiza el proceso de sublimación propiamente dicho.

Uso/Materiales: Ideal para fotos en prendas blancas.

La personalización del nylon, poliéster, colores vivos y durabilidad de por vida. Solo en tejidos claros. Cuando hablamos de ciertos materiales nos referimos a los tejidos sintéticos tales como poliéster, lycra, poliamida, acetato, raso, etc.; y otros materiales tales como aluminio, metal, cerámica, cartón, etc. , que han sido tratados previamente con lacas especiales horneadas a altas temperaturas sobre la cual se realizará posteriormente la unión química antes mencionadas. Esto se explica porque no todos los materiales son sublimables, sino solo aquellos que lo son por su composición química, o que han sido previamente tratados para ser sublimados.

Finalmente dentro de este capítulo, el tema del estampado es otro tema a trabajar en este proyecto, como más adelante se podrá comprender, el estampado formara un conjunto junto al tejidos (tapiz), y también con los objetos tridimensionales.

Para comenzar el estampado se realizó en un comienzo para adornar telas, y estas eran utilizadas en sus inicios puramente para desarrollar vestuarios, posteriormente fueron cambiando los usos de estas telas estampadas, como para tapizar las sillas, como papel mural, entre otros usos. Las temáticas que se estampaban eran variadas, dependiendo de la época en que se desarrollaba y en que lugar se realizaba, como en la época del arts & craft, se buscaba plasmar la naturaleza en todo tipo de soporte. Con respecto a esa temática es que tiene relación este proyecto, en la utilización de la flora y fauna nacional, y esta se ve expresada en diversos soportes y materiales, en cuanto al estampado, con este se busca plasmar la riqueza de las texturas visuales que se generan.



FLORA Y FAUNA NACIONAL

4.1 FLORA Y FAUNA NACIONAL

La flora y fauna de Chile es menos diversa que la de otros países. Sin embargo, destaca por su alto porcentaje de endemismo, es decir, por la cantidad de especies que viven exclusivamente en nuestro país. Esto ha producido que nuestro ecosistema sea sumamente vulnerable a cualquier cambio o invasión, ya sea humana o animal, amenazando con la extinción a diversas especies.

Para controlar las amenazas, Chile ha desarrollado una red de parques y reservas naturales que protegen zonas representativas de los diferentes ecosistemas que existen a lo largo del país. Todas estas áreas están a cargo de Corporación Nacional Forestal (CONAF), que las administra y trabaja para potenciar su desarrollo.

En el norte de Chile la fauna está determinada por dos ecosistemas muy diferenciados. Por un lado, el desierto de Atacama, el más seco del mundo, limita la cantidad y variedad de especies que en él viven.

Sin embargo sobre los 3.500 metros de altura, la influencia del clima tropical de Bolivia produce un ambiente caracterizado por fuertes lluvias en verano y gran riqueza de vida vegetal de baja altura, el que posibilita la existencia de numerosas especies animales. Es lo que sucede en el Parque Nacional Lauca, situado en la primera región del país, donde habita casi un tercio de todas las especies de aves existentes en Chile. Destacan los flamencos andinos, los más grandes de las tres especies que viven en el norte.

La mayor riqueza animal puede encontrarse en el centro de Chile. La razón es muy simple: aquí, las condiciones climáticas son más favorables y las temperaturas difícilmente bajan de los 0°C. Los animales más comunes son ratones, zorros y otras especies de pequeño tamaño. Los pumas aún habitan en diversos parques nacionales. En esta zona también existe una gran riqueza en especies de aves. Cerca de Santiago hay diversos hábitat de pájaros: chiricoca, turca, chorlito cordillerano, la dormilona de frente negra o el churrete chico.

4.2 ESPECIES NATIVAS

Las especies nativas son aquellas originarias del lugar en donde habitan, que en el caso de Chile se eleva a poco más de 30.600 especies.

El grupo con mayor cantidad de especies son los insectos, con unas 10.130 especies, es decir, casi el 33% de las especies nativas conocidas para Chile. Esto es esperable si consideramos que a nivel mundial los insectos representan casi el 55 % de todas las especies conocidas. Le siguen en importancia las plantas, con más de 7.000 especies (23% de las descritas para Chile) y hongos con 3.300 especies (11% de las especies descritas para Chile).

En los datos se puede observar el número aproximado de especies nativas descritas en Chile para los distintos grupos. Sin embargo, en varios grupos las cifras son muy conservadoras debido a que muchos de ellos no han sido inventariados o son escasamente conocidos. Es el caso de bacterias, protozoos y varios grupos de invertebrados donde existe un menor avance en el conocimiento de la diversidad presente en el país.

Las especies endémicas, que se definen porque viven exclusivamente dentro de un determinado territorio, ya sea un continente, un país, una región política administrativa, una región biogeográfica, una isla o una zona particular. Por lo tanto, las especies endémicas son un subconjunto de las especies nativas.

Para entender este término, se usa el concepto de especies endémicas considerando aquellas que viven de forma natural sólo dentro de nuestro territorio.

A nivel nacional, casi el 25% de las especies descritas son endémicas, lo que le confiere a Chile especial relevancia para la conservación de la biodiversidad del planeta.

En Chile destacan por su alto endemismo grupos como los anfibios (sapos y ranas) donde el 65% de las especies son exclusivas de Chile; los reptiles con un 63% de endemismo, los peces de aguas continentales con el 55% de las especies endémicas, y las plantas con la mitad de las especies exclusivas de nuestro país. Otros grupos, en cambio, no poseen esta particularidad, especialmente aquellos con mayor movilidad, como las aves, en las cuales poco menos del 2% de las especies registradas en Chile son endémicas.

Los mamíferos son un grupo intermedio, que presenta cerca del 11% de las especies consideradas como endémicas de Chile, destacando entre ellas dos mamíferos marinos que viven exclusivamente en nuestros mares, el delfín chileno (*Cephalorhynchus eutropia*) y el lobo fino de Juan Fernández (*Arctocephalus philippii*).

4.4 ESPECIES AMENAZADAS

Una especie amenazada es aquella que presenta problemas de conservación (amenazas) que significa riesgo de extinción en el mediano plazo (al menos 10% de probabilidad de extinción en 100 años). Por este motivo, estas especies han sido incluidas o listadas en alguna de las categorías de conservación que significan amenaza. Esas listas son conocidas frecuentemente como Listas de Especies Amenazadas, Lista de Especies con Problemas de Conservación o Lista Rojas.

Conocer el estado de conservación, o el riesgo de extinción de las especies, posee relevancia mundial y nacional, esto permite enfocar o dirigir los esfuerzos de conservación, facilitando la gestión de fondos y programas de investigación; protección y/o recuperación; y la propuesta de medidas de regulación necesarias.

En el caso de Chile, un primer listado de especies amenazadas se publicó en el año 1971 (Carlos Muñoz Pizarro en el libro "Chile: Plantas en Extinción"). Luego, en 1974, como parte de CONAF, Jürgen Rottmann publica el primer listado de aves amenazadas del país. Desde entonces se han publicado diversas evaluaciones, entre las cuales han destacado como importantes referentes técnicos, los Libros Rojos de CONAF (Libro Rojo de los Vertebrados Terrestres de Chile y Libro Rojo de la Flora Terrestre de Chile, años 1988 y 1989, respectivamente).

