



## PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

DISEÑANDO PARA LA COMUNIDAD DE COSTURERAS DE LA MEZQUITERA

### Código y nombre del PAP

1L05A Programa diseño de tecnología apropiada y su aprovechamiento en núcleos económicos locales II

### PRESENTAN

#### Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda Mónica Fernanda Montaña Águila

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda Lorenza Arias Pérez

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda Andrea Lourdes Radillo Salinas

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda Mariana Méndez Chávez

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda José Adolfo Cardona Parra

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda María Fernanda De la Huerta Ruiz

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda Ana Cristina Galindo Echeagaray

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda María Fernanda Barocio Zepeda

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda Karla Natalia Lepe Álvarez

Lic. En Diseño Integral Luisa Fernanda Yáñez Gutierrez

Lic. En Diseño Integral Karen Cuesta López

Lic. En Comunicación y Artes Audiovisuales María Fernanda Ortiz Miranda

Lic. En Comunicación y Artes Audiovisuales Ana Baillo Domínguez

Lic. En Comunicación y Artes Audiovisuales Inés Rickman Cavallo Cerati

Lic. En Comunicación y Artes Audiovisuales Andrea del Socorro Núñez Fonseca

Lic. En Publicidad y Comunicación Estratégica Juan Pedro López García Sancho

Lic. en Mercadotecnia y Dirección Comercial José Alberto Gonzales Lemus

**Profesor PAP** Mariana Salazar Castillo y Isa Icela Valdez García

# ÍNDICE

# CONTENIDO

REPORTE PAP .....	04
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional .....	05
Resumen .....	07
1.Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional .....	08
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto .....	12
1.2 Caracterización de la organización .....	30
1.3 Identificación de la(s) problemática(s) .....	32
1.4 Planeación de alternativa(s) .....	34
1.5 Desarrollo de la propuesta de mejora .....	40
1.6 Valoración de productos, resultados e impactos .....	42
1.7 Bibliografía y otros recursos .....	43
1.8 Anexos generales .....	46
2. Productos .....	48
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia .....	60
3.1 Sensibilización ante las realidades .....	61
3.2 Aprendizajes logrados .....	63

# REPORTE PAP

# REPORTE PAP

---

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son experiencias socio-profesionales de los alumnos que desde el currículo de su formación universitaria- enfrentan retos, resuelven problemas o innovan una necesidad sociotécnica del entorno, en vinculación (colaboración) (co-participación) con grupos, instituciones, organizaciones o comunidades, en escenarios reales donde comparten saberes.

El PAP, como espacio curricular de formación vinculada, ha logrado integrar el Servicio Social (acorde con las Orientaciones Fundamentales del ITESO), los requisitos de dar cuenta de los saberes y del saber aplicar los mismos al culminar la formación profesional (Opción Terminal), mediante la realización de proyectos profesionales de cara a las necesidades y retos del entorno (Aplicación Profesional).

El PAP es un proceso acotado en el tiempo en que los estudiantes, los beneficiarios externos y los profesores se asocian colaborativamente y en red, en un proyecto, e incursionan en un mundo social, como actores que enfrentan verdaderos problemas y desafíos traducibles en demandas pertinentes y socialmente relevantes. Frente a éstas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, co-crear o transformar en distintos campos sociales.

# REPORTE PAP

---

El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las disimetrías sociales. En otras palabras, se trata del reto de “saber y aprender a transformar”.

El Reporte PAP consta de tres componentes:

El primer componente refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.

El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

# Resumen

El objetivo del PAP Diseñando para la comunidad de costureras de la Mezquitera es crear empresarios de la industria textil y de la moda con responsabilidad social. Se trabajó con un equipo multidisciplinario de alumnos, así como con la comunidad de costureras de la Mezquitera. Una comunidad organizada años atrás por un PAP del Iteso. Una vez entendido el contexto y entorno actual que rodea a la comunidad se procedió a dar solución a la problemática. Así mismo, contamos con el apoyo del Mtro. Jacob Pulido en el ámbito de mercadotecnia de moda y Mto. Gregorio Leal en el área de sustentabilidad y comercio justo.

Se propusieron 10 marcas de diseño, de prendas de vestir y accesorios para la cocina, hechas de materiales textiles. Se hicieron estudios de factibilidad de acuerdo a las tendencias de consumo actuales, se diseñaron prendas con elementos diferenciadores para reducir al máximo la posibilidad de fracaso y se sacaron producciones pequeñas para evitar la sobreproducción de prendas y el fast fashion.

Para llevar a cabo dichas producciones se pasó por la etapa de prototipado, optimizando recursos y minimizando riesgos, y se pasó a producción en volumen. Se procedió a hacer la identidad de cada marca, de acuerdo al nicho de mercado de cada una, redes sociales individuales para publicidad, venta y fotografía de producto. También se hicieron redes comunitarias para mostrar el trabajo del PAP e impulsar las marcas, además de un sitio web comunitario del colectivo. Se logró un equilibrio entre diseño, emprendimiento y generación de empleos con trabajo ético y salario justo, cuidando la optimización de recursos y la reducción de desperdicios.

# 1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

08

El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa construyen sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un

6

proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados.

Como metodología para la investigación a seguir se utilizó la investigación acción participativa IAPI este es un enfoque de investigación en comunidades que enfatiza la participación y la acción social.

Para definir el tipo de investigación según el nivel de medición y análisis de la información se utilizó “La Investigación proyectiva” 2 también conocida como proyecto factible, que consiste en encontrar la solución a los problemas prácticos, se ocupa de cómo deberían ser las cosas para alcanzar los fines y funcionar adecuadamente. Cada uno de los pasos, tanto teóricos como prácticos son importantes para llevar a buen término el proyecto, se mencionan a continuación las diferentes etapas de desarrollo.

## ETAPA I

FACTIBILIDAD: Conocer las tendencias, el comportamiento social y de mercado y acontecimientos que influyen en el mismo. Nuevas tecnologías, hacer análisis de la empresa, detectar las características de la competencia e identificar el nicho de mercado. ACTIVIDADES DE DESARROLLO TEÓRICO/PRÁCTICO

-Ámbito de mercadotecnia de la moda con Mtro. Jacob Pulido:

Marcas

Competencia de Mercado

Perfil del consumidor

Investigación del Mercado

Redes Sociales

Proyección de Ventas

ADN de Marca y Branding

-Ámbito en el área de Sustentabilidad con Mtro. Gregorio Leal

Sustentabilidad

Comercio Justo

Economía Social

7

Economía Solidaria

ETAPA II  
DISEÑO DE COLECCIÓN

Propuesta de diseño donde se representa el delantero y posterior de cada prenda  
Telas se dan a conocer los respectivos materiales, colores y telas que se utilizarán.

ACTIVIDADES DE DESARROLLO TEÓRICO/PRÁCTICO  
Trabajo comunitario internacional COIL (Comercio Justo)  
Sustentabilidad PAP MATERIOTECA  
Charla sobre Sustentabilidad con Chrisopher Brosser

ETAPA III

Producción

Producción de Prototipos (Marcas Nuevas)  
Producción en volumen (Marcas en segunda etapa)  
Proyección de ventas (Marcas en segunda etapa)  
Prototipos  
Desarrollo de prototipos, se crea las muestras iniciales  
Propuesta de Mejoras  
Escalado de tallas se realizan las mediciones de talla y se evalúan la silueta,  
confección y caída de las telas  
Cálculo de materia prima y consumo de materiales  
Fichas técnicas se señalan todos los detalles relacionados con el producto y la  
confección de cada pieza

ETAPA IV

Producción a escala

8

ETAPA V

Lanzamiento de productos

Branding

Fotografía de producto y campañas

Redes sociales

COIL

Proyección de ventas (Marcas Nuevas)

# 1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

*[Escriban la aproximación teórica y metodológica de la situación problemática a abordar. Por ejemplo, la situación de los barrios marginados en el AMG y la falta de acceso a servicios básicos; la vulnerabilidad de las MYPES en Jalisco frente a la falta de regulación de las grandes empresas; las políticas públicas para la conservación del bosque de la primavera y su deterioro ambiental.*

*Este apartado debe explicar los siguientes aspectos:*

- \* El abordaje teórico del objeto de estudio o del problema a atender, es una aproximación al estado del arte. Siguiendo con los ejemplos, en el caso de los barrios marginados, será tema de investigación los diferentes tipos de marginación en materia urbana, así como el derecho a la vivienda digna y al agua.*
- \* Los antecedentes históricos de la comunidad u organización, así como de su evolución.]*

# 1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

---

## INDUSTRIA DEL VESTIDO

La industria del vestido tiene varios años con un balance comercial positivo, pero el problema es la cantidad de prendas que entran ilegalmente al mercado nacional con certificado de origen dudoso, estos productos compiten de manera desleal y dañan a la industria nacional.

Piratería, informalidad, inseguridad, reducción de mercado, ausencia de valor agregado y atraso tecnológico son algunos de los obstáculos que la industria del vestido en México ha tenido que sortear en los últimos años para mantenerse a flote, sin embargo, los ha ido superando paulatinamente con base en ingenio, decisión, iniciativa y apoyo gubernamental (1)

En Jalisco existen 2 mil 688 establecimientos pertenecientes a la industria del vestido, donde el 66.15% corresponde a la confección de prendas de vestir.

Le siguen la fabricación de otros productos textiles, excepto prendas de vestir, con 13.39%; confección de accesorios de vestir, con 8.93%; confección de alfombras, blancos y similares, con 6.29% y fabricación de prendas de vestir de tejido de punto, con 5.25%. En cuanto a exportaciones, el IIEG ubica a la industria del vestido como una de las exportadoras de la entidad y durante el tercer trimestre de 2020 exportó 6.01 millones de dólares.

Además, durante ese mismo trimestre el monto representó el 0.12% del total de exportaciones de Jalisco.

De acuerdo con datos del Instituto de Información Estadística y Geográfica (IIEG), el empleo formal en enero pasado era de 10 mil 9 trabajadores asegurados en el IMSS, lo que significa un 16.58% menos respecto al mismo mes del año anterior y la cifra sigue descendiendo.

Hubo un máximo de trabajadores registrados en el IMSS en enero del 2021 y desde entonces ha habido una caída sostenida del empleo formal en esta industria. En diciembre de 2020 el valor de la producción disminuyó un 23.16% respecto al mismo mes del año anterior, situándose en 92.08 millones de pesos en precios constantes. Es en los últimos dos años donde el valor de la producción de esta industria ha caído, observamos tasas negativas desde principios de 2019 y la industria no se ha recuperado. Lo mismo con ventas, esta industria lleva dos años de caída de ventas y se acentuó hace dos meses cuando cerraron actividades por la pandemia.

## EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS EN JALISCO

Sector y subsector de actividad económica	0 a 5 personas	6 a 10 personas	11 a 30 personas	31 a 50 personas	51 a 100 personas	101 a 250 personas	251 y más personas	Total
<b>(11) Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza</b>	<b>148</b>	<b>69</b>	<b>111</b>	<b>47</b>	<b>22</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>403</b>
(111) Agricultura	0	0	0	0	0	0	0	0
(112) Cría y explotación de animales	88	23	14	3	0	0	0	128
(113) Aprovechamiento forestal	0	0	0	0	0	0	0	0
(114) Pesca, caza y captura	22	35	88	38	20	2	0	205
(115) Servicios relacionados con las actividades agropecuarias y forestales	38	11	9	6	2	2	2	70
<b>(21) Minería</b>	<b>36</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>78</b>
(211) Extracción de petróleo y gas	0	1	0	0	0	0	0	1
(212) Minería de minerales metálicos y no metálicos, excepto petróleo y gas	34	13	14	1	3	4	2	71
(213) Servicios relacionados con la minería	2	0	3	0	1	0	0	6
<b>(22) Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final</b>	<b>252</b>	<b>83</b>	<b>80</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>466</b>
(221) Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica	252	83	80	27	10	8	6	466
(222) Suministro de agua y suministro de gas por ductos al consumidor final	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>(23) Construcción</b>	<b>805</b>	<b>252</b>	<b>449</b>	<b>129</b>	<b>92</b>	<b>85</b>	<b>51</b>	<b>1,863</b>
(236) Edificación	382	104	222	61	58	58	36	921
(237) Construcción de obras de ingeniería civil	115	56	127	38	24	20	10	390
(238) Trabajos especializados para la construcción	308	92	100	30	10	7	5	552
<b>(31-33) Industrias manufactureras</b>	<b>28,954</b>	<b>4,049</b>	<b>2,514</b>	<b>668</b>	<b>364</b>	<b>374</b>	<b>312</b>	<b>37,235</b>
(311) Industria alimentaria	9,130	1,185	439	97	69	72	68	11,060
(312) Industria de las bebidas y del tabaco	1,763	157	103	28	22	25	14	2,112
(313) Fabricación de insumos textiles y acabado de textiles	81	17	12	5	4	5	1	125
(314) Fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir	400	67	43	7	5	6	1	529
(315) Fabricación de prendas de vestir	1,644	268	176	42	15	10	4	2,159
(316) Curtido y acabado de cuero y piel, y fabricación de productos de cuero, piel y materiales sucedáneos	808	185	172	49	17	16	12	1,259
(321) Industria de la madera	1,946	166	84	17	4	3	1	2,221
(322) Industria del papel	301	41	66	25	12	16	11	472

FUENTE: IIEG; Instituto de Información Estadística y Geográfica, con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades económicas (DENUE), INEGI.

El PIB jalisciense es casi una cuarta parte manufacturero, 23% según el INEGI, ésta industria tuvo una tasa media de crecimiento de 4.92% al alza. La manufactura no sólo es la que más trabajos ofrece a nivel estatal, también concentra el 19.85% de la actividad económica del estado; la industria textil de Jalisco representa el 4.42% de esa manufactura y genera 2% de los empleos a nivel nacional. Jalisco es el sexto estado con más empresas productoras en la industria del vestido, con el 5.9% del total nacional. dicha industria ocupa el octavo lugar como generadora de empleos, con el 4.2% del total nacional, hay 17 empleados por empresa en promedio. Los jaliscienses gastan más por hogar en ropa que el promedio nacional, con un total de 1134.96 pesos cada trimestre. En el 2008 Jalisco contaba con un 8% en promedio de los trabajadores asegurados a nivel nacional, de los cuales el 1% se dedica a la industria del vestido. Guadalajara, Lagos de Moreno, San Miguel el Alto, Zapopan, Zapotlán del Rey y Zapotlanejo concentran el 71% del empleo en la industria del vestido total. La perla tapatía y San Miguel el Alto son los municipios con mayor producción textil del estado con un 28% y 15% respectivamente. mientras que Lagos de Moreno, San Miguel el Alto y Ayotlán, fueron los de mayor crecimiento con 203%, 144% y 103% respectivamente

Desde hace cinco años se duplicaron los municipios con unidades económicas dedicadas a la producción de la industria del vestido, pasando de 16 a 30, lo que significa un crecimiento de 3.13% en unidades económicas. Sin embargo, en los municipios que ya contaban con unidades económicas se puede observar una disminución de empresas dedicadas a la industria del vestido. Las importaciones, el 2008 el 50.9% ingresó del Bloque asiático y 17.9% de la unión europea. Ese mismo año las importaciones aumentaron un 3.7% con respecto al 2007 llegando a un ingreso de 2,032 millones de dólares. En tanto las exportaciones en el 2008, 97.8% fue hacia los países del TLCAN.

La mayoría de las empresas textiles y del vestido, mayoritariamente de capital nacional, sólo se dedican a la fabricación, realizan todos los procesos relacionados al proceso: diseño, patronaje y producción, pero menos de la mitad cuentan con departamento de diseño. Las áreas en las que más mencionan tener necesidad de capacitación son tecnología e innovación, diseño de modas, control de calidad y supervisión, ventas y mercadotecnia. Las mayores limitantes del crecimiento de la industria son el entorno económico del país, la apertura comercial con el Bloque asiático, las importaciones ilegales, el comercio informal, y el sistema tributario, según un estudio realizado por el sistema estatal de información (seijal) a empresarios textiles.

## INDUSTRIA TEXTIL Y DE CONFECCIÓN

Conforme a la información del directorio estadístico nacional de unidades económicas (DENUE) de INEGI, en municipio de Zapotlanejo el 54.2% del total de las empresas se dedican al comercio, En función de los registros del IMSS El segundo grupo económico con más trabajadores asegurados es Confección de prendas de vestir, otros artículos base textiles y materiales diversos.

Según el Gobierno Municipal de Zapotlanejo, el municipio cuenta con más de doscientas cincuenta fábricas pertenecientes a la industria textil (95% micro, 3% pequeñas y 2% medianas empresas) en las cuales se producen mensualmente más de 300,000 prendas, representando este sector el 58% de la actividad económica del municipio.

Su desarrollo en el sector textil se ha fundamentado a partir de iniciativas locales que con el tiempo fueron fortaleciéndose a través de la conformación de redes sociales (familiares y amicales). En los últimos años ha transformado su base económica del sector primario al sector manufacturero; acelerado desarrollo económico que ha traído consigo transformaciones en su estructura urbana.

En el caso mexicano la industria textil destaca su participación entre las otras industrias manufactureras en un 5% del Producto Interno Bruto Manufacturero, dato correspondiente al segundo trimestre del año 2009, la disgregación de esta cadena productiva

en los rubros textil-vestido-cuero expresa como datos porcentuales: textil (1.3%), vestido (2.3%) y cuero (1.2%), por lo que se asevera entonces que la producción de ropa en México constituye el principal soporte de esta cadena productiva.<sup>3</sup>

El número de empresas pertenecientes al rubro textil que registró México en mayo 2009 fue de 2, 136 y en junio 2, 139, y dedicadas exclusivamente al rubro confección o vestido 9, 602, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI. Impacto del sector textil/confecciones en el ámbito laboral a nivel país.

La industria de la confección en México contribuye activamente en la generación de empleo. La cifra de empleabilidad que aporta esta industria alcanza un total de 391 952 empleos que constituyen el 11% frente al resto de las otras industrias manufactureras (89%) según datos que hasta junio del 2009 reportaba el Instituto Mexicano de Servicio Social (IMSS) difundidos por la Cámara Nacional de la Industria del Vestido de México. Este 11% desglosado en los rubros textil y vestido alcanza 3% para el primer rubro con 104 102 empleos y 8% para el rubro vestido que alcanza 287 940 puestos de trabajo, los que hacen un total de 391 952 para el sector textil/vestido.

En cuanto a la cantidad de empresas del rubro textil y vestido en general se reportó hasta junio del 2009 un registro de 11 670 empresas, comprendiendo el sector vestido 9531 empresas y el sector textil 2 139.

Otro aspecto adicional con respecto a la empleabilidad que genera el sector es la contribución activa de los diferentes Estados del país en su desarrollo, es así que el Distrito Federal, Estado de México y Puebla son los que reportan el mayor número de empleos del sector, así mismo Jalisco el Estado que alberga al clúster Zapotlanejo objeto del presente estudio, generó el 4.5 % del total de empleos registrados para el sector hasta junio del año 2009 (287 940).

En el caso de México, a pesar que el actual gobierno a nivel nacional y a nivel del Estado de Jalisco hicieron pronunciamientos a favor de fortalecer a las pymes y promover la incubación de empresas a través de jóvenes emprendedores de las instituciones de Educación Superior; los fondos institucionales creados para este fin, son manejados a criterio de funcionarios que deciden favorecer muchas veces a quienes menos lo necesitan.

## IMPACTO DEL SECTOR TEXTIL/CONFECCIÓN DE CLÚSTER DE ZAPOTLANEJO

El clúster mexicano, Zapotlanejo, es también una importante fuerza comercial que actualmente conforma la ruta de la moda del Estado de Jalisco que produce el 8% de las prendas de vestir a nivel nacional para abastecer al mercado interno mexicano del sector.

En el caso del clúster Zapotlanejo el dinamismo de su producción y comercio brinda empleo a 3 500 personas. La actividad comercial de este clúster representa el 41%, la actividad manufacturera el 14% y ambas actividades el 45%. Zapotlanejo de México se ha consolidado como un centro productor y comercializador de prendas de vestir ganándose denominaciones como “Zapotlanejo, la cuna del vestir” o “Zapotlanjo, vistiendo a México”.

En cuanto el clúster Zapotlanejo también presenta la misma debilidad pues la mayoría de las empresas constituidas son PYMES que no cuentan con la tecnología de punta, ni con los recursos suficientes para producir a gran escala y ello no les permite exportar.

El factor “apoyo del gobierno” a favor de las pymes considerado también clave para el éxito de las pymes fue catalogado como una debilidad mayor común en ambos clúster.

## INDUSTRIA DEL GIRO DE MODA Y COMERCIALIZACIÓN

Transparencia y valores: En el clúster mexicano el empresario de Zapotlanejo más bien refiere compromiso con su actividad y el negocio que le ha sido heredado por lo que se le observa una fortaleza menor.

Oferta y promoción de productos innovadores continuamente: En el caso del clúster Zapotlanejo, los empresarios constantemente están innovando, acuden a ferias nacionales e internacionales por lo que sus modelos se actualizan continuamente. Son innovadores, los aparadores y maniquíes muestran la ropa de moda que gusta a los jóvenes y a los no tan jóvenes. Están trabajando conjuntamente con universidades de la ciudad de Guadalajara para que los alumnos de diseño de modas participen en eventos conjuntos, esto con la finalidad de promover sus productos de moda a precios que se consideran inigualables. 6

Diversidad de productos: En Zapotlanejo existe una gran diversidad de productos que se ofrecen en la zona del vestir como línea de damas, caballeros, niños, lencería, blancos, accesorios y calzado; esto se convierte en una fortaleza para los empresarios porque el cliente puede encontrar ropa para toda la familia ya que es un mercado en donde acuden familias completas en su gran mayoría. Las familias que acuden en gran medida pueden satisfacer sus demandas a precios que los hacen volver a visitar la Cuna del Vestir.

