

## **Nuevos ciclos**

**Impulsar la sostenibilidad ambiental en la industria de vestuario de Medellín.**

Mariana Barbosa Moreno

Asesor.

Margarita M. Baena Restrepo

Facultad diseño de vestuario.

Escuela de arquitectura y diseño.

Universidad Pontificia Bolivariana.

Medellín.

2018



Acreditación Institucional de Alta Calidad • Sede Central • Medellín  
Res. No. 02444 del 22 de febrero de 2017 - 8 años • Vigitada Mineducación

## **Nuevos ciclos**

### **Impulsar la sostenibilidad ambiental en la industria de vestuario de Medellín.**

Mariana Barbosa Moreno

Trabajo de grado para optar por el título de diseñador de vestuario.

Asesor.

Margarita M. Baena Restrepo

Facultad diseño de vestuario.

Escuela de arquitectura y diseño.

Universidad Pontificia Bolivariana.

Medellín.

2018



Acreditación Institucional de Alta Calidad • Sede Central • Medellín  
Res. No. 02444 del 22 de febrero de 2017 - 8 años • Vigilada Mineducación

## Hoja de aceptación

El presente trabajo que tiene como título Nuevos ciclos: Impulsar la sostenibilidad ambiental en la industria de vestuario de Medellín., fue presentado el día 5 del mes de junio del 2018, como requisito para optar por el título de Diseñador de Vestuario, dado por la Universidad Pontificia Bolivariana y fue aceptado por el director y cuerpo docente de la Facultad de Diseño de Vestuario.

Nombre de los docentes

Mauricio Velásquez Posada

Director Diseño de Vestuario

Margarita M. Baena Restrepo

Asesor de trabajo de grado.

Docente Diseño de Vestuario UPB.”

## Tabla de contenido

Lista de tablas.....	5
Lista de imágenes.....	6
Resumen / abstract.....	7
1. Capítulo I: Planteamiento del problema.....	9
1.1. Introducción.....	9
1.2. Situación referencial.....	11
1.3. Objetivo general.....	14
1.4. Objetivo específico.....	14
1.5. Justificación.....	15
2. Capítulo II: Marco teórico.....	18
3. Capítulo III: Marco metodológico.....	27
3.1. Nivel y diseño de investigación.....	27
3.2. Población de estudio.....	27
3.3. Herramientas para desarrollar a investigación.....	29
3.3.1. Fase uno.....	29
3.3.2. Fase dos.....	44
3.3.3. Formulario.....	44
3.4. Recolección de datos.....	47
3.5. Hallazgos y análisis de la información.....	81
4. Capítulo IV. Conclusiones.....	92
5. Capítulo V. Anexos.....	96
5.1. Encuesta verde Nuevos ciclos - Expertos y conocedores.....	96
5.2. Encuesta Morada Nuevos ciclos – Diseñador o productor.....	100
5.3. Encuesta Azul Nuevos ciclos – Consumidores.....	104
6. Capítulo VI. Referencias.....	110

## **Lista de Tablas**

Tabla 1. Contexto Nuevos ciclos en Medellín.....	21
Tabla 2. Población de estudio.....	28
Tabla 3. Método de investigación: fase uno.....	30
Tabla 4. Estrategias de Nuevos ciclos.....	31
Tabla 5. Método de investigación: fase dos.....	44

## Lista de imágenes

Imagen 1. Las opciones de mayor proyección en Medellín.....	13
Imagen 2. Guata Va Vest, Diseño sin residuos.....	32
Imagen 3. Mud jean, economía circular.....	34
Imagen 4. Veja, Zapatos ecológicos.....	35
Imagen 5. Color “sin teñido” .....	36
Imagen 6. Comake, calzado modular 1. ....	37
Imagen 7. Comake, calzado modular 2. ....	37
Imagen 8. BeCo becool beconscious 1.....	38
Imagen 9. BeCo becool beconscious 1.....	38
Imagen 10. c.L.A.S.S, eco-plataforma. ....	39
Imagen 11. Patagonia- Gladiador.....	40
Imagen 12. Goodone, Reacondicionamiento de prendas .....	41
Imagen 13. Cyclothes, publicación en redes .....	42
Imagen 14. Raw Nettle G-star .....	44

## Resumen

En esta crisis medioambiental a la que nos enfrentamos, tanto productores como diseñadores y consumidores, tienen igual de responsabilidad, ya que todos, son partícipes de la cadena productiva de la ropa, es por esto que, entre todos se debe impulsar la industria nacional para el desarrollo y fortalecimiento adecuando de esta, por medio de estrategias sostenibles ambientalmente, que equilibren, generen valor y competitividad en las empresas de vestuario de Medellín con respecto al fast fashion, a estas nuevas propuestas ambientales en los procesos productivos, lo llamamos Nuevos Ciclos.

A través de la recolección de información en la ciudad de Medellín, logramos identificar que marca y empresas trabajan con estos Nuevos ciclos, aunque hay gran interés por el tema, los avances no son significativos. Por lo que se rastrea la implementación de diferentes estrategias en marca y empresas que están fuera del foco de estudio y se procede a validarlas en el contexto con diferentes agentes del sector de la moda para encontrar que ventajas, desventajas, limitantes y oportunidades hay en las empresas y marca de vestuario de Medellín para implementar Nuevos ciclos en sus procesos productivos.

# 1. Capítulo I: Planteamiento del problema

## 1.1. Introducción

La industria de la moda es la segunda más contaminante a nivel mundial, detrás de la industria petrolera. Según el artículo *La ONU califica la industria del fast fashion de “emergencia medioambiental”*, del portal de noticias *Modaes Latinoamerica*, en el presente año 2018, la ONU determina que el fenómeno de la moda desechable ha generado una “emergencia ambiental” y aclara que debe cambiar sus estrategias y generar acciones inmediatas para mitigar el daño.

La producción y el consumo desmesurado de prendas, ha ocasionado la explotación y amenaza de los recursos naturales del planeta, tanto en los ecosistemas terrestres, como en los acuáticos; genera un gran porcentaje de aguas residuales a nivel global y que millones de prendas terminan en vertederos o incineradas, debido a que no saben cómo eliminar el exceso de desechos textiles.

Cada día, se sienten más los impactos de la crisis ambiental y en Colombia no somos ajenos a sucesos como el cambio climático, la contaminación de aguas y aires, la pérdida de la biodiversidad, entre otras. Aun así, en la industria textil, no se han oficializado decretos respecto al ahorro, reciclaje y contaminación, como indica el periodista Daniel Camilo Traslaviña en el artículo *Colombia: industria textil nacional carece de políticas de sostenibilidad ambiental*, para *America Retail*, en el 2017, lo que implica que muchas empresa y marcas, así sea por falta de conocimiento formal sobre la sostenibilidad o desinterés sobre el tema, no prioricen el cuidado del medio ambiente en sus procesos productivos. Pocas empresas se han interesado por el ahorro y el reciclaje de los recursos hídricos, y los resultados de las estrategias implementadas son muy bajos, a comparación de lo que podrían ser.

Para atenuar esto y ver resultados óptimos, ha surgido la necesidad de una industria que sea sostenible, circular y renovable, que tome acciones para contrarrestar los impactos negativos y equilibrar el medio ambiente, la sociedad y el desarrollo económico. Las empresas y los futuros empresarios deben ser conscientes que solo se logra con cambios y con replanteamientos de las formas convencionales en las que se están desarrollando las empresas y se implementen estrategias en las que se involucren todos los procesos productivos de la corporación, a estos replanteamientos se le denomina Nuevos ciclos.



Al ser la ciudad de Medellín un referente importante de la industria de moda y textil, y que genera grandes impactos a nivel nacional e internacional, es de suma importancia que, para el adecuado fortalecimiento y desarrollo de esta, se le dé más importancia a la sostenibilidad ambiental. También hay que tener en cuenta que el mercado actual, igual que el consumidor está empezando a demandar productos que sean producidos de forma transparente y que el uso racional de los recursos naturales sea el adecuado.

Es por esto que, esta investigación es una iniciativa desde la ciudad de Medellín, para analizar el sector, entender porque no ha habido grandes avances en torno a la sostenibilidad ambiental y buscar estrategias que impulsen esta misma en el clúster de la moda, tanto en empresas como en marcas, optando por un futuro más sostenible y respirable.

## 1.2. Situación referencial

Es importante, enmarcar las referencias de este Trabajo de grado a nivel académico, para conocer los adelantos que se han generado en la facultad de diseño de vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana en torno a temas relacionados con la sostenibilidad ambiental, los procesos productivos y la marca de vestuario.

El trabajo de grado *Diseño sostenible: estudio proyectual del concepto de sostenibilidad en los procesos de creación de una marca de diseño*, de Ana Isabel Gaviria y Laura Victoria Velásquez, presentada para el título de Diseñadoras de vestuario en el año 2015, tiene como objetivo estudiar el concepto de sostenibilidad en los procesos de creación de una marca de diseño en las 5 fases planteadas para el desarrollo de un producto sostenible: materiales y mano de obra, metodologías de diseño, mercadeo y comunicación, ciclo de uso y fase de retorno. Esta investigación, engloba conocimientos sobre el diseño sostenible según las 5 fases mencionadas, enfocados en diferentes teorías de autores, también exponen algunos casos de estudio en su mayoría a nivel internacional, aplican los conocimientos recolectados a los procesos de creación de la marca de autor Homeland y finalmente, consignan en una guía de diseño sostenible los diferentes puntos que se abarcan cuando se idealiza la creación de una marca de autor sostenible. Se concentran en hablar de una forma general de la sostenibilidad sin tener en cuenta, la capacidad de la industria de responder a estos procesos planteados y tampoco se especifica a grandes rasgos la viabilidad de conseguir las fibras sostenibles mencionadas, en la ciudad de Medellín, la cual es el punto de partida de la tesis y de la marca. Solo mencionan en algunos procesos a Natuh de Ecohilandes, Artexil, taller de vestuario, gratiferia, Makua y Fashion revolution de Colombia. De esta tesis, rescate la sostenibilidad ambiental en los procesos de diseño, que se verán más adelante.

Es importante traer a colación el trabajo de grado de Ana María Agudelo Ramírez y María Pamela Callejas Hernández de la Universidad Pontificia Bolivariana en el año 2017, donde tratan el tema de *Consumo consciente : modelo de negocio enfocado en la transformación de vestidos de novia bajo la práctica de upcycling*, porque consignan información interesante sobre cómo desarrollar un modelo de negocio enfocado en el uso de *upcycling* en trajes de

novia, para minimizar el impacto ambiental, de una manera teórica y proyectual. Abordan temas importantes sobre el *upcycling* como una alternativa para desarrollar nuevos productos y la metodología Canvas para constituir un modelo de negocio y su posterior funcionamiento. Finalmente, proponen 3 formas para transformar vestidos de novias en nuevos productos con otras funcionalidades, sin necesidad de gastar dinero, agua y energía en la producción de la materia prima. Todo esto, se realiza en el Taller Coco de consumo consciente. De las conclusiones de esta investigación puedo rescatar como aporte para la presente tesis que, a pesar del desconocimiento de las mujeres interesadas en transformar sus vestidos de novia, sobre el *upcycling*, se muestra un interés en general por conocerlo y hasta por involucrarse en esta metodología de reutilización para el diseño de nuevas prendas.

También destaca el proyecto de la docente María Clara Restrepo junto al Grupo de Investigación sobre Nuevos Materiales (Ginuma) de la Universidad Pontificia Bolivariana y Colciencias, en el que crearon una fibra a base de fique y algodón que reemplaza el convencional denim, el cual en su producción implementa aproximadamente 5.000 litros de agua para un solo jean, a diferencia de los 10.000 litros que convencionalmente se usan. Esta nueva tela tiene la misma calidad y la misma experiencia de uso y se produce de una manera amable con el medio ambiente. Al ser Colombia el único productor de peso de la planta de fique, el implemento de esta fibra, traerá un gran avance para el desarrollo económico nacional y la sostenibilidad ambiental. “La fibra ya está patentada junto a Expofaro, firma colombiana que produce Levis”, así lo menciona el periodista Camilo Vega en el artículo *¿usaría un “jean” hecho de fique?* del portal web El Espectador en enero del 2018.

Siendo Medellín el espacio geográfico de estudio, es necesario resaltar algunos aportes hacia la sostenibilidad ambiental que se han logrado en la ciudad. Aunque anteriormente se menciona que en la industria textil colombiana no se han implementado políticas para el ahorro, reciclaje y contaminación, Inexmoda, instituto privado sin ánimo de lucro que conecta a los actores del Sistema Moda para transformar y fortalecer la industria en Latinoamérica, ha implementado de la mano de Torna, empresa que brinda soluciones para el tratamiento de fluidos de alta complejidad, un método de ultrafiltración del agua para reutilizarla en procesos productivos de empresas manufactureras del sector, como lo hizo con Estrada

Velásquez herrajes<sup>1</sup> y espera hacerlo con más empresas ofreciéndoles servicios especializados, y para las empresas que no puedan invertir en esto, ofrece un modelo a domicilio más económico para tratar las aguas contaminadas, como se menciona en el artículo *Textiles2, una feria dentro de Colombiamoda 2017 para descubrir la oferta textil dirigida al segundo semestre del año*, en su página *saladeprensainexmoda.com* en Julio del 2017.

