



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“DESARROLLO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES SOSTENIBLES PARA EL CUIDADO MEDIOAMBIENTAL, EN LA INDUSTRIALIZACIÓN DE ALPACA EN EL PERÚ EN COMPARACIÓN CON PAÍSES DE EUROPA: Una revisión de la literatura científica”.

Trabajo de investigación para optar el grado de:

Bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Autora:

Lizbeth Fiorella Zavaleta Rodriguez

Asesor:

Mg. Luis Clemente Baquedano Cabrera

Trujillo - Perú

2020

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado principalmente a Dios, a mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes, además de los docentes que hicieron mi formación profesional exitosa.

Estoy completamente agradecida por haber sido parte de mi motivación e inspiración de seguir adelante.

Gracias Dios, padres y docentes.

AGRADECIMIENTO

Gracias Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto, gracias a la vida porque cada día me demuestra lo valiosa que es, gracias a mi familia por permitirme cumplir con excelencia mi desarrollo profesional, gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar de cada día.

No fue fácil el camino hasta ahora, pero gracias a su motivación, aportes, amor y apoyo, el camino ha sido menos difícil. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes, mi querida familia.

Tabla de contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	14
CAPÍTULO III. RESULTADOS	16
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES	37
REFERENCIAS	43
ANEXOS.....	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de registro de artículos	18
Tabla 2 Matriz de indagación	20
Tabla 3 Características de los Estudio según el Tipo de Documento.....	25
Tabla 4 Características de los Estudios según el año de publicación.....	26
Tabla 5 Características de los estudios de revista de publicación del artículo	27

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Proceso de selección de documentos	17
---	-----------

RESUMEN

El presente artículo nos explica las actividades empresariales sostenibles para el cuidado medioambiental en la industrialización de alpaca de Perú. El objetivo es conocer el desarrollo de actividad empresarial sostenible para el cuidado medioambiental en la industrialización de alpaca de Perú, además de explicar la importancia de la responsabilidad social corporativa con comportamientos de sostenibilidad y cuidado medio ambiental. La investigación científica se realizó cumpliendo una serie de criterios.

La base de dato obtenida dentro de la búsqueda de artículos científicos, artículos de revisión y tesis de las fuentes de Google Académico, Esco además de los repositorios de distintas universidades dentro de Perú, España y Madrid que se encontraban a partir de la revisión de la literatura de los últimos 10 años. Este artículo se realizó en base a la metodología de revisión sistemática. Dentro de los diferentes puntos a tocar en el informe, se da a conocer los resultados que muestran las principales actividades que realizan algunas empresas para ser consideradas dentro del sistema de Responsabilidad Social Corporativa.

En general se concluye que la Ética en las industrias, la Cadena de Suministros dentro de sus procesos, el llamado Greenwashing y la tendencia Fast Fashion son puntos negativos en muchas industrias ya que existe un mal uso de conceptos, falta de valores y responsabilidad en sus procedimientos. Por ello se recomienda saber sobre un buen sistema de RSC, Fair Trade y sobre todo tener en mente la importancia del concepto de sostenibilidad y medioambiente.

PALABRAS CLAVES: Sostenibilidad, medioambiental, moda sostenible, industria textil y sostenibilidad ambiental.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En la industria textil el crecimiento sostenible se define por el aprovechamiento de recursos con eficacia y que sea competitiva, con el fin de desarrollo de nuevos procesos y tecnologías verdes. Así mismo se quiere enseñar al consumidor el uso eficaz de los recursos. Son muchas las opciones que se están planteando en el mundo de la moda tanto de forma interna como externa, que se explica como son los procesos y como la sociedad se comporta mediante el cambio, a través del control en la cadena de producción y la importancia del impacto medioambiental (Marquéz, P. 2015).

El sector textil está marcado por el modelo de negocio de la moda rápida de tal forma que en la actualidad se busca restablecer este concepto, por ello se da conocer el nombre de moda ética formado para un futuro más sostenible en el mundo. De hecho, se tratará de ver la situación de la moda sostenible, marcada por el respeto a la naturaleza y a los trabajadores que son actores de la cadena de valor y de los propios consumidores, tomando en cuenta valorar hasta qué punto se trata de un cambio real una estrategia de marketing, así mismo cuestionando el sistema que le ha ayudado a engordar su tamaño, en busca de medidas para hacerlo sostenible.

Ser competitivo y responsable al mismo tiempo parece una tarea difícil, pero es en este desafío donde las marcas de moda se juegan su reputación y sus estrategias a largo plazo, dando a notar el interés e importancia en las industrias textiles que desean hablar de un nuevo concepto de taller, de ecología y moda, de consumo consciente, de alta calidad y de los mejores diseños, entendiendo que la sostenibilidad es el camino (Folgueira, T. 2018).

Además, se sabe que la lana de fibra de alpaca en el Perú ha sido considerada como el llamado “El oro de los Andes, de manera que se ha establecido como producto bandera ya que

los volúmenes de producción y exportación al mercado internacional ha tenido un muy buen alcance por su alta calidad a comparación de otros países. La mayoría de nosotros no solemos preguntarnos del origen de nuestra prenda. Solo vemos una prenda que nos gusta, preguntamos el precio y la compramos (Coaguila A. y Montoya E. 2018), tomando ejemplo al mercado europeo que viene desarrollando nichos de mercado para la orientación de los productos llamados “verdes”, priorizando las fibras naturales con alta calidad y mayor durabilidad, por otra parte, en la industria textil europea se está generando una enorme ola de innovaciones sostenibles en la producción de ropa, apareciendo así nuevas fibras naturales como la ortiga, el algodón orgánico, el cáñamo y la soja, entre otros.

Por otra parte, las empresas peruanas que vienen aplicando los criterios de sostenibilidad para producir productos que compitan con éxito tanto en el mercado local como en el mercado internacional (Tinoco, O. Raez, L. y Rosales, P. 2009). Hasta ahora la moda sostenible tiene como objetivo reducir la producción con el fin de disminuir la sobre explotación de los recursos naturales, a la vez reducir el consumo gracias a la prolongación de la vida útil del producto. Además, plantear la mejora de tratamiento de los tejidos alargando su periodo de vida a comparación de las prendas fabricadas con el concepto “fast fashion”. Sin embargo, damos a resaltar que la moda sostenible se ha hecho un gran hueco en el mercado, tomando así un papel importante ya que por llevar un concepto de “fast fashion” el medio ambiente ha sufrido grandes daños.

Por ello el desarrollo de actividades empresariales sostenibles en el Perú se orienta decididamente a trabajar moda sostenible. El instituto Danés de la Moda dice que existen muchos métodos para conseguir ese objetivo como, por ejemplo, la utilización de nuevos tejidos

alternativos como fibras de leche, bambú o fibras de cangrejo y tecnologías sostenibles. Un mensaje sostenible con información confiable sobre precio y calidad debe ser el símbolo que explique cómo afecta la salud, la economía y la comodidad tanto para los consumidores como para los empleados de la cadena de suministro de moda, así mismo obteniendo como respuesta que el cliente este satisfecho con la industria de moda sostenible (Coaguila A. y Montoya E. 2018). El objetivo es formar ese “valor compartido” para el bienestar del mundo, abrazando así una estrategia que se autocalifica como “responsable”, considerando que el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades (Marquéz, P. 2015).

Por otra parte, el cambio hacia una moda sostenible se conoce con el termino slow fashion o moda lenta, asociadas así con un estilo de vida que implica volver al origen, a la naturaleza y a respetar sus ritmos (Folgueira, T. 2018). Igualmente se plantea que la moda sostenible se está introduciendo cada vez más, volviéndose así protagonista en certámenes, festivales y desfiles de moda, rescatando el concepto de preservación de los recursos naturales y continua de mejora gracias a la aplicación de sostenibilidad (Fernández, D. 2019).

Por otra parte, es clave saber que la cadena de suministro sostenible se compone de los dos conceptos, sostenibilidad y gestión de la cadena de suministro. En conjunto, la gestión de la cadena de suministro es un concepto de gestión y organización optimizada de procesos que se centra en la planificación y organización dentro de la cadena de suministro. Mientras que la cadena de suministro es la red de todas las empresas que participan en un proceso de creación de valor. Por ultimo todas las empresas textiles intentan controlar las actividades de sus proveedores y van encaminadas hacia prácticas sostenibles (Babinshi, A. 2019).

Además, el cuidado medioambiental se refiere a la preocupación por la estabilidad ecológica, tratando de reducirse el consumo de energía y emisión de gases de efecto invernadero, el uso de productos tóxicos en las materias primas, los residuos generados y el consumo de agua dentro de la industria textil (Folgueira, T. 2018), de tal forma que se hace un llamado a las empresas a alinear sus estrategias y operaciones con los principios universales de derechos humanos, trabajo y medio ambiente (García, E. 2016).

Hasta ahora los impactos ambientales de la tradicional industria textil han dejado secuelas por no ser tratadas adecuadamente y así generando contaminación, en gran parte las industrias textiles hacen un uso intensivo de agua y de productos químicos en sus diferentes procesos, además el gran volumen de ropa que se produce anualmente implica una explotación de los recursos naturales que, en su mayoría, no se recuperan mediante el reciclaje, tomando en cuenta que las industrias textiles tiene un gran índice de contaminación a diferencia otras (Tinoco, O. Ruez, L. y Rosales, P. 2009).