Know-How y experiencia manufacturera para la exportación: En el clúster Gamarra el Know-How y la experiencia manufacturera para la exportación existe, lo que le enfrenta al problema de una exportación mayor es la poca capacidad de asociatividad que tienen los pequeños empresarios de fabricar grandes volúmenes para colocarlos en los mercados internacionales.

Ello no viene sucediendo con el empresario del clúster Zapotlanejo, los cuales si bien tienen gran experiencia en su ramo debido a que conocen el giro desde

que lo tenían sus bisabuelos, abuelos y sus padres, así como Know-How, el problema es que la visión del empresario hasta ahora es colocar sus productos en el mercado nacional, algunos de ellos maquilando a grandes marcas como Copel y Cklass. Por otro lado, no tienen la capacidad instalada ni la capacidad financiera para proyectarse hacia la exportación.

**Producción por estaciones:** Zapotlanejo siempre está a la vanguardia de la moda. Cada vez se pueden apreciar prendas más sofisticadas con adornos de piedras, serigrafía, bordados, etc. Con oportunidad cambian los aparadores a la moda de cada estación. Los fines de semana es un tránsito incontable de personas que visitan toda la zona del vestir; y la temporada que se acerca suele ser muy visitada por tapatíos, jaliscienses y mexicanos de toda la república.

**Personal capacitado y entrenado:** En el clúster Zapotlanejo el personal está capacitado para desarrollar sus funciones de producción, ya que tienen varios años en el giro, además de que el gobierno municipal y estatal, así como organismos independientes ofrecen cursos de capacitación sobre todo en áreas de diseño, imagen corporativa y motivación de personal; esto ha sido bien visto por parte de los empresarios que han respondido con entusiasmo a este tipo de actividades.

**Calidad de producto:** Zapotlanejo ofrece productos de buena calidad, lo que se considera una fortaleza para el empresariado en general. La mayor parte de la materia prima que consumen es adquirida en el mercado nacional; aunque para la fabricación de ciertas prendas existe la necesidad de importar tela de la ciudad de Los Ángeles California para que las prendas tengan la calidad requerida. La materia prima importada es de una empresa cuyos propietarios son empresarios judíos. 22

**Capacidad tecnológica:** Los empresarios fabricantes del clúster Zapotlanejo, los mismos no cuentan con tecnología de punta, pero sí han invertido en maquinaria nueva lo que les permite producir una mayor cantidad de prendas a un menor

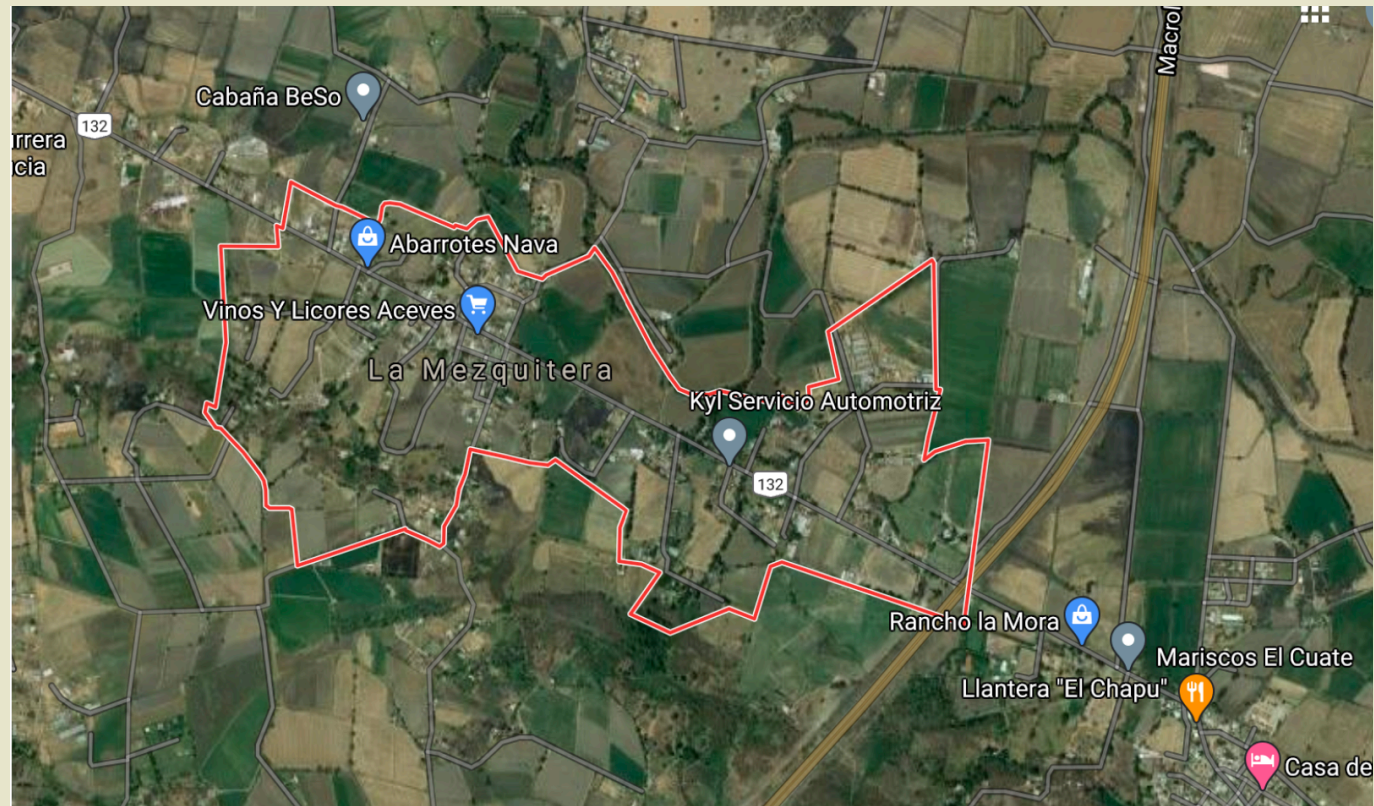
costo y en menor tiempo aunque con proyección al mercado nacional, considerándose que ello representa una fortaleza menor para el clúster.

Competitividad de precios: Para el caso del clúster Zapotlanejo los precios ofertados son atractivos y competitivos con otras zonas del país de giro similar, muestra de ello es la afluencia de personas.

Capacidad de respuesta a la demanda internacional: Por su parte el clúster Zapotlanejo también presenta esta debilidad pues no se ha visualizado en un entorno internacional básicamente porque son microempresarios en su mayoría y no tienen la capacidad de producción ni la capacidad inanciera para crecer y pensar en exportar a otros países.

# POBLACIÓN Y REGIÓN DE LA MEZQUITERA

El municipio de Zapotlanejo administrativamente es parte del Área Metropolitana de Guadalajara y de la Región Centro del estado de Jalisco, México. La Mezquitera se localiza dentro del Municipio Zapotlanejo. Con una localidad con alrededor de 1,056 habitantes (2014). Forma parte de la Alianza Bajío-Occidente



## ORGANISMOS DENTRO DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO Y LA MEZQUITERA

La Cámara Nacional de la Industria del Vestido Delegación Jalisco (CANAIVE) es una Institución que representa y protege los intereses de los empresarios de la confección, esto se logra a través de los servicios y representaciones que desarrolla en beneficio de sus socios. Ofrece servicios de diseño, tendencias, laboratorio de impresiones, prototipado y patronaje con tecnología Gerber Technology y un laboratorio textil para pruebas textiles y afines. Por otro lado, el Consejo de la Moda en Jalisco está conformado por CICEJ Cámara de la industria del Calzado en Jalisco, Cámara de Joyería en Jalisco, Cámara Textil de Occidente y la CANAIVE citada anteriormente, que son organismos gremiales que representan, fortalecen, protegen y difunden los intereses del sector.

Lamentablemente en la región de la Mezquitera la mayoría de los talleres y maquilas son informales, por lo que no se encuentran afiliados a la CANAIVE y por ende, tampoco pertenecen al Consejo de la Moda en Jalisco.

Al ser talleres y maquilas informales se desconoce la cifra exacta de personas trabajando en el sector en la región de la Mezquitera y la cantidad de prendas textiles producidas, muchas personas trabajan a destajo y en casa.

## EDUCACIÓN, ECONOMÍA Y VIVIENDA

o

Según estudios realizados por el CONEVAL y el INEGI en la localidad de la Mezquitera El 36.55% de la población mayor de 12 años está ocupada laboralmente (el 59.57% de los hombres y el 15.30% de las mujeres) y la mayoría de la población no cuenta con la educación básica completa, lo que representa una barrera en el crecimiento profesional y económico de la población.vv

TAMAÑO DE LOCALIDAD	POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS CON EDUCACIÓN BÁSICA INCOMPLETA, 2010
	Matatlán <b>826</b>
	San José de las Flores (Gallinas de Arriba) <b>573</b>
	El Salitre (La Mora) <b>538</b>
	La Paz (Piedras Negras) <b>525</b>
	La Purísima <b>466</b>
Menor a 2,500 habitantes	San Joaquín Zorrillos <b>458</b>
	La Mezquitera <b>455</b>
	Colonia la Cruz (Ciudad Perdida Loma de la Cruz) <b>443</b>

# POBREZA EN RELACIÓN A LA POBLACIÓN

Tabla 5. Pobreza Multidimensional						
Zapotlanejo, 2010-2015						
Indicadores de incidencia	Porcentaje		Personas		Carencias promedio	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
<b>Pobreza multidimensional</b>						
Población en situación de pobreza multidimensional	52.1	40.5	33,182	28,036	2.3	2.1
Población en situación de pobreza multidimensional moderada	43.3	36.3	27,594	25,130	2.1	2.0
Población en situación de pobreza multidimensional extrema	8.8	4.2	5,588	2,906	3.5	3.4
Población vulnerable por carencias sociales	38.7	44.9	24,625	31,094	2.2	1.9
Población vulnerable por ingresos	3.2	3.5	2,006	2,420		
Población no pobre multidimensional y no vulnerable	6.0	11.1	3,852	7,666		
<b>Privación social</b>						
Población con al menos una carencia social	90.8	85.4	57,807	59,130	2.3	2.0
Población con al menos tres carencias sociales	31.8	22.9	20,261	15,859	3.4	3.3
<b>Indicadores de carencias sociales</b>						
Rezago educativo	36.5	31.2	23,235	21,626	2.8	2.6
Acceso a los servicios de salud	48.1	29.7	30,596	20,586	2.6	2.6
Acceso a la seguridad social	82.1	74.0	52,274	51,209	2.4	2.1
Calidad y espacios de la vivienda	8.0	5.9	5,114	4,105	3.3	3.1
Acceso a los servicios básicos en la vivienda	16.0	17.2	10,177	11,898	3.3	2.8
Acceso a la alimentación	14.9	15.0	9,464	10,392	3.2	2.8
<b>Bienestar</b>						
Población con un ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo	22.1	11.6	14,101	8,011	2.3	2.2
Población con un ingreso inferior a la línea de bienestar	55.3	44.0	35,188	30,456	2.2	1.9

Fuente: Elaborado por el IIEG con base en estimaciones del CONEVAL con base en el MCS-ENIGH 2010, la muestra del Censo de Población y Vivienda 2010, el Modelo Estadístico 2015 para la continuidad del MCS-ENIGH y la Encuesta Intercensal 2015.