En la inauguración de la edición 2018 de Colombiatex de las Américas en Medellín, realizada por Inexmoda, su presidente Carlos Botero aseguro a la Revista Dinero en el artículo *Inicia Colombiatex buscando fortalecer las pequeñas y mediana empresas que “están encadenando diferentes proyectos productivos y competitivos formales para hacer empresas y negocios más sostenibles que aporten significativamente a la industria”*. Y precisamente, en esta versión de la feria se evidenciaron avances en este tema, tanto en el Pabellón del conocimiento, abierto para el aprendizaje público -aprendizajes que se plantearan en conceptos y cifras más adelante-, y en los expositores de la feria, evidenciados en la siguiente imagen:

**LAS OPCIONES DE MAYOR PROYECCIÓN**

<p><b>REUTILIZACIÓN DEL AGUA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliza la mínima cantidad de químicos</li> <li>• Procesos tecnológicos de bajo consumo</li> <li>• Facturas de agua bajan hasta 70% con el proceso</li> <li>• Se usa en teñido y lavandería de la prenda</li> <li>• Entre 95% y 97% del agua se puede reutilizar</li> <li>• Luego de reutilizarla la primera vez se puede usar 70%</li> </ul> <p><b>inexmoda</b> CONOCE. CONECTA Y TRANSFORMA</p> <p><b>torna</b></p>	<p><b>PROCESOS ORGNÁNICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos vanguardistas y sostenibles</li> <li>• Respaldo por avances, estudios y trabajos investigativos</li> <li>• Cuenta con OrganIQ, solución para blanqueamiento de tejido denim 99% biodegradable</li> <li>• Usa pasta de índigo en un proceso sostenible para aplicar sobre cualquier base textil</li> <li>• Manejo de humedad en acabados con tactos suaves con antibacteriales</li> <li>• Optimiza la cantidad de agua y elimina uso de sustancias químicas perjudiciales para la salud</li> </ul> <p><b>CHT</b> SMART CHEMISTRY WITH CHARACTER.</p>
<p><b>PRENDAS EN FIQUE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El fique es la fibra nacional</li> <li>• 70.000 familias viven de su cultivo</li> <li>• 50% del algodón debe ser importado</li> <li>• Alternativa para aumentar cultivo y mejorar calidad de vida de productores</li> <li>• Un kilo de fique cuesta \$2.000 mientras que un kilo de algodón vale \$5.500</li> <li>• La fibra se saca del subproducto que normalmente se desecha</li> </ul> <p><b>Universidad Pontificia Bolivariana</b></p> <p><b>COLCIENCIAS</b></p>	<p><b>CULTIVOS DE ALGODÓN SOSTENIBLES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con mejoras sostenibles en los cultivos del producto</li> <li>• El uso de la agricultura de precisión permite crear productos de alta calidad</li> <li>• Emplea una variedad de semillas desarrolladas científicamente</li> <li>• Procesos incluyen análisis del suelo, dosis exactas de agua y fertilizantes</li> <li>• Aplica toda la tecnología para contribuir con el medio ambiente del planeta</li> <li>• Su tecnología aumentó la productividad en 50% en los últimos 35 años</li> </ul> <p><b>COTTON USA</b></p>

Fuente: Sondeo LR / Gráfico: LR-JG

Imagen 1: Las opciones de mayor proyección en Medellín. Opciones de mayor proyección en el desarrollo de productos en relación con la sostenibilidad ambiental. Publicado por Larepublica.co en el artículo *Confección en fique y reutilizar agua, tendencia ecológica en Colombiatex 2018*, escrito por el periodista Cesar D. Rodríguez.

<sup>1</sup> Otras empresas de la ciudad de Medellín, como Fabricato, Enka, Lafayette, Cueros Vèlez y Artextil también cuentan con estrategias para el ahorro de los recursos hídricos. Estas empresas, en su mayoría, son participes de las ferias de Colombiatex o Colombiamoda de Inexmoda.

### **1.3. Objetivo general**

Plantear Nuevos ciclos para los procesos productivos de una empresa o marca de vestuario en la ciudad de Medellín y su posible implementación.

### **1.4. Objetivos específicos**

Identificar Nuevos ciclos en diferentes empresas y marcas de vestuario de Medellín.

Determinar estrategias ambientalmente sostenibles en los procesos productivos de diferentes empresas y marcas de vestuario a nivel mundial.

Proponer estrategias de nuevos ciclos ideales, desde los procesos productivos de una empresa o marca de vestuario en Medellín.

Encontrar oportunidades y retos en la implementación de los Nuevos ciclos con diseñadores y productores; expertos y conocedores de la sostenibilidad ambiental y consumidores conscientes ambientalmente.

Entender que tan preparado está el sector vestuario en Medellín para la ejecución de los Nuevos ciclos en los procesos productivos.

## 1.5. Justificación

A continuación, se presentarán las razones por las cuales es importante esta investigación, exponiendo argumentos, datos y cifras que evidencien la crisis ambiental a la que nos enfrentamos debido a la industria de la moda y la posibilidad de plantear estrategias sostenibles ambientalmente en las empresas de vestuario de Medellín.

Como se ha mencionado anteriormente, la situación actual de producción y consumo masivo de prendas – encabezado por el fast fashion - ha causado una crisis ambiental, no solo es la segunda más contaminante, también produce el 20% de aguas residuales que se generan a escala global; ocasiona el 10% de las emisiones de dióxido de carbono que se lanza a la atmosfera y junto a la industria del calzado propagan el 8% total de gases de efecto invernadero (Modaes, 2018). Esto sucede durante la fabricación de las fibras y durante el uso de las prendas.

En el portal web *Fashion Network*, el periodista Fredericke Winkler, en el artículo *El estudio Measuring Fashion busca unir a la moda en materia ambiental*, advierte que, si la industria sigue por el mismo camino, las cifras podrían aumentar un 49% en los próximos 15 años, [...] donde la preparación del hilo (28%) así como su teñido y tratamiento (36%) son las fases con mayor impacto medioambiental. Los desechos químicos de estos procesos, terminan en fuentes de agua dulce, es decir, en nuestros ríos y después en nuestros océanos.

Al igual que la contaminación, es preocupante la explotación de recursos naturales para producir fibras como el Poliéster, con la cual, no solo se usan 70 millones de barriles de petróleo al año, sino que también hay que esperar 200 años para la total degradación de este. El tencel, la viscosa y el rayón, no se quedan atrás, aunque son hechas de celulosas renovables, tienen que talar 70 millones de árboles al año para producirlas, esto lo evidencia *La BBC Mundial* en el artículo online *¿sabes cuál es la industria más contaminante después de la del petróleo?*, en el 2017. Respecto al algodón, otra de las fibras más usadas a nivel mundial, se necesitan 2500Lt de agua para producir la cantidad necesaria con la que se elabora una camisa y 1000Lt para un vaquero, según datos de *La Vanguardia* en la publicación *Tu vaquero lleva oculto un consumo de 10000Lt de agua* de Antonio Cerillo en el 2016.

El deterioro de nuestro planeta ha llevado a que la Corte Interamericana, por primera vez, vinculara el cuidado del medio ambiente con los derechos humanos. El máximo tribunal americano sostuvo que los estados están obligados a respetar y garantizar estos derechos. Como lo afirmo el periodista Darío Aranda al portal web *Página 12* en su artículo *El ambiente sano es un derecho*, donde también expone que todos los estados deben regular, supervisar y fiscalizar este tema, además de establecer estrategias para promoverlo e impulsarlo. Teniendo en cuenta que en Colombia aún no hay legislaciones, como diseñadores también tenemos la responsabilidad de proponer en estos ámbitos para mejorar y fortalecer la industria de la ropa.

Actualmente se consume el doble de ropa que en los 90`s, lo que ha ocasionado que millones de desechos textiles terminen en vertederos o incinerados, sin saber que más hacer con estos. En Colombia, se producen aproximadamente 12.000 toneladas de desechos textiles al año, con los cuales, algunas empresas como Enka de Colombia, los usa para producir textiles e insumos junto al reciclaje de botellas PET. Esto demuestra que hay “un gran potencial en producción y negocios que podría otorgar más de 200.000 millones de pesos en beneficios al cabo de 12 meses de actividad”, así lo afirma la periodista Dayana Vázquez en el artículo *Colombia: la moda se recicla en grandes cifras* del portal web *American Retail* en el 2017.

Sobre los avances en ahorros de recursos hídricos de empresas como Estrada Velásquez herrajes, Fabricato, Termimodas, Cuero Velez, Enka, Lafayette y Artexil, han sido muy valiosos, pero lo sido suficientes en comparación de todo lo que se podría lograr:

Las empresas textilerías del país ahorraron 1 millón de dólares en gastos de agua en los procesos de producción, mientras que México se economizó 3 millones y Ecuador 1 millón. [...] por lo que la cifra de ahorro nacional debería estar al menos en 2,2 millones de dólares en lugar de 1 millón de dólares (American Retail, 2017).

Esto demuestra que en Colombia hay un interés sobre el tema, se está promoviendo y hay posibilidades, pero no han sido suficientes los logros para solidificar la sostenibilidad ambiental y aportar al alivio del planeta. Por lo que es necesario, seguir promoviendo el tema en las empresas y marcas y velar por la continuidad de esto.



A nivel personal puedo decir desde la academia y la profesión, que el diseñador de vestuario, debe ser consciente, empático y cumplir con la responsabilidad de mejorar la calidad de vida de las personas conociendo sus necesidades y las necesidades del entorno.

Anteriormente, he investigado sobre los lineamientos de la responsabilidad social empresarial aplicados a la empresa de moda Masbell de Medellín, a partir de sus procesos productivos en el año 2017, este trabajo arrojó aportes notables en la relación adecuada que la empresa debería tener con sus trabajadores, en torno a sus condiciones laborales como el justo pago, el espacio adecuado para realizar los objetivos de sus funciones, el ambiente laboral ameno y las dotaciones para optimizar y proteger el trabajo de la persona. Conociendo ya esto, quería enfocarme en la responsabilidad de la empresa en relación al medio ambiente y los recursos naturales. También es de suma importancia dejar conocimientos consignados en una investigación, para que posteriormente puedan ser potencializados por quien esté interesado en el tema.

A modo de conclusión, en esta crisis medioambiental a la que nos enfrentamos, tanto productores como diseñadores y consumidores, tienen igual de responsabilidad, ya que todos, son partícipes de la cadena productiva de la ropa, es por esto que, entre todos se debe impulsar la industria nacional para el desarrollo y fortalecimiento adecuando de esta, por medio de estrategias sostenibles ambientalmente, que equilibren, generen valor y competitividad en las empresas de vestuario de Medellín con respecto al fast fashion, ha estas nuevas propuestas ambientales en los procesos productivos, lo llamamos Nuevos Ciclos.

Por todo lo anteriormente mencionado, se pretende responder a la siguiente pregunta: ¿Cómo impulsar la sostenibilidad ambiental en empresas y marcas de vestuario en Medellín, por medio de Nuevos ciclos en sus procesos productivos?



## 2. Capítulo II: Marco teórico

Para contextualizar la investigación, a continuación, se aclararán conceptos, definiciones y clasificaciones, se mencionarán normativas y requerimientos, se hablará del presente de las empresas de vestuario de Medellín, para así conducir la investigación por un hilo conductor coherente.

Todos tenemos la necesidad de vestirnos, ya sea por una razón ornamental o funcional, día a día, nos encontramos frente a nuestro armario pensando en que ponernos. Pero al elegir nuestra ropa, no pasa por nuestra cabeza que muchas de esas prendas son causantes de la crisis ambiental a la que nos enfrentamos.

La crisis ambiental generada por las diferentes industrias, no es un tema nuevo, desde los 80`s han surgido términos como sostenibilidad, moda sostenible, consumo consciente, economía verde, economía cíclica, entre otros para generar conocimientos y estrategias en torno a el equilibrio entre el cuidado del medio ambiente, el bienestar de la persona y el desarrollo económico.

En el marco de Colombiatex 2018 de Inexmoda, se realizaron en el Pabellón de conocimientos, conferencias en torno a la moda sostenible en la actualidad y su impacto en la industria nacional y local, temas de gran importancia para el futuro de la moda, a continuación, traigo a colación aportes importantes por diferentes expositores.

En la conferencia, *Segundas oportunidades a las prendas: caso true love and poems*, realizada por María Jimena Daza en Colombiatex 2018 da su propia definición de sostenibilidad y explica que “es hacer lo más que podamos con el menor gasto de recursos posible, aprovechando la oportunidad de negocio y nuestros privilegios para beneficiar de alguna manera a las personas”

Ester Xicota, dice sobre la sostenibilidad, en su *conferencia La innovación sostenible como oportunidad para la industria textil*, que “es una nueva visión para impactar el mundo. Nace de una oportunidad para cambiar la manera como vemos las cosas. Nos lleva del paradigma del crecimiento, al paradigma de la calidad real para todos y en todos lados. Es una exigencia del mercado y pocas empresas sobrevivirán si no la incorporan a su cadena de valor. El cliente lo valora y lo exige, los gobiernos lo promueven y los inversores están buscando empresas que sean conscientes y tengan una visión a largo plazo. Esta, tiene grandes beneficios, como

la reducción de costos, la mitigación de los riesgos, la mejoría de la imagen de la marca.

Algunos conceptos importantes de resaltar en la conferencia *Estrategia de sostenibilidad en el metro de Medellín* por Mauricio Soto Garcés son la sostenibilidad desde el sistema metro y el de espíritu innovador. La sostenibilidad la definen como generar calidad de vida conectando e integrando personas y promoviendo territorios sostenibles de manera que la empresa tenga permanencia en el tiempo. El espíritu innovador se da cuando se busca sistemáticamente hacer cosas nuevas o nuevas formas de hacer las cosas en un entorno colaborativo y abierto, que constituya al cumplimiento de la visión de la empresa, garantizando la sostenibilidad y la creación de valor para la empresa y la sociedad

Finalmente, en la conferencia *Abre los ojos que ser sostenible si paga* por Guz Zein Daher y Yair Pineda, destaco el termino de consumo sostenible como, el uso de servicios y productos que respondan a las necesidades básicas para llevar una mejor calidad de vida y reducir al mínimo el uso de los recursos naturales y materiales tóxicos, así como, los emisores de residuos y contaminantes sobre el ciclo de vida del producto o servicio (Norwegian ministry of environment, 1994). Teniendo como objetivos el satisfacer las necesidades de la humanidad, favorecer una buena calidad de vida, compartir recursos entre ricos y pobres, considerar el impacto de los productos analizando su ciclo de vida, minimizar el uso de los recursos, los residuos y la contaminación.