Para unificar estos listados y los criterios de clasificación a nivel nacional - y en 1994, con la publicación de la Ley 19.300, sobre Bases Generales del Medio Ambiente - se definió jurídicamente la obligación de elaborar un procedimiento científico-técnico, para determinar la categoría de conservación de nuestras especies nativas. En esa misma Ley se estableció que las categorías a utilizar serían: Extinguidas (Extintas),

En Peligro, Vulnerable, Insuficientemente Conocida, Rara y Fuera de Peligro, que eran las categorías vigentes de UICN cuando se inició la discusión de dicha Ley.

En marzo del 2005 se publicó el Decreto Supremo N° 75, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, mediante el cual se oficializó el Reglamento para la Clasificación de Especies Silvestres, dando cumplimiento al requerimiento de la Ley 19.300.

Transitoriamente, las especies mantendrán la clasificación que tenían en las listas anteriores (Reglamento de la Ley de Caza, Libros Rojos de CONAF, Boletín 47 del Museo de Historia Natural, entre otros), mientras no sean clasificadas mediante este nuevo procedimiento.

Considerando lo anterior, podemos señalar que en Chile son casi 950 las especies con algún estado de conservación asignado, 900 en alguna categoría que significa amenaza (Extinta, En Peligro, Vulnerable o Insuficientemente Conocida) o de rareza (Rara). De esas especies, a diciembre de 2009, 300 ya fueron categorizadas por el Reglamento para la Clasificación de Especies.

4.5 CRITERIO DE SELECCIÓN DE LAS ESPECIES

La flora y fauna nacional se agrupan en 3 grupos, valga la redundancia; estos son: Especies nativas, especies endémicas y especies amenazadas. De los cuales se realizó una selección de flora y fauna nacional, los cuales tenían como características, colores distintivos, una morfología única o característica propia de él, esto quiere decir que fuera de fácil reconocimiento de la gente, tipología propia con la zona en la que se encuentra, y más importante aún es lo que hace único a esa especie, siendo esta flora o fauna, y en la zona geográfica en la cual se desarrolla y viven.

Tanto la flora como la fauna, poseen a los más distintivos en su género, como es el caso de la fauna, es el huemúl, o el cóndor, como también especies poco reconocidas por el colectivo tanto nacional como extranjeros. O en el caso de la flora, como el copihue, araucaria, entre otros conocidos y no tan conocidos.

Aún no existe un número identificado de flora y fauna a utilizar en el proyecto, sólo se tiene un estimativo de la cantidad de flora y fauna, que por el momento son 1 de flora y 1 de fauna, este número se puede ir ampliando, a medida que se vaya verificando si los ya seleccionados son representativos y reconocidos por la gente, en esta categoría entrarían 1, y otros 1 que no fuera tan reconocidos por las personas.

Pero dejando en claro que todos los que han sido seleccionados, poseen rasgos muy distintivos, o por el contrario en el caso de los más desconocidos, elementos que destaquen en ellos y que podrían hacerse reconocidos para el público.

A continuación se mostraran los criterios por los cuales se han seleccionados a las especies:

Fauna:

- Color distintivo:
- Morfología distintiva:
- Piel (tipología):
- Ubicación geográfica:
- Clase:

Flora:

- Color distintivo:
- Morfología distintiva:
- Ubicación geográfica:
- Clase:

Antes de tener la selección final de la flora y fauna, se tomo un listado de la CONAF, donde salen los nombres de diversas especies, después de revisarlas e ir viendo que cumplieran los requisitos de los criterios de selección, se fueron reduciendo el número de especies, hasta encontrar las relevantes y necesarios para crear este proyecto.

4.6 CONCLUSIÓN

En este capítulo la flora y fauna nacional, es el tema principal en el cual los objetos tendrán plasmada, podemos decir que la naturaleza inspira energía vital, movimiento y dinamismo, todo esto se busca integrar en los productos que se realizarán. Actualmente no se aprecia una mentalidad muy innovadora en el uso de la temática de la flora y fauna nacional, en el uso de los textiles en los espacios del hogar. La temática de la flora y fauna se utiliza para materiales textiles estampados en su mayoría, y no se le busca un soporte diferente en donde usarlo.

Para la selección de la flora y fauna, se eligieron las especies que se encuentran amenazadas en el país, puesto que de esta forma se le puede inculcar a la gente más conocimiento y que le tomen el peso a lo que tenemos, y que si no se cuida pueden desaparecer.

Los criterios por los cuales se selecciono la flora y fauna, fue cumpliendo con los requisitos de la lista, como la zona geográfica, color, entre otros, y así entregar estos rasgos que utilizaremos para la producción de los objetos, tanto tejidos, estampados como de los objetos tridimensionales.

Es en esta parte donde surge la frase de instancias verdes, con esto se refiere a traer elementos de la naturaleza al interior del hogar, y no esta referido a elementos que sean ecológicos o relacionados con eso, sino que se rescata la naturaleza, se le da una nueva mirada y reinterpretación , y así se crean estos objetos.



COORDINADOS

5.1 COORDINADOS TAPIZ, ESTAMPADOS Y OBJETOS VOLUMÉTRICOS

Se define el sentido coordinado a nivel de usuario para la configuración de su imagen, establecida a nivel de productos comunicados por criterio de color, textura y forma.

Coordinados como recursos de diseño:

Tanto en el diseño de estampados, en el tejido como en el diseño de objetos, la coordinación busca integrar y equilibrar la percepción de forma e imágenes.

1. En relación a las posibilidades de combinatoria, la coordinación de telas estampadas y tejidas se establecen en criterios gráficos con respecto a:

La integración por colorido, unificado e relación a los cromas.

La integración por cromas, relacionando semejanzas.

La integración por composición, relacionando líneas de estructura, dominio del espacio, forma y color.

La integración por tamaño, de lo macro a lo micro en la percepción mayor o menor de las formas.

En relación a los objetos, la integración con los estampados y tejidos es coordinada por criterios de color y forma, a través de recursos formales, donde se controla el efecto de los estampados con los tejidos.

En relación al usuario sus criterios de coordinación son dados en la combinación de los conjuntos de elementos, en base al color, y forma (plana y tridimensional), para componer un ambiente que lo identifique.

Los coordinados, como se muestran en las imágenes, están conformados por diversos productos, estos son: cortina, cojines, alfombra y maceteros. Esta colección se llama "Norte de Chile" y tiene 2 líneas de productos, cada línea juega con una flora y una fauna de la zona norte, como es el flamenco y



el cactus candelabro. Cada una de las líneas posee un coordinado por color, textura y forma. Todos relacionados entre ellos, incluso se pueden mezclar las dos líneas y generar coordinados, para así crear las instancias verdes dentro de los hogares.

5.2 CONCLUSIÓN

El proyecto se basa en su totalidad en la creación de los coordinados, puesto que se busca crear una relación entre los tapices, los estampados y los objetos tridimensionales, todos estos relacionados entre sí por la temática de la flora y fauna nacional, que es el hilo conductor entre estos 3 elementos a desarrollar.

Al analizar el acotado campo que lo textil tiene en nuestro país, la falta de propuestas nuevas en decoración y su poco protagonismo en esta área, surgen preguntas como: ¿Cómo se puede dar mayor importancia en la decoración de los hogares y así crear ambientes gratos con estos materiales?