La Mezquitera se encuentra en Zapotlanejo por lo que en la tabla de arriba según el INEGI podemos ver algunos indicadores de la pobreza multidimensional que presenta esa localidad, se muestran los datos actualizados a 2015 del porcentaje y número de personas en situación de pobreza, vulnerable por carencias sociales, vulnerable por ingresos, no pobre y no vulnerable en Zapotlanejo. El 40.5% de la población se encuentra en situación de pobreza (28,036 personas), así mismo el 44.9% (31,094 personas) de la población es vulnerable por carencias sociales; el 3.5% es vulnerable por ingresos y 11.1% es no pobre y no vulnerable. Es importante agregar que en el 2010 el 8.8% de la población de Zapotlanejo presentó pobreza extrema y para el 2015 disminuyó al 4.2%.

20

En la siguiente tabla del INEGI se muestran datos de la población del 2005 a comparación del 2010 en donde se ve un aumento en la población de 759 personas a 1,056 de las cuales 507 son hombres y 549 mujeres. La cantidad de viviendas particulares aumentó de 178 a 261. Por último, el grado de marginación de la localidad pasó de bajo a medio, lo cual nos dice que han mejorado las condiciones sociales y de infraestructura en la región de la Mezquitera.



CATÁLOGO DE  
Localidades

■ Home

SEDESOL  
SECRETARÍA DE  
DESARROLLO SOCIAL



Sistema de Apoyo para la Planeación del PDZP

BÚSQUEDA

Nombre ▼

Entidad ▼

Buscar

CLAVE  
LOCALIDAD

Ir

### Información de localidad

#### Datos actuales

Clave INEGI	141240117					
Clave de la entidad	14					
Nombre de la Entidad	Jalisco					
Clave del municipio	124					
Nombre del Municipio	Zapotlanejo					
Grado de marginación municipal 2010	Bajo					
Clave de la localidad	0117					
Nombre de la localidad	La Mezquitera					
Estatus al mes de Octubre 2015	Activa					
<b>Año</b>	<b>2005</b>			<b>2010</b>		
<b>Datos demográficos</b>	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Total de población en la localidad	367	392	759	507	549	1,056
Viviendas particulares habitadas	178			261		
Grado de marginación de la localidad <i>(Ver indicadores)</i>	Bajo			Medio		
Grado de rezago social localidad <i>(Ver indicadores)</i>	1 muy bajo			Muy bajo		
Indicadores de carencia en vivienda <i>(Ver indicadores)</i>						

## 1.2 Caracterización de la organización

En este periodo de PAP se trabajó a través de 10 marcas en total de los alumnos diseñadores de este proyecto, 4 de aquellas marcas se vienen construyendo desde el semestre anterior y este semestre se crearon 6 marcas nuevas. Los diseñadores fueron conformados por las carreras de indumentaria de moda, diseño integral y mercadotecnia, y a la par trabajaron con las carreras de artes audiovisuales y publicidad para el desarrollo de sus marcas. A su vez, a lo largo del semestre fueron apoyados por profesores asesores de las áreas de mercadotecnia de la moda (Jacob Pulido), economía (Blanca Robles) y comunidad (Daniela Gloss), entre otros asesoramientos que tuvimos como el de despacho Huerta Ríos y Abogados Asociados, S.C.

El PAP lo que tiene como propósito, es lograr un puente, una conexión entre las comunidades de La Mezquitera, La Laja y La Loma, con las marcas creadas por los estudiantes, y de esta manera crear oportunidades de trabajo para las costureras, al igual que seguir con el emprendimiento de los alumnos, todo esto abordado desde el trabajo justo y consciente a la hora de la creación de cada una de estas marcas y sus prendas, formando empresarios con responsabilidad social en la industria textil de la moda, donde promovemos el pago justo y aprendemos la importancia de cada eslabón en la cadena de valor.

Trabajamos desde la conceptualización y diseño de marcas, muestreo de prototipos, producciones en colaboración con costureras de la comunidad de la mezquitera, la loma y la laja, campañas y branding de moda que creamos con nuestros compañeros de audiovisuales y publicidad, hasta tener las producciones terminadas y listas para su distribución y venta.

Además de los estudiantes otros roles importantes fueron mujeres y hombres que forman parte de la industria de la maquila de La Mezquitera, La Laja y La Loma. Desde semestres anteriores, el PAP ya había trabajado con ellas, por lo que ya existe un vínculo con las mujeres y hombres de esta comunidad. Y sus roles son importantes porque ayudaron a materializar los diseños de los estudiantes, creando así procesos de producción en marcas de ropa con responsabilidad social. Cabe mencionar que cada una de estas personas cuenta con su propio taller, o máquinas según los servicios que ofrecen.

## 1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

La problemática más grande que se logró identificar trabajando con las costureras de La Laja es que debido a la gran competitividad de toda la comunidad en este pueblo y pueblos circundantes que en su mayoría se dedican a la industria de la costura y maquila, se ven obligadas a reducir sus precios a tal grado que aceptan cantidades de trabajo increíblemente grandes a costos exageradamente bajos, esto con la finalidad de tomar trabajo a como de lugar. Los fabricantes al saber esto, cotizan con las costureras y eligen a aquellas que les den el costo más bajo por pieza.

Así mismo, debido a que deben sacar eficientemente las cantidades enormes de producto en tiempo y forma, se crea una dinámica de explotación laboral sobre las mismas costureras para lograr cumplir con las fechas de entrega o muchas veces suelen quedar mal debido al exhaustivo trabajo que fácilmente superan las 8 horas de trabajo al día.

Las condiciones en las que viven las personas de esta zona son bastante variadas, sin embargo aquellas costureras independientes que no poseen los recursos para armar un taller completo con mayor fuerza laboral son aquellas que se enfrentan a más obstáculos y problemas económicos y por ende experimentan de una mala calidad de vida con dificultades de poder sustentar gastos básicos para el hogar como lo es la electricidad o manteni-

miento de instalaciones como las tuberías, pintura para las paredes, enjarre e incluso el buen funcionamiento del escusado. A pesar de que no es una labor complejo identificar las problemáticas que viven las personas de estas comunidades, es complicado que logren abrirse a aceptar ayuda externa como la que nosotros intentamos ofrecer debido a que la cantidad de prendas que mandamos a producir, por más bien remunerado que se les quiera pagar por pieza, no es suficiente para compensar tanto la mala calidad de vida como la remuneración recibida por proyectos mucho más grandes que les llegan de fabricantes bien establecidos. Por lo que muchas veces las mismas costureras se rehusan a aceptar trabajos pequeños y bien remunerados.

## 1.4. Planeación de alternativa(s)

La primera etapa del proyecto este semestre consistió en sensibilizarnos a las situaciones, problemáticas y realidades de las costureras en las comunidades de La Laja, La Loma y La Mezquitera. En base a las experiencias adquiridas el semestre pasado, en ese mismo llegamos a la conclusión que para tener una mejor experiencia y brindarles una experiencia de colaboración más positiva a las colaboradoras de estas zonas, teníamos que primero sensibilizarnos a diferentes realidades, reconocer que tenemos estereotipos y eso no es algo malo, porque en algunas ocasiones estos siguen un patrón que no está muy alejado de la realidad, pero también debimos comprender que para crear un ambiente de trabajo más ameno, teníamos que conocer de primera mano las realidades en la comunidad para así poder brindar un mejor trabajo en todas las áreas de este proyecto.

Una vez sensibilizados a las diferentes problemáticas y realidades de las personas de las comunidades, realizamos nuestra primera visita de campo. Ahí todos nos dimos cuenta que la mayoría de los estereotipos que teníamos previamente acerca de cómo serían las personas de la comunidad estaban un poco alejados de la realidad. Son comunidades con personas jóvenes, muchas de ellas con estudios de bachillerato y en algunas ocasiones diplomados que los acreditaban en el área de la industria de la moda en la que se especializaban. Por esto mismo, nos vimos enfrentados a una problemática nueva, en la mayoría de los casos, están tan acostumbrados a trabajar en grandes volúmenes, que nos fue muy difícil conseguir colaboradores nuevos pues prefieren hacer 500 piezas pagadas a un precio menor que les tomará más tiempo hacerlo, que nuestras pequeñas producciones bien pagadas por precios establecidos por ellos que les puede tomar incluso un día terminarlas.

Una vez establecidas las necesidades de las comunidades de La Laja, La Loma y La Mezquitera, entendiendo su contexto sociocultural y sus problemáticas se propusieron como soluciones lo siguiente.

En nuestra segunda etapa, realizamos estudios de tendencias, análisis de los mercados correspondientes a cada marca, empezamos asesorías de mercadotecnia de la moda y enfoques más específicos para emprender una marca. Ya con esta información recopilada, se fueron haciendo pequeños cambios y modificaciones para adaptar mejor los productos a sus específicos mercados y se pulieron los conceptos de las marcas para así dar paso a la siguiente etapa.

Consecutivamente, la propuesta de diseño de las marcas se fue realizando tomando en cuenta toda la información recabada. Los alumnos de nuevo ingreso entraron al PAP con una idea ya establecida o incluso ya ejecutada de lo que sería su marca y los que ya estaban en un semestre anterior ya lo tenían establecido, por lo que esta etapa se basó en pulir lo que ya existía para adaptarlo mejor al mercado y solución de dudas por parte de nuestros compañeros de Diseño. Al mismo tiempo, se llevó a cabo la etapa de muestreo, la primera de la etapa de producción, la cual empieza con los diseños ya establecidos, buscando las telas que mejor se adapten a la idea, para de aquí llevar el proceso con nuestra colaboradora en el área de muestras y graduaciones, Alejandra. Esta es una etapa que puede abarcar de 2 a 5 semanas, dependiendo de la claridad con la que se comunique la idea de diseño y de la correcta elección de telas, para así pasar a la etapa de gradua-

ciones en las tallas elegidas.

Después de tener con seguridad las muestras y las graduaciones correctas, el siguiente paso es llevar las telas y graduaciones con el cortador para así agilizar este proceso. Gracias a los canales de comunicación establecidos el semestre pasado, tuvimos la oportunidad de colaborar con un cortador en la comunidad, el cual entendió el concepto de nuestro proyecto y trabajo con nosotros en base a los precios previamente establecidos por él, pues nos explicó que por ser producciones muy pequeñas el precio sería más elevado de lo que él normalmente acostumbra, a lo cual nosotros accedimos pues comprendemos que los precios que nos establezcan serán más elevados por pieza por el tamaño de las producciones.