Hasta ahora la dimensión medioambiental tiene por objetivo, entre otras cosas, conservar los recursos naturales, mejorar la calidad del medioambiente, reducir el consumo de materias primas y energía, proteger la biodiversidad y evitar los riesgos para la salud del medioambiente. En el mundo de la industria textil no es sorprendente ver como existen empresas que aun en la actualidad no entienden el daño que hacen y no solo a la misma empresa, sino también al cliente y al medio ambiente (Babinshi, A. 2019). Por otra parte, las empresas deben responsabilizarse del impacto que sus actividades y decisiones tienen sobre el medio ambiente y la sociedad en general, buscando con ello una rentabilidad sostenible en el tiempo, mediante un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, atendiendo las

expectativas de los stakeholders y que cumpla la legislación vigente, integrada en toda la organización de manera permanente y conjunta para su propio beneficio (Laguna, I. 2018).

En la actualidad vemos que dentro de un ámbito sostenible se establecen tres vínculos importantes para su funcionamiento, apoyando el concepto de empresa sostenible por medio de aspectos económicos, sociales y ambientales (Garcia, E. 2016), de hecho, el modelo fast fashion que estaba empezando a predominar en el sector está, abriendo puertas de nuevo modelo basado en la disminución del impacto ecológico y social de su proceso de producción, conocido también como moda sostenible (Fernández, D. 2019).

Hasta ahora la propuesta de valor planteada radica en la diferenciación del producto tanto como en su producción como también en la reestructuración de su materia prima de forma ecológica, se sabe que la moda tiene un papel importante donde la mujer moderna busca el equilibrio entre la moda y el cuidado medioambiental por ser elaborado artesanalmente, con procesos ecológicos o material que sustenta un bienestar al planeta, por ende este se convierte en un producto sustentable, al ser elaborado con técnicas manuales que no requieren electricidad e incorporan materiales que se pueden regenerarse o reutilizarse haciendo mención a la implementación de la fibra de la alpaca que se considera actualmente como un producto sostenible.

Después de esto se da a conocer una de tendencias que sería factible dentro del concepto de sostenibilidad y cuidado medioambiental, denominada como moda lenta es una alternativa sostenible a la moda rápida porque se alienta a los consumidores aferrarse a la ropa por más tiempo y desarrollar un vínculo emocional con ella, por lo tanto, disponer de menos ropa con el tiempo. Si los consumidores entendieran los beneficios de la moda lenta y el impacto ambiental

de la moda rápida, fabricantes de ropa podrían comercializar de manera más efectiva dichos productos y en consecuencia se promovería el consumismo sostenible. (Coaguila A. y Montoya E. 2018).

El propósito de la investigación es dar a conocer que el Perú es un país que tiene un potencial muy amplio en el sector textil, conociendo así en gran parte, formas de aplicación dentro del concepto de moda sostenible.

La pregunta establecida es ¿Cómo el desarrollo de la actividad empresarial sostenible para el cuidado medioambiental de la industrialización de alpaca en el Perú con respecto a los países de Europa? y el objetivo general de la investigación es Conocer el desarrollo de actividad empresarial sostenible para el cuidado medioambiental en la industrialización de alpaca de Perú en comparación de países de Europa

Finalmente se desea aplicar moda sostenible de manera más eficiente en el Perú, ya que la alpaca es un producto muy exclusivo en la actualidad, la fibra de alpaca dentro del sector de manufactura a comparación de otros materiales no tiene gran consumo de agua e incluso se sabe que en la sierra peruana se hace el proceso de extracción y de coloración de forma que la prenda no pierda calidad, muchos de los productos vendidos a nivel internacional han sido valorizados porque es producto que puede ingresarse como moda sostenible muy aparte de que ayudaría a la reducción de compra continua de tal forma que si nos ponemos a comparar entre las prendas confeccionadas en el Perú y en Europa, resaltamos que la calidad, la vida útil de la prenda y la sostenibilidad que tiene el producto es claramente mucho mejor.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación se ha realizado un proceso de consideración basada en artículos científicos, artículos de revisión y tesis, de tal forma que contengan información de las variables que se establecen: Desarrollo de Actividad empresarial sostenible y el Cuidado medioambiental. De tal forma que se realizó un proceso de selección tomando en cuenta periodo entre los años 2009 al 2019, considerando un límite de tiempo de 10 años dentro de la revisión sistemática. Por otra parte, el idioma seleccionado es el español, por ser lengua nativa y dominio del idioma. Por ello, los artículos seleccionados deben haber sido publicados con un formato importante de Introducción, Método, Resultado y Discusión (IMRD), Objetivo y Conclusiones.

La metodología de investigación del trabajo es el análisis, la cual necesita aplicar procedimientos metodológicos. Por otra parte, se lleva un proceso de búsqueda de información académica en el que se obtuvo información clave dentro de los principales artículos o tesis seleccionados por su alto impacto académico. Las principales fuentes que se utilizaron para la búsqueda de información fueron por medio de Google Académico, Ebsco, y Repositorios universitario de Perú y Países pertenecientes de Europea que son España y Madrid, donde se encuentra información importante ya sea por artículos científicos, artículos de revisión o tesis reconocidas, dentro de estas fuentes de datos resaltamos que se necesita información confiable.

La estrategia que se aplicó para la busque de información fue por medio de las palabras claves del título de investigación. Las palabras claves utilizadas en la búsqueda fueron “sostenibilidad”, “medioambiente”, “textil sostenible” y “moda sostenible” basadas en el idioma español, además también se encontraron artículos con los términos “Sustainable”,

“Environment” y “Sustainable Textile”, por otra parte también se aplicó la búsqueda de conectores como “AND”, considerando la aplicación de todo esto en el rango establecido del año 2009 al 2019 y como resultado se seleccionaron artículos científicos y tesis en su mayoría. Dentro de la selección se siguió considerando en su totalidad con el idioma español.

El procedimiento que se estableció fue la Matriz de base de datos, en el cual se agregaron 19 tesis y 20 artículos donde, por siguiente se hizo un descarte ya que no cumplían con todos los aspectos importantes o no contaban con el desarrollo que necesitamos, de tal forma al finalizar tenemos un resultado de 21 artículos y tesis establecidas que cuentan y cumplen con todos los aspectos necesarios dentro del periodo establecido de los 10 últimos años.

Finalmente cabe resaltar que los artículos seleccionados son procedentes de universidades y revistas especializadas en el rubro textil enfocados a la sostenibilidad y cuidado medioambiental, por otro las tesis consideradas fueron extraídas de universidades nacionales como internacionales, en este caso son universidades de Madrid y España que nos ayudaran a ver un punto de vista más extenso y concreto dentro de las grandes industrias de moda. Por último cabe resaltar que los artículos científicos y tesis son de estudio cualitativo como también cuantitativo.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

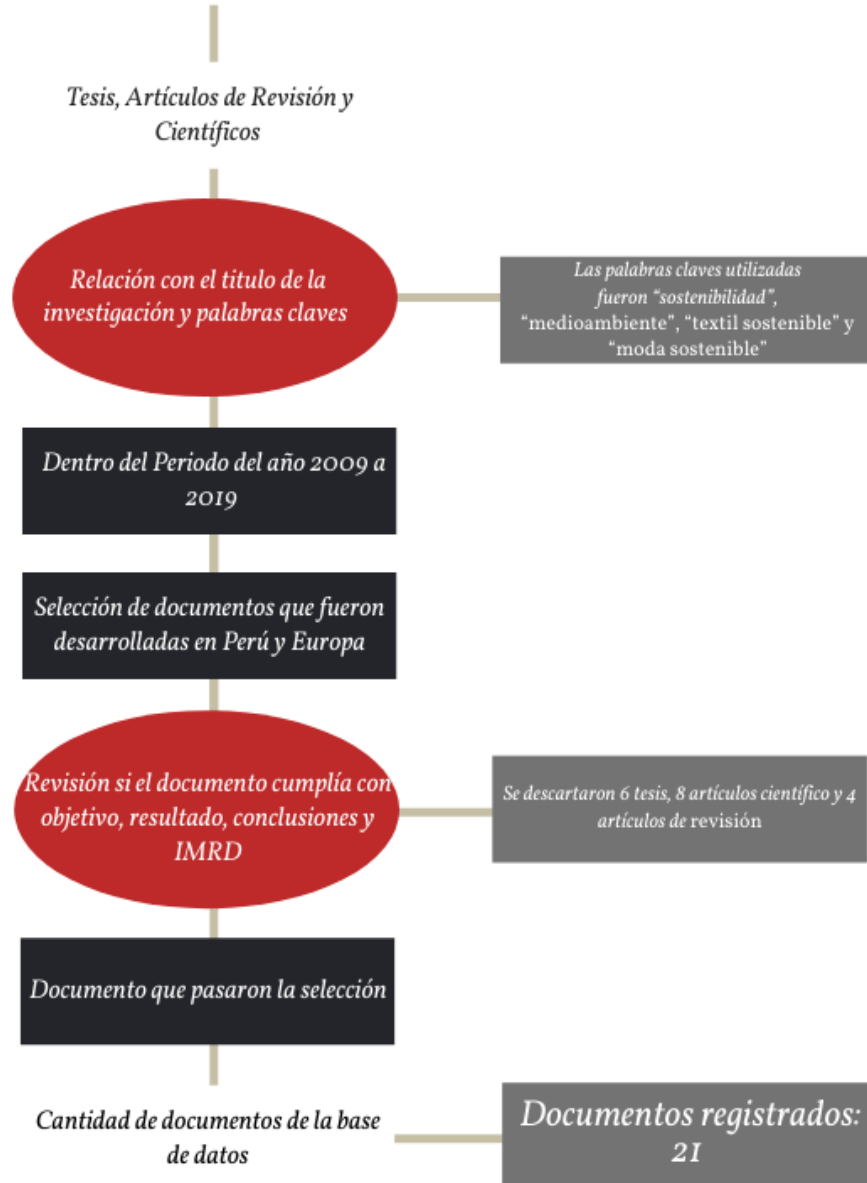
Para la selección del estudio se realizó la búsqueda de datos importantes y acordes con el título de la investigación, de tal forma que llegamos a obtener 39 documentos (19 tesis y 20 artículos científicos y de revisión) que están dentro del periodo del año 2009 a 2019, la búsqueda fue en bases de datos especializadas, como: Google Académico, Ebsco, Biblioteca virtual y Repositorios de universidades nacionales e internacionales que se encuentran posicionadas como las más importantes dentro de Perú y Europa, sin embargo se encontraron artículo y tesis que no estaban dentro del lugar de interés especificado en el título, que en este caso era Perú y Europa, no tenían la estructura IMRD, no tenían correlación con los conceptos 1 y 2, por ello se tuvo que descartar una cantidad de 6 tesis, 8 artículos científico y 4 artículos de revisión.