En cuanto a propuestas nuevas, se produce con la utilización de los tejidos, estampados y objetos tridimensionales, que en su conjunto se crean coordinados, tanto por color, textura y forma, para así crear ambientes diferentes en el hogar, por instancias verdes, las cuales buscan rescatar la naturaleza y llevarla expresada de otra forma al interior del hogar. Se busca crear un efecto unificador y acogedor en el interior de los hogares, rescatando elementos texturas, colores y formas naturales.

Es necesario dar una respuesta e diseño que haga notar que las capacidades de lo textil, van más allá de su función, ya que se pueden dar nuevos usos a partir de su sola presencia, esto quiere decir, como se relacionan entre sí, y como se generan los coordinados con estos elementos.



CAPÍTULO 6

PERFIL DEL CONSUMIDOR

En este capítulo se exponen los usuarios estudiados para el desarrollo de esta propuesta. Estos se definen en dos grupos, el primero y más relevante, está enfocado en el adulto joven, quién siente atracción por productos diferentes, y que con ellos se crean estas instancias verdes en los hogares..

El segundo grupo se enfoca en los adultos, estos se interesan en adquirir productos con un alto valor de diseño, que tenga parte de esta esencia nacional, relacionado con la flora y fauna nacional, y así crear espacios únicos en sus hogares, y llevar la naturaleza desde el exterior al interior.

Estos dos grupos de usuarios buscan, crear espacios diferenciadores a otros, son personas interesadas en la decoración y la naturaleza, pero sin ser animalistas o de otros grupos de ese estilo, sino que desean que con estos productos sentir y ver diversas texturas, colores y formas, con las cuales crear estas instancias verdes.

6.1 ADULTOS JÓVENES Y ADULTOS.

Que buscan por medio de productos crear un lugar que tenga calidez, armonía, y crear así instancias verdes en el interior de sus hogares, con elementos nacionales que los distingan, como es la flora y fauna nacional.

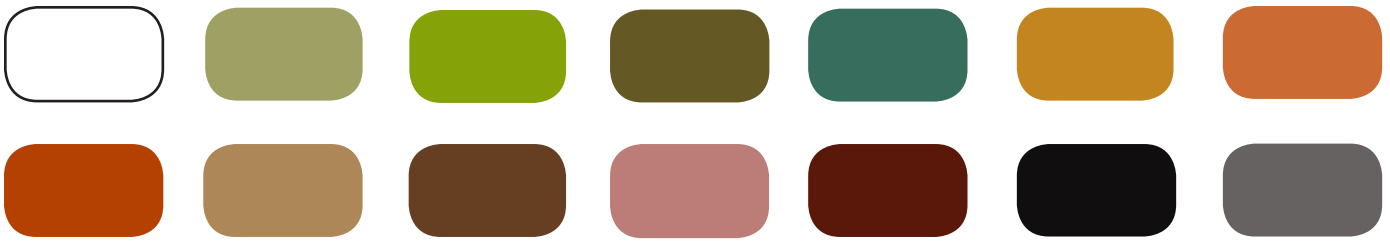
El usuario reacciona a las carencias de la vivienda. Para sentirse interpretado y demostrar que un espacio le pertenece, se rodea de objetos muy ligados a él, principalmente haciendo referencia a que posee un conjunto de ideas, creencias y sentimientos.

A través del espacio, el usuario se identifica ante la sociedad y a la vez se proyecta desde su interior.

El usuario son los adultos jóvenes y adultos, que pertenece a un grupo socio económico c1, c2, en donde están los hogares que tienen rentas que les permiten cubrir sus necesidades sin problemas y que gozan de los adelantos de la vida moderna, pero que a su vez aprecien la naturaleza y los productos de diseño y decoración.

Generalmente viven en barrios homogéneos, las viviendas son de variados tamaños algunos poseen habitaciones de uso específico como comedor, recibidor, estar, etc. Tienen buenos muebles, alfombras y cortinas, adornos de muy buen gusto.

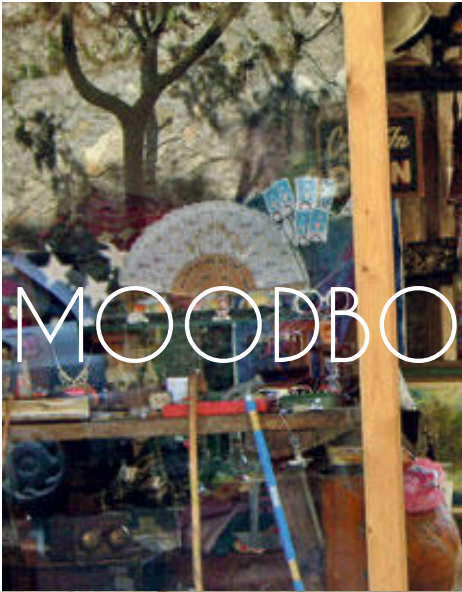
Las habitan profesionales, empleados de categoría, medianos industriales, etc.



El usuario, busca formar un hogar que tenga calidez, armonía, una relación entre los elementos que la intervienen para darle al espacio un aspecto acogedor, y que a su vez los haga únicos.

Buscan crear lo propio a través de una realidad que los represente para que dentro de sus hogares se creen espacios diferenciadores de otros hogares y que le den importancia a las texturas táctiles y visuales, como a las formas.

MOODBOARD





CAPÍTULO 7

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

7.1 METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

La metodología empleada para el desarrollo de este proyecto consta de 5 pasos hasta la construcción del proyecto.

INVESTIGACIÓN:

Se recopila información relacionada con el tema que se va a desarrollar en el proyecto. Aquí se visualizan problemáticas y oportunidades de diseño.

PROBLEMÁTICA:

Con la recopilación de la información, se continúa en la detección de la problemática.

OPORTUNIDAD:

Con las conclusiones de la investigación, se visualiza la oportunidad de diseño, conceptos y recursos a tratar.

PLANTEAMIENTO:

Con la oportunidad de diseño clara, se delimita el tema, los conceptos y recursos están definidos. Posteriormente se construyen los objetivos, para así idear un sistema producto.

FORMULACIÓN DE PROYECTO:

Se establece una propuesta concreta del proyecto; Colección de productos, comunicación y servicio. Se plantea el modelo de negocio, actividades a desarrollar, alanzas estratégicas, entre otras.

7.2 DISEÑO DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO:

“Creación de instancias verdes en ambientes interiores con relatos visuales-táctiles con flora y fauna nacional”

OBJETIVOS:

GENERAL:

- General decoraciones armoniosas, mediante ofertas coordinadas de elementos decorativos para el hogar, que permitan crear instancias verdes a través de recursos textiles preferentemente.

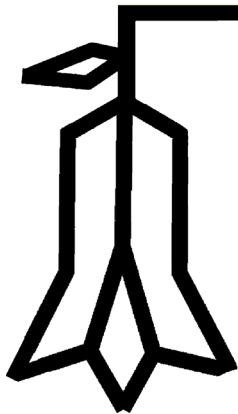
ESPECÍFICOS:

1. Generar un lenguaje a partir de elementos de la naturaleza, en base a texturas táctiles y visuales de flora y fauna nacional, a través de técnicas textiles.
2. Establecer el diálogo entre elementos decorativos que les permitan la cualidad de ser reconocidos como “coordinados” al momento de combinarse, en un número variado de alternativas.
3. Definir las posibles combinatorias de objetos, conteniendo expresiones de las imágenes texturales creadas, para establecer instancias verdes en el hogar.