En la última etapa del área de producción de las prendas, nos encontramos con un problema, por la temporada del año, muchas de las costureras de la comunidad ya estaban saturadas de trabajo mal remunerado, o en espera de producciones grandes, por lo cual nos fue un poco difícil encontrar colaboradoras, pues no veían la lógica en hacer una pequeña producción bien remunerada en menos de un día, por mejor remuneración que producciones más grandes, mal pagadas y que les tomarían más tiempo. Al final encontramos como colaboradoras de nuevo a Cuca y como nueva colaboradora a Lidia, las cuales accedieron a establecer sus propios precios sobre nuestras producciones bajo la condición de entregar en tiempo y forma en una fecha límite. La problemática más grande que se logró identificar trabajando con las costureras de La Laja es que debido a la gran competitividad de toda la comunidad en este pueblo y pueblos circundantes que en su mayoría se

dedican a la industria de la costura y maquila, se ven obligadas a reducir sus precios a tal grado que aceptan cantidades de trabajo increíblemente grandes a costos exageradamente bajos, esto con la finalidad de tomar trabajo a como de lugar. Los fabricantes al saber esto, cotizan con las costureras y eligen a aquellas que les den el costo más bajo por pieza. Así mismo, debido a que deben sacar eficientemente las cantidades enormes de producto en tiempo y forma, se crea una dinámica de explotación laboral sobre las misma costureras para lograr cumplir con las fechas de entrega o muchas veces suelen quedar mal debido al exhaustivo trabajo que fácilmente superan las 8 horas de trabajo al día. Las condiciones en las que viven las personas de esta zona son bastante variadas, sin embargo aquellas costureras independientes que no poseen los recursos para armar un taller completo con mayor fuerza laboral son aquellas que se enfrentan a más obstáculos y problemas económicos y por ende experimentan de una mala calidad de vida con dificultades de poder sustentar gastos básicos para el hogar como lo es la electricidad o mantener-La problemática más grande que se logró identificar trabajando con las costureras de La Laja es que debido a la gran competitividad de toda la comunidad en este pueblo y pueblos circundantes que en su mayoría se dedican a la industria de la costura y maquila, se ven obligadas a reducir sus precios a tal grado que aceptan cantidades de trabajo increíblemente grandes a costos exageradamente bajos, esto con la finalidad de tomar trabajo a como de lugar. Los fabricantes al saber esto, cotizan con las costureras y eligen a aquellas que les den el costo más bajo por pieza. Así mismo, debido a que deben sacar eficientemente las cantidades enormes de producto en tiempo y forma, se crea una dinámica de explotación

laboral sobre las misma costureras para lograr cumplir con las fechas de entrega o muchas veces suelen quedar mal debido al exhaustivo trabajo que fácilmente superan las 8 horas de trabajo al día. Las condiciones en las que viven las personas de esta zona son bastante variadas, sin embargo aquellas costureras independientes que no poseen los recursos para armar un taller completo con mayor fuerza laboral son aquellas que se enfrentan a más obstáculos y problemas económicos y por ende experimentan de una mala calidad de vida con dificultades de poder sustentar gastos básicos para el hogar como lo es la electricidad o mantenimiento y de la correcta elección de telas, para así pasar a la etapa de graduaciones en las tallas elegidas.

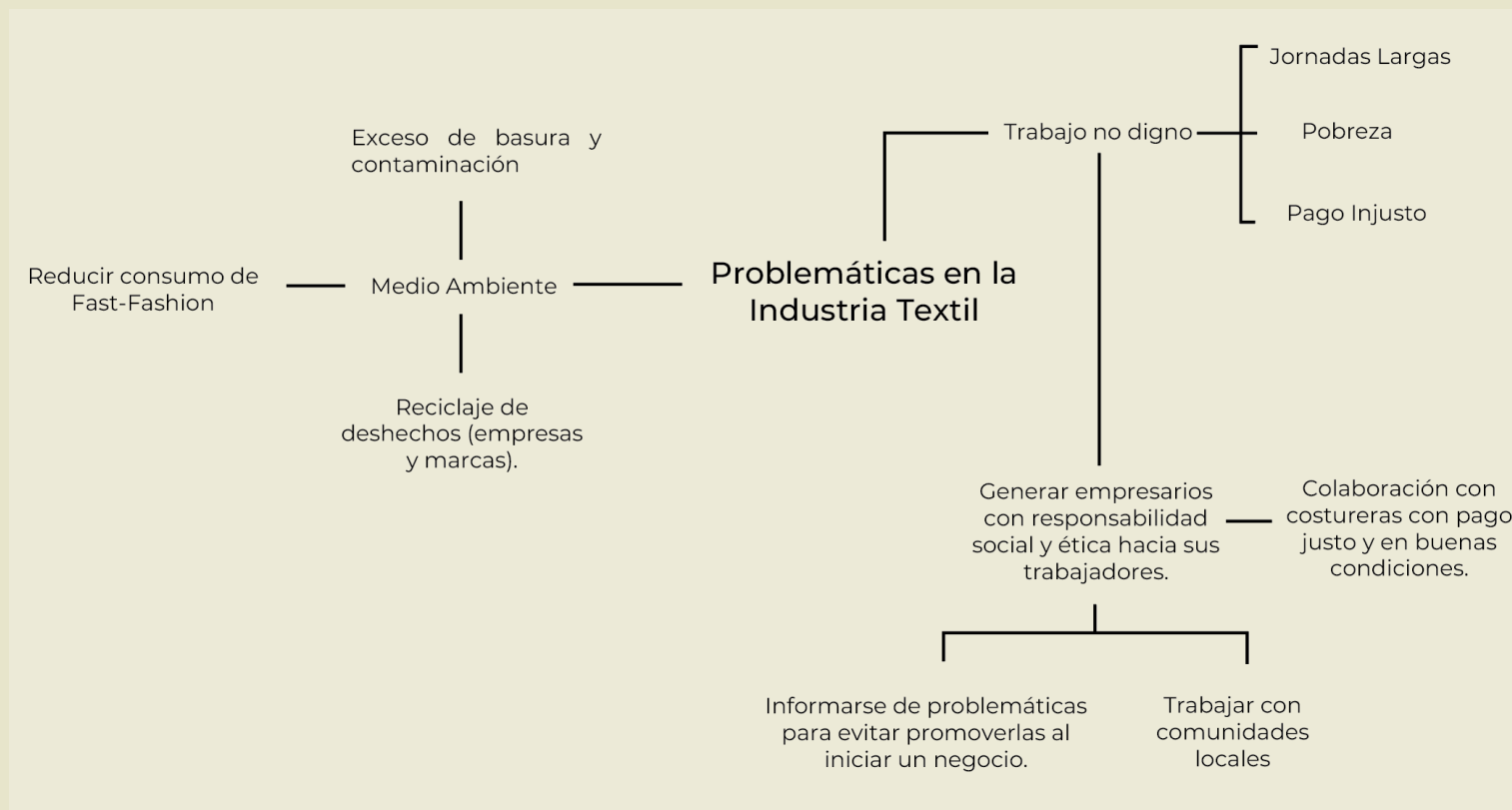
Después de tener con seguridad las muestras y las graduaciones correctas, el siguiente paso es llevar las telas y graduaciones con el cortador para así agilizar este proceso. Gracias a los canales de comunicación establecidos el semestre pasado, tuvimos la oportunidad de colaborar con un cortador en la comunidad, el cual entendió el concepto de nuestro proyecto y trabajo con nosotros en base a los precios previamente establecidos por él, pues nos explicó que por ser producciones muy pequeñas el precio sería más elevado de lo que él normalmente acostumbra, a lo cual nosotros accedimos pues comprendemos que los precios que nos establezcan serán más elevados por pieza por el tamaño de las producciones.

En la última etapa del área de producción de las prendas, nos encontramos con un problema, por la temporada del año, muchas de las costureras de la comunidad ya estaban saturadas de trabajo mal remunerado, o en espera

de producciones grandes, por lo cual nos fue un poco difícil encontrar colaboradoras, pues no veían la lógica en hacer una pequeña producción bien remunerada en menos de un día, por mejor remuneración que producciones más grandes, mal pagadas y que les tomarían más tiempo. Al final encontramos como colaboradoras de nuevo a Cuca y como nueva colaboradora a Lidia, las cuales accedieron a establecer sus propios precios sobre nuestras producciones bajo la condición de entregar en tiempo y forma en una fecha límite.

# 1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

A lo largo del semestre nos dedicamos a profundizar en diversas problemáticas relacionadas con la industria textil, tanto a nivel nacional, como internacional. A partir de lecturas, investigaciones y diálogos grupales, se estableció un panorama de conflictos generales y posibles soluciones a nivel local, es decir, a partir del proyecto PAP. A continuación, un esquema gráfico de los resultados y propuestas:



## 1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Adentrándonos más en las tres comunidades con las que trabajamos este semestre (La Loma, La Laja y La Mezquitera), el objetivo principal del proyecto fue crear, ejecutar y emprender distintas marcas de ropa, producidas en colaboración con las costureras y talleres de la zona. Los resultados de dicha colaboración se mostrarán más adelante en el apartado titulado “Productos” del presente documento. El propósito principal de este proyecto era apoyar a estas comunidades después de haber identificado las problemáticas mencionadas anteriormente y poniendo en prácticas las soluciones discutidas, como el pago justo de su trabajo y una dinámica ética y humana, respetando sus tiempos y horas laborales. A pesar de haber logrado una relación exitosa y unos buenos productos finales, se distinguieron ciertas áreas de oportunidad a raíz de las reflexiones finales al término del proyecto. Entre las propuestas de mejora encontramos 3 puntos principales:

- Cuidar mejor la planeación del proyecto: los tiempos de la producción final fueron bastante justos, provocando complicaciones en la colaboración entre los diseñadores y las costureras.
- Aumentar el número de viajes de reconocimiento: faltaron más viajes grupales para conocer mejor el lugar y establecer vínculos más cercanos con las costureras con las que se iba a trabajar.
- Mejor documentación del proceso: a pesar de las fotografías y registros del proyecto, se pueden mejorar los productos audiovisuales teniendo en cuenta que se ya establecieron vínculos más cercanos con los miembros de la comunidad. Los siguientes semestres, se puede contemplar hacer un documental de video, con testimonios más complejos.

## 1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

En este PAP nos enfocamos en zonas como la Mezquitera, que es un lugar en donde las mujeres trabajan confeccionando prendas para empresas grandes, ellas trabajan con grandes volúmenes pero es muy mal pagado su trabajo, sin mencionar que las empresas no se interesan por su bienestar o en ellas como seres humanos que sienten y tienen problemas.