La sostenibilidad se puede dividir en social, ambiental, ecológica, económica y política. Pero en esta investigación nos enfocaremos en la relación de la sostenibilidad ambiental y económica que se puede definir como “la capacidad de conservar y proteger el medio ambiente de forma indefinida” y que tiene como objetivo “mantener los recursos naturales y desarrollar fuentes alternas de energía, mientras se reduce la contaminación y los daños al medio ambiente causados por culpa de las acciones antropogénicas”, o sea mediada por el hombre. Así lo expone *Ecoticias* portal web de noticias medioambientales, en el artículo *¿Qué es sostenibilidad ambiental?* en el 2017.

Otra definición importante es el “predominio sobre la gestión a largo plazo, a la actuación que cumpla con los principios de precaución y uso responsable de los recursos” como indica Loraine Mayrim Giraud-Herrera y Gioberti Raúl Morantes-

Quintana en la tesis doctoral *Aplicación del análisis multivariante para la sostenibilidad ambiental urbana*, publicado en el 2017.

En Colombia una de las entidades encargadas de velar por la sostenibilidad ambiental en las empresas es el Ministerio de Medio Ambiente y desarrollo sostenible, el cual en el año 2001 en cooperación con la Corporación Promoción de la Pequeña Empresa Ecoeficiente Latinoamericana (PROPEL) y con la Fundación Suiza para el Desarrollo Sostenible en América Latina (FUNDES), propuso *Guías Ambientales: Buenas Prácticas de Producción Más Limpia para el Sector PYME en Colombia*, con el fin de fortalecer la gestiona ambiental industrial sostenible de las PyMES del país.

Y en el 2004 salió a la luz *la Guía ambiental para el sector textil* que “pretende convertirse en una herramienta de consulta y orientación conceptual y metodológica para mejorar la gestión, el manejo y desempeño ambiental de esta importante actividad productiva”, como lo indica la misma guía, elaborada por el Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente (DAMA), a través de la Ventanilla ACERCAR.

En esta investigación adaptaremos el termino de *nuevos ciclos* para entender las nuevas maneras de estar en armonía con los ciclos de la naturaleza, desde la implementación de diferentes estrategias productivas ideales para la sostenibilidad ambiental en las empresas y marcas de vestuario en Medellín. Resaltando la importancia de los ciclos, como las fases reiterativas que no tienen un fin si no que conciben un inicio a algo que puede ser usado a favor de un mismo objetivo ambiental.

Para que un producto de vestuario sea ambientalmente sostenible, es necesario que cumpla con unos parámetros generales a la hora de sus procesos productivos. Como lo mencionan Gaviria y Velásquez en el 2015:

Las tres bases de un producto sostenible: la innovación, entendida como el valor agregado, la ecoeficiencia denominado como reducción de la contaminación y residuos, el comercio justo distinguido por la transparencia en la cadena de suministros [...] así como lo menciona el autor Luis Maram en su artículo *¿qué es el marketing sustentable?* para la revista Expok, donde expone que para que una marca se califique como sustentable debe cumplir estos tres aspectos, en lo ambiental, lo social y lo económico (Maram,2013).

Es necesario entender el término de proceso productivo y clasificarlos dentro de una empresa o marca de vestuario de la ciudad de Medellín, se entiende “cómo conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados

factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico” (Betancur, 2009, pp. 253-280)

La sostenibilidad ambiental en los procesos productivos se podrá plantear dependiendo del contexto en el que se encuentre la empresa. Para aclarar esto, se presentará una definición sobre lo que es el sector textil, confección, diseño y moda en la ciudad de Medellín:

Se denomina al complejo productivo, una concentración sectorial y/o geográfica de empresas que se desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y especialización (por la presencia de productores, proveedores y mano de obra especializada y de servicios conexos específicos al sector) y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en la búsqueda de eficiencia colectiva, logrando influenciar la competitividad de tres maneras: aumentando la productividad de las compañías en el clúster, conduciendo a la innovación en el campo de la actividad y estimulando nuevos negocios en el campo. (Rodríguez, G., 2013).

La moda es gran generador de riqueza en Colombia, según el Dane, aporta 7,5% del PIB manufacturero, 3% del PIB nacional y responde por 5% del total de las exportaciones; datos de la revista *Dinero* en su artículo online *Épica la iniciativa para impulsar la industria de la moda en Medellín*. *Inexmoda* también aclara en su página web que el consumo promedio de prendas del colombiano al año es de 22.3 y tiene un comercio total, ente importaciones y exportaciones (2016) de us\$76.284M.

En el siguiente cuadro, se evidencia como se entiende la clasificación de los procesos productivos, sus características y el contexto en el que se encuentran en la actualidad en algunas empresas y marcas de vestuario de la ciudad de Medellín. Las características se consignaron a partir de información sacada de la Tesis: *Diseño sostenible, 2015* y del libro *Gestionar la sostenibilidad en la moda, diseñar para cambiar* de Kate Fletcher y Lynda Grose; y se relaciona el proceso productivo con sus características y su relación con los nuevos ciclos en Medellín.

<b>Tabla 1: contexto Nuevos ciclos en Medellín</b>	
<b>Procesos productivos / características</b>	<b>Nuevos ciclos productivos en la industria de vestuario de la ciudad de Medellín</b>

<p><b>1. Metodología de diseño:</b></p> <p>Diseño transfuncional.  Diseño trans – seasonal.  Productos modulares.  Diseño local -  Diseño con artesanos.  Co-diseño.  Moda lenta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vasanta:</b> – marca de vestuario en Medellín que diseña prendas vestimentarias con materia prima derivada de las “fábricas de cuero; es decir, material reciclado. Sus colores, diseños y materiales permiten a los usuarios identificarse y ser portadores de una “eco marca””, como mencionan en su página de Facebook <a href="https://www.facebook.com/pg/Vasanta-338451469605478/about/">https://www.facebook.com/pg/Vasanta-338451469605478/about/</a>.</li> </ul>
<p><b>2. Ciclos de producción</b></p> <p>Definir los ciclos de producción como la economía circular: La sostenibilidad trata de reinventar los ciclos cerrados en los que están fundamentadas las industrias para darle paso a ciclos de producción con retorno de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fabricato:</b> Fábrica de Hilados y Tejidos del Hato, que ha logrado avances en sostenibilidad ambiental en torno al ahorro de recursos hídricos, optando por la “reutilización, recirculación y disminución del consumo del agua y el tratamiento óptimo de los vertederos”, como mencionan en su página web <a href="http://fabricato.com/es/2016-02-04-20-09-14/ambiental">http://fabricato.com/es/2016-02-04-20-09-14/ambiental</a>.</li> <li>• <b>Enka:</b> productora y comercializadora de polímeros y fibras químicas de poliéster y Nylon. Manejan toda una estrategia corporativa para traer avances en sostenibilidad ambiental en torno a la producción y economía cíclica.</li> <li>• <b>Fatelares:</b> Productora y comercializadora de toallas, ropa para el hogar y hamacas. Como compromiso ambiental, disminuyen el uso del agua, tratan los vertimientos para que generen menos impacto negativo, controla las emisiones, recicla y reúsa.</li> </ul>

<p>las materias primas o de los recursos.</p>	
<p><b>3.Obtención de la materia prima.</b> Bases e insumos sustentables. Relocalización – Producir de manera local, generando ahorros. Relación con los proveedores: conocimiento de sus prácticas y acreditación de sus procesos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ecohilandes:</b> empresa productora y exportadora de materiales textiles ecológicos 100% reciclados (algodón y PET). “No usamos químicos ni tinturas ya que el color lo da el sobrante de confección el cual tenemos clasificado por colores” como mencionan en su página web <a href="http://www.natuh.co/">http://www.natuh.co/</a></li> <li>• <b>Montuno:</b> marca de complementos de vestuario en Medellín que trabaja con materiales de poco impacto ambiental como lonas en algodón, cuero reciclado y yute para realizar maletas y zapatos que le permitan a las personas caminar relajado de consciencia y equipaje.</li> </ul>
<p><b>4.Estampación, tintes y lavados</b> Tratamiento de agua. La reutilización de la energía y el agua. Tintes no contaminantes:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Artextil:</b> empresa de estampación, tintorería y acabados que “ha promovido al máximo el desarrollo de procesos por una producción más amigable con el medio ambiente” como mencionan en su página web <a href="http://www.artextil.com.co/#">http://www.artextil.com.co/#</a></li> <li>• <b>Estampamos digital:</b> Empresa de estampación que maneja procesos ecológicos “Las máquinas convencionales, rotativas, trabajan con gas y no a punta de carbón que alimenta grandes calderas. Además, las tintas son base agua que supone un cambio drástico en el manejo de unas sustancias que cuando no son así claramente atentan contra el bienestar del medio ambiente y de los trabajadores que se</li> </ul>

<p>tintes naturales y orgánicos.</p>	<p>someten a sus vapores” como mencionó Juliana Correa fundadora de OnA en el <i>artículo OnA: vestidos de baño ecológicos en Medellín</i> de La revista Diners.</p>
<p><b>5.Proceso de manufactura</b> Reducción de procesos de corte, trazo y ensamble.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Taller de vestuario:</b> marca de vestuario de la ciudad de Medellín que realiza talleres para enseñar a las personas a realizar sus propias prendas, fáciles de elaborar, no tienen costuras, se ensamblan con nudos y no generan residuos textiles.</li> <li>• <b>Rojo:</b> marca de vestuario de Medellín, bajo la filosofía de multicultural glamur portable, rojo diseña vestidos hechos a manos, ensamblados mediante la técnica de croché, generando grandes ahorros de energía y rescatando el trabajo manual.</li> </ul>
<p><b>6.Empaquetado y etiquetado</b> Etiquetas y marquillas, empaque de la prenda para la distribución al punto de venta y empaque en el punto de venta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Genealogy Lifestyle:</b> “Es una marca de vestuario que contribuye al estilo de vida sostenible, basado en el consumo responsable. Dar a conocer al cliente la identidad y origen de nuestros productos, a través de historias, mostrando el proceso de reutilización textil, el uso de fibras naturales y producción local. Genealogy reinventa la moda haciéndola más humana y menos contaminante, de este modo apoyamos acciones de cambio para un mejor mañana” como menciona en su página web <a href="http://discrepante.com/genealogy-lifestyle">http://discrepante.com/genealogy-lifestyle</a>, todo su trabajo lo comunican a las personas, a través de la información en las etiquetas.</li> <li>• <b>My Green life:</b> marca ecológica en Medellín de ropa para bebés, que fomenta el consumo responsable y la conciencia ambiental activa, promoviendo cambios en los estilos de vida. Utilizan Empaques en cartón 80% reciclado y etiquetas de buchón de agua, donde informan a los clientes de la ideología de la marca.</li> </ul>
<p><b>7.Distribución</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Termimoda:</b> Es una empresa que presta sus servicios de acabados y creación de marca por medio del paquete</li> </ul>

<p>Canales de distribución: Ferias, tiendas online, tiendas multimarca y tienda propia.</p>	<p>completo a la industria nacional textil. Su producción la realiza con ozono, que genera ahorros en los consumos de agua, también reducen el desperdicio de agua y energía, logran el adecuado vertimiento del agua residual y realizan un manejo responsable de residuos.</p>
<p><b>8. Ciclo de uso o fase de pertenencia</b> Servicio de reacondicionamiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Taller ambulante:</b> es un espacio móvil para divertirse y compartir experiencias de aprendizaje a partir del reciclaje textil para todas las personas de cualquier edad. Estas experiencias permiten generar consciencia sobre la prenda, su cuidado y mantenimiento.</li> </ul>
<p><b>9. Post uso o Fase de retorno</b> Reutilización, ventas de segunda mano, trueque, donaciones caritativas, reacondicionamiento y reciclaje.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Perpetua todo:</b> es una propuesta de moda sostenible (Slow Fashion) en Medellín, que realiza bazares de ropa de segunda, a través de una experiencia cíclica de intercambio.</li> <li>• <b>Swap party:</b> es una propuesta de Moda sostenible, para reciclar, intercambiar ropa de segunda y reunirse con los amigos.</li> <li>• <b>Vinotinta Betancurt:</b> tienda de ropa clásica curada en perfecto estado.</li> <li>• <b>Antiboutique:</b> experiencias que permiten “legitimar encuentros de personas conscientes para reivindicar gustos comunes por los consumos responsables, el vestuario, el reuso textil y la generación de contenidos de moda” como mencionan en su pagina de Facebbok <a href="https://www.facebook.com/pg/antiboutiquejuegodemoda/about/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/pg/antiboutiquejuegodemoda/about/?ref=page_internal</a>.</li> </ul>
<p><b>10. Mercadeo y comunicación</b> Educar al consumidor:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fokus Green:</b> marca de moda sostenible que desarrolla productos y alternativas medio ambientalmente amigables. Tienen muy buen manejo de redes sociales donde convocan a las personas para realizar limpiezas de</li> </ul>



<p>gestionar la comunicación en plataformas vituales. .</p>	<p>playas y juntos hacer del planeta un mejor lugar para vivir.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Biónica:</b> marca de vestuario en Medellín que promueve una vida saludable a través de sus redes sociales. “Nuestras raíces están en lo natural, la paz y nuestra tierra. También nos gusta hacer yoga, la cultura sostenible y cocinar rico y saludable” como mencionan en su página de Facebook <a href="https://www.facebook.com/pg/bionica.co/about/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/pg/bionica.co/about/?ref=page_internal</a>.</li> </ul>
<p><b>11. Alianzas y Proyectos</b> Co-working: Cooperación con otras partes de la sociedad. Alianzas con fundaciones, organizaciones, otras marcas y empresas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Crystal s.a.s:</b> producen y comercializan Gef, Punto blanco, Baby fresh, Galax y casino. Han “firmado un Acuerdo de Producción y Consumo Sostenible entre entidades privadas, organizaciones gubernamentales y sectores productivos con el fin de aportar al cumplimiento de las políticas de Desarrollo Sostenible del país” como mencionan en su página web <a href="http://www.crystal.com.co/es/responsabilidad_ambiente">http://www.crystal.com.co/es/responsabilidad_ambiente</a>.</li> <li>• <b>Animalista:</b> Marca de marroquinería, calzado y accesorios. Sport-Elegante femenino. Realiza colaboraciones con artistas locales para sus prendas y las venden en ediciones limitadas.</li> </ul>

### **3. Capítulo III: Marco metodológico**

#### **3.1. Nivel y diseño de investigación**

Después de conocer el contexto y los conceptos en torno a la sostenibilidad ambiental en Medellín, es necesario indagar sobre otras maneras de implementar los procesos productivos que sean ambientalmente sostenible. Para esto, en una primera parte de la metodología, se propone construir un cuadro de procesos productivos de nuevos ciclos ideales abstraídos de otras empresas y marcas fuera del foco de estudio, y así, traer conocimiento que se puedan implementar en la industria.