PROPUESTA CONCEPTUAL:

“Generar lenguajes inexistentes para usuarios en sus hábitats, creando instancias, las que serán dadas por un multiestímulo visual, táctil y de percepción de forma volumétrica, por medio del estampado, el tejido y la construcción de objetos respectivamente, utilizando la flora y fauna chilena que constituirán una armonía en su conjunto.”

Chile al Natural



SISTEMA PRODUCTO

8.1 COMUNICACIÓN

En el proyecto la comunicación es la primera instancia para dar a conocer el concepto. Por lo cual debe ser coherente con la colección, la imagen creada (marca).

La imagen debe ser limpia, clara, de fácil comprensión, y a su vez que pueda ser reconocida y estar guardada en la memoria del público.

La estrategia comunicacional se refiere a los pasos que hay que seguir para poder posicionar la marca, es muy importante que todo sea realizado de la mejor forma para tener la mejor calidad de imagen e impresión, para así de esta forma posicionar la marca a un alto nivel tanto en los detalles como acabados.

DESARROLLO DE LA MARCA:



La imagen de la marca busca ser muy sencilla, mezclar líneas recta y sutiles curvas desarrollada en blanco y negro, se busca la geometría y que trate de juntar la temática de la naturaleza, sin ser necesariamente totalmente orgánica en cuanto a la forma.

NORMAS GRÁFICAS:

Grilla de Construcción de marca



La dimensión más pequeña para la aplicación de la marca es de 5,5 cm de ancho con su correspondiente proporción vertical.

Tipografía:

SKIA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

! " \$ % & / (= ? ¿ | @ # ¢ ∞ ¬ ÷ " " # ' ,

APLICACIÓN DE COLORES:



C	M	Y	K
0	0	0	100

R	G	B
35	31	32

PANTONE BLACK C



C	M	Y	K
0	0	0	0

R	G	B
255	255	255

PANTONE WHITE C



C	M	Y	K
60	4	100	0

R	G	B
119	184	0

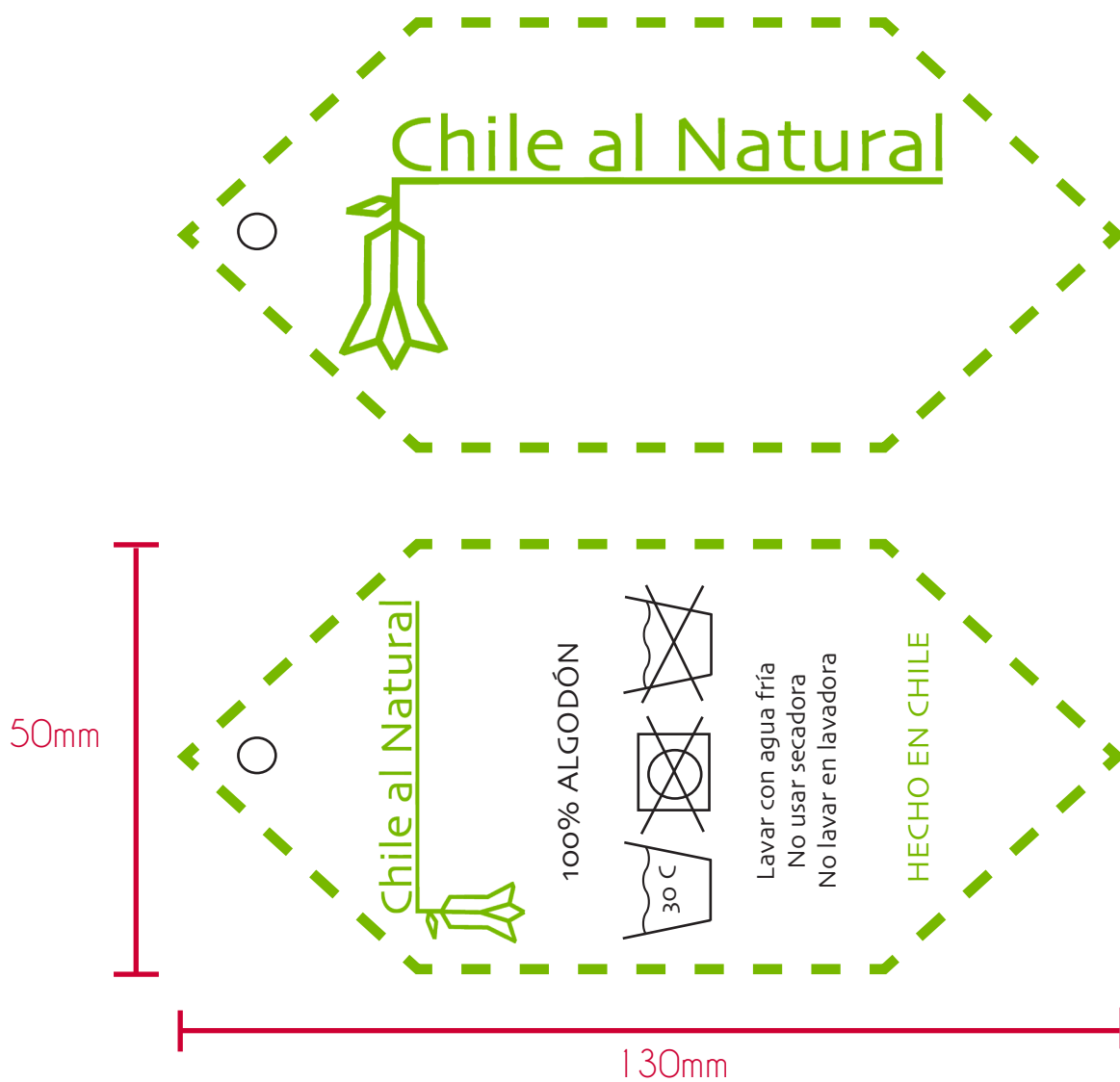
PANTONE 376 C



Marca con letras verdes, con letras en negro, letras blancas y fondo negro, letras blancas y fondo verde.

APLICACIÓN DE LA MARCA:

La etiqueta de composición y cuidados de los productos:



PACKAGING:



Visualización propuestas de packaging.

MOCKUP:



Visualización propuestas de merchandising marca

8.2 PRODUCTO

Para el desarrollo del proyecto. Se comenzó con los estudios de los referentes a utilizar. Se utiliza el estampado, tejido y objetos tridimensionales para crear esta propuesta. Se juega con la texturas visuales-táctiles y formas, para generar una nueva expresión y así crear las “instancias verdes” dentro del hogar con la temática de la flora y fauna nacional.

Luego se hace un estudio donde se plantea una propuesta de los objetos y las aplicaciones que tendrán la flora y fauna nacional en los productos, para así crear coordinados entre los elementos, y estos entre ellos mismos por color, textura y forma.

Para finalizar se realizan colecciones de los productos.

Criterios de selección: Especies amenazadas.

Fauna: Flamenco.