Nosotras buscamos hacer contacto con cada una de ellas, visitarlas y platicar con ellas en forma de poder hacer un contacto más personal y no sólo por trabajo. Al mismo tiempo, otra solución que dimos fue darles un mejor pago por cada prenda confeccionada. Algunas de las problemáticas que encontramos es que no todas las mujeres se sienten en confianza y no quieren platicar con nosotras, creemos que es parte de la costumbre de la relación cliente - trabajador.

Dentro del PAP de la mezquitera se busca crear un lazo más cercano con todos los involucrados en la línea de producción, creando relaciones más estrechas con los diseñadores y costureras, fue como por medio de las distintas visitas de campo se busca entablar una mejor relación con estas, para así hacer conscientes a las costureras de la importancia que representan para una marca, ya que son estas quien nos ayudan a materializar nuestros conceptos de diseño.

# 1.7. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

## 1.7. Bibliografía y otros recursos

---

- Mehta, S. (2020, 25 agosto). *Garment worker exploitation: an international human rights problem*. *Human Rights Pulse*. Recuperado 26 de enero de 2022, de <https://www.humanrightspulse.com/mastercontentblog/garment-worker-exploitation-an-international-human-rights-problem>
- Tansy, H. (2018, 18 febrero). *They left us starving»: How the fashion industry abandoned its workers*. *openDemocracy*. Recuperado 26 de enero de 2022, de <https://www.opendemocracy.net/en/economy/they-left-us-starving-how-fashion-industry-abandoned-its-workers/>
- LVMvirtual. (2017). *Maquilapolis*. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=-C3EGupx8u18>
- Illa Bufarda. (2016, 30 noviembre). *Historias de obreiras entre costuras e patróns*. [Archivo de video]. Vimeo. <https://vimeo.com/193701763>
- O. Martínez, María Eugenia de la (2006). *Geografía del trabajo femenino en las maquiladoras de México*. *Papeles de Población*, 12(49),91-126.[fecha de Consulta 25 de Abril de 2022]. ISSN: 1405-7425.  
Disponibile en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11204904>
- Flores, L. R. (2017, 22 septiembre). *Costureras quedan atrapadas en fábrica del Centro Histórico de la CdMx. Otra vez. Como en 1985. ... Sin Embargo MX*. Recuperado 31 de enero de 2022, de <https://www.sinembargo.mx/21-09-2017/3312264>

Servín, F. C. (2021, 8 diciembre). *Maquiladoras textiles, focos de explotación laboral y acoso sexual, denuncia Oxfam*. *La Jornada*. Recuperado 31 de enero de 2022, de <https://www.jornada.com.mx/notas/2021/12/08/politica/maquiladoras-textiles-focos-de-explotacion-laboral-y-acoso-sexual-denuncia-oxfam/>

García. Crossa, A. E. M. (2020, 1 mayo). *Maquila y COVID-19: las mujeres que están dejando la vida en la línea de producción*. Oxfam. Recuperado 31 de enero de 2022, de <https://www.oxfammexico.org/historias/maquila-y-covid-19-las-mujeres-que-est%C3%A1n-dejando-la-vida-en-la-l%C3%ADnea-de-producci%C3%B3n>

Rocío Enriquez Rosas. (2008). *El Crisol de la Pobreza: mujeres, subjetividades, emociones y redes sociales*. Guadalajara, México: Iteso.

# 1.8. ANEXOS GENERALES

# 1.8. Anexos Generales

- Anexo 1. Manual de Marca KOZI
- Anexo 2. Manual de Marca LA ISLA
- Anexo 3. Manual de Marca ALBOREÁ
- Anexo 4. Manual de Marca ADOKA
- Anexo 5. Manual de Marca LEAL
- Anexo 6. Manual de Marca DREA
- Anexo 7. Manual de Marca OLIVÉ
- Anexo 8. Manual de Marca MELI MALO
- Anexo 9. Manual de Marca ZEIBA
- Anexo 10. Manual de Marca FDH

## 2. Productos

*[Los productos de tu PAP ya sean objetos o documentos, se entregarán a la organización con las que se trabajó. Estos productos podrían ser útiles en otros contextos para su mejor aprovechamiento. Considera lo siguiente para este apartado:*

- ▣ Elabora la(s) ficha(s) descriptiva(s) de los productos elaborados.*
- ▣ Presenta el producto de acuerdo con su tipología:
  - o Plan*
  - o Modelo o prototipo*
  - o Metodología*
  - o Estrategia*
  - o Reporte*
  - o Diagnóstico*
  - o Manual*
  - o Técnica o herramienta*
  - o Producto y aplicación digital o Otros]**

## 2. Productos

Los productos trabajados durante el semestre se estructuran a manera de una breve descripción de la marca, así como los productos textiles planeados y logrados dentro de todo el semestre. Los manuales de marca, así como la metodología y los procesos pas o a paso se encuentran en el apartado de anexo, llevándo a los documentos individuales.

# KOZI

KOZI nace teniendo en mente nuestra nueva normalidad; nuestras vidas cada vez giran más alrededor de nuestro hogar y entendemos la necesidad de convertir nuestra experiencia en este en un oasis de comodidad, sin dejar de lado el estilismo. Enfocado en mujeres entre 24 y 29 años, son recién egresadas y profesionistas nuevas y ese es el rol más importante en su vida. En KOZI encuentran una marca enfocada en la comodidad del hogar, pero el estilismo suficiente para también salir de casa con las prendas.



# LA ISLA SWIMWEAR

La isla swimwear es una marca donde el nombre nace de la pasión por conocer nuevos lugares tropicales, en donde al utilizar una pieza de la marca te sientas de vacaciones y libre para nuevas experiencias, inspirada en viajar a lugares tropicales y aventuras.

La Isla es una marca Slow Fashion ofreciendo al cliente piezas frescas y ligeras para la playa.



# ALBOREÁ

Alboreá nace con la necesidad de tener claro de dónde venimos, quiénes somos y hacia dónde vamos. Se dice que todos los mexicanos llevamos un charro en nuestro corazón y nuestra alma. La tauromaquia y charrería son una fiesta convertida en arte y es raíz de nuestra esencia como mexicanos, es una recia y sublime expresión humana.



# ADOKA

ADOKA es una marca divertida y atrevida, pero qué al mismo tiempo toma inspiración de situaciones o vivencias serias, ya sea de situaciones globales, locales, historia etc. de donde se abstraen simbolismos que se utilizan en los diseños de una manera sutil. Además, tiene un ADN bastante geek, ya que las siluetas por lo general se encuentran inspiradas en videojuegos, anime con el objetivo de crear diseños poco convencionales y con nuevas propuestas para el público.



# LEAL

La marca se crea por la pasión de hacer ejercicio, pero sobre todo por poder motivar a los demás a tener una vida deportiva. Desde pequeño me han inculcado el practicar deporte ya sea en una o en otras disciplinas para mantenerme activo debido al alto porcentaje de energía que me controlaban a temprana edad. Para llegar al punto de crear esta marca empecé desde el semestre anterior con la idea de poder hacer una marca de ropa de algo que realmente me gustara y concluí con ropa deportiva para caballero. Al comienzo, no sabía si fuera prudente ejecutar esta idea o no, pero después, decidí arriesgarme e intentarlo debido a que eh visto toda mi vida la fabricación de ropa en mi pueblo de origen (Moroleón, Gto).



# DREA

DREA busca brindarle a los médicos no sólo una opción cómoda y útil en sus uniformes de trabajo, sino estilo y personalidad. DREA nace de la pasión por la moda y la medicina, siendo así un balance perfecto entre los dos mundos. Es por eso que buscamos volvernos los aliados #1 de los médicos, para brindarles confianza, comodidad y estilo.



# OLIVÉ

El storytelling cuenta la historia de una joven de 30 años con aspiraciones altas, trabajadora. Sus rutina es preparar un café que le de vida a su día, hacer el desayuno para la familia y tener el hogar organizado. Ir al trabajado, supervisar y dar órdenes. Tiene juntas importantes de trabajo y comidas de engocios, por la noche una cena con su marido en algún restaurante elegante. Para cada una de las ocasiones utilizó el mismi outfit y siguió luciendo increíble.



# MELI MALO

La marca nace en el año 2022 a raíz de un proyecto que busca crear productos amigables con el medio ambiente en la cocina, esto para disminuir o erradicar los elementos plásticos o de un único uso. Además, la marca busca tener un valor agregado en cada producto, por ejemplo las bolsas recubiertas de cera de abeja además generan un beneficio a la salud conservando los alimentos en buen estado por más tiempo. Así, como poder generar alianzas con apicultores locales para priorizar la crianza y protección de las abejas ya que estas son sumamente importantes para la vida en el planeta.



# ZEIBA

Vestidos elegantes y frescos para el agua. Son trajes de baño y salidas ideales para ocasiones como; cruceros, yates, relajarse en un hotel de lujo, ir a comer dentro del hotel, pero en ciertos restaurantes mas formales, tomarse fotos en spots emblemáticos, asistir a clubs de playa o eventos de música de dj's reconocidos. "Somos una marca orgullosamente mexicana que se inspira en la riqueza de México, en aspectos como la cultura, arte, colores y vegetación. Las mujeres pueden experimentar esa misma naturaleza, historia y cultura para sensibilizarse con esa inspiración a través de la composición textil.

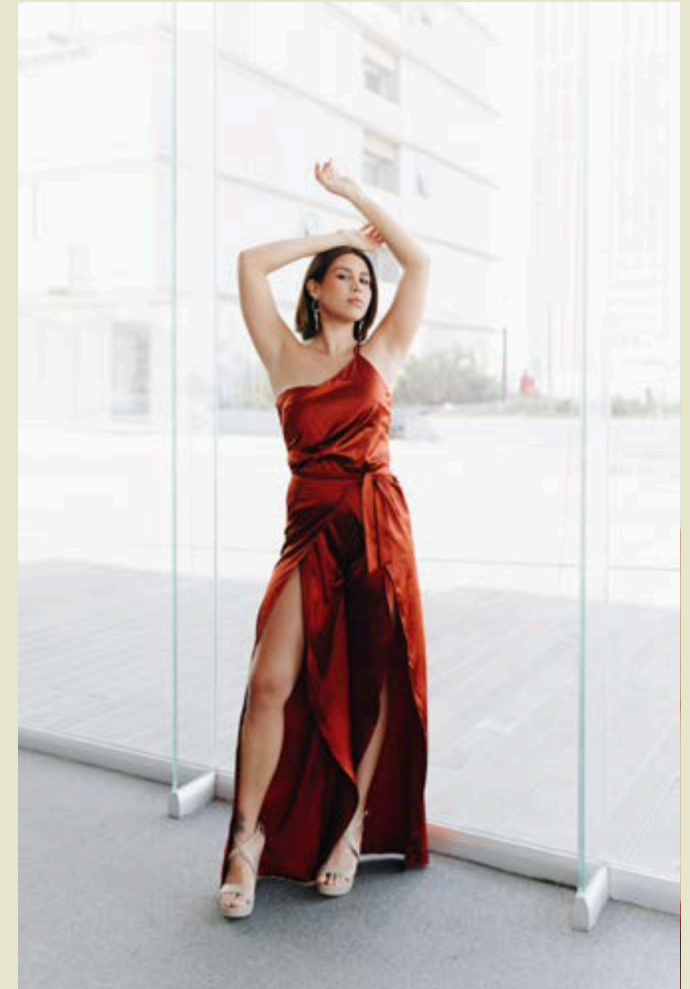


# FDH

.FDH lanza su primer colección de vestidos sencillos, los cuales hacen referencia a piezas hermosamente ricas pero minimalistas inspirándose en la Sencillez Elevada, que aboga por el diseño democrático con productos clásicos, duraderos, inclusivos y que mejoren el día a día.