Sin dejar a un lado, las limitaciones y alcances del contexto, en una segunda parte del marco, se propone indagar en el sector de vestuario de Medellín con expertos, conocedores del tema, diseñadores y consumidores, el Cuadro de nuevos ciclos comparativos propuesto, para finalmente llegar a un entendimiento mayor y a unos hallazgos que indiquen como se podría impulsar la sostenibilidad ambiental para el fortalecimiento de la industria del vestuario en Medellín.

Es por esto, que la recolección de información se plantea a partir de una investigación analítica-explicativa, pues tiene la intención de buscar “la asociación o correlación entre variables. No establece relaciones causales. El Objetivo y/o hipótesis y las variables postulan “relaciones” probabilísticas” como menciona *Marcelo Rojas* en su artículo *científico Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación* en el año 2015.

Aclarando que la investigación tiene 4 categorías:

- Procesos productivos en la industria vestuario.
- Sostenibilidad ambiental.
- Contexto Industria vestuario en Medellín.
- Nuevos ciclos: Límites y alcances / Retos y oportunidades.

Estas se relacionarán entre ellas mismas por medio de dos fases estratégicas, el método de revisión de documentos y el de información de fuente directa, las cuales se ampliarán más adelante en las *Herramientas para desarrollar la investigación*.

#### **3.2. Población de estudio**

La población con la que se realiza la recolección de datos son personas que

pertencen al sector moda de Medellín, entre ellos diseñadores, emprendedores, investigadores y consumidores que son expertos o tienen conocimientos sobre la sostenibilidad ambiental en el contexto de Medellín.

<b>Tabla 2: Población de estudio</b>		
<b>Encuestado</b>	<b>Profesión</b>	<b>Relación con la sostenibilidad ambiental</b>
<b>Expertos o conocedores</b>		
Fausto Zuleta	Diseñador Industrial / Mg. / PhD.	“Investigación y desarrollo de productos”
Margarita Baena	Ingeniera textil, Master Business administrator, Master en ingeniería textil y papelera, asp Phd en Ciencia e ingeniería de materiales	“Relación directa en el diseño de productos”
Margarita Baquero	Diseño industrial y Doctorado.	“Relación en el diseño y en la docencia para la toma de múltiples decisiones”
David Vega Quiceno	Diseñador Industrial - Gráfico / Especialista y Máster en Innovación	“Desde la docencia, la formación y educación de estudiantes en aspectos de sostenibilidad en el diseño. Desde la concepción del producto y el desarrollo de nuevos elementos que podrán generar impacto ambiental. También en el ejercicio laboral, una gran responsabilidad en la toma de decisiones que puedan generar algún tipo de impacto por el consumo y fabricación de elementos industriales”
<b>Diseñadores o productores</b>		

Angela Echeverri	Diseñadora de vestuario y educación.	“Docente de una facultad de diseño de vestuario. Ahí se dan ambas relaciones”
Ana María Sossa Londoño	Diseñadora de Vestuario y estudiante de la maestría en desarrollo	“Relación directa, por ejemplo, cuando debo dirigir campañas de "Punto verde" para la Escuela de Arquitectura y Diseño, o cuando decido que las entregas de mis estudiantes sean digitales y no impresas (hasta que no sea necesario)”
Eliana López	Diseñadora de vestuario	“Es una relación fundamental ya que en mí que hacer, como diseñadora en la empresa Formas Intimas, es necesario apuntar al diseño sostenible y sustentable a partir de materiales y procesos”
<b>Consumidores</b>		
Tomás Flórez	Estudiante de diseño de vestuario	“Principalmente proyectual. No lo aplico con rigurosidad”
Ana María Marcucci	Diseño de vestuario	“Me preocupo con mitigar el impacto ambiental, y lo podría segmentar con tres enfoques: 1. En cuánto a medios de transporte, hace dos o tres años decidí optar por usar el metro y la bicicleta para transportarme en la ciudad en cuanto me es posible, y las vías me lo permitan, reduciendo mi huella de carbono. 2. Por la misma época decidí no volver a comprar ropa en cuanto no sienta una verdadera necesidad, así que baje mucho el consumo de vestuario. 3. Estoy tratando de educar la compra del

		mercado en mi casa, comprando en mercados campesinos con productos orgánicos y reduciendo la compra de productos con conservantes, aportando así también en la sostenibilidad social”
María Alejandra Quiroga	Diseño de vestuario	“tomando acciones en mi responsabilidad como diseñadora y consumidora”
Ana María Agudelo	Diseño de vestuario	“Siendo consciente de lo que compro, es decir si este producto puede tardar mucho en degradarse y como lo hace, y procurando reciclar lo que más pueda”

### 3.3. Herramientas para desarrollar la investigación

#### 3.3.1. Fase uno


Construir estrategias en un cuadro de nuevos ciclos de procesos productivos comparativos para impulsar la sostenibilidad ambiental en la ciudad de Medellín. La importancia de este cuadro está, en poder entender el producto de vestuario desde todos sus procesos productivos como potencializadores de la sostenibilidad ambiental; entendiendo “la necesidad de atender a los diversos impactos que se producen a lo largo de todo el ciclo de vida del producto” (Salcedo, 2014).

<b>Tabla 3: Método de investigación: fase uno.</b>			
<b>Categorías</b>	<b>Método</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Instrumento</b>

<p>Procesos productivos de la industria confección y moda / sostenibilidad ambiental</p>	<p>Revisión de documentos es una “técnica para rastrear, ubicar, seleccionar y consultar las fuentes y los documentos que permiten allegar la información requerida para dar cuenta de los objetivos planteados”, así lo menciona María Eumelia Marín en el documento <i>Memos analíticos</i> en el año 2001. Para escoger el material a revisar, se buscó primero en la biblioteca de la Universidad Pontificia Bolivariana, en bases de datos indexadas, noticias y artículos en internet.</p>	<p><b>Cuadro Idóneo:</b> Llegar a proponer una estrategia lo más idónea posible, en un cuadro de procesos productivos, para una empresa o marca de la ciudad Medellín, velando por que se acerquen a la sostenibilidad ambiental en el mayor porcentaje posible. Después de revisar el material del cual se abstraerá la información necesaria; se empezará a clasificar en el Cuadro idóneo y en la segunda columna de la tabla se consignará en cada proceso productivo el resultado, con los siguientes parámetros: estrategia productiva, ¿Quién la realiza?, ¿Cómo la realizan?, Impacto positivo y resultados contraproducentes.</p>	<p>- Libros: <i>Moda Ética para un futuro sostenible, Gestionar la sostenibilidad en la moda. Diseñar para cambiar.</i> -Artículos web o físicos de investigación o informativos.</p>
--	--	--	---

<p><b>Tabla 4: estrategias de Nuevos ciclos</b></p>	
<p><b>Proceso productivo</b></p>	<p><b>Nuevos ciclos: nuevas maneras de estar en armonía con los ciclos de la naturaleza, desde la implementación de diferentes</b></p>

	<b>estrategias productivas ideales para la sostenibilidad ambiental.</b>
<p><b>1. Metodología de diseño – Diseño sin residuos y manejo de residuos.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia productiva: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño sin residuos: pensar en minimizar mermas. Eliminar los residuos textiles desde el corte del patrón en la tela, todo el textil se involucra en el ensamble de la pieza. Una manera fácil de minimizar las mermas es incorporarlas en la prenda para reforzar las partes que suelen ser más propensas al desgaste, como por ejemplos los codos, o bien emplearlas como forros o entretelas. Esta acción, además, facilita el reciclaje de la prenda desde el momento en que se está utilizando una combinación de menos materiales en ella. Por ejemplo, el Kimono Japonés (Salcedo, 2014).</li> <li>- Manejo de residuos: es darle otra funcionalidad a los desechos textiles que salen del corte de las prendas, para que no sean basura, sino que se involucren en otros procesos productivos o en otros nuevos productos.</li> </ul> </li> <li>• ¿Quién la realiza?: Guata Va Vest de la diseñadora Alemana Irene Peukes, inspirado en los Huipiles Guatemaltecos</li> <li>• ¿Cómo la realizan?: Aprovecha toda la tela que teje manualmente con tejedoras de Guatemala. Realiza ponchos con la totalidad de un rectángulo de tela y los decora con lujosos bordados. También realiza algunas prendas como vestido, blusa y top con tejidos rectangulares, mangas y escotes los consigue plegando y frunciendo, no corta nada, no tiene mermas; no usa maquinas, ni gasta energía eléctrica. El nuevo proyecto es PLA zapatos de yutes hechos manualmente por artesanos con materiales 100% naturales.</li> <li>• Impacto positivo: darle uso al 15% del tejido utilizado por la industria que son mermas que acaban en el suelo de las salas de corte de las fabricas (Salcedo, 2014)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Resultados contraproducentes: producción que toma mucho tiempo de ejecutar al tener tanto detalle manual.</li> </ul>  <p>Imagen 2: Guata Va Vest, Diseño sin residuos. Recuperado: <a href="https://www.garmentory.com/sale/guate-va-vest/dresses-going%20out/90043-d9-tank-dress#sm.0001n6pepg8vdfjfxud24czebl2r">https://www.garmentory.com/sale/guate-va-vest/dresses-going%20out/90043-d9-tank-dress#sm.0001n6pepg8vdfjfxud24czebl2r</a>.</p>
<p><b>2. Ciclos de producción – “De la cuna a la cuna” o producción cíclica</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategia productiva: <ul style="list-style-type: none"> <li>Producción cíclica, o cerrada de “la cuna a la cuna”. Las marcas no dejan de tener responsabilidad sobre el producto cuando las obtiene el cliente. Siempre se va a tener responsabilidad sobre los desechos textiles, generando la necesidad de darle un uso cíclico a estos mismo, implementándolos nuevamente en la cadena productiva de los productos de vestuario.</li> </ul> </li> </ul>



- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>La red de desarrollo sostenible</i> en su artículo <i>Producción en Ciclo Cerrado: Solución para acelerar la transición hacia una economía circular</i> define el término de la “cuna a la cuna” como un “nuevo paradigma implica una perspectiva de diseño que busca la ecoeficacia en primer lugar y donde se enfoca en el desarrollo de procesos industriales o de manufactura donde los materiales utilizados para la creación de un producto se convierten en valiosos nutrientes al llegar a satisfacer su uso por el consumidor final y haber alcanzado el fin de vida útil”, publicación hecha en Febrero del 2018.</li><li>• ¿Quién la realiza?: Mud jeans, fundada en el 2018 en Los Países Bajos. Fabrica Jeans de forma responsable.</li><li>• ¿Cómo la realizan?: encontraron en el alquiler de vaqueros en su vida útil, la oportunidad de reciclar el textil para nuevos jeans, mediante la devolución del producto cuando ya el usuario lo encuentre inútil. De esta manera, Mud jeans reintegra el denim a la cadena productiva de mas jeans y no genera desechos textiles.</li><li>• Impacto positivo: economizar recursos materiales y reducir el impacto ambiental.</li><li>• Resultados contraproducentes: el denim reciclado por si solo no es lo suficientemente resistente como para volver a ser un Jean, hay que integrarlo con algodón orgánico para que resista el uso constante.</li></ul> |
|--|--|

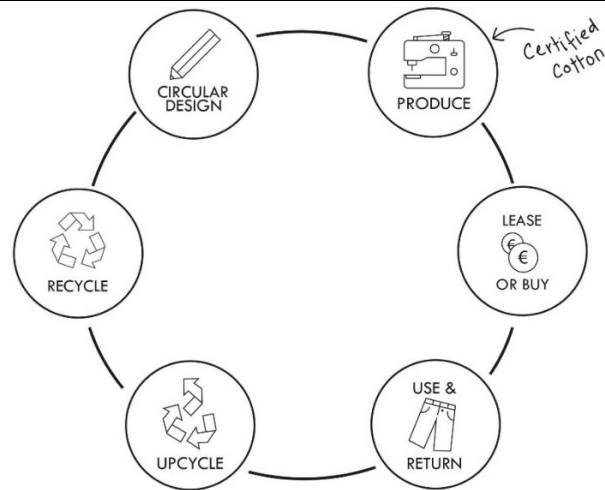


Imagen 3: Mud jean, economía circular. Recuperado: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/case-studies/pioneering-a-lease-model-for-organic-cotton-jeans>.