- Color distintivo: En general son de plumaje blanco y rosa suaves, plumas internas negras, pico mitad blanco y mitad negro, y patas de color blanco hueso. patas de color rojo y rodillas color azulado.

- Morfología distintiva: Pico grande ancho y enconvado hacia abajo, largas patas, cuello largo, plumajes.,

- Piel (tipología):

- Ubicación geográfica: Se encuentran desde Arica hasta Tierra del Fuego. En la zona norte se encuentran en los lagos y lagunas saladas de la cordillera.

- Clase: Ave.

Flora: Cactus Candelabro.

- Color distintivo: Varía de color desde el marrón del tronco, hasta el verde en la punta de las ramificaciones, espinas de color marrón y grises, flores nocturnas de color blanco a rosado.

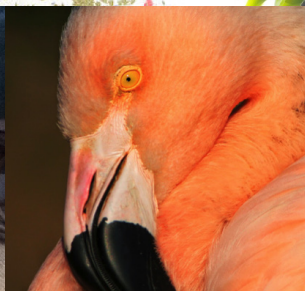
- Morfología distintiva: Constituye un cactus de tamaño arborescente a arbóreo, con ramificaciones situadas generalmente en su parte superior, lo que le confiere la apariencia de un candelabro.

- Ubicación geográfica: XV Región, Putre, Chile. Altitud: 2200-3000 m. Áreas extremadamente áridas, con lluvias muy raras. La temporada seca dura 8 - 12 meses y es posible que en algunos años no haya precipitaciones. Precipitaciones <100 mm/año. Zonas expuestas. Pleno sol sin ninguna protección. Partes planas o laderas de exposición norte.

- Clase: Cactús.

Lo que se busca es crear coordinados entre los productos en sí, esto quiere decir, que los productos estampados, tejidos y tridimensionales, estarán relacionados para a través de color, la textura y la forma, y con la temática de la flora y fauna nacional, para así crear estas instancias verdes dentro del hogar.

MOODBOARD



COLECCIÓN NORTE DE CHILE:

La colección se consolida como una propuesta en la cual se tiene como principio crear instancias verdes dentro de los hogares con la temática de la flora y fauna nacional, para así crear una propuesta representativa de nuestro país. En esta primera colección, se selecciona la zona norte del país para trabajar en ella. Y para comenzar existirán 2 líneas, Flamencos y Candelabro. Con estos se representan la flora y fauna nacional de la zona norte del país, se eligieron bajo los criterios hablados anteriormente, y también porque son especies amenazadas.

TEJIDO

+

ESTAMPADO

+

OBJETO 3D



Textura táctil y color



Textura visual y color



Forma

PALETA DE COLORES



ESTRUCTURA COLECCIÓN

LÍNEA FLAMENCOS

PRODUCTOS:

Cortina Flamenco	100% Algodón	c/u 1,40 x 2,30 m.
Macetero Flamenco	Cerámica	1 m. altura
Cojín Flamenco	100% Algodón	30 x 30 cm.
Cojín Textura Flamenco	100% Algodón	30 x 50 cm.
Alfombra Flamenco	Lana	1,20 x 1,60 m.

LÍNEA CANDELABRO

PRODUCTOS:

Cortina Candelabro	100% Algodón	c/u 1,40 x 2,30 m.
Macetero Candelabro	Cerámica	50 cm altura
Cojín Candelabro	100% Algodón	30 x 30 cm.
Cojín Textura Candelabro	100% Algodón	30 x 50 cm.
Alfombra Candelabro	Lana	1,20 x 1,60 m.

8.2.1 DESARROLLO COLECCIÓN:

COLECCIÓN NORTE DE CHILE

Línea Flamencos





8.2.2 PRODUCTOS DE LA COLECCIÓN:



Macetero Flamenco, cerámica.

Alfombra Flamenco, tejido.



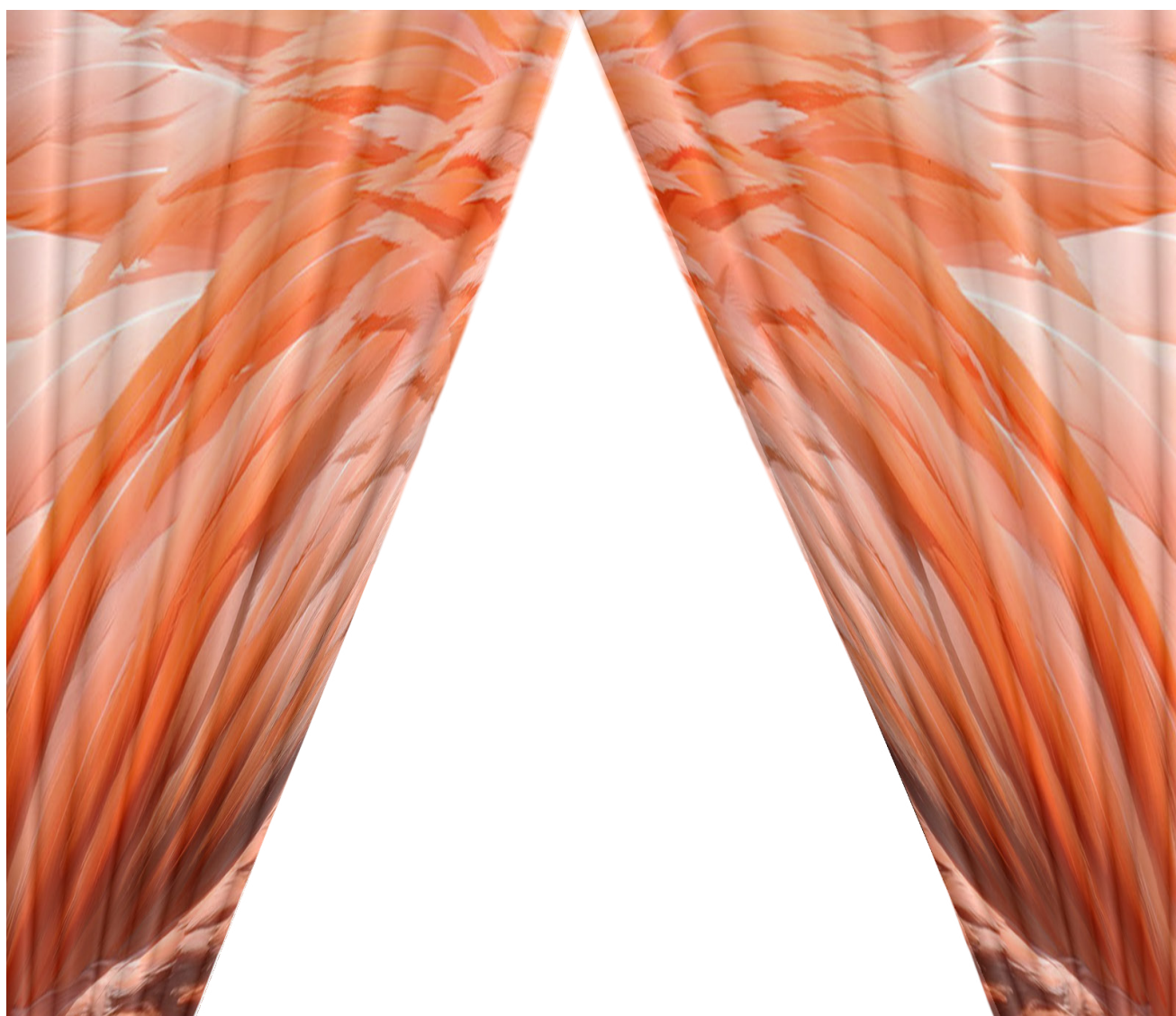
Cojín Flamenco, tejido.