Finalmente se obtuvieron 21 documentos que cumplían con todas las pautas establecidas, además de ello contenían información importante que ayudaban a como poder mantener una industria sostenible y amigable con el medio ambiente, estos 21 documentos se dividieron de la siguiente manera: 14 tesis, 5 artículos científicos y 2 artículos de revisión. Los 21 documentos seleccionados nos explican de forma clara y puntual la sostenibilidad que se puede aplicar en industrias textiles para el cuidado del medio ambiente, además de ello se tienen tesis que fueron realizadas en Europa, que nos especifican que estrategias toman dentro del tema.

La ilustración 1 nos especifica el proceso que se tomó para la selección de documentos, además de ello nos muestra las palabras claves que son: “sostenibilidad”, “medioambiente”, “textil sostenible” y “moda sostenible”, haciendo que esta búsqueda tenga relación con el título de la investigación de manera más efectiva y concreta.

Ilustración 1 Proceso de selección de documentos

Indagación de información



Fuente de información: Elaboración propia

Se presenta en la tabla 1 el registro de artículos seleccionados para la investigación, así mismo está compuesta por la base de datos de donde se extrajo el documento, el título de artículo de investigación, la universidad donde se desarrolló el documento, autor o autores, el año en

que se publicó y el tipo de investigación que puede ser tesis, artículo científico o artículo de revisión ayudando así a identificar con más facilidad en el momento de búsqueda de información.

Tabla 1 Matriz de registro de artículos

MATRIZ DE REGISTRO DE ARTÍCULOS								
N°	BASE DE DATOS	Título de artículo de investigación	Universidad	Autor / Autores	Año	Tipo De Investigación		
						Tesis	AC	AR
1	Google Académico	Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo	Universidad Continental	Gustavo Loayza Acosta, Sonia Curasma Quispe	2014			x
2	Google Académico	Internacionalización De Empresas Textiles Y Confecciones De Arequipa Y El Impacto En Su Desarrollo	Universidad Nacional de San Marcos	Julio Alberto Henings Otoyá, Rohel Sánchez Sánchez	2012		x	
3	Repositorio de la Universidad Nacional de San Marcos	Perspectivas de la moda sostenible en el Perú	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Óscar Tinoco Gómez, Luis Ruez Guevara, Pedro Rosales López	2009		x	
4	Repositorio de la Universidad Nacional de San Agustín	Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa De Responsabilidad Social, Dedicada Al Diseño, Fabricación Y Comercialización De Prendas Textiles Con Fines Sostenibles En La Ciudad De Arequipa	Universidad Nacional de San Agustín	Andrea Alejandra Coaguila Rojas, Eva Maria Montoya Angulo	2018	x		
5	Google Académico	Sostenibilidad, comunicación y valor compartido: el discurso actual del desarrollo sostenible en la empresa española	Universidad Complutense de Madrid	Pilar Marqués Martínez	2015	x		
6	Repositorio Universidad da Coruña	El reto de la sostenibilidad en el sector textil-moda	Universidad Da Caruña	Tamara Folgueira Suárez	2018	x		
7	Ebsco	Sostenibilidad y Greenwashing en la cadena de suministro de la industria textil	Comillas Universidad Pontificia	Andrea Nicol Babinski	2019	x		

8	Repositorio de la Universidad de Leon	El Reflejo de las Relaciones Laborales en los Informes de Sostenibilidad de las Grandes Empresas del Sector Textil Español	Universidad de Leon	Estefanía García Álvarez	2016	x	
9	Ebsco	Responsabilidad social corporativa en el sector textil	Universidad de Valladolid	Ignacio Laguna García	2018	x	
10	Google Académico	Factores Determinantes De Exportacion Para La Sostenibilidad De Las Mypes Textiles Del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima	Universidad Nacional Federico Villarreal	Gabriel Guiliano Béjar Arbayza	2018	x	
11	Ebsco	La moda sostenible, un nicho emergente dentro del sector textil.	Universidad De Valladolid	David Fernández Sánchez	2019	x	
12	Google Académico	Aplicación Del Fairtrade Por La Empresa Exportadora De Artesanía Textil De La Región Puno: Caso Inti Alpaca E.I.R.L. - Perú	Universidad Nacional Del Altiplano	Magaly Quispe Luttari	2018	x	
13	Google Académico	Principales problemas en la calidad de la fibra de alpaca que limitan la comercialización de prendas de vestir en el mercado francés	Universidad San Martin de Porres	Noelia Milena Parodi Núñez	2011		x
14	Ebsco	Planeamiento Estratégico del Sector Textil de Fibra de Alpaca en la Región Arequipa	Universidad Católica Del Perú	Frich Frank Loayza Rodríguez, Lizbeth Marny Manrique Rivera, José Percy Mendieta Agüero, Percy Gustavo Morales Ramos	2018	x	
15	Google Académico	Sistema de comercialización y situación sociocultural, económica y ambiental de la cadena de producción de la fibra de alpaca en el distrito de Macusani, provincia de Carabaya, Puno	Universidad Católica Del Perú	Yovita Ivanova Petrova, Carlos Eduardo Félix Aramburú de la Romaña	2017	x	
16	Ebsco	Criterios De Compra De Moda Del Consumidor Limeño Frente A La Sostenibilidad	Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas	Apaza Morales Catherine Elvira, Fernández Gallardo Lucy Isabel	2018	x	
17	Ebsco	Moda Sostenible, presente y ¿futuro? Un estudio de casos	Universidad Pontificia de Comillas	Universidad Pontificia de Comillas	2015	x	
18	Repositorio de la Universidad	De La Moda Rápida A La Moda Sostenible. La	Universidad Pontificia de Comillas	María Zambrana Fernández	2018		x

	Pontificia de Comillas	Transformación Del Consumidor				
19	Google Académico	Aplicación Del Fairtrade Por Las Empresas Exportadoras De Artesanía Textil De La Región Puno: Caso Jomatex S.R.L – Sumac Perú S.C.R.L - Perú	Universidad Nacional del Altiplano de Puno	Anabelen Huahualuque Churata, Liceli Gabriela Peñarrieta Bedoya, Luigi Hedrik Rodríguez Rocha	2014	x
20	Google Académico	La estica en el diseño textil y moda	Universidad del Azuay	Carolina Vazques Cordova	2010	x
21	Google Académico	Moda Sustentable	Universidad Nacional de Colombia	Katherine Carrillo Herrera	2018	x

Fuente de información: Elaboración propia

Además, se considera la tabla 2 que es la matriz de indagación que nos ayuda a identificar y verificar datos específicos, como se observa la matriz está compuesta por la totalidad de los documentos de investigación seleccionados que son 21, de tal forma se divide según el título del artículo se identifican los objetivos, resultas y conclusiones, esto nos ayuda a la comprensión y búsqueda de texto para la investigación.

Tabla 2 Madriz de indagación

MATRIZ DE INDAGACIÓN					
N°	BASE DE DATOS	TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	ARTÍCULO		
			OBJETIVO	RESULTADOS	CONCLUSIÓN
1	Google Académico	Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo	Determinar el nivel de competitividad de empresas del sector textil con potencial exportador de la provincia de Huancayo, Perú.	Las empresas incrementaron el nivel de competitividad de 2,96 a 3,67 puntos sobre un total de 5 puntos. El incremento porcentual por áreas fue de 60 % a 73 % en planeamiento estratégico, de 62 % a 74 % en producción y operaciones, de 64 % a 76 %.	Se incrementó el nivel de competitividad de empresas participantes del PTGE en un 14%. Se incrementó las competencias laborales de especialidad y competencias blandas en los estudiantes participantes en el PTGE. Se mejoró las mallas curriculares de las Escuelas de Economía y Administración como resultado las labores pre profesionales realizadas por los estudiantes.