**3. Obtención de la materia prima – Renovabilidad y regeneración**

- Estrategia productiva:
  - Renovabilidad y regeneración: Cultivo o desarrollo en laboratorios de fibras de fuentes renovables y biodegradables (Fletcher y Grose, 2012), que se comercialicen para las diferentes marcas y empresas.
  - Producción con baja utilización de agua, energía y productos químicos; bajo técnicas de bajo consumo de producción, de baja emisión de carbono y cultivos de fibras naturales ecológicas (Fletcher y Grose, 2012).
  - Fibras creadas por productores, y fabricantes que proporcionen buenas condiciones laborales como las que se establecen en los códigos de conducta d productores y como las que contribuyen a la clasificación de las fibras con certificados de comercio justo (Fletcher y Grose, 2012).
  - Materiales cuya producción genere pocos residuos, lo que creara interés, entre otras, por las fibras biodegradables y reciclables resultantes tanto de la cadena de desechos de particulares como de la industria de.
- ¿Quién la realiza?: Veja, primera marca de calzado deportivo ecológico, fundada en el 2004 en Francia.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo la realizan?: Tiene dos pilares: el uso de materiales ecológicos (algodón, látex, piel) para intentar conseguir en un futuro próximo un producto 100% biodegradable. El segundo pilar es un sistema de relaciones con los proveedores basado en el compromiso y la transparencia; (Salcedo, 2018), en donde sus proveedores vivan dignamente y sean medioambientalmente responsables. Por lo que decidieron seguir una política en la que no había lugar para la publicidad, reduciendo al máximo el coste de comunicación para poder pagar un coste de producción razonable a la vez que mantenían precios competitivos en el mercado.</li> <li>• Impacto positivo: reducción de desechos textiles, ya que son fácilmente degradados al enterrarse. Producción sin tóxicos.</li> <li>• Resultados contraproducentes: tala de árboles que deben ser posteriormente reforestados.</li> </ul>  <p>Imagen 4: Veja, Zapatos ecológicos. Recuperado: <a href="https://www.facebook.com/veja.fairtrade/">https://www.facebook.com/veja.fairtrade/</a>.</p>
<p><b>4. Estampación , tintes y lavados – Color sin teñido</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia productiva: pág. 40 Fletcher <ul style="list-style-type: none"> <li>- Color sin teñido: conseguir dar un color a un tejido o a una prenda sin utilizar tintes requiere un mayor esfuerzo creativo; a largo plazo; siempre es mejor utilizar los colores que tienen las fibras de manera natural que seleccionar</li> </ul> </li> </ul>

tintes de bajo impacto (Fletcher, Grose, 2012). El color natural del tejido denota la procedencia de la fibra, los acentos cuentan las historias de las regiones, de los pueblos y de las economías locales.

- ¿Quién la realiza?: Ardalanish es un fabricante de textil con sede en Escocia.
- ¿Cómo la realizan?: su especialidad son los tejidos de tweed, la lana procede de la raza de ovejas de la zona, en la cual se realizan la mayoría de procesos de realización de los textiles. Los colores que logra van del negro o el marrón al blanco cremoso, pasando por el beis o gris plateado, para estos solo los combina a veces con raíz de rubia o el índigo de la hierba pastel.
- Impacto positivo: evitar tintes tóxicos y desperdicios de agua al teñir. Elegir únicamente fibras con colores naturales conecta directamente con el comienzo de la cadena de suministro, hasta el cultivo de la fibra y la cría del animal, conecta directamente con lo que ofrece la naturaleza (Fletcher, Grose, 2012).
- Resultados contraproducentes: limitación en la tonalidad de colores y estampados.



Imagen 5: Color “sin teñido”

<p><b>5. Proceso de ensamble / confección – reducción de costuras.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia productiva: minimizando las costuras, y el proceso de ensamble. No solo es importante escoger un material de calidad y confeccionarlo de una forma duradera.</li> <li>• ¿Quién la realiza?: Comake, fundado en Alemania n el 2012.</li> <li>• ¿Cómo la realizan?: calzado modular y autofabricable, con el cual piensan en la durabilidad del producto, facilitan su reparación, minimizan las costuras, y el proceso de ensamble, reducen la necesidad de nuevas adquisiciones ya que las piezas modulares pueden ser reemplazadas fácilmente.</li> <li>• Impacto positivo: experiencia de auto fabricación en un producto de calado, que no genera gastos de energía eléctrica, reduciendo la huella de carbono, además de ser elaborado con materiales naturales (corcho, algodón orgánico, látex y piel vegetal), extraídos de una manera responsable.</li> <li>• Resultados contraproducentes: falta de interés por la auto fabricación, preferir el producto ya terminado.</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p>Imagen 6: Comake, calzado modular 1. Recuperado: <a href="https://comake.io/">https://comake.io/</a>  Imagen 7: Comake, calzado modular 2. Recuperado: <a href="https://comake.io/">https://comake.io/</a></p>
<p><b>6. Empaquetado y etiquetado – de transparencia</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia productiva:</li> <li>• Empaques y etiquetas de transparencia: Informan y concientizan al consumidor del impacto ambiental que genera la producción de sus prendas, dejan ver los procesos y la forma en la que obtienen los materiales. También exponen el trato adecuado que se le debe dar a las prendas para mayor durabilidad de estas mismas, evitando tener que reponerlas con nuevos productos que perjudiquen al medio ambiente.</li> <li>• ¿Quién la realiza?:BeCo becool beconscious plataforma española.</li> </ul>



- ¿Cómo la realizan?: a través de su sitio web hacen recomendaciones a los usuarios para un mantenimiento mas sostenible de las prendas que usan:



Imagen 8: BeCo becool beconscious 1. Recuperado:

[https://www.behance.net/gallery/10317909/BECO-\(Be-cool-BE-conscious\)-en-the-Brandery](https://www.behance.net/gallery/10317909/BECO-(Be-cool-BE-conscious)-en-the-Brandery)



Imagen 9: BeCo becool beconscious 2. Recuperado:

[https://www.behance.net/gallery/10317909/BECO-\(Be-cool-BE-conscious\)-en-the-Brandery](https://www.behance.net/gallery/10317909/BECO-(Be-cool-BE-conscious)-en-the-Brandery)

- Impacto positivo: alargar la vida útil de las prendas al darles un mejor cuidado cotidiano y no tener que comprar nuevos productos innecesarios que consuman más energía, agua y recursos naturales en su producción.
- Resultados contraproducentes: que las personas no estén dispuestas a tener cuidados específicos con las prendas para su mayor durabilidad

**7. Distribución**  
**– Zonas**  
**comerciales**  
**sostenibles.**

- Estrategia productiva: relocalización, Ecomall, Ecoplataformas. Zonas comerciales especializadas para conseguir materias primas para el desarrollo de productos de vestuario más sostenibles, realizados a nivel nacional y también productos locales que busquen equilibrar lo social, lo ambiental y lo económico.

- ¿Quién la realiza?: C.L.A.S.S. es una eco-plataforma, fundada en 2007 y ReTuna el primer Mall de reciclaje en Suecia.
- ¿Cómo la realizan?: C.L.A.S.S. apoya y promueve los productos sostenibles en las áreas de moda, hogar y diseño a través de una amplia oferta de eco-textiles, hilos, procesos y servicios. Con una inigualable colección d 300 tejidos de menos impacto y showrooms en Londres, Milán, Copenhague, Nueva York y Madrid. C.L.A.S.S. se ha convertido en uno de los principales recursos para marcas y diseñadores que no quieren perder el tiempo dedicándose a buscar tejidos más sostenibles (Salcedo, 2014)

ReTuna, el primer mall de reciclaje en Suecia vendE al público productos realizado bajo técnicas de Upcycling y reacondicionamiento también dan clases a las personas para que aprendan a reparar sus propios objetos y reutilizarlos.



Imagen 10: C.L.A.S.S, eco-plataforma. Recuperado

- Impacto positivo: apostar por la diversidad de nuevos materiales y nuevos productos de menor impacto al alcance de

	<p>todos en un mismo lugar o plataforma. Estos espacios empiezan a convertirse en un ecolujo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados contraproducentes: que las personas no valoren ni asimilen de la mejor manera estas nuevas formas de consumo y no las prefieran sobre otras opciones de producto o materiales convencionales.</li> </ul>
<p><b>8. Ciclo de uso o fase de pertenencia – Pensar en el papel del usuario.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia productiva:</li> <li>• Pensar en el papel del usuario, influyendo en su comportamiento con relación a la prenda, informándole sobre mejores prácticas de uso y mantenimiento, desde casa, como la reducción en la necesidad de lavar la prenda (Salcedo, 2014)</li> <li>• ¿Quién la realiza?: Gladiador (Patagonia), Nano-tex Resists Spills y AEGIS Eco Fresh.</li> <li>• ¿Cómo la realizan?: reducir la necesidad de lavar la prenda utilizando acabados antimanchas y antiolores. En el mercado español se encuentran tres opciones que no contienen sustancias tóxicas.</li> <li>• Gladiador: desarrollado por Patagonia a partir de cascara de cangrejo.</li> </ul> <div data-bbox="584 1330 890 1693" data-label="Image"> </div> <p>Imagen 11: Patagonia – Gladiador. Recuperado: <a href="https://www.fashiola.es/mujer/ropa/abrigos-y-chaquetas/chaquetas/chaqueta-de-outdoor/s_ropa/?mrk=patagonia">https://www.fashiola.es/mujer/ropa/abrigos-y-chaquetas/chaquetas/chaqueta-de-outdoor/s_ropa/?mrk=patagonia</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nano-Tex Resists Spills: acabado nano-estructural que crea en la superficie del tejido una barrera que protege de líquidos y aceites.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AEGIS Eco Fresh: acabado antimicrobiano que crea una superficie que perfora las membranas de las células de los microbios para destruirlos.</li> <li>• Impacto positivo: una parte significativa del impacto medioambiental de una prenda se produce durante la fase de uso y mantenimiento y, por tanto, depende del usuario de la prenda.</li> <li>• Resultados contraproducentes: efectividad de los acabados con el transcurso del tiempo.</li> </ul>
<p><b>9. Post uso o Fase de retorno</b></p> <p>–</p> <p><b>Reacondicionar las prendas.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia productiva: devolver y revivir. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pensar en reacondicionar las prendas que van a ser desechadas: dotarlas de nueva vida para impedir que los residuos lleguen a los vertederos o retrasar este hecho, para que no sean agentes contaminantes (Fletcher y Grose, 2012).</li> </ul> </li> <li>• ¿Quién la realiza?: Goodone es una marca británica de reacondicionamiento de prendas de moda fundada en el 2012.</li> </ul> <div data-bbox="491 1146 1321 1680" data-label="Image"> <p>The image shows three fashion models standing side-by-side against a plain background. Each model is wearing a different piece of clothing. The first model on the left is wearing a long-sleeved top with a dark body and light-colored sleeves, paired with black leggings and high-heeled boots. The middle model is wearing a dark, long-sleeved top with a textured front panel, a dark skirt, and high-heeled boots. The third model on the right is wearing a dark, long-sleeved top with a draped front, a dark skirt, and high-heeled boots.</p> </div> <div data-bbox="533 1697 1310 1720" data-label="Caption"> <p>BAT WING JUMPER      SUEDE FRONT CARDI      DRAPE FRONT CARDIGAN</p> </div> <p>Imagen 12: Goodone, Reacondicionamiento de prendas. Recuperado: <a href="https://co.pinterest.com/pin/556264991445251307/?lp=true">https://co.pinterest.com/pin/556264991445251307/?lp=true</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo la realizan?: pensar desde el diseño en el reacondicionamiento, usando la técnica de re-diseñar, cortar y confeccionar de nuevo toda una prenda o partes de ella con</li> </ul>

	<p>retales, tejidos antiguos y accesorios, se consigue crear piezas únicas, a veces hechas a mano y a veces con la ayuda de la tecnología más moderna (Fletcher y Grose, 2012).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto positivo: pensar en el desmontaje de las prendas para que posteriormente en una fase de retorno se reintegren nuevamente a los procesos productivos de una empresa o marca, permite generar una producción circular en la que no se generan tantos desperdicios, se ahorra agua, energía y se reduce la huella de carbono.</li> <li>• Resultados contraproducentes: falta de control sobre todas las prendas que se venden y los usuarios no terminen devolviéndolas</li> </ul>
<p><b>10. Mercadeo y comunicación – Redes sociales y plataformas web.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia productiva: manejo de redes sociales y plataformas web para estar en contacto con el usuario, informarlo sobre los procesos productivos y concientizarlo sobre los nuevos ciclos de producción y consumo más sanos.</li> <li>• ¿Quién la realiza?: Cyclothes es una plataforma interactiva española donde la persona puede reutilizar ropa, customizarla, rediseñarla y luego vender su diseño o comprar un re-diseñado de otra persona.</li> </ul> <p>¿Cómo la realizan?: Marca de reutilización que se comunica con las personas por medio de una plataforma web, que se promociona por medio de redes sociales y que explica fácilmente el paso a paso de la experiencia que ofrecen en torno al reutilizar y rediseñar. Se encuentra dividida entre Adoptante, Donante, Diseñador y Blog en el que postean información de interés común.</p>

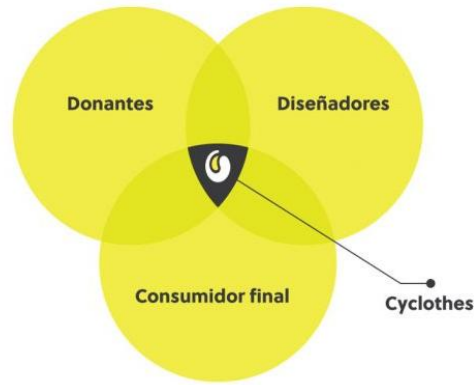


Imagen 13: Cyclothes, publicación en redes. Recuperado: <https://cyclothes.es/>

- Impacto positivo: la comunicación en redes sociales tiene la capacidad de llegar a un público grande en corto tiempo, es una forma fácil de mostrar los procesos de las marcas, dando a conocer la importancia de estos y logrando que mas personas se concienticen y se unan a la causa.
- Resultados contraproducentes: la publicidad engañosa. Falta de experiencias tangibles, formales, físicas.

**11. Alianzas y  
Proyectos -  
Cocreacion**

- Estrategia productiva:
  - Es un proceso de creación colaborativa entre diferentes marcas, empresas, instituciones, investigadores, ingenieros, textileros, ambientalista, entre otros, que unen conocimientos para crear proyectos o estrategias innovadoras que impulsen la sostenibilidad ambiental, reduzcan la huella de carbono, los desechos textiles y la explotación de los recursos naturales. "Gracias a la expansión de la economía colaborativa, han emergido nuevas formas de hacer negocios y relaciones a través del intercambio de bienes, servicios e incluso de conocimiento. Este nuevo sistema de relaciones, basado en la confianza y la colaboración, está impactando significativamente la forma en como las compañías involucran a sus clientes en sus procesos de innovación" (Ortega, 2014).
- ¿Quién la realiza?: G-STAR empresa Holandesa fundada en 1989 que trabajan con el desarrollo del denim y el jean, junto a

NETL marca holandesa especializada en el desarrollo de Ortiga

- ¿Cómo la realizan?: G-star ha utilizado la ortiga en un programa especial llamado: Raw Nettle, en el cual generan un tejido con hilo de ortiga que tenga el *look* y la calidad de sus productos.
- Impacto positivo: implementar un nuevo material sostenible en una empresa con producción masiva genera resultados visibles a nivel de sostenibilidad ambiental. La Ortiga en prendas trae grandes ventajas de uso con respecto al algodón ya que, son igual de resistente y en 30% a 50% más ligera. Su cultivo es mucho más sencillo, pues crece con facilidad; se alimenta de agua de lluvia y requiere una cantidad mínima de fertilizantes; además que los procesos de extracción y preparado también son en la misma región de distribución y venta, por lo que aseguran un respeto de los aspectos sociales acorde a la legislación vigente (Salcedo, 2014).
- Resultados contraproducentes: la producción masiva de jean de Ortiga puede causar la explotación de esta misma hasta causar la extinción.