Cojín textura Flamenco, estampado.



Cortinas Flamenco, estampado.



COLECCIÓN NORTE DE CHILE

Línea Flamencos

La línea Flamencos para comenzar posee 5 productos diferentes, los cuales se van a ir ampliando en la cantidad de productos, con el paso del tiempo. Tanto productos para la cocina, living, comedor, dormitorio y baño. Para así crear estas instancias verdes dentro del hogar y en diferentes espacios de la casa, con los productos propuestos en la colección y con las diferentes líneas.

DESARROLLO COLECCIÓN:

COLECCIÓN NORTE DE CHILE

Línea Candelabro





PRODUCTOS DE LA COLECCIÓN:



Macetero Candelabro, cerámica.

Alfombra Candelabr, tejido.



Cojín Candelabro, tejido.



Cojín textura Candelabro, estampado.



Cortinas Candelabro, estampado.



COLECCIÓN NORTE DE CHILE

Línea Candelabro

La línea Candelabro para comenzar posee 5 productos diferentes, los cuales se van a ir ampliando en la cantidad de productos, con el paso del tiempo. Tanto productos para la cocina, living, comedor, dormitorio y baño. Para así crear estas instancias verdes dentro del hogar y en diferentes espacios de la casa, con los productos propuestos en la colección y con las diferentes líneas.

7.3 SERVICIO

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA:

El diseño de la experiencia se compone de los pasos a seguir para que el usuario viva una experiencia única. Se pretende generar una diferencia del resto de los competidores de la misma área.

Chile al Natural



RELACIÓN CON EL CLIENTE:

Para comenzar los productos serán vendidos a través de la página web, que a su vez busca crear una experiencia con el usuario, por medio de sugerencias de combinatorias de los productos, tanto con imágenes de ambientes creados con los productos, como también las líneas creadas y las relaciones que se pueden generar entre ellas.

En el futuro se busca la creación de un punto de venta, en donde se de a conocer la marca y los productos, además de dar una orientación a los usuarios de como crear estas "instancias verdes" dentro de sus hogares, con los productos ofrecidos.

A parte se puede dar a conocer la marca a través de redes sociales y revistas de diseño y decoración.

PÁGINA WEB:

Interacción que tienen los usuarios con la página web, donde se muestran las colecciones, los productos en general y las combinaciones que se pueden hacer, tanto con una sola colección como cambiando con otras.



(Imágenes referenciales y no corresponden a la realidad)

www.chilealnatural.cl

Chile al Natural Colecciones Productos Combine sus productos Ventas y contacto

COLECCIÓN NORTE DE CHILE

LÍNEA FLAMENCOS

Las Parinas (flamenco chileno) se encuentran desde Arica hasta Tierra del Fuego. En la zona norte se encuentran en los lagos y lagunas saladas de la cordillera.

En general son de plumaje blanco y rosa suaves, y plumas internas negras, pico mitad blanco y mitad negro. Son una especie casi amenazada.

Chile al Natural / contactos@chilealnatural.cl / Todos los derechos reservados

Publicidad Negocios Acerca de Privacidad Condiciones Preferencias

www.chilealnatural.cl

COLECCIÓN NORTE DE CHILE

LÍNEA FLAMENCOS

Productos Línea Flamencos:

Paleta de colores

- Juego de cortinas Flamenco
100% algodón
c/u 1,40 x 2,30 m.
- Macetero Flamenco
Cerámica
1m alto
- Cojines, Flamenco y Textura Flamenco
100% Algodón
30 x 30 cm y 30 x 50 cm.
- Alfombra Flamenco
Lana
1,20 x 1,60 m.

Publicidad Negocios Acerca de Privacidad Condiciones Preferencias



CAPÍTULO 9

FORMULACIÓN DE PROYECTO

9.1 PRESENTACIÓN EMPRENDIMIENTO

¿QUIENES SOMOS?

Chile al Natural, es una marca dedicada al diseño de interiores y productos de decoración inspirados en la flora y fauna nacional.

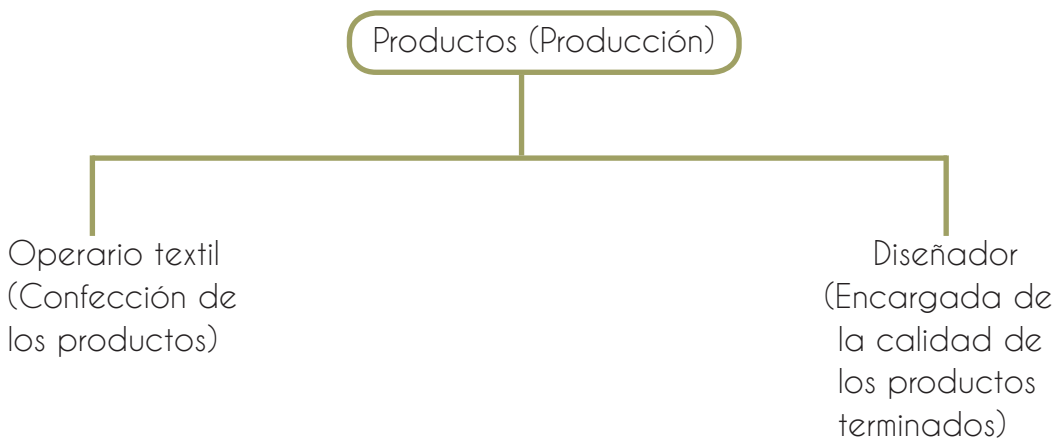
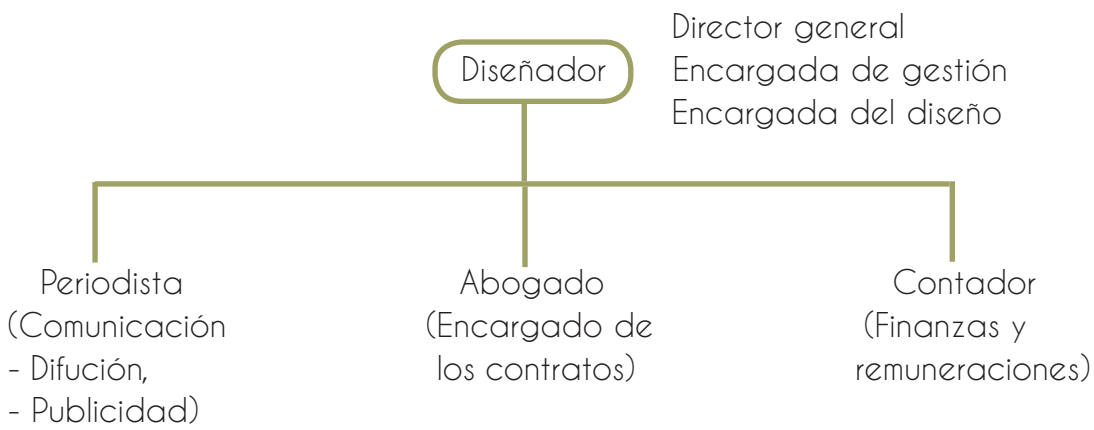
MISIÓN

Construir instancias verdes en los hogares, a través de productos textiles y tridimensionales, con temática de la flora y fauna nacional, la cual represente nuestra naturaleza de otra forma.