2	Google Académico	Internacionalización De Empresas Textiles Y Confecciones De Arequipa Y El Impacto En Su Desarrollo	Determinar si los procesos de internacionalización seguidos por las empresas de textiles y confecciones de la región de Arequipa en el Perú durante los últimos años.	El crecimiento de mercado, el desarrollo de ventajas competitivas y las mejoras organizativas y de personal, considerando que entre ambas superan el 98% de las exportaciones de confecciones y textiles de dicha región.	En base a los resultados obtenidos del análisis documental y de fuentes primarias vinculadas a las empresas líderes Michell e Inca Tops de Arequipa, se puede afirmar que los procesos de internacionalización, seguidos por dichas empresas de textiles y confecciones durante los últimos años, han favorecido su desarrollo empresarial, permitiéndoles mejoras en su nivel competitivo y la sostenibilidad económica-comercial en el tiempo. La industria textil y de confecciones tradicional tiene un marcado índice de contaminación en los diferentes eslabones de la cadena productiva. La realización de eventos en el Perú relacionados con lo ecológico y lo sostenible, tanto académicos como comerciales, revela que es posible desarrollar en nuestro país el concepto de moda sostenible.
3	Repositorio de la Universidad Nacional de San Marcos	Perspectivas de la moda sostenible en el Perú	Importancia de la fibra de la alpaca como Producto Bandera y el aporte peruano en el uso de fibras naturales.	En las tintorerías se utilizan habitualmente sustancias químicas peligrosas, fundamentalmente en los tratamientos de blanqueo y tintado de los tejidos.	
4	Repositorio de la Universidad Nacional de San Agustín	Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa De Responsabilidad Social, Dedicada Al Diseño, Fabricación Y Comercialización De Prendas Textiles Con Fines Sostenibles En La Ciudad De Arequipa	Establecer la factibilidad de la instalación de una empresa de responsabilidad social, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas textiles de hilo de fibra de alpaca en la ciudad de Arequipa.	De acuerdo a la población encuestada, el 83% de las mujeres afirman usar prendas usadas a mano. En la muestra de mujeres de Arequipa que usan prendas tejidas a mano el 41% prefieren usar Algodón, seguido del 31% que prefiere la lana como material para usar en chalecos.	Desarrollar un clúster entre los diferentes participantes de la industria textil del algodón en la región Arequipa, para hacer más competitivo la industria, así como mayor poder de negociación con los proveedores y los compradores.
5	Google Académico	Sostenibilidad, comunicación y valor compartido: el discurso actual del desarrollo sostenible en la empresa española.	Conocer el grado de implementación de la sostenibilidad en las grandes empresas españolas, su evolución, la relevancia de los aspectos materiales abordados y los retos y desafíos a los que se enfrentan. Recoger la situación actual del sector textil moda, así como los principales retos y oportunidades de la tendencia imparable hacia la sostenibilidad de la cadena de valor y hacia un consumo más responsable de moda.	Como punto de partida la integración real en el negocio, el comportamiento ético transparente y coherente, un enfoque sistémico, orientación externa e interna y una identidad de marca fuerte.	La sostenibilidad en las empresas está ligada a la responsabilidad social corporativa, pero debe superarse el estéril debate terminológico provocado por el “sobre-uso” de ambos conceptos y la estrecha vinculación entre la responsabilidad social y la idea de “devolución” a la sociedad.
6	Repositorio Universidad da Coruña	El reto de la sostenibilidad en el sector textil-moda		Como indica el Instituto Danés de Moda (2012) existen cuatro barreras principales para un consumo responsable en moda: falta de información acerca de los impactos, dificultad para encontrar productos sostenibles, barreras de precios y barreras de estilo.	Las conclusiones de este trabajo sugieren que se están realizando numerosos esfuerzos, tanto de las grandes empresas de distribución como de nuevas iniciativas, para conseguir una industria más sostenible minimizando los impactos negativos, además del aumento de conocimiento por parte de los consumidores, pero también constatan que todavía queda un largo camino por recorrer.

7	Ebsco	Sostenibilidad y Greenwashing en la cadena de suministro de la industria textil	Analizar las cadenas de suministro de las tres empresas textiles más grandes del mundo en cuanto a su sostenibilidad.	Todas de las empresas investigadas publican algún tipo de informe de RSC en su página web. Las empresas no están obligadas a publicar informes de RSC, tienen la libertad de hacerlo a menudo o tan raramente como deseen y también varía la extensión y el detalle de dichos informes considerablemente.	Este trabajo de investigación llega a la conclusión central de que las empresas textiles comunican en sus informes de sostenibilidad sobre el impacto medioambiental dentro de su cadena de suministro, en su mayor parte, sólo a nivel de visión y objetivos (34,5%). Por lo cual, se puede reportar sobre visiones y objetivos corporativos, sin dar más informaciones sobre medidas y acciones, puede describirse como retórica general o Greenwashing.
8	Repositorio de la Universidad de Leon	El Reflejo de las Relaciones Laborales en los Informes de Sostenibilidad de las Grandes Empresas del Sector Textil Español	Ofrecer un enfoque general del grado de implantación que tiene la Responsabilidad Social Corporativa en la sociedad, en el área de los Recursos Humanos del sector textil, más concretamente de las grandes empresas.	Los resultados cuantitativos obtenidos de las diversas políticas de RSC y que vamos a analizar a continuación, nos ayudara a conocer cuál ha sido la eficacia de esas políticas empleadas en comparación con otras compañías del mismo sector.	La Responsabilidad Social Corporativa ha pasado a ocupar una parte muy importante en las empresas, y no de manera temporal, cada día es mayor la importancia que se le da a el hecho de que las empresas realicen prácticas socialmente responsables, ya que, como principal agente económico, puede contribuir a mejorar la calidad de vida de la población por la que se encuentra rodeada.
9	Ebsco	Responsabilidad social corporativa en el sector textil	Desde una perspectiva sectorial y empírica, analizar la industria textil mundial desde la perspectiva de la RSC.	Un conjunto de empresas de la industria textil que forman la muestra ya explicada, como se refleja en los siguientes gráficos (muestra de 48 empresas) y tablas (la muestra se reduce a 48 37 empresas, debido a las puntuaciones ausentes), según iremos exponiendo sucesiva e inmediatamente en este apartado.	Durante los últimos años la importancia respecto a la RSC se ha visto incrementada. Esto es debido a que vivimos en una sociedad más concienciada en temas como la sostenibilidad, medio ambiente, derechos laborales etc. Es por ello por lo que las empresas actualmente hacen un gran esfuerzo en materia de RSC. Hoy en día muchas de las grandes empresas de la industria textil muestran su preocupación por la RSC; sin embargo, esta no es del todo real.
10	Google Académico	Factores Determinantes De Exportacion Para La Sostenibilidad De Las Mypes Textiles Del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima	Identificar los factores de exportación que posibilitan la sostenibilidad de las Mypes textiles del Emporio Gamarra, distrito La Victoria, Lima, 2017.	Los factores determinantes influyen significativamente en la sostenibilidad de las Mypes exportadoras en Lima Metropolitana, 2014; con lo que se demuestra la hipótesis específica planteada.	Se pudo determinar que la competitividad influye significativamente en la sostenibilidad de las Mypes exportadoras en Lima Metropolitana. Se logró establecer que el desarrollo de habilidades gerenciales de los administradores influye significativamente en la sostenibilidad de las Mypes exportadoras en Lima Metropolitana.
11	Ebsco	La moda sostenible, un nicho emergente dentro del sector textil.	Esclarecer cuáles son los motivos y las variables comunicacionales que están permitiendo que la moda sostenible este adquiriendo cada vez más peso en el mercado	En base a los resultados obtenidos de las respuestas de la muestra investigada llegó a la conclusión de que el principal factor que interviene en la actitud de compra de las personas es el psicológico.	La tendencia que está siguiendo la industria textil está tornándose en favor de una forma de producir ropa en la que el respeto por los derechos humanos y el medio ambiente para fabricar productos duraderos y de calidad está ganando terreno al modelo de producción que hasta hace poco era el dominante en todo el mundo y el cual primaba la fabricación desenfadada de productos de mala calidad y cuya durabilidad es reducida.

12	Google Académico	Aplicación Del Fairtrade Por La Empresa Exportadora De Artesanía Textil De La Región Puno: Caso Inti Alpaca E.I.R.L. - Perú	Analizar la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa exportadora de artesanía textil Inti Alpaca – Puno, periodo 2017	Los resultados que se muestran en la Tabla 3 permiten demostrar que en la Aplicación de Criterios del Fairtrade, el total del resultado nos indica que un 60 % general de las respuestas finales realizadas a 20 artesanos, resultaron Negativas, esto es debido a que los artesanos que acceden al sistema de buenas prácticas de Comercio Justo.	El análisis de la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa exportadora de artesanía textil “Inti Alpaca” – Puno, periodo 2017, arriba que el total del resultado nos indica que un 60 % general de las respuestas finales realizadas a 20 artesanos, resultaron Negativas; esto es debido a que los artesanos que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo no están sometidos a recibir el involucramiento y compromiso del Fairtrade pues este debe involucrar y comprometerse con las partes interesadas trabajadores.
13	Google Académico	Principales problemas en la calidad de la fibra de alpaca que limitan la comercialización de prendas de vestir en el mercado francés	Determinar los principales problemas en la calidad de la fibra de alpaca que limita la comercialización de prendas de vestir en el mercado francés.	Los problemas que afectan a la calidad de la fibra de alpaca son los bajos conocimientos sobre técnicas de esquila, acopio y clasificación por falta de capacitación y organización de las asociaciones de alpaca.	Los problemas genéticos por el inadecuado manejo de consanguinidad y apareamiento, se debe a los bajos conocimientos en la mejora genética, la crisis en los precios de la fibra y la presencia de rebaños mixtos.
14	Ebsco	Planeamiento Estratégico del Sector Textil de Fibra de Alpaca en la Región Arequipa	La visión de la región de ser auto sostenida involucra tener objetivos de largo plazo que acompañen dicha visión, para el presente planeamiento estratégico se está considerando tres OLP's.	Las políticas de educación y la salud, articuladas con el Plan Nacional de Diversificación Productiva [PNDP] habrán empezado a constituirse en los motores de un crecimiento sostenido, sustentable e inclusivo.	La Región Arequipa es la segunda región más importante del Perú, según sus indicadores representan el 6% del PBI, y en últimos diez años ha tenido un constante crecimiento de 7% en promedio relegando a regiones como Cusco y La Libertad. Siendo las actividades más importantes la minería, el sector textil derivado de fibra de alpaca.
15	Google Académico	Sistema de comercialización y situación sociocultural, económica y ambiental de la cadena de producción de la fibra de alpaca en el distrito de Macusani, provincia de Carabaya, Puno	Identificar y analizar los factores del sistema de comercialización de la fibra de alpaca que afecta el desarrollo sostenible de la cadena de producción.	El 60% de la fibra acopiada es blanca, confirmando que la fibra de color ha ido perdiendo protagonismo en los últimos años. De las cuatro categorías de calidades, la que se ha acopiado en mayor proporción es la semi fina, que representa aproximadamente un 50% del acopio.	Los precios nominales y reales pagados, tienen una clara tendencia a la baja, a pesar que los valores unitarios y totales de la exportación, principal destino de los productos derivados de la alpaca, tienen un comportamiento dinámico.
16	Ebsco	Criterios De Compra De Moda Del Consumidor Limeño Frente A La Sostenibilidad	Determinar los criterios de compra de los consumidores limeños respecto a la moda y su sostenibilidad.	Este subcapítulo tiene como objetivo contrastar los resultados del desarrollo estadístico con el marco teórico desarrollado, dar respuesta al problema general de la investigación.	Luego de realizado el análisis, se puede comprobar la hipótesis general la cual indica que, para el consumidor limeño, los criterios de sostenibilidad propuestos que son los materiales ecológicos con los que se fabrican las prendas de vestir y las condiciones laborales que les otorgan las empresas de la industria textil a la mano de obra no son de gran relevancia al momento de decidir la compra.