Imagen 14: Raw Nettle G-star, Co-creación. Recuperado: [https://www.g-star.com/nl\\_nl/about-us/responsibility/sustainable-product](https://www.g-star.com/nl_nl/about-us/responsibility/sustainable-product).

### 3.3.2. Fase dos

Validar el Cuadro de nuevos ciclos comparativos con diseñadores,

emprendedores, investigadores y consumidores que pertenecen al sector moda para encontrar oportunidades y retos en la implementación de estos. Y finalmente, entender que tan preparado esta la industria y consumidores de Medellín para recibir adelantos en textil, confección, diseño y moda ambientalmente sostenible.

**Tabla 5: Método de investigación: fase dos.**

<b>Categorías</b>	<b>Método</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Instrumento</b>
Industria moda en Medellín / Nuevos ciclos: Limites y alcances.	El método de fuente directa se utiliza para obtener de la población de estudio la información necesaria para la investigación. Una entrevista estructurada son preguntas con “respuestas reflexivas, donde el entrevistador puede formular otras preguntas para explorar significados o categorías emergentes” (Marín, 2001), y una entrevista semiestructurada tiene “Preguntas cerradas con respuestas “estandarizadas”, preestablecidas. Las preguntas se formulan	Las preguntas realizadas en esta fase, se harán en base a los resultados del cuadro de procesos productivos idóneos construido en la primera fase; diferirán entre preguntas abiertas y cerradas, según la necesidad de la información.  Se realizarán entrevistas semiestructuradas a modo de conversación abierta intensiva para lograr más intimidad con el entrevistado y, por ende, sinceridad y profundidad en sus palabras. O también entrevistas estructuradas por medio de un formulario de la página docs.google.com para la fácil accesibilidad a ella por parte de los encuestados.	- Derrotero de preguntas . - Formularios de preguntas en Google. - grabadora de voz o cámara.

	con anterioridad.” (Marín, 2001).	La selección del tipo de entrevista depende de la disponibilidad que tenga el validador o conocedor del tema.	
--	--------------------------------------	---	--

### 3.3.3. Formularios

Las preguntas realizadas a continuación tienen la intención de construir y consignar conocimientos en torno a las estrategias planteadas en el cuadro comparativo de nuevos ciclos, para conocer en el contexto del sistema moda de Medellín que tan viables pueden ser, que alcance se lograrían y que limitantes abrían al implementarlas.

- Encuesta verde Nuevos ciclos - Expertos o conocedores. 7 secciones.
- Encuesta morada Nuevos ciclos – Diseñadores o productores. 6 secciones.
- Encuesta azul Nuevos ciclos – Consumidores. 6 secciones.

### 3.4. Recolección de datos

Respuesta sobre las encuestas de Nuevos ciclos en los procesos productivos de las empresas y marcas en Medellín.

#### 1. Metodología de diseño – Diseño sin residuos y manejo de residuos. (Respondido por diseñadores).

¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que diseñe sin residuos?

3 respuestas



Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

Taller de vestuario

Fabricato, Entre Aguas, Animalista, FI

¿Cómo considera que lo logra?

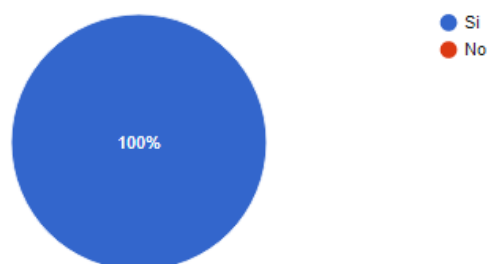
2 respuestas

Reduce al mínimo el consumo de energía en los procesos productivos

Con telas ecológicas, desde la comunicación de marca con productos biodegradables, contribuyendo al tratamiento de aguas negras, logrando ahorrar más del 35% de agua que usaban en los procesos, con procesos como la estampación digital en vez del teñido, etc.

## ¿Conoce alguna empresa o marca de vestuario en Medellín que haga manejo de residuos?

3 respuestas



## Nombre de la empresa o marca.

3 respuestas

Cueros velez

Vélez

Fabricato

## ¿Cómo considera que lo logra?

3 respuestas

Se que están en la búsqueda. Sin embargo existen muchas empresas que la deben hacer ya que la ley se los exige

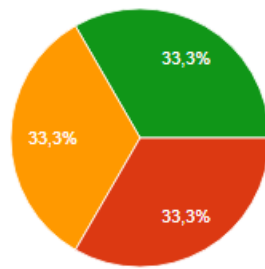
Guardando con cuidado el retal para rediseñar nuevos productos con él.

Siendo responsable de sus desechos, el tratamiento y distribución, también las marcas que exporten a Europa por ley deben tener control total de sus residuos ya que la política es que hasta el desecho es responsabilidad de la empresa exportadora.



### Como diseñador o productor, ¿Ha involucrado el diseño sin residuos?

3 respuestas



- Sí
- No
- No hago producto así que esto no lo puedo responder
- No sin residuos pero si con telas ecológicas, a partir del plástico y algodón desechado.

### ¿Cómo lo ha implementado?

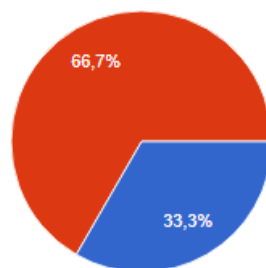
2 respuestas

Solo a través de los proyectos en el aula

No sin residuos pero si con telas ecológicas, a partir del plástico y algodón desechado.

### Como diseñador o productor, ¿Ha involucrado el manejo de residuos?

3 respuestas



- Sí
- No

### ¿Cómo lo ha implementado?

2 respuestas

En los proyectos de clase

Como parte de las temáticas del núcleo en el que enseño.

### ¿Le parece necesario hacer un manejo de residuos desde el área de diseño?

3 respuestas



### ¿Por qué lo considera necesario?

3 respuestas

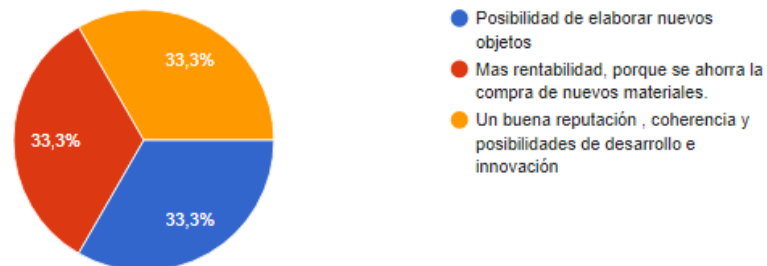
Por qué es imperante dentro de la realidad mundial y local para responde a las exigencias políticas y medioambientales

Por dos motivos contradictorios: conciencia ambiental y economía de la empresa o negocio.

Sí es importante encontrar una viabilidad pero todo de acuerdo a los procesos de cada compañía ya que no podría ser un trabajo solo de diseño.

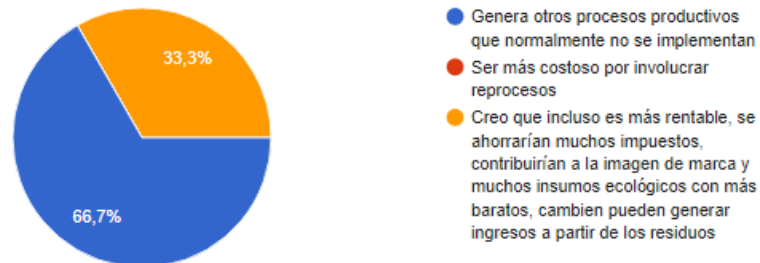
### ¿Cuáles son las ventajas que traería el manejo de residuos o el diseño sin residuos implementados en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

3 respuestas



### ¿Cuáles son las desventajas traería el manejo de residuos o el diseño sin residuos implementados en una empresa o marca en vestuario de Medellín?

3 respuestas



### ¿Qué limitaciones hay a la hora de manejar residuos o diseñar sin residuos en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

3 respuestas

Ninguna

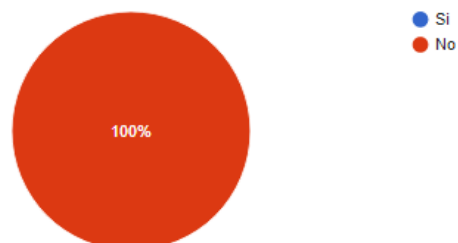
Que requiere de personal capacitado para interpretar esos residuos y convertirlos en nuevos productos. También es una limitación que quienes dirijan la empresa no tengan mente abierta a la implementación de este tipo de procesos.

No se pueden controlar todos los procesos de la cadena productiva dentro de una marca y por ende no todos los residuos, dependiendo del tipo de líneas implicaría una transformación en la planta y modelo de desarrollo lo que requiere una inversión inicial, también hay un limitante grande a nivel cultural por las ventajas geográficas y la crianza a partir de esto es decir la cantidad de recursos que hay en el país.

## 2. Ciclos de producción – “De la cuna a la cuna” o producción cíclica. (respondido por expertos y diseñadore

### ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que su producción sea cíclica o cerrada?

4 respuestas



### Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

N/A
n/a

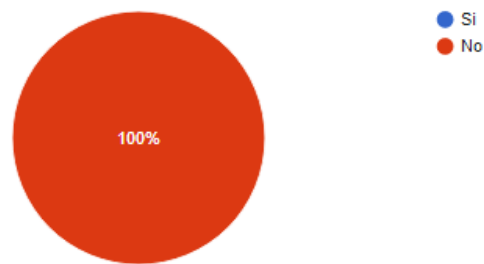
### ¿Cómo considera que lo logra?

2 respuestas

Ninguna lo logra. Varias dicen hacerlo, pero fallan en algún aspecto.
n/a

### ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que su producción sea cíclica o cerrada?

3 respuestas



### Nombre de la empresa o marca.

0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

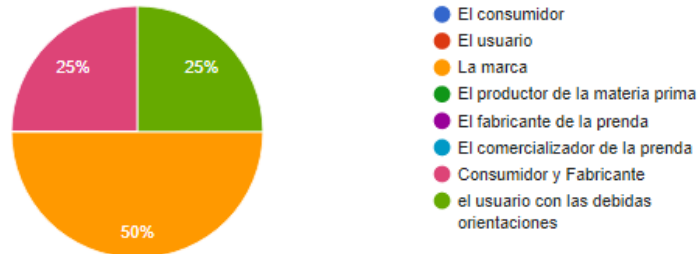
### ¿Cómo considera que lo logra?

0 respuestas

Aún no hay respuestas para esta pregunta.

## Al final de la vida útil de un producto ¿Quién debería hacerse responsable de este?

4 respuestas



## ¿Por qué lo considera de esta forma?

4 respuestas

Por que es quien propone el producto, se lucra en mayor porcentaje de su existencia y quien construye valores de marca a partir de sus beneficios

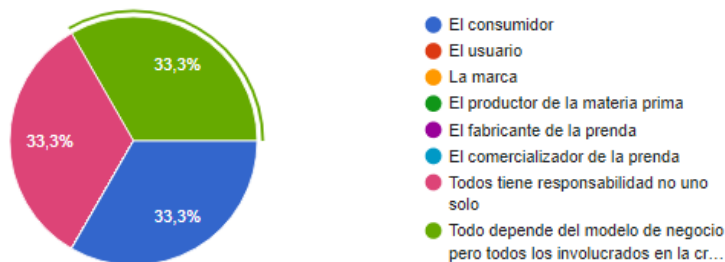
No es solo una cuestión de un actor, sino de todos los que se involucran. Como mínimo deberá ser consumidor y fabricante.

porque es la ultima persona que ha tenido contacto con el producto

Porque las marcas no pueden delegar una responsabilidad tan grande en los usuarios. Es importante que generen conciencia en estos aspectos pero no pueden suponer que sean las personas las encargadas de este proceso.

## Al final de la vida útil de un producto ¿Quién debería hacerse responsable de este?

3 respuestas



## ¿Por qué lo considera de esta forma?

3 respuestas

Porque todos son responsables de un parte de la cadena productiva y el ciclo de vida útil así que se den hacer responsables

Es responsabilidad de quien consume asegurarse que eso que consumió llegue a un destino final que no perjudique a nada ni nadie. Aunque las empresas podrían tener puntos de recolección de las prendas usadas para darles un siguiente uso: reciclaje textil, materia prima para nuevos productos, donaciones si están en buen estado y posterior a procesos de lavado y desinfección, etc.

No es posible tener el control total de los residuos.

### ¿Cuáles son las ventajas que traería implementar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

Una producción cíclica: mejoraría la dinámica del producto, su vida útil y su ciclo de vida, generando mucha mas conciencia sobre estos impactos en el consumo

1. Desarrollo; 2. Ventas; 3. Plataformas co-creadoras; 4. Divulgación; 5. Aceptación

Empezar a crear conciencia de su importancia

Sostenibilidad ambiental, buen manejo de recursos, conciencia colectiva, aprovechamiento de insumos, educación a largo plazo y dinamismo en la economía local.

### ¿Cuáles son las ventajas que traería implementar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

3 respuestas

Para mí es una postura ética y la posibilidad de innovar

Reducir las cifras de contaminación.