La comodidad y la calidad van de la mano, es por ello que los artículos básicos se han convertido en codiciados nuevos clásicos.

FDH no busca crear prendas, si no historias que lleven su visión aun mas lejos. Es por ello que con paso del tiempo ha ido enfocando sus piezas a una línea de palazzos que brinde una mayor comodidad a su mercado, el cual pueda sentir confort, sensualidad y elegancia en cada una de sus prendas.



# 3. REFLEXIÓN CRÍTICA Y ÉTICA DE LA EXPERIENCIA

---

El RPAP tiene también como propósito documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

## 3.1 Sensibilización ante las realidades

Nos damos cuenta de las dificultades de vivienda a las que se enfrentan las costureras. Reconocemos que las mujeres trabajan usualmente todo el día, incluso en sus horarios de comida y en las madrugadas. Los espacios del hogar no son los suficientes para sostener una dinámica de trabajo y a la vez de familia. Vimos en múltiples situaciones que los espacios en los que se trabaja son los mismos en los que se duerme, se da de comer, etc.

Otra realidad a las que se enfrentan las costureras de estas comunidades es la disponibilidad de horarios. Muchas de las mujeres que trabajan en casa lo hacen por decisión sus esposos. Escuchamos por los discursos dentro de la comunidad que aquellas mujeres que trabajan en un taller lo pueden hacer ya se porque tienen el “permiso” de sus esposos o porque son solteras.

No podemos ignorar el hecho de que la gran mayoría de las problemáticas que podemos señalar en esta comunidad las reconocemos desde un punto muy alto de privilegio; es por esto que nuestro acercamiento siempre tiene que ser muy estratégico y con mucha apertura para alcanzar a sensibilizarse de una manera empática y ofrecer soluciones factibles. Dicho esto, la falta de educación y de oportunidades en la comunidad han creado dinámicas de competencias capitalistas entre las costureras sin asegurar una recompensa benéfica

de estabilidad o desarrollo que pueda brindar una mejor calidad de vida para la comunidad en general. Una de estas soluciones es el pago justo; siempre ofrecemos la remuneración que pueda cubrir objetivamente las necesidades de las costureras y no apegarnos a las condiciones actuales del mercado.

## 3.2 Aprendizajes logrados

Mónica Montaña

El PAP para mí fue una experiencia muy gratificante, ya que pude crear mi marca desde cero y sobre todo apoyar para lograr una ética social; vivir la experiencia de cada proceso junto con las personas involucradas que nos apoyaron para que todo esto fuera posible fue muy agradable, puesto que puede crear una marca éticamente responsable, saber que ayude a la comunidad con un pago justo. Estoy muy satisfecha con el resultado de esta etapa escolar y personal, en el cual quiero seguir poniendo en práctica todos los conocimientos adquiridos para en un futuro tener una marca reconocida en el ámbito de la moda.

Karen Cuesta

El proyecto en lo personal me ayudó no solo a sensibilizarme con otras realidades sino a entender mi privilegio y formar una opinión mucho más amplia de lo que implica el trabajo laboral, mano de obra y buscar apoyarse de comercios y negocios nacionales. Creo que es un PAP que me sirvió mucho como incubadora para mis proyectos profesionales y también me enriqueció en lo intrapersonal por lo cuál me voy muy agradecida de haber tenido la experiencia ya que aplicaré mucho de esto el resto de mi vida y difícilmente se olvidan experiencias así.

Andrea Radillo

Gracias a este PAP y las entrevistas con las costureras en la Mezquitera me pude dar cuenta la explotación laboral en la que viven, la verdad era algo que ya habíamos platicado y que ya se sabía, pero realmente no sabía con exactitud del problema, ver que les llegan a pagar 7 pesos por prenda se me hace un abuso total, porque aunque sean producciones de cientos de prendas es un precio sumamente bajo, ya que no solo es su tiempo, sino que a veces también materiales, porque las marcas muy frecuentemente no les mandan ni les pagan los hilos utilizados.

Creo que el reto más grande fue el ver que la comunidad no se veía muy abierta a trabajar con nosotros, es decir los sentía hasta con cierta obligación y vimos que realmente ellos terminaban haciéndonos el favor de recibir nuestras muestras o producciones, ya que para el tamaño y número de piezas no les era muy favorable.

Siento que el estar tan cerca a una pequeña parte de la comunidad, el haberlos escuchado y haber platicado sobre sus vidas nos ayudó a crear una conciencia todavía más grande e incluso creo que un interés por querer ayudar y ver maneras en las que las podemos ayudar para hacer un cambio. Fue una sacudida en la que nos tocó ver, sentir y sobre todo escuchar sobre el problema de la explotación laboral en el mundo textil aquí en Jalisco y no hay manera más cercana o fiable de conocerlo si no es de primera mano, por las personas que están viviéndolo día a día.

Fernanda Yáñez

Por medio del PAP me permitió visualizar con más claridad los procesos de producción necesarios que requiere una prenda, desde su proceso creativo con la marca, hasta el comienzo de la producción, como diseñadora pude aportar desde mi área profesional a las marcas que se desarrollan durante el semestre, asesorando y apoyando en el proceso de desarrollo.

Es conocido que los procesos industriales del mundo de la moda pueden llegar a ser los más impactantes hablando socio-ambientalmente, me siento afortunada de haber llevado este PAP ya que me hizo más consciente del trabajo que hay detrás de la industria de la moda, desde conocer a todos los que trabajan y aportan a tu producción, como lo fue conocer más a fondo las costureras, reconocer que trabajamos con personas y que es importante mantener una buena relación, además de ofrecer trabajos éticos, es así como logré identificar las pequeñas mejoras que puede haber en un proceso textil, pero que serán estas las que marquen la diferencia en el mercado. Actualmente nos enfrentamos a un crecimiento imparable del mercado, donde diariamente surgen nuevas marcas, pero aprendí que tenemos que saber diferenciarnos ante nuestra competencia, no solo ofreciendo trabajos éticos, también ser conscientes de nuestro impacto en el proceso, desde donde proviene nuestra materia prima, como se obtuvo y de que manera será aprovechada toda esta materia prima. Es así como las visitas a la mezquitera me ayudó aterrizar todas las lecturas realizadas

sobre concientización socio-ambiental que mantienen en el PAP de la Mezquitera, ya que para tener una marca exitosa no basta con tener un producto estético, más bien es necesario estructurar detalladamente tu producto desde su creación, la producción, la venta y la imagen que quieres dar ante tu usuario.

Fernanda Barocio

Desde un inicio en el PAP nos plantearon las formas de trabajo y de vida de cada una de las zonas en donde íbamos a estar trabajando, cada quien tenía una perspectiva diferente cómo iban a ser las calles, las casas, incluso las personas. Cuando asistimos por primera vez a la Mezquitera nos dimos cuenta de que algunas si se acercaban a lo que habíamos imaginado, pero otras no. Las casas no son muy grandes, normalmente sólo tienen un piso y algunas de ellas no tienen pintura. A pesar de todo ello, las señoras nos recibieron bien, nos explicaron sus procesos, pudimos platicar sobre sus vidas hasta donde ellas nos lo permitían. Me llamo la atención que a veces querían platicar de sus problemas y no se sentían agobiadas por lo que nosotras pudiéramos pensar, sino que buscaban consuelo.

Sinceramente no tenía idea de cuánto les pagaban por la confección de las prendas y realmente es muy poco, las empresas les pagan el mínimo y si alguna no acepta, simplemente van con alguien más, es por eso que aceptan los trabajos a como dé lugar para tener de donde comer y sobrevivir. Aprendí que es mejor pagar más y que hagan un mejor trabajo, que se sientan seguras de que se les está pagando más porque su trabajo vale.

También aprendí mucho con las pláticas que tuvimos con el abogado y con Blanca, aunque no seamos abogados o mercadólogos creo que es muy importante tener las bases para saber los límites, leyes, reglamentos que debemos seguir. También todo lo relacionado a los costos, los excel, cómo cobrar y cuánto cobrar para darle un valor real y concreto a nuestros productos.

Ana Cristina Galindo

Este semestre tuve la oportunidad de consolidar en el PAP mi marca que empecé el semestre anterior, gracias a los conocimientos que tuve anteriormente, esta vez no empecé desde 0 y pude enfocarme más y corregir aspectos que yo consideré el semestre pasado que lo necesitaban. Decidí darle un enfoque más grande a solo realizar 2 productos, pero que fueran productos que cumplieran con mis estándares de estética y funcionalidad, realicé más estudios de mercado y fui cambiando aspectos de estos para que mi marca se adaptará mejor a estos, al igual que tuve que adaptar mi producto para la temporada correspondiente. Personalmente tuve mucha satisfacción este semestre, me sentí más cercana a la comunidad gracias a los ejercicios de sensibilización y creo que esto fue muy importante para poder crear canales de comunicación y poder seguir colaborando en un futuro.

Lorenza Arias

En la mezquitera e aprendido a llevar a cabo una producción de ropa a menor escala y todo lo que conlleva, y con ello la responsabilidad que tenemos y como influye en las demás personas como el pago justo y la responsabilidad social y la importancia de crear una cadena de producción con responsabilidad social.

Ana Baillo

Este proyecto PAP me dejó bastantes aprendizajes inesperados. Sabía desde el principio que se iba tratar de moda, de la industria y la producción textil. Mis primeros aprendizajes se relacionaron mucho con lo anterior, pues las clases me abrieron los ojos en torno a problemáticas ambientales ocasionadas por la producción textil, así como las terribles condiciones laborales a las que se enfrentan muchas de las costureras a nivel mundial y nacional. Leer artículos, investigar y dialogar en grupo fue de gran ayuda para comenzar a generar mis propias conclusiones y pensar en soluciones desde mi posición de consumidor y estudiante PAP.