17	Ebsco	Moda Sostenible, presente y ¿futuro? Un estudio de casos	El presente trabajo de investigación tiene como objetivo estudiar la incidencia en las empresas de moda del cambio de valores que se está produciendo en el mundo con el auge de una nueva conciencia social y medioambiental.	Ecoalf “ha convertido a la intrahistoria que acompaña a cada prenda en su verdadero sello de identidad” y “la investigación de materiales en el motor de la compañía”.	Hasta ahora, el patrón de consumo no relacionaba el hecho de comprar algo con sus consecuencias; no creíamos que ir de compras, por ejemplo, pudiera tener ningún efecto adverso (más que para nuestro bolsillo).
18	Repositorio de la Universidad Pontificia de Comillas	De La Moda Rápida A La Moda Sostenible. La Transformación Del Consumidor	Analizar el proceso de transformación que experimenta un consumidor de moda rápida al pasar a ser un consumidor de moda sostenible	Como se decía, el proceso de cambio de los consumidores se desarrolla en tres fases de transformación, identificadas con base en el modelo transteórico del cambio: la fase inicial, la fase de adopción y la fase de consolidación.	Una conclusión fundamental de los resultados es que no hay un proceso único de adopción del consumo sostenible y que este proceso se vive de forma diferente, dependiendo de las circunstancias personales y contextuales de la persona.
19	Google Académico	Aplicación Del Fairtrade Por Las Empresas Exportadoras De Artesanía Textil De La Región Puno: Caso Jomatex S.R.L – Sumac Perú S.C.R.L - Perú	Comercio Justo en las empresas exportadoras de artesanía textil.	En relación al porcentaje de artesanas nos indica que el 70% que equivale a 14 personas no conocen sobre la misión de la empresa en la que trabajan y el 30% en el que se ubica 6 personas, afirman que si conocen sobre este aspecto.	Los criterios del Fairtrade (Comercio Justo) que las empresas de artesanía textil no son adecuadas, esto debido al poco interés que existe de parte de los propietarios de este sector de producción.
20	Google Académico	La etica en el diseño textil y moda	El objetivo de profundizar sobre la importancia de la ética en la profesión, en este documento, dirigido a la carrera de diseño textil y moda.	Pere arbitrariamente a la tecnología aplicada para mejores resultados productivos, el uso de pesticidas y herbicidas sigue siendo un riesgo para la vida de quienes operan con las maquinas, así como para quienes recolectan manualmente el algodón que se destina la industria.	Este trabajo aporta ideas claras y contemporáneas, pero no asegura que todo se ha dicho o ha hecho con una mirada ética en nuestra profesión. Este documento es analítico y reflexivo e interviene un conjunto de posturas, criterios y miradas desde la ética en la cultura social, tecnológico y ecológico reconsiderando la importancia de la ética en nuestros actos.
21	Google Académico	Moda Sustentable	El presente artículo se centra en el impacto ambiental generado por la revolución de las cadenas de suministro de textiles y de la moda a nivel global.	Como resultado, algunos minoristas han tenido que sacrificar estándares éticos (envase y empaque excesivo, condonación de prácticas de trabajo desleales dentro de las cadenas de suministro.	La cadena de suministro textil y de la moda, hoy día está en “tela” de juicio por generar gran cantidad de desechos, por liberar contaminantes tóxicos -químicos y gases efecto invernadero-, por verter de manera excesiva envases y empaques, especialmente en las operaciones de los minoristas.

Fuente de información: Elaboración propia

En la tabla 3 se especifica la cantidad de artículos científicos, artículos de revisión y tesis utilizadas dentro del estudio, además de ello se saca el porcentaje que tiene cada tipo de documento utilizado, así se sabe que se tiene el 24% de total en artículos científicos, 10% del total en artículos de revisión y 67% del total en tesis, especificando así que el mayor número de tipo de documento utilizado son las tesis.

Tabla 3 Características de los Estudio según el Tipo de Documento

CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIOS

Tipo de documento	F	%
Artículos científicos	5	24%
Artículos de revisión	2	10%
Tesis	14	67%
TOTAL	21	100%

Nota: El tipo de documento más utilizado para esta investigación son las tesis.

Fuente de información: Elaboración propia

También se especifica las características del estudio según el año de publicación, en la tabla 4 observamos de manera específica el año de publicación, la cantidad de artículos o tesis consideradas y el porcentaje por año. Para darle una explicación más concreta podemos resaltar que durante el periodo de año 2009 a 2019 no se ha encontrado documentos del año 2010 y 2013, por otro lado, si hablamos de cuál fue el año de publicación más utilizado dentro de la investigación podemos resaltar que fue el año 2018 obteniendo un 45% del total, por ultimo podemos deducir que en este año se tuvo más publicaciones interesadas en crear un método de sostenibilidad dentro de industrias textiles.

Tabla 4 Características de los Estudios según el año de publicación

CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIOS		
Año de publicación	F	%
2009	1	5%
2010	0	0%
2011	2	5%
2012	1	5%
2013	0	0%
2014	2	10%
2015	2	10%
2016	1	5%
2017	1	5%
2018	9	45%
2019	2	10%
TOTAL	21	100%

Nota: El año de publicación que más utilizado para esta investigación es el año 2018 y años que no se utilizaron fueron 2010 y 2013.

Fuente de información: Elaboración propia

Finalmente se presenta la tabla número 5 que está compuesta por las características de los estudios de revista de publicación del artículo, esta matriz nos especifica donde se puede encontrar publicado los documentos que utilizamos para la investigación. Además de ello se hace un análisis del porcentaje de la revista de publicación del artículo, donde vemos que el lugar de publicación más utilizada fue de Pontificia Comillas con un 14% del total, seguido de la universidad de Valladolid y la universidad católica del Perú con un 10% ambas universidades. Los aportes encontrados dentro de las plataformas fueron muy agradables ya que en su mayoría

las universidades están optando por tener una plataforma donde se puedan presentar los mejores artículos científico o de revisión y tesis.

Tabla 5 Características de los estudios de revista de publicación del artículo

CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIOS

Revista de Publicación del artículo	F	%
Apuntes de ciencia y sociedad	1	5%
Quipukamayoc	1	5%
Industria Data	1	5%
Repositorio de la Universidad Nacional de San Agustín	1	5%
Repositorio de la Universidad Complutense De Madrid	1	5%
Repositorio de la Universidad da Coruña	1	5%
Pontificia Comillas	3	14%
Repositorio de la Universidad de León	1	5%
Repositorio de la Universidad de Valladolid	2	10%
Repositorio de la Universidad Nacional Federico Villarreal	1	5%
Repositorio de la Universidad Nacional Del Altiplano	1	5%
Ciencias empresariales	1	5%
Repositorio de la Universidad Católica Del Perú	2	10%
Repositorio de la Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas	1	5%
Comunicación	1	5%
Cicap	1	5%
Loginn	1	5%
TOTAL	21	100%

Nota: La revista de publicación de artículo más utilizada fue Pontificia Comillas con un 14%.

Fuente de información: Elaboración propia

Introducción de categorías:

Para la comprensión de los artículos presentados en la matriz de registros de artículos y la matriz de indagación, se categorizo de manera breve en puntos específicos e importantes.

a) Desarrollo sostenible en industria peruanas textiles de alpaca.

El desarrollo sostenible va de la mano de mucho trabajo, acorde a ello dentro del Perú se sabe que su desarrollo industrial no tiene un nivel sumamente amplio de tal forma, es bueno resaltar que una empresa para llegar a tener una sostenibilidad tiene que ser competitiva dentro del sector textil y sobre todo tiene que tener un nivel productividad que pueda satisfacer la demanda nacional como internacional, se sabe que el sector textil peruano tiene un enorme potencial por la "tradicción ancestral de más de 3000 años", que se puede mejorar si se logra formar una cadena de valor sostenible, para poder promover el desarrollo de las áreas más críticas de gestión de las empresas, se puede aplicar el Programa de Training en Gestión Exportadora, este sistema nos ayuda a identificar las necesidades continuas del nivel competitivo. En el Perú se incrementó el nivel de competitividad de empresas participantes del PTGE en un 14% (Loayza G. y Curasma S. 2014), por otra parte, si se sabe que el 14 % de las empresas peruanas dentro del sector textil tienen un buen programa de gestión pueden llegar a aplicar un sistema de sostenibilidad para poder aplicar la mejora de un cuidado medioambiental más consientes.

Se conoce que el desarrollo del estudio de mercado, se establece que la demanda insatisfecha ascenderá a 131,976 prendas textiles de alpaca al 2023 y que la presente propuesta de negocio pretende cubrir el 13% de forma ascendente durante los años 2019 a 2023 (Coaguila A. y Montoya E. 2018), sin embargo, se establece que su sostenibilidad aún sigue siendo

mínima ya que dentro de muchas industrias consideran que un tema irrelevante, que no va acorde con sus presupuestos.

Un tema importante a tomar dentro de la industria textil en el Perú es el comercio justo o también conocido como Fairtrade, ya que según análisis aplicados dentro de los criterios del comercio justo en empresas exportadoras de artesanía textil de alpaca y el criterio de promoción, el comercio justo se desarrolla de forma básica, obteniendo resultados parciales en la captación de los artesanos con respecto a los objetivos del fairtrade, dentro de los resultados se sabe que 60% es negativo, esto es debido a que los artesanos que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo no están sometidos a recibir el involucramiento y compromiso del Fairtrade pues este debe involucrar y comprometerse con las partes interesadas.

En el comercio justo se debe aplicar capacitaciones donde se oriente sobre la temática del comercio justo y su importancia en las empresas, así mismo existe una relación entre las variables de criterios del Fairtrade y la calidad de vida de los artesanos, ya que los trabajadores al tener conocimiento del tema, se sienten más comprometidos y dedicados con los objetivos de la organización (Quispe, M. 2018), obteniendo así una mejora continua para ambas partes, tanto como para la empresa y el medioambiente.

El criterio de promoción del comercio justo trata de desarrollar un sistema de concientización económica y medioambiental, el criterio del respeto al medio ambiente, es desarrollado de forma elemental dejando de implementar el plan de gestión eco-eficiente, sin embargo, algunas empresas dejan de preocuparse por el material que utilizan durante el proceso de tejido y empaquetado, cuidando que la calidad no se perjudique, pero ocasionando un daño al ecosistema (Huahualuque, A. , Peñarrieta, L. y Rodríguez, L. 2014).

Dentro de las empresas nacionales textiles nacionales no se cuentan con personal apropiadamente capacitado y experimentado en el tema de colocaciones de productos en mercados internacionales. No se conoce en forma suficiente y apropiada toda la cadena de exportación (Béjar, G. 2018), por ello las industrias textiles nacionales que se dedican específicamente a la extracción de fibra de alpaca establecen stocks de cantidad para los pedidos, el tipo de textura y los colores; por ello, las empresas se ven limitadas en el tipo de diseño innovador que desean comercializar con el cliente extranjeros. Entre ellos, la calidad, los diseños creativos, variedades de colores naturales, precios cómodos, buen acabado y como se acentúa la prenda.

En las asociaciones alpaqueras, existe una débil organización, donde no todos tienen preparación y capacitación para mejorar la calidad de la fibra de alpaca. Los productores solo poseen conocimientos adquiridos desde sus ancestros. El bajo nivel de crianza se debe a una falta de limpieza continua en rebaños y cuidado de pastorales, por ello muchas de las alpacas no poseen una buena alimentación y están propensos a adquirir enfermedades congénitas o hereditarias (Parodi, N 2011). Esta situación, se está afectando seriamente a la economía de las familias de criadores de alpacas, y consecuentemente, en su calidad de vida, así como en la desvalorización de la crianza y del rol importante que cumplen en la continuidad de los saberes tecnológicos de la crianza y el manejo de los recursos naturales (Ivanova, Y. y Aramburu, C. 2017).

Por ultimo sería ideal que el gobierno y entidades nacionales sigan apoyando y capacitando a las personas que tiene el previo conocimiento dentro de la materia prima, en este caso se habla de la fibra de alpaca, sería de gran aporte que se creen centros de acopio

permitiendo fortalecer y tecnificar el sector textil de fibra de alpaca, mejorando la capacidad técnica de los productores y la competitividad de cada región (Loayza, F., Manrique, L., Mendieta, J. y Morales, P. 2018).

b) Planificación de sostenibilidad dentro de industrias textiles.

La sostenibilidad en las empresas está ligada a la responsabilidad social corporativa o también conocida por sus iniciales RSC. Pese a la complejidad del concepto, la falta de certidumbre, la resistencia y las dificultades de aplicación, el desarrollo sostenible ha sido protagonista de la agenda política global de los últimos treinta años. El reto actual de todas las empresas es introducir realmente la sostenibilidad en el núcleo del negocio, no como una cuestión de responsabilidad, sino como una cuestión estratégica y de supervivencia, claro es decir que el medio ambiente no ha tenido un buen cuidado (Marquéz, P. 2015).

Hoy en día muchas de las grandes empresas de la industria textil muestran su preocupación por la RSC, ya que los cambios ambientales también afectan los procesos de las industrias, el clima es un punto importante que nos hace ver cómo va la sociedad, para toda empresa la salud es importante y es por ello que su preocupación es progresiva con el pasar de los años, si se habla de un tema más centrado dentro de la empresa, se da a notar que el objetivo de no ver empeorada su imagen en la sociedad es un punto en contra (Laguna, I. 2018).

La Responsabilidad Social Corporativa ha pasado a ocupar una parte muy importante en las empresas, y no de manera temporal, cada día es mayor la importancia que se le da al hecho de que las empresas realicen prácticas socialmente responsables, ya que, como principal agente económico, puede contribuir a mejorar la calidad de vida de la población por la que se encuentra rodeada.

En compañías que se encuentran en España, Madrid y Francia se observan la evolución en un periodo más amplio de años de las inversiones en RSC, valorando si el esfuerzo es acorde a su obtención de beneficios. Realizar un análisis más cuantitativo, con encuestas a departamentos, grupos de interés, etc (García, E. 2016).

No existe un proceso único de adopción del consumo sostenible y que este proceso se vive de forma diferente, dependiendo de las circunstancias personales y contextuales de la empresa (Zambrana, M. 2018), puede servir como instrumento de orientación para campañas de sensibilización y educación al desarrollo en ONGD que son organizaciones que trabajamos mano a mano con otras organizaciones de distintos lugares del mundo, tanto sociales y ambientalistas.

c) Comportamiento que adoptan las empresas y personas frente al cuidado medioambiental.

Dentro de los conceptos de la moda se expresa que va más allá de la ropa, nos permite expresar nuestra identidad, genera bienestar, fomenta la creatividad y conecta a comunidades globales. Las tendencias empresariales predicen un mejor futuro para la industria de la moda, con empresas más responsables que se preocupan no sólo por ofrecer buenos productos, sino por hacerlo de la mejor manera (Ferreira, M. 2015).

En la moda, el hacer elecciones conscientes y comprar con moderación significa responsabilizarse del impacto de nuestros actos. A través de nuevos materiales naturales, innovación en procesos de reciclado y formación de los proveedores, entre otras, el rumbo que han tomado las empresas de moda es una muestra del pulso actual de la sociedad, en la que cada vez más personas y organismos se sienten protagonistas del cambio y toman una posición activa

en la construcción de un mundo mejor. Si hablamos de temas globales, los resultados de algunas empresas dentro de un sistema sostenible nos permiten afirmar el efecto benéfico que han obtenido cuando deciden incursionar o intensificar su presencia en la industria, de tal forma que la adaptación a mayores estándares sea menos impactante dentro de sus procesos (Heningns, J. y Sánchez, R. 2012).

Mejorar condiciones laborales de la mano de obra, lo que refuerza que se debe trabajar más en el aspecto medioambiental. En Perú el segmento de mujeres con 61.82% es donde se encuentra mayor aceptación de los criterios sostenibles respecto al segmento de hombres siendo 38.18%, de tal forma se dedica que la diferencia entre géneros influye al momento de realizar la toma de decisiones de la compra de moda. Respecto al rango de edades, la moda sostenible no es significativamente diferentes entre sí, debido a que el consumidor en general no se encuentra concientizado respecto al consumo responsable dada la falta de información del tema, el precio fue considerado como un criterio neutro, porque el criterio más importante, independientemente si es sostenible o no, es la calidad con la que cuenta un producto en el rubro de la moda (Apaza, C. y Fernández, L. 2018).

Finalmente, otro comportamiento que también adoptan las industrias y personas con respecto a la moda, es la ética que se conceptualiza por posturas, criterios y miradas desde la cultura social, tecnológico y ecológico, reconsiderando la importancia de nuestros actos. Por último, se concluye que la influencia de un diseño ético en la sociedad es un aporte que, a pesar de ser pequeño, tiene una intención válida, en un mundo sistematizado por un individualismo que a veces llega a ser extremo, sin darse cuenta de sus actos (Vasquez, C. 2011).

d) Factores negativos dentro de las industrias textiles de moda internacionales.

El fast fashion ha transformado la industria de la moda y los hábitos de consumo en todo el mundo. La industria debe asegurar una producción en unas condiciones dignas sociales y medioambientales, atendiendo a su aspecto más delicado y material: la cadena de proveedores, la gran parte del fast fashion es su bajo coste, a diferencia del slow fashion, en la que un mayor precio y la falta de conocimiento por parte de los consumidores son sus principales limitaciones. De tal forma hay que hacer un gran esfuerzo de concienciación y aprendizaje, en busca de consumo más responsable, que se preocupe por reducir, reutilizar, reciclar y donar más allá de la elevada sensibilidad al precio, hoy en día, nos vestimos con precios bajos, pero a un coste muy alto, porque los modelos actuales de producción y consumo son insostenibles (Folgueira, T. 2018). Todos debemos ser actores del cambio, desde los consumidores hasta las grandes empresas del sector.

Slow fashion es la actual moda sostenible, actualmente es más la demanda en eventos y desfiles de moda. El principal motivo de la existencia de marcas de slow fashion es su compromiso con la sociedad y el medio ambiente, dejando claro que por encima de su beneficio particular todas estas empresas lo que persiguen es lograr un objetivo común, que es cuidar y preservar el planeta y todos los ecosistemas. Pero no solo eso, sino que este nivel de compromiso hace que personas importantes del mundo del deporte, de la música o del cine, conscientes de su influencia en la sociedad y sobre todo en los más jóvenes, quieran formar parte de la causa llevando la ropa de estas marcas, impulsando la fama y el reconocimiento de dichas marcas a niveles mundiales, y a su vez fomentando la compra de productos de slow fashion (Fernández, D. 2019).

Es una tendencia creciente, a nivel mundial, el uso de fibras naturales, del fomento del comercio justo y la sostenibilidad en la moda. En este sentido se desarrolla investigación para la utilización de nuevos productos y el tratamiento de los principales impactos ambientales de la industria textil (Tinoco, O. Ruez, L. y Rosales, P. 2009). En la actualidad las empresas textiles comunican en sus informes de sostenibilidad sobre el impacto medioambiental dentro de su cadena de suministro, en su mayor parte, sólo a nivel de visión y objetivos (34,5%). Por lo cual, se las podría acusar de Greenwashing. Todas las empresas intentan establecer acciones y medidas para que la cadena de suministro sea más transparente y sostenible, así mismo todas las empresas textiles intentan controlar las actividades de sus proveedores y van encaminadas hacia prácticas sostenibles.

Las empresas textiles que reflexionan sobre sus acciones y sobre el conjunto sus impactos, tienen una ventaja decisiva a largo plazo, ya que la sostenibilidad es cada vez más importante en la empresa, por ello existen empresas textiles que utilizan declaraciones vagas, utilizando términos mal definidos que pueden ser fácilmente malinterpretados, mediante el Greenwashing, las empresas e instituciones intentan lavar su imagen y aprovechar el prestigio comercial de lo verde publicitando sus productos y políticas como respetuosos con el medioambiente o ecológicos, aunque no sea del todo cierto. Las grandes empresas textiles internacionales a menudo sólo informan sobre el nivel de visión en sus informes de sostenibilidad y, por lo tanto, se dedican al Greenwashing, interpretado como lavado verde en español que significa que las empresas están dando la imagen de que son amigables con el medio ambiente, lo cual es completamente incierto (Babinshi, A. 2019).

Ahora la cadena de suministro textil y de la moda, hoy día está en “tela” de juicio por generar gran cantidad de desechos, por liberar contaminantes tóxicos, químicos y gases efecto invernadero, por vender de manera excesiva envases y empaques, especialmente en las operaciones de los minoristas. En el proceso de producción textil se hace uso intensivo de productos químicos y de recursos naturales (tierra y agua), generando un alto impacto medioambiental (Carrillo, K. 2018). Aunque el desarrollo sustentable ha sido propugnado como un principio rector en la industria textil y de la moda aún debe ser evaluado particularmente dentro de su cadena de suministro. Si las industrias han reducir su impacto ambiental, a nivel global, requiriendo examinación total de la cadena de suministro, y en especial, sus procesos de producción, de igual forma, deberán asumir una mayor responsabilidad, en lo que respecta a las materias primas empleadas, y en el apoyo a las prácticas éticas laborales.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

Hoy en día el mundo global está pasando por momentos difíciles, momentos en los que podemos ver como la naturaleza está respondiendo ante nuestro acto y por eso el cuidado medioambiental tiene que estar en nuestro día a día, el mundo es nuestra casa. El presente trabajo de investigación, que está alineada al objetivo de investigación de la sostenibilidad para el cuidado medioambiental de la industrialización de alpaca en el Perú. Si bien es cierto dentro del país no se tiene una alta huella de contaminación ambiental a diferencias de países europeos, así mismo sabemos que los países que están dentro de Europa tiene industrias sumamente amplias ya que su sistema de desarrollo es más alto y la tecnología también aporta a su crecimiento constante.

Desarrollo sostenible en industria peruanas textiles de alpaca:

Perú tiene la materia prima pero no tiene el sistema ni el apoyo para la aplicación de sostenibilidad dentro de las industrias textiles nacionales, se necesita un gran trabajo para que una empresa nacional pueda ser sostenible ya que es un sistema que va acorde con la economía de la misma empresa y se sabe que las industrias nacionales son las numero uno a nivel mundo, pero sin embargo si se tiene un buen trabajo acorde con las entidades que promueven el crecimiento sostenible, porque según las información plasmada podemos observar que tenemos puntos a favor y puntos en contra dentro de la industrias, se poder el sistema que se utiliza para poder obtener la alpaca o el mal interés que se tiene por los alpaqueros que cuidan a la materia prima. Los artesanos y trabajadores no tienen un gran conocimiento de lo que pueden llegar hacer si se aplica un sistema de sostenibilidad, la sostenibilidad ayudaría a darles mejor vida, porque si existen personas que trabajan ya en esta industria, irracionalmente no notan el daño

que se hacen así mismo ya que están sometidos a un trabajo inestable, toxico para su salud e irracionalmente participando dentro de la contaminación al medioambiente.

Las situaciones dentro de las industrias textiles de alpaca son muy lejanas al objetivo que se quiere plantear, ya que por no tener un buen sistema que exija documento o asesoramiento constante dentro del cuidado medioambiental va a limitar que las personas incluso tengan conocimiento o la capacidad de saber el daño que se ocasiona. Además, otro punto importante es que sería bueno que el estado ayudara a los artesanos y criadores de animales para que no se tenga un mal cuidado de medio ambiente, tanto es así que por el descuido no vemos como los animales mueren por no comer o por no darles la suficiente atención. El trabajo de una persona del campo tiene y debe ser valorada ya que, si no existiera esa cultura tan resaltante y ancestral, las industrias no tendrían sentido.

Planificación de sostenibilidad dentro de industrias textiles:

Existen industrias textiles que forman parte de un sistema de sostenibilidad responsable como lo es en el caso de la aplicación de RSC que enseña a saber tomar en cuenta los procesos que se realiza y el material que se utiliza, la idea es que principal de este sistema dentro de toda industria es minimizar la contaminación que hace y maximizar la reutilización de materiales en buen estado. Por otro lado todo este sistema también nos habla de los valores que se tienen que considerar dentro de lo que uno hace, la ética es un valor importante dentro de toda empresa ya que hace que la empresa se sienta identificada con un valor y en este caso si una persona tiene ética puede decir que si puede tener un valor por encima de las demás personas, eso también pasa con las industrias, si una empresa tiene un ética, es decir un valor que resalta por encima

de las demás ayudaría demasiado a su crecimiento ya que sería un muy buen ejemplo a diferencias de las demás.

Comportamiento que adoptan las empresas y personas frente al cuidado medioambiental:

Existen diferentes tipos de comportamiento que adoptan las empresas, de tal modo que se puede ver el lado positivo como negativo, ya que no todas empresas toman conciencia de sus acciones que van contra el medio ambiente. El Fast Fashion está dentro de las actividades que no aportan un bienestar al ambiente, esta tendencia sigue de pie hasta la actualidad ya que aún existen un gran porcentaje de empresas que no forman parte de un sistema sostenible o eco-amigables, es decir no aceptan los términos y condiciones que ayudarían el bienestar de la empresa a futuro. El mundo es cambiante y es mejor tomar en cuenta una adaptación hacia la mejora, formando una ética empresarial.

Factores negativos dentro de las industrias textiles de moda internacionales.

El factor negativo más conocido dentro de las industrias es el llamado Greenwashing, que se define como lavado verde y se interpreta que muchas empresas suelen dar la imagen de ser sostenible o que tienen consideración con el medio ambiente, lo cual es todo lo contrario. Otros de los factores negativos son la cadena de suministros que está orientada a la explotación del medio ambiente, las empresas no toman en cuenta el daño que ocasionan al fabricar grandes volúmenes de prendas o dejar de reutilizar implementos. Si los factores negativos no existieran dentro de estas industrias en verdad se podrían llegar a dominar empresas responsables de sus actos, con integridad y bien formadas para la sociedad, ya que eso es lo que toda industria busca

adoptar una imagen limpia con valores y ética para obtener un reconocimiento por encima de las demás industrias.