Impacto positivo a nivel ambiental y económico

### ¿Cuáles son las desventajas que traería implementar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

Una producción cíclica: el recorte inicial de personal

1. Educación y la manera de hacerla entender; 2. Comercialización y soporte económico; 3. Enfrentamiento con los grandes productores y comercializadores

seguirá siendo un tema lejano a los usuarios y consumidores

Las implicaciones que pueda tener en comparación a grandes marcas con producción industrial.

### ¿Cuáles son las desventajas que traería implementar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

3 respuestas

Ninguna

Menos rentabilidad para la empresa porque se reducirían las compras (podría ser una hipótesis).

No sé

### ¿Qué limitaciones hay al realizar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

La cultura de los consumidores y la percepción de valor de los productos

Principalmente el poder de negociación, aceptación y culturización

habría que estudiar cada una de las fases del producto y que empresa podría certificar el proceso o dar una especie de premio

La aceptación por parte de las personas y los costos que pueda implicar este proceso.

### ¿Qué limitaciones hay al realizar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario e Medellín?

3 respuestas

Creo que las barreas son más actitudinales y de un pensamiento tradicional que no permite explorar y crear nuevas posibilidades para el desarrollo de nuevos productos , procesos y servicios

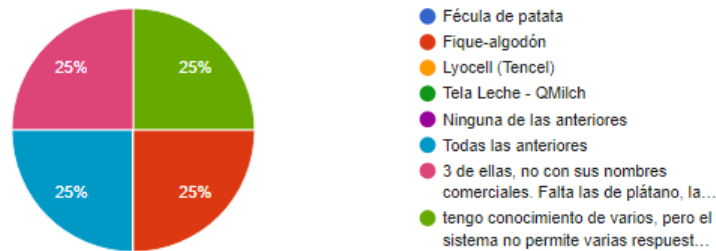
Falta de planta física y personal capacitado para lograrlo.

No sé

### 3. Obtención de la materia prima – Renovabilidad y regeneración. (respondida por expertos).

Fantastic bioplastic es la gama de productos de Equiliucua, marca española, que elabora bioplásticos con fécula de patata. Así como el material anteriormente mencionado, existen muchos otros más como Piñatex, Fique-algodón, Lyocell (Tencel), Tela Leche QMilch. ¿Tenía conocimiento de las materias primas anteriormente mencionadas?

4 respuestas



¿Conoce algún textil renovable o regenerativo en la ciudad de Medellín?  
¿Cuál?

4 respuestas

Textiles de PET (Enka)

No. Aunque podríamos mencionar la cadena algodonera y específicamente la del denim. Algunas empresas tienen en sus cadenas productivas, algún método por el cual reutilizan y vuelven cíclico (en algún porcentaje) el proceso.

Pues todos los desechos de Fabricato se reutilizan en otros productos, pero no se renuevan o se regeneran

No

En qué fase se encuentra el/los textil/es renovable o regenerativo que conoce en la ciudad de Medellín: planteamiento, investigación, comercialización al público.

3 respuestas

Desarrollado y puesto en productos (camisetas de material POP)

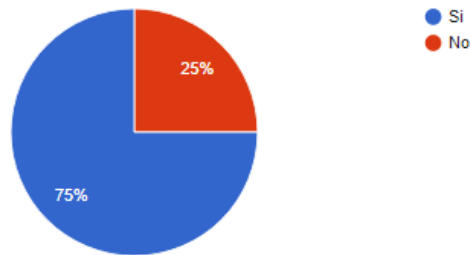
entre un 20% y un 80% dependiendo la empresa

n/a



### ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que trabaje con textiles renovables o regenerativos?

4 respuestas



### Nombre de la empresa o marca

4 respuestas

Woma
muchas que utilizan los hilos/telas de Enka & Fabricato
n/a
No recuerdo el nombre de la marca

### ¿Cómo considera que lo logra?

4 respuestas

Haciendo gestión de marca para que los beneficios sean reconocidos por los clientes y valorados
Medianamente
n/a
Fabrica zapatos con fibras naturales en la mayor parte de su estructura. La suela es de un aglomerado de caucho con fique y el cuerpo es confeccionado en algodón y fique.

### ¿Considera que los textiles renovables o regenerativos tienen impacto en el sector vestuario Medellín?

4 respuestas



### ¿Por qué lo considera así?

4 respuestas

Porque permiten construir otra dinámica de consumo y de oferta

Están en la fase de culturización/educación y sirven como planteamiento a futuros emprendimientos y desarrollos.

Tendrían impacto

Porque la industria local en la confección y vestuario tiene un gran impacto en la economía y en la sociedad local. Medellín se ha caracterizado por muchos años por ser una ciudad con un gran desarrollo en este sector. Siendo pionera en este aspecto, podría implementar y fomentar el uso de materiales y procesos renovables.

### ¿Cuáles son las ventajas que considera traería el uso de textiles regenerativos y renovables en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

Mejora sus procesos y la gestión de sus desechos

Desarrollo, Conciencia

por la respuesta anterior, sería un precedente

Innovación, conciencia e impacto social.

### ¿Cuáles son las desventajas que considera traería el uso de textiles regenerativos y renovables en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

Aumenta el precio de los productos

Costos

la lentitud con la que entran en el mercado

Desventajas competitivas en los costos de producción y de los materiales.

### ¿Qué limitaciones hay a la hora de implementar textiles regenerativos y renovables en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

La cultura del consumidor para percibir el valor

Costos

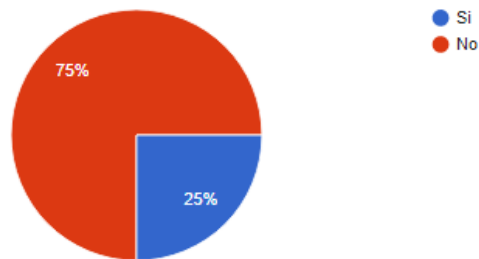
la falta de investigación sobre el tema

La cultura de la moda y el uso de marcas extranjeras que tienen un gran posicionamiento.

## 4. Estampación, tintes y lavados – Color sin teñido. (respondido por expertos).

## ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín, que elabore productos vestimentarios con textiles de color “sin teñido”?

4 respuestas



### Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

N/A

Son muchas las empresas de estampacion.

### ¿Cómo considera que lo logra?

2 respuestas

N/A

Con algodones cuya ADN se manipula, o con procesos de estampación de los cuales hay muchos métodos

### ¿Cuáles son las ventajas que considera traería los textiles de color “sin teñido” en una empresa o marca de vestuario de Medellín?

4 respuestas

No entiendo

Igual que las anteriores

menos contaminación

Reducir considerablemente el impacto ambiental de los procesos de tintura.

### ¿Cuáles son las desventajas que considera traería los textiles de color “sin teñido” en una empresa o marca de vestuario de Medellín?

4 respuestas

Esta pregunta ya la respondí antes

Igual que las anteriores

falta investigar

La percepción de calidad. Las limitaciones en diferentes técnicas y acabados textiles.

¿Qué limitaciones hay a la hora de implementar textiles de color “sin teñido” en una empresa o marca de vestuario de Medellín?

4 respuestas

Esta pregunta ya la respondí antes

Igual que las anteriores

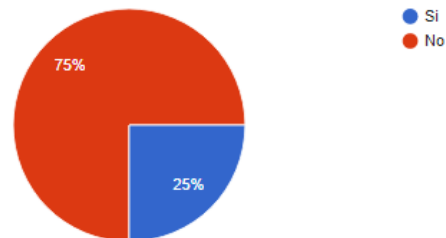
su comercialización

Adaptación de los procesos textiles en la industria local.

## 5. Proceso de ensamble / confección – reducción de costuras. (respondido por expertos).

¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que reduzca los procesos de confección?

4 respuestas



Nombre de la empresa o marca.

1 respuesta

Leonisa, Elipse, en general empresas de ropa interior

¿Cómo considera que lo logra?

1 respuesta

Con bondeos y maquinaria simless

¿Cuáles son las ventajas que considera traería reducir los procesos de confección en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

Disminuye el costo del producto

Igual que las anteriores

sale a la medida, se pueden personalizar las prendas y hacer series cortas

Agilidad, reducción de insumos, de tiempo y de gastos en la producción.

¿Cuáles son las desventajas que considera traería reducir los procesos de confección en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

La eliminación de mando de obra directa

Igual que las anteriores

no las evidencio, son otras alternativas de desarrollo de productos

Adaptación de nuevas técnicas para mantener la calidad en la confección.

¿Qué limitaciones hay a la hora de reducir los procesos de confección en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

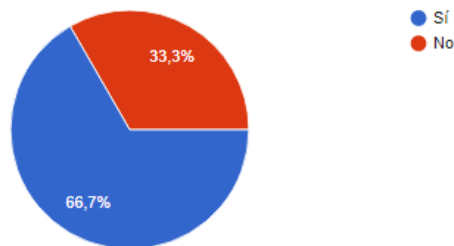
4 respuestas

Requerimiento de tecnologías nuevas
Igual que las anteriores
el conocimiento y la tecnología
La infraestructura actual, la maquinaria y el personal, deben actualizarse en el manejo de estas nuevas técnicas.

## 6. Empaquetado y etiquetado – de transparencia. (respondido por diseñadores y consumidores).

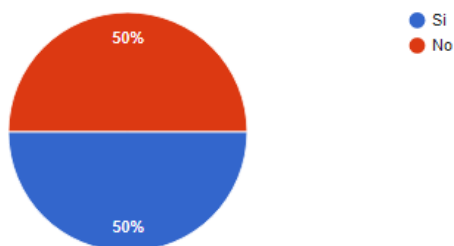
¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de sus empaques?

3 respuestas



¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de sus empaques?

4 respuestas



### Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

Biónica

FI

### ¿Cómo considera que lo logra?

1 respuesta

FI con Every Deninson (Co- creación), usar un evento masivo para impulsar la línea eco ayudando al consumidor a que sea consciente de empaque

### Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

My green life shop y RAINA

alado

### ¿Cómo considera que lo logra?

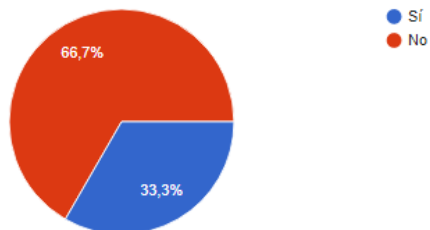
2 respuestas

Realmente no se, es ropa infantil, pero se que se preocupan por usar telas ambientalmente amigables, es como su espíritu de marca

reciclandi

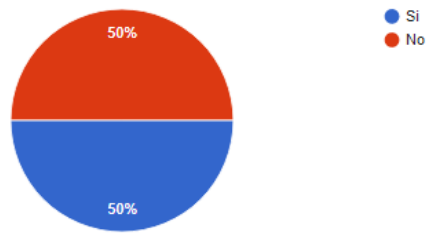
### ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de sus etiquetas?

3 respuestas



¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de sus etiquetas?

4 respuestas



Nombre de la empresa o marca.

1 respuesta

FI

¿Cómo considera que lo logra?

1 respuesta

FI con Every Deninson (Co-creación)

Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

My Green life shop

entreguas

¿Cómo considera que lo logra?

2 respuestas

Como lo dije anteriormente... no soy usuaria de la marca, solo la conozco

reciclando



### ¿Cuáles son las ventajas que considera traería Informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques o etiquetas en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

3 respuestas

Una conciencia de la manera en que consumimos y una postura ética y solidaria respecto a las problemáticas circundantes

Considero que es más pertinente en el empaque que en las etiquetas, puesto que tengo en mi imaginario que los consumidores colombianos no suelen leer las marquillas de las prendas, de la misma manera en que detallarían un empaque. La ventaja de que sea en el empaque es que además de llegar al consumidor, llegaría a más personas en los desplazamientos que el consumidor realiza con su empaque en la mano y las veces que lo reutilice para cargar en él otros elementos.

Es un apoyo en la comunicación, es claro que hay una tendencia global en la que los consumidores se inclinan por marcas que les permitan prendas y objetos amigables con el ambiente

### ¿Cuáles ventajas considera traería Informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques o etiquetas en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

Le permitiría entender la profundidad de la vida del producto, y que su producción implica procesos con los que puede estar o no de acuerdo con su estilo de vida, lo que también podría ofrecerle un punto de comparación para saber cuando comprar algo y cuando no.

Que la gente empiece a reconocer este tema.

se diferencia

Generaría una mayor aceptación por parte de los usuarios, los haría sentirse identificados con la marca, lo que haría que estos prefieran la marca sobre otras. Fidelización

### ¿Cuáles son las desventajas que considera traería Informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques o etiquetas en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

3 respuestas

Ninguna

Ninguno

Los tabus que hay frente al tema eco

¿Cuáles desventajas considera traería Informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques o etiquetas en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

4 respuestas

Es posible que no genere ninguna respuesta del usuario, y por lo tanto sería un proceso de producción, gasto de energía, dinero, recursos y tiempo perdido.

Creo que no todos los colombianos, en este caso antioqueños estamos preparados para algo así, porque normalmente la etiqueta se bota, no se mira, es algo que la mente en muchas ocasiones ignora.

ninguna

Si los usuarios ven que el producto puede ser muy dañino para el ambiente, es posible que dejen de consumirlo y disminuirían las ventas

¿Qué limitaciones hay en que una marca o empresa de vestuario en Medellín informe al usuario sobre los impactos medioambientales?

3 respuestas

Ninguna

Creo que la limitación es tener que adecuar la información según el tipo de producto, de forma que las recomendaciones sean coherentes con este.

Necesita un proceso de enseñanza al consumidor, lo que requiere tiempo y recursos

¿Qué limitaciones considera habría a la hora de informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques y etiquetas?

4 respuestas

Creo que desde una empresa es la idea de invertir más dinero en un nuevo proceso que requiere el diseño del empaque y la etiqueta, el rastreo de información sobre sus productos y materias primas -que considero no muchas empresas tienen conciencia sobre el trasfondo de sus productos, materias primas y procesos-, la validación, entre otras acciones.