Más adelante, nos comenzamos a adentrar en las comunidades con las que trabajaríamos y ahí es cuando surgieron mis aprendizajes más valiosos. El primero tiene que ver con la importancia de la perspectiva y el contexto. Todos llegamos con prejuicios y cavilaciones en torno al lugar que visitaremos y la gente con la que trabajaríamos. Nos acercamos en algunos aspectos, pero después de nuestra visita, me di cuenta de lo equivocada que estaba y de lo valioso que es conocer a la comunidad y a su gente para poder colaborar. A partir de estos acercamientos, surgieron otros aprendizajes internos de lo que rescato lo pertinente que es trabajar de la forma más humana y ética posible. Más allá de los resultados materiales y los productos audiovisuales que surgen del proyecto, lo más valioso fue dialogar y conocer a las costureras, manteniendo conexiones humanas en todo momento, más allá de las relaciones laborales.

Por último, me llevó aprendizajes profesionales que tienen mucho que ver con la planeación y el trabajo en equipo. Con este proyecto, refuerzo la importancia de la buena organización de las distintas actividades necesarias para llevar a cabo uno o varios proyectos, así como la comunicación eficiente entre los miembros de un equipo.

Mariana Méndez Chávez

Al cursar este pap, me llevo muchos aprendizajes tanto de mi marca, cómo de la comunidad. Los ejercicios de sensibilización me ayudaron bastante para contextualizar sobre lo que ocurre con las maquilas en México y así cómo poder apoyar a estas mujeres de la comunidad de la Laja. Al trabajar con ellas, me impactó su forma de vida, las condiciones de vivienda, infraestructura, espacio dónde laboran, higiene, etc. Al platicar con ellas, me di cuenta de lo poco que ganan, son increíblemente bajas sus ganancias, pero ellas tienen que aceptar esos precios porque no tienen otra alternativa, están encajonadas en una situación muy difícil. Por lo mismo fue complicado trabajar con ellas, porque están muy ocupadas con producciones grandes así que no querían aceptar nuestras producciones pequeñas, yo pensé que podía apoyar pagando un buen precio justo por confeccionar mis prendas, pero su perspectiva es distinta, prefieren tener trabajo seguro aunque sea mal pagado.

Respecto a las asesorías me parecieron muy interesantes, me ayudaron a consolidar más mi marca, sobre mercadotecnia, cuestiones legales y financieras.

Maria Ortiz

Como mi segundo semestre en este PAP en el cual esta vez conté con un grupo de audiovisuales para la realización de campañas editoriales, fashion films, y una presentación de foto y video. Y los aprendizajes aprendidos en este nuevo contexto respecto a mi semestre anterior fueron la coordinación y planeación de la logística de los proyectos. Fue un gran reto para mi y las maestras porque coordinar un gran grupo de personas más los modelos, equipo fotográfico, logística y espacios, es una nueva experiencia para las maestras. Y como estudiante audiovisual no fue un escenario desconocido, mi experiencia me hizo capaz de resolver problemas.

Inés Rickman

Yo llegue a este PAP con una expectativa muy diferente a lo que fue. Entré por amor a la moda, a pesar de no ser estudiante de indumentaria, para conocer otra parte de esta gran industria. Una de las cosas que más llamó mi atención fue la ubicación en la cual se desarrolla este proyecto, la zona de Zapotlanejo, en especial las comunidades de La

Laja, La Mezquitera y La tijera, la cercanía a Guadalajara hizo que me fascinara la idea. Yo tenía la idea que se iba a tratar de únicamente crear una marca de moda, en pocas palabras traer a la vida los diseños y empezar la producción, y yo como estudiante de comunicación me iba a encargar de documentar el proceso de cada etapa. Pues al final resultó ser más enriquecedor. Este PAP me abrió los ojos como un baldazo de agua fría a la fuerte realidad detrás de las maquilas, ya sabía yo las condiciones laborales tan terribles en las que trabajan las costureras y el abuso de sus derechos, pero el sentirlo y vivirlo tan cerca a mí me impresionó.

Lo que más me llevo de este PAP es la empatía y la sensibilización que logré desarrollar al visitar y estar trabajando de cerca con esta comunidad. Además de aportar desde mi parte creativa y audiovisual, ideas de estilismo y arte para las sesiones de cada marca, que fueron un reto por la diversidad de estilos entre los 10 diseñadores. Quedé muy satisfecha con los resultados, además de que me fueron muy útiles porque enriquecieron mi portafolio.

Juan Pedro López García

Entré a este PAP con la propuesta de apoyar a las marcas a generar sus identidades y definir sus diferenciadores. Muchas cosas aprendí y viví en este PAP que cambiaron de la primera impresión que tuve sobre lo que iba hacer inicialmente. Creo que la experiencia que más me enseñó fueron las visitas de observación a La Mezquitera. Relacionarnos con las costureras, sus familias y hasta las personas del pueblo que van pasando tienen una historia que contar; estas historias por supuesto enriquecieron mucho mi perspectiva sobre los valores y la misión que debo poner en mi trabajo como profesional en cualquier ámbito laboral en el que me encuentre en un futuro. Aprendí sobre sus realidades y los retos que enfrentan tanto en sus vidas personales como en las laborales, las cuales en muchas circunstancias están fuertemente ligadas. Este mismo aprendizaje también me ha hecho entrar en cuestionamiento sobre las marcas y las empresas con las cuales estaría dispuesto a trabajar y cuáles otras no se alinean a mis valores profesionales. Rescato también la importancia de las fechas de entrega, el orden y la ética de trabajo. Por situaciones médicas y personales, me costó mucho trabajo tener estos tres aspectos bajo control y terminé atrasándome en muchas de mis labores y sin la posibilidad de explotar mi conocimiento y mis habilidades para contribuir a la creación y diseño de marca de mis colegas de diseño de modas, y ayudarles en su futuro como dueñxs de empresas. Me hubiera gustado haber tenido la posibilidad personal de manejar más apropiadamente la dinámica de “creativo <-> cliente” para reforzar mis habilidades profesionales y poder colaborar en tiempo y en forma a mis colegas y mis maestras. Dicho esto, ha sido una experiencia grata. Frente a mis adversidades personales y médicas, mis maestras me ayudaron y escucharon con mucha comprensión y me ofrecieron soluciones para que las dos partes siguiéramos beneficiándonos. Aprendí de las costureras, de mis colegas de las distintas carreras, de mis maestras y de mi yo creativo y profesional.

Natalia Lepe

Como alumna de diseño de modas que no creo una colección, pude estar al pendiente de todos los procesos que pasaban con los diseñadores de moda y con la parte audiovisual. Más que reforzar mis conocimientos en ciertas partes de la creación de una marca platicando con mis compañeros, me adentre en el ámbito de creación de contenido para una marca lo cual se me hizo fascinante, pues es un proceso de mucha creatividad y trabajo a la hora de la creación visual como fotografía y video.

Así mismo, encontré que en Jalisco no existe una gama amplia de industrias que reciclen textiles, menos si los textiles tienen una composición de más de dos tipos de filamentos. En mi búsqueda de empresas que acepten los retazos de la marca, varias que me contestaron solo aceptan textiles que tengan el 50% de material natural y que el otro 50% no este combinado. Sin embargo, también encontrémoslas algunas pequeñas y medianas marcas que se dedican a vender ropa de segunda mano e intervenida las cuales les interesaban ciertos tipos de tela para hacer upcycling.

Ademas de las investigaciones de tendencia que hice sobre diferentes sectores de la creación de una marca (no solo la ropa) como el empaquetado, el branding etc... se nota que el mundo esta optando por la creación de productos mas amigables con el medio ambiente y éticamente construidos.

Fernanda de la Huerta

Consideró que este Pap me abrió un poco a lo que es el mundo real en todo aspecto, desde que comienzas a bocetar hasta que mandas a producir fueron una serie de altibajos en el camino, ya que todo iba cambiando a la forma en que ibas idealizando las cosas.

Sinceramente si pensé que íbamos a ir muy de la mano con la comunidad de la Mezquitera, que íbamos a trabajar en conjunto y si me sorprendí que al final nadie nos quería trabajar, obviamente por las piezas que íbamos a realizar, pero lo que aprendí de todo esto es solo un pequeño vistazo a como se maneja realmente la industria. Para que tus proyectos puedan salir adelante tienes que estar pendiente de todo, estar detrás de cada proceso supervisando que todo este bien y que todo este en orden, es tu trabajo y si quieres buenos resultados, tienes que estar dentro de él.

José Adolfo Cardona

El PAP me abrió diferentes opciones para desarrollar mi marca y producir en masa diversos productos. Conocí a personas muy interesantes en la comunidad de La Mezquitera y alrededores, pude conocer su contexto, su estilo de vida, sus necesidades y sus aspiraciones. Todo el aprendizaje que tuve este semestre me será fundamental para mi crecimiento personal y profesional a lo largo de mi vida, ya que ahora sé como se desarrolla la industria maquilera en mi estado. He disfrutado día a día el proceso y es la sensación de haber pertenecido a este proyecto es bastante grata y llena de aprendizajes.

José Alberto Gonzalez Lemus

A lo largo del semestre se tuvieron aprendizajes muy importantes, no solo para la parte académica sino también para parte profesional y humana que debemos sensibilizar con la comunidad en la que vivimos y por medio de proyectos solidos apoyar el comercio justo en nuestro entorno.

Otro aprendizaje fundamental por mi parte fue el formar una marca y llevar a cabo cada uno de los procesos por los que debe hacer un diseñador desde el ver el tipo de telas que se van a implementar en la marca, diseñar modelos por medio de bocetos o programas especializados, editarlos dándoles el toque especial de la marca, plasmar la idea a la maestría, hacer cambios, buscar personas que se dediquen a trabajar con vinil, diseñar etiquetas, entre otras muchas cosas que son indispensables para una marca y generar una identidad en una comunidad.

Por medio de esto me siento preparado y con la capacidad de llevar a cabo el seguimiento a un proyecto que sea a largo plazo, o simplemente saber cómo se trabaja en la industria de la moda y todos los aspectos que tenemos que saber para generar un comercio justo en las pequeñas comunidades en México.

Andrea Núñez

Contaminación. Pagas injustas. Explotación laboral. Consumismo. Egoísmo. El 'fast fashion' nos envuelve y empuja a abrazar éstas acciones mientras millones de prendas son desechadas y las personas que las fabrican pasan 16 horas en una maquila en nombre de la 'moda'. Qué importante se vuelve prestarle atención a lo que consumimos en las cotidianidades a pesar de que el comportamiento y pensamiento capitalista esté arraigado en nosotrxs. Detenernos se vuelve indispensable para observar y tomar decisiones desde la información y la empatía.

Desde mi experiencia profesional en el proyecto, fue de mucha ayuda trabajar con marcas emergentes y sustentables, dónde la mayoría estábamos en la misma sintonía y con el mismo tono de comunicación. Un reto fue mantenernos en el margen de las producciones textiles y audiovisuales, con especial énfasis en el mantenimiento de los sueldos justos y los materiales sostenibles, ya que usualmente los compradores buscan prendas al precio más bajo posible.

Sin duda alguna creo que el proyecto suma mucho desde los núcleos locales y tiene potencial a escala para llevarlo a éstos mismos nacionales.