Los hallazgos más importantes se relacionan con:

- i) Si hablamos de sostenibilidad debemos tener claro que dentro de las industrias textiles existe mucha irresponsabilidad, tanto es el caso que el nivel de cuidado medio ambiental en comparación a otros sectores es mínimo.
- ii) La Responsabilidad Social Corporativa nos da conocer cómo desarrollar una industria con responsabilidad de la mano del medio ambiente y sostenibilidad, toda empresa que adopto un sistema de RSC correctamente aplicado ha tenido grandes resultados ya que está dando un aporte inmenso dentro del mundo.
- iii) Se sabe que existe el llamado Fast Fashion que significa compra rápida y excesiva, dentro de las industrias Europeas existe mucho este tema ya que su sistema de moda es más amplio pero aun así decidieron poner en practica e Slow Fashion que se habla claramente de una moda lenta, es decir la idea a conocer es que las personas tengan más consideras al comprar un prenda de vestir, de tal forma que se trata de enseñar al cliente de que su compra sea más eco amigable con el medio ambiente y más si es un prenda que no va a dañar tu salud.
- iv) El Greenwashing es parte de muchas industrias ya que las mismas empresas no le toman la real importancia y lo peor de todo es que se venden como si fueran

parte de un sistema RSC o comercio justo. Su aporte al mundo de estas empresas es sumamente negativo ya que dentro de sus valores no está la verdad de sus acciones.

- v) El llamado Fair Trade o Comercio Justo toma un papel importante dentro del mundo ya que ayuda a muchas empresas a establecer un buen sistema que aporte beneficios al mundo, capacitándolos para seguir creciendo de manera leal y dándoles una motivación a seguir comercializando sus productos.
- vi) La cadena de suministros nos explica cuál es el proceso que toma el producto, dentro de la cadena de suministros sabemos que es lo que utiliza y como se utilizan las materias primas, resaltando que en la mayoría de industrias textiles su cadena de suministros es mal ya que tiene como resultado mala gestión de implementaciones sistemas eco- amigables.
- vii) Una empresa con valores siempre va a resaltar, la ética es lo que se desea formar dentro de todas las empresas, haciéndoles entender que significa sostenible y el gran aporte que se le da al medio ambientes.

Finalmente, el factor negativo dentro de las industrias textiles, son las empresas desleales, ya que dentro del porcentaje de las industrias que dicen establecer un buen sistema eco amigable, existe un lado malo que son las industrias que reportan y muestran que son

empresas completamente “verdes”, el mismo nombre de Greenwashing describe a esas empresas que mienten para conseguir clientes o simplemente porque no tiene la importancia suficiente frente a ello. El medio ambiente tiene que mejorar ya no se debe utilizar una gran cantidad de agua o de luz, el objetivo es minimizar todo esos gastos, que ya no se tenga que maltratar o exigir al mismo plante materia prima excesiva, es decir obtener materia sin un pensamiento del daño que uno puede ocasionar al ser tan extremista, el mundo va a seguir en constantes cambios pero la idea es que los cambios sea buenos y no vayan contra nuestra personas, el ser humano ya ha tenido un largo periodo de deshacer todo lo que quería y hacer mal uso de muchas cosas. El momento de tomar conciencia es ahora, como personas, como ser humano y como naturaleza, una industria es importante, pero consideremos más lo que pueden hacer nuestros actos frente al futuro de la vida.

REFERENCIAS

- Loayza, G & Curasma, S. (2014). *Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo*. Volumen 4. Recuperado de:
<http://journals.continental.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/238>
- Heningns, J & Sánchez, R. (2012, septiembre). *Internacionalización De Empresas Textiles Y Confecciones De Arequipa Y El Impacto En Su Desarrollo*. Volumen 20. Recuperado de:
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/4457>
- Tinoco, O, Raez, L & Rosales, P. (2009, 15 de diciembre). *Perspectiva de la moda sostenible en el Perú*. Volumen 12. Recuperado de:
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/6128>
- Coaguila, A & Montoya, E. (2018). *Plan de negocios para la creación de una empresa de responsabilidad social, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas textiles con fines sostenibles en la ciudad de Arequipa*. Perú. Universidad Nacional de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de:
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7936>
- Marqués, M. (2017). *Sostenibilidad, comunicación y valor compartido: el discurso actual del desarrollo sostenible en la empresa española*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/42084/>
- Folgueira, T. (2018). *El reto de la sostenibilidad en el sector textil – moda*. España. Universidad de Caruña, España. Recuperado de:
<https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/21057>
- Babinshi, A. (2019). *Sostenibilidad y Greenwashing en la cadena de suministro de la industria textil*. Madrid. Universidad Pontificia de Comilla, Madrid. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/28726>
- García, E. (2016). *El Reflejo De Las Relaciones Laborales En Los Informes De Sostenibilidad De Las Grandes Empresas Del Sector Textil Español*. España. Universidad de León, España. Recuperado de:

<https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/10185/Garc%C3%ADa%20C3%81lvarez%2C%20Estefan%C3%ADa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Laguna, I. (2018). *Responsabilidad social corporativa en el sector textil. España.*

Universidad de Valladolid, España. Recuperado de:

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/34125/TFG-E-506.pdf?sequence=1>

Béjar, G. (2018). *Factores Determinantes De Exportación Para La Sostenibilidad De Las Mypes Textiles Del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima. Perú.*

Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú. Recuperado de:

http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2048/B%c3%89JAR_A RBAYZA GABRIEL GUILIANO MAESTRIA 2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernandez, D. (2019). *La moda sostenible, un nicho emergente dentro del sector textil.*

España. Universidad de Valladolid, España. Recuperado de:

<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/37310>

Quispe, M. (2018). *Aplicación Del Fairtrade Por La Empresa Exportadora De Artesanía Textil De La Región Puno: Caso Inti Alpaca E.I.R.L. – Perú. Perú.*

Universidad Nacional Del Altiplano. Recuperado de:

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6848/Quispe_Lluttari_Magaly.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Parodi, N. (2011). *Principales problemas en la calidad de la fibra de alpaca que*

limitan la comercialización de prendas de vestir en el mercado francés. Perú.

Universidad San Martín de Porres. Recuperado de:

<http://www.sme.usmp.edu.pe/index.php/sme/article/view/44/41>

Loayza, F., Manrique, L., Mendieta, J. & Morales, P. (2018). *Planeamiento*

Estratégico del Sector Textil de Fibra de Alpaca en la Región Arequipa. Perú.

Perú. Universidad Católica Del Perú. Recuperado de:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12689/LOAYZA_MANRIQUE_PLANEAMIENTO_ALPACA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ivanova, Y. & Aramburu, C. (2017). *Sistema de comercialización y situación sociocultural, económica y ambiental de la cadena de producción de la fibra de alpaca en el distrito de Macusani, provincia de Carabaya, Puno. Perú.* Universidad Católica Del Perú. Recuperado de:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10033/Yucra_Cano_Sistema_comercializaci%c3%b3n_situaci%c3%b3n1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Apaza, C. y Fernández, L. (2018). *Criterios De Compra De Moda Del Consumidor Limeño Frente A La Sostenibilidad. Perú. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas.* Recuperado de:
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623806/Apaza_MC.pdf?sequence=12&isAllowed=y
- Ferreira, M. (2015). *Moda Sostenible, presente y ¿futuro? Un estudio de casos. Madrid. Universidad Pontificia de Comillas.* Recuperado de:
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4326/TFG001193.pdf?sequence=1>
- Zambrana, M. (2018). *De La Moda Rápida A La Moda Sostenible. La Transformación Del Consumidor. Madrid. Universidad Pontificia de Comillas.* Recuperado de:
<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/215010/retrieve>
- Huahualuque, A. , Peñarrieta, L. & Rodríguez,L. (2014). *Aplicación Del Fairtrade Por Las Empresas Exportadoras De Artesanía Textil De La Región Puno: Caso Jomatex S.R.L – Sumac Perú S.C.R.L – Perú. Perú. Universidad Nacional del Altiplano de Puno.* Recuperado de:
<https://www.comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/63/67>
- Vásquez C. (2011). *La ética en el diseño textil y moda. Ecuador.* Revista de la Universidad del Azuay.
- Carrillo K. (2018). *Moda sustentable. Volumen 2 Revista Login.* Recuperado de:
<http://revistas.sena.edu.co/index.php/LOG/article/view/1663>

ANEXOS

Se consideró el artículo científico la ética en el diseño textil y moda, ya que no se puede adjuntar el link para poder ingresar a este artículo que fue desarrollado por la Ecuador en la Universidad del Azuay

ANEXO 1: Artículo científico encontrado por medio de google académico adicional “La Ética En El Diseño Textil Y Moda”.



ANEXO 2: Artículo científico encontrado por medio de google académico adicional “La
Ética En El Diseño Textil Y Moda”.

índice

Capítulo I:

- 9** La Ética Profesional en el Diseño textil y modas
10 1.1 La ética Profesional en el Diseño textil y modas
21 1.2 Leyes gubernamentales que el diseñador de textiles y modas debe conocer
33 1.3 Protección del producto: información IEPI

Capítulo II:

- 37** Diseño local:cultura dinámica y sociedad contemporánea.
38 2.1 Postura del diseñador de textil y modas ante el dinamismo de la cultura.
45 2.2 Entorno cultural del diseñador de textil y modas.
50 2.3 El artesano y las nuevas tecnologías.
56 2.4 El diseñador de vanguardia y el diseño ético.
60 2.5 La tecnología de nuestro medio.
65 2.6 Diseño textil y modas como lenguaje.
70 2.7 Ética en el marketing del Diseño textil y modas.

Capítulo III:

- 77** Tecnología en la industria textil y modas y su influencia en la ecología.
78 3.1 Ecología, la nueva moda en la industria.
84 3.2 Tecnología con fines ecológicos en el medio:Diseño como movimiento creativo justo.

93 Conclusiones

94 Bibliografía

98 Anexos