No lo sé, habría que hacer un trabajo antropológico, hablar con las personas, para poder decir que limitaciones existen

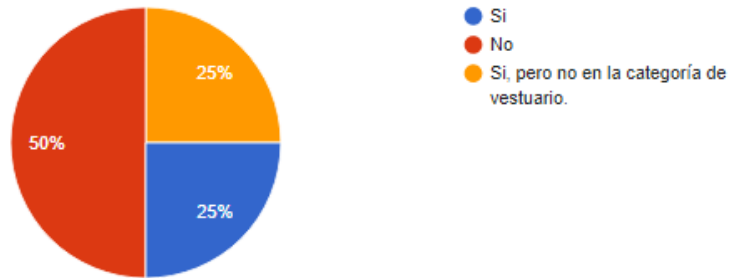
que no les importe

Perdida de la etiqueta e información poco verídica

## 7. Distribución – Zonas comerciales sostenibles. (Respondido por expertos).

### ¿Conoce alguna marca o empresa en Medellín que venda materias primas sustentables?

4 respuestas



### Nombre de la empresa o marca.

1 respuesta

Grupo Nutresa, Grupo Sura, Grupo Argos, ISA, Cementos Argos

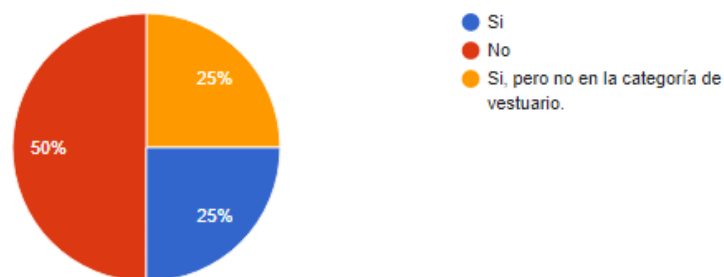
### ¿Cómo considera que lo logra?

1 respuesta

Aplican al índice de Sostenibilidad Dow Jones

### ¿Conoce alguna marca o empresa en Medellín que venda productos locales sostenibles?

4 respuestas



### Nombre de la empresa o marca.

1 respuesta

las anteriormente nombradas

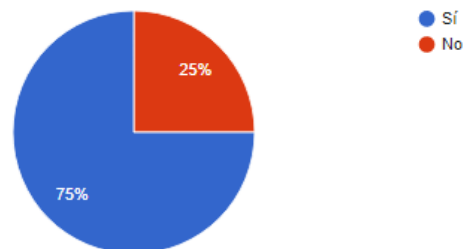
### ¿Cómo considera que lo logra?

1 respuesta

cumpliendo con los parámetros anotados en el Índice

### ¿Consideraría útil una feria sobre materias primas sustentables?

4 respuestas



### ¿Porque lo consideraría así?

4 respuestas

Para conocer la oferta y generar cultura en la demanda

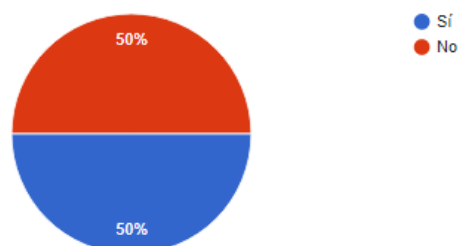
No está el mercado educado para ello

no lo considero yo, son unos parámetros objetivos

Porque es una tendencia a nivel mundial, es necesario volver a lo básico y fundamentar la producción de muchos elementos desde lo renovable y sostenible.

### ¿Consideraría necesario lugares de compra (mall o zonas comerciales), donde se venda solo productos locales sostenibles?

4 respuestas



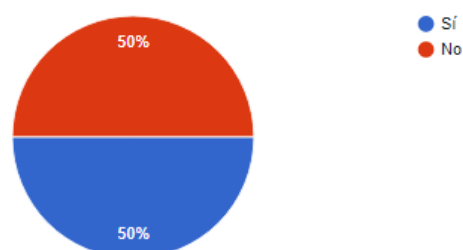
### ¿Porque lo consideraría así?

4 respuestas

- Porque estimula la cultura en estos temas
- el indicar que es "solo" de este tipo de productos, podría no necesariamente ser atractivo o comercial
- Todos los ambientes comerciales deben colocar este tipo de productos
- Esto aumentaría la conciencia colectiva y fomentaría el uso de diferentes productos que apunten a la sostenibilidad.

### ¿Consideraría necesaria una feria de vestuario sostenibles en Medellín?

4 respuestas



### ¿Porque lo consideraría así?

4 respuestas

- Porque estimula la cultura en estos temas
- No está el mercado educado para ello
- los productos deben estar inmersos en la ferias actuales
- Sería la plataforma de lanzamiento de nuevas marcas y podría fortalecer el crecimiento de las mismas.

### ¿Cuáles son las ventajas que considera traería tener zonas comerciales de vestuario sostenible en la ciudad en Medellín?

4 respuestas

- Estimula la cultura en estos temas
- conciencia, desarrollo y lo mismo que las anteriores respuestas
- Generar impacto sobre este tipo de productos
- Fortalecimiento del sector y una motivación para usuarios y productores.

### ¿Cuáles son las desventajas que considera traería tener zonas comerciales de vestuario sostenible en la ciudad en Medellín?

4 respuestas

- No se
- no creo que hayan desventajas
- no hay suficientes
- Poco flujo de consumidores en un mercado tan específico actualmente.

¿Qué limitaciones habría en tener zonas comerciales de vestuario sostenible en la ciudad en Medellín?

4 respuestas

Que existan la cantidad de marcas que trabajen en esta línea

costos

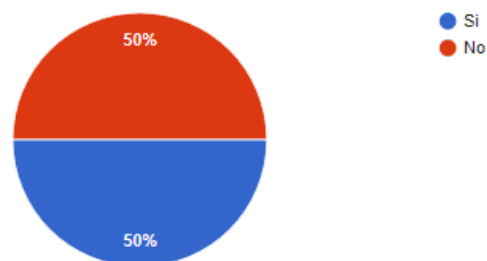
si no entran en los comercios actuales y hacen un apartado, es muy difícil darlas a conocer.

La ubicación, el tamaño y la oferta deben ser muy bien estudiados, ya que es un sector que apenas se está desarrollando.

## 8. Ciclo de uso o fase de pertenencia – Pensar en el papel del usuario. (Respondido por consumidores).

¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que informe al usuario sobre el cuidado y mantenimiento de las prendas para su mayor durabilidad?

4 respuestas



Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

orozco

Syou

¿Cómo considera que lo logra?

2 respuestas

comunicando a los clientes

Los zapatos vienen con una bolsita especial para conservar las cualidades del cuero.

¿Cuáles son las ventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín informará al usuario sobre el cuidado y mantenimiento de las prendas para su mayor durabilidad?

4 respuestas

Aprovechar la prenda al máximo y sentir mayor afinidad con la empresa o marca que me provee la información, porque gracias a esa información su ropa me acompañaría mayor tiempo que las de otras empresas o marcas.

Tal vez empezar a formar una cultura más sostenible, poco a poco

la calidad de la prenda

Pienso que este tipo de conocimiento es muy importante para el usuario ya que le permite disfrutar mas tiempo de sus articulos favoritos y ahorraria mas dinero

¿Cuáles son las desventajas que considera traería en que una empresa o marca de vestuario en Medellín informará al usuario sobre el cuidado y mantenimiento de las prendas para su mayor durabilidad?

4 respuestas

Repensar la forma de tratar y cuidar la ropa, en caso de que los procesos sugeridos no sean convencionales, podría llevar a anular la venta por inseguridad del usuario a no poder llevar a cabo el cuidado correcto. Tal vez tener que repensar la tecnología dedicada al cuidado de la ropa, y por lo tanto tener más gastos para invertir en ella.

El cómo lo van a hacer, cómo le van a llegar a la gente.. de resto no me parece que haya desventajas. Muchas personas educadas en este tema, pueden regar la voz, el consumismo disminuiría, y consientes de esto las personas invertirían más en calidad, que en cantidad ( siendo un pensamiento muy utópico)

no lo tomaría como desventaja

No encuentro desventajas en esta practica, por el contrario, la considero bastante valiosa para una empresa

¿Qué limitaciones considera hay a la hora de informar al usuario sobre el cuidado y mantenimiento de las prendas para su mayor durabilidad?

4 respuestas

Entender realmente cuál es el cuidado que la prenda requiere. Es muy común que las materias primas e insumos se seleccionen por las sensibilidades estéticas de la marca y no se indague en aspectos técnicos y funcionales importantes para su cuidado. Por otra parte tal vez las tecnologías de cuidado de prendas tradicionales no sean las apropiadas para ciertas prendas.

No lo sé, no se a que se refieren con limitaciones, de que tipo?

que no les importe

Que talvez el usuario no entienda muy bien la información que se le esta dando. Negligencia por parte de los usuarios, al hacer caso omiso a estos cuidados.

¿Como usuario, le interesaría conocer cómo cuidar y mantener sus prendas para mayor durabilidad de estas?

4 respuestas

Sí, compro ropa para verme y sentirme bien, y conocer cómo cuidar correctamente mis prendas me permitiría verme y sentirme bien por mayor tiempo.

Si, pero deben tener en cuenta que es porque soy diseñadora de vestuario, y soy consciente de eso

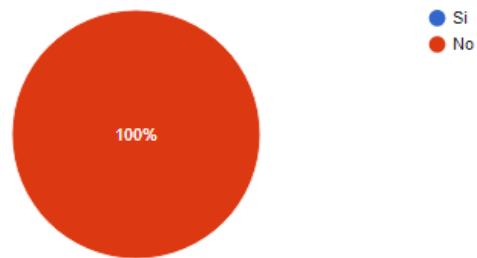
si

Si

## 9. Post uso o Fase de retorno – Reacondicionar las prendas. (Respondido por consumidores).

¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que incentive al usuario a devolver el producto, después de su vida útil?

4 respuestas



Nombre de la empresa o marca.

1 respuesta

ninguna

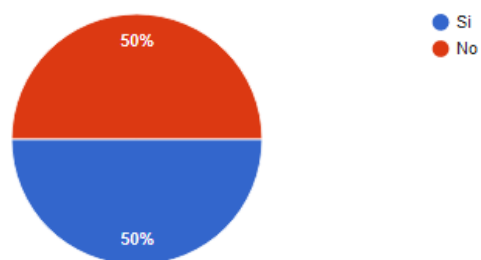
¿Cómo considera que lo logra?

1 respuesta

ninguna

¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín, que reacondicione prendas, mediante el reusó y/o reciclaje?

4 respuestas





### Nombre de la empresa o marca.

3 respuestas

No
ninguna
El taller ambulante

### ¿Cómo considera que lo logra?

2 respuestas

ninguna
Realizan talleres y diversas actividades para que las personas aprendan sobre el reciclaje textil

### ¿Cuáles son las ventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín incentive al usuario a devolver el producto, después de su vida útil?

4 respuestas

Ahorros en materia prima, motivar la creatividad para idear nuevas formas de producir y puede ser una forma en que la empresa encuentre sostenibilidad.
Ventajas ambientales
ninguna
Se reduciría el número de residuos textiles en la ciudad y se generaría mayor conciencia ambiental en las personas

### ¿Cuáles son las desventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín incentive al usuario a devolver el producto, después de su vida útil?

4 respuestas

Gastos en re-ideación de procesos y formas de introducir productos consumidos en la cadena productiva, u otros procesos. Estos gastos pueden verse retribuidos o no de acuerdo finalmente a la retribución que tengan en el momento de la venta u otras formas de monetización.
Que el valor emocional tal vez no dejaría que esto pasara en muchos casos
ninguna
Que las empresas no le den el uso adecuado a las prendas devueltas y terminen causando un nuevo daño ambiental

### ¿Qué limitaciones considera hay a la hora de incentivar al usuario a devolver el producto, después de su vida útil?

4 respuestas

Repensar procesos y estrategias; gastar / invertir recursos en campañas y en nuevos momentos del sistema, como almacenamiento, categorización, entre otros. Son iniciativas que requieren de tiempo, inversión de recursos, plantación estratégica, entre otras acciones que pocas empresas, especialmente las medianas y pequeñas estarían en condiciones de desarrollar a menos de que ese sea su sistema origina (pre-establecido).

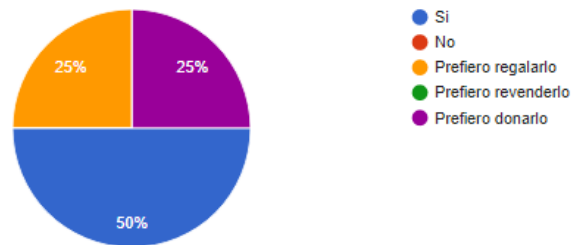
Sigo sin entender esta pregunta

ninguna

Negligencia del usuario, al no tomar la iniciativa para hacer parte de esta practica

### ¿Retornaría un producto, al cual ya no le encuentre utilidad, a la marca que se lo vendió para que se hagan cargo de los desechos textiles?

4 respuestas



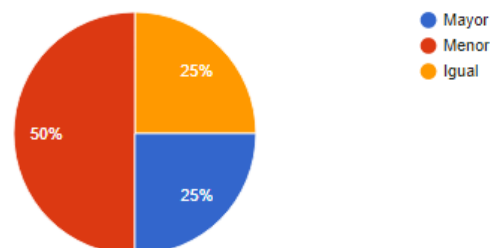
### ¿Estaría interesado en comprar una prenda que está hecho de residuos textiles tratados?

4 respuestas



### ¿Considera que estas prendas tendrían un valor mayor o menor al de otra convencional?

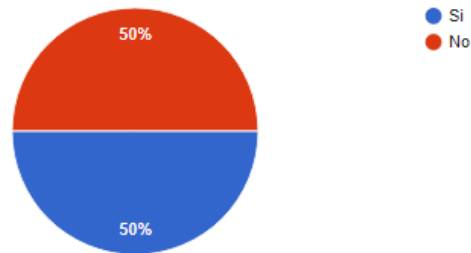
4 respuestas



## 10. Mercadeo y comunicación – Redes sociales y plataformas web. (respondido por consumidores).

¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de su página web?

4 respuestas



Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

no
Ciempies