VISION

Mostrar a través del diseño de interiores y productos de decoración la flora y fauna nacional, su diversidad e importancia, y como crear las instancias verdes dentro de lo hogares con los productos.

ORGANIGRAMA:



OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO:

CORTO PLAZO: (0 a 12 meses)

- Generar un modelo de negocio que permita la producción, comercialización y sustentabilidad del emprendimiento.
- Asociarse con tienda de diseño y decoración para comercializar los productos.
- Difundir el concepto de la marca, el relato y los productos por redes sociales y página web.
- Comercializar por plataforma web.
- Establecer redes de proveedor y operarios definidos.

MEDIANO PLAZO: (12 a 24 meses)

- Establecer redes de comercialización con diversas tiendas de diseño y decoración.
- Fidelizar al cliente con la marca a través de estrategias comunicacionales.

LARGO PLAZO: (24 a 36 meses)

- Dar a conocer la marca a nivel internacional.
- Posicionar la marca como un referente de diseño y decoración.

9.2 PRODUCCIÓN DE LA COLECCIÓN

Metodología de trabajo del emprendimiento: Línea de producción.

1. INVESTIGACIÓN DISEÑO:

El diseñador está encargado de buscar forma de mostrar nuevas propuestas, revisando lo que hay y lo que se puede desarrollar.

2. PROCESO CREATIVO:

Se definen las propuestas, materiales y técnicas a utilizar. se bosqueja el concepto de la colección. Se proponen propuestas.

3. EXPERIMENTACIÓN:

Experimentar sobre las técnica y las aplicaciones a desarrollar.

4. PRODUCCIÓN COLECCIÓN:

Se define los productos y los materiales a utilizar. Confección de los productos, y para finalizar se revisan los productos terminados .

5. PRESENTACIÓN COLECCIÓN:

Se realiza producción fotográfica. Se lanza la colección por medio de la difusión por las redes sociales, página web y por revistas relacionadas.

6. VENTA:

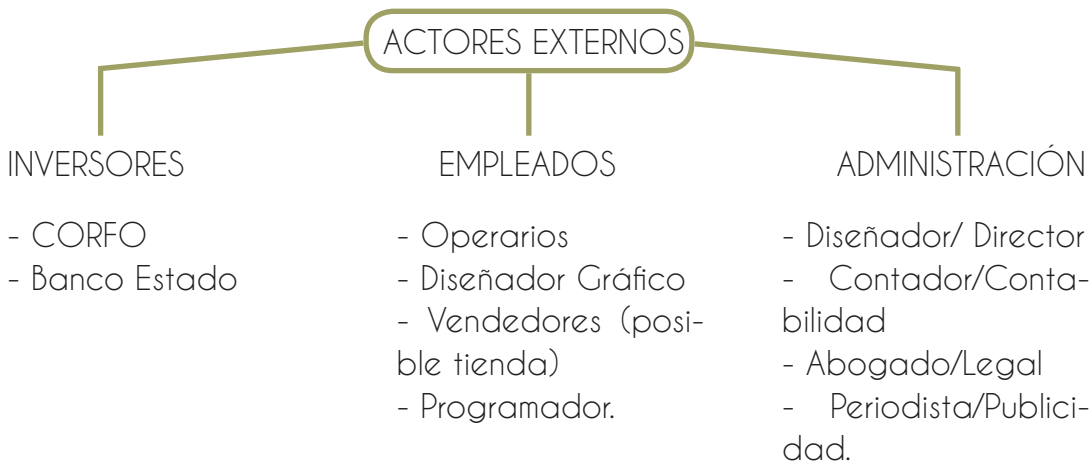
A través de una página web y redes sociales, y en algunas tiendas de diseño, y posteriormente una posible tienda de la marca.

7. PRÉSTAMO:

Después del desarrollo de la colección, se puede hacer préstamos para producciones, tanto de revistas como en televisión, para así difundir la marca y los productos y el concepto que se busca desarrollar.

9.3 MODELO DE NEGOCIO

Públicos:



ANÁLISIS FODA:

FORTALEZAS:

- Emprendimiento que potencia la flora y fauna nacional.
- Emprendimiento que trabaja en la creación de “instancias verdes” dentro del hogar.
- Productos con una estética única y generan coordinados entre ellos.
- Distribución nacional.
- Ventas indirectas a través de una página web.
- Productos de costos no muy elevados.

OPORTUNIDADES:

- Productos con expresión única.
- Producción de mediana a baja escala que otorga exclusividad.
- Alianzas estratégicas con tiendas de diseño y decoración.
- Redes sociales y página web para mostrar productos y una nueva forma para mostrar combinatorias de los productos.

DEBILIDADES:

- Productos tejidos de costo más elevado o alto.
- Capacidades de producción no muy altos a nivel de tejidos.
- Poca experiencia en la realización de negocios, relación proveedores y empleados.
- La poca publicidad y forma de darse a conocer al usuario.

AMENAZAS:

- Posicionamiento menor a la oferta de mercado.
- Competencia de productos en retail.
- Poca difusión publicitaria debido al capital acotado para invertir en estrategias comunicacionales.
- Amenaza de plagio de la idea.

CANVAS:

ALIADOS:	ACTIVIDADES:	PROPUESTA DE VALOR:	RELACIÓN CON EL CLIENTE:	CLIENTES:
<ul style="list-style-type: none"> - Estampado de telas (Caballo a rayas) - Proveedores de lanas. - Proveedores Insumos. - Tiendas de diseño. - Transporte Productos. - Periodistas. - Fotógrafo (Povee imágenes para los productos) 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en ferias de diseño. - Producciones gráficas. - Participación en página web y redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de creación de instancias verdes al interior de los hogares con elementos que cotengan la temática de la flora y fauna nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales. - Página web. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adultos jóvenes y adultos, que buscan por medio de productos, crear un lugar que tenga calidez y armonía y crear así instancias verdes con elementos nacionales (flora y fauna) que los distinguan.
	RECURSOS:		CANALES:	
	<ul style="list-style-type: none"> - Buena estrategia comunicacional. - Alta calidad de productos. - Página web con sugerencias de combinatorias de productos y ambientes. 		<ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales. - Página web. - Producciones editoriales. 	
ESTRUCTURA DE COSTOS:		FUENTES DE INGRESOS:		
<ul style="list-style-type: none"> - Remuneración personal. - Insumos materias primas. - Remuneración operarios. - Inversión comunicacional. - Amortización del capital e inversiones. - Mantención página web. 		<ul style="list-style-type: none"> - Tarjetas de crédito y débito. - WebPay. 		

RECURSOS REQUERIDOS:

RECURSOS ECONÓMICOS:

Financiamiento a corto plazo	Inversión propia Fondos públicos Préstamos privados
------------------------------	---

Financiamiento a largo plazo	Reinversión de utilidades
------------------------------	---------------------------

RECURSOS HUMANOS:

Administración	Administradores, legal, contador
----------------	----------------------------------

Producción	Diseñador, operarios
------------	----------------------

Ventas	Transportista
--------	---------------

RECURSOS PRODUCTIVOS:

Espacio Físico	Taller de producción y almacenaje
----------------	-----------------------------------

Maquinaria e Insumos	Maquinaria textil Insumos (Hilos, etc) Lanas, herramientas, telas.
----------------------	--

GESTIÓN Y COMUNICACIÓN:

Estrategias de posicionamiento

Implementación página web
Participación en redes sociales
Participación en revistas de
diseño y decoración

Alianzas estratégicas

Tiendas de diseño y decoración
Revistas de diseño y decoración
Periodistas
Fotógrafo
Imprenta

9.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA

INVERSIÓN INICIAL:

TALLER DE PRODUCCIÓN:

- Sistema eléctrico
- Sistema de agua \$500.000
- Terminaciones

IMPLEMENTOS TALLER:

- 6 Reglas \$10.000
- 6 Tijeras \$15.000
- 4 Sillas \$60.000
- Luminarias \$50.000
- 2 Mesones de corte \$100.000
- Plancha industrial \$120.000
- Máquina de coser recta \$238.000
- Máquina overlock \$269.000

TOTAL: \$862.000

IMPLEMENTACIÓN OFICINA:

- 1 Silla \$25.000
- 1 Escritorio \$50.000
- 1 Computador \$600.000
- 1 Impresora \$150.000
- Materiales de oficina \$100.000

TOTAL: \$925.000

PÁGINA WEB:

- Diseño web \$300.000
- .ting \$50.000

TOTAL: \$350.000

TOTAL: \$2.637.000

COSTOS FIJOS MENSUALES:

TALLER:

- Arriendo \$300.000
- Gastos básicos \$60.000
- Transporte \$100.000

TOTAL: \$460.000

PUBLICIDAD / MARCA:

- Publicidad \$50.000
- Etiquetas \$50.000
- packaging \$60.000
- Página web \$60.000

TOTAL: 220.000

MATERIALES:

- Textiles \$300.000

REMUNERACIONE:

- Diseñador \$900.000
- Operario textil \$250.000
- Contador \$50.000
- Periodista \$50.000
- Abogado \$50.000

TOTAL: \$1.300.000

TOTAL: \$ 2.280.000

COSTO DE PRODUCCIÓN COLECCIÓN NORTE DE CHILE:

PRODUCTO	MATERIAL	ESTAMPADO	LANAS	INSUMOS BÁSICOS	COSTO TOTAL PRODUCCIÓN	DISEÑO	COSTO TOTAL	IVA	PRECIO VENTA	UTILIDADES
Cortina Flamenco		\$20.000		\$2.500	\$22.500	\$30.000	\$52.500	\$9.975	\$62.475	\$30.000
Macetero Flamenco	\$6.000				\$6.000	\$15.000	\$21.000	\$3.990	\$24.990	\$15.000
Cojin Flamenco	\$1.160		\$8.500	\$1.000	\$10.660	\$20.000	\$30.660	\$5.825	\$36.485	\$20.000
Cojin textura Flamenco	\$1.260	\$3.500		\$1.000	\$5.760	\$15.000	\$20.760	\$3.944	\$24.704	\$15.000
Alfombra Flamenco			\$80.000	\$1.500	\$81.500	\$20.000	\$101.500	\$19.285	\$120.785	\$20.000
Cortina Candelabro		\$20.000		\$2.500	\$22.500	\$30.000	\$52.500	\$9.975	\$62.475	\$30.000
Macetero Candelabro	\$6.000				\$6.000	\$15.000	\$21.000	\$3.990	\$24.990	\$15.000
Cojin Candelabro	\$1.160		\$8.500	\$1.000	\$10.660	\$20.000	\$30.660	\$5.825	\$36.485	\$20.000
Cojin textura Candelabro	\$1.260	\$3.500		\$1.000	\$5.760	\$15.000	\$20.760	\$3.944	\$24.704	\$15.000
Alfombra Candelabro			\$80.000	\$1.500	\$81.500	\$20.000	\$101.500	\$19.285	\$120.785	\$20.000
					\$236.840		\$456.840		\$538.248	\$200.000

PÉSTAMO:

Inversión Inicial: \$2.637.000
 Costo Mensual (3 meses): \$6.840.000
 Costo 3 Colecciones: \$10.334.520

PÉSTAMOS PEQUEÑA EMPRESA BANCO ESTADO:

Monto: \$10.334.520
 Plazo de pago: 48 meses
 Tasa de interés: 3.50%
 CUOTA MENSUAL: \$222.838

UTILIDADES MENSUALES:

Ingresos:
 Utilidades (20 productos de c/u) \$4.000.000

Egresos:
 -\$2.502.838
 Gastos Mensuales: -\$2.280.000
 Préstamo bancario: -\$222.838

UTILIDADES: \$1.497.162



Conclusion

CONCLUSIÓN

El desarrollo de este proyecto fue realizado cuidadosamente, cada uno de los productos realizados fue pensado y trabajado desde el punto de vista de mostrar los coordinados entre los productos estampados, tejidos y objetos tridimensionales, donde se juegan con el tema de la textura táctil -visual, los colores y la forma., con todo esto con el fin de crear una estética únicos y dferente de lo que se encuentra en el mercado, creando así las instancias verdes dentro del hogar, esto quiere decir rescatar la naturaleza (flora y fauna chilena) y llevarla hacia le interior de los hogares. Con cada detalle del proyecto y cada uno de los objetos fueron elaborados se pudiera observar el valor del diseño.

Estos objetos, pretenden generar una colección donde se muestre la flora y fauna nacional, y donde se puedan observar los coordinados y así de este modo crear las instancias verdes dentro de los hogares.

Nos encontramos en una etapa inicial y aún falta un trabajo más de desarrollo profundo para llegar a ser un producto de excelencia. Es necesario plantear en estos momentos la necesidad de potenciar más los diseño nacionales en cuanto a temas de diseño y decoración y con temáticas de nuestras riquezas nacionales de todo tipo, pero desde otra mirada.

El proyecto desarrollado logra cumplir con los objetivos planteados, pero aún falta por hacer y realizar, en cada instante van naciendo nuevas ideas para desarrollar, y nuevas propuestas, las cuales buscan reforzar el proyecto, por lo cual esto no va a quedar aquí, esto va a ser una busqueda y desarrollo constante.



BIBLIOGRAFÍA

Revistas:

Revista Más Deco La Tercera. 2015

Revista VD El Mercurio. 2015

Sitios Web:

<http://www.mariaprints.com>

<http://www.vuelvoalsur.com>

<http://www.flordechile.com>

<http://huedhued.com>

<http://www.arkiplus.com/diferencias-entre-diseno-de-interiores-y-decoracion>

<http://www.escolar.com/lecturas/variedades/historia-de-los-tapices-antiguos.html>

http://www.flandesenhispania.org/tapices/index.php/Técnica_y_manufactura

<http://definicion.de/estampado/>

<http://www.atipikal.com/noticias/100-tecnicas-de-estampacion-textil.html>

<http://www.chilebosque.cl>

<http://www.florachilena.cl>

<http://www.naturastock.com>

<http://www.chileflora.com/Florachilena/FloraSpanish/SFlora.htm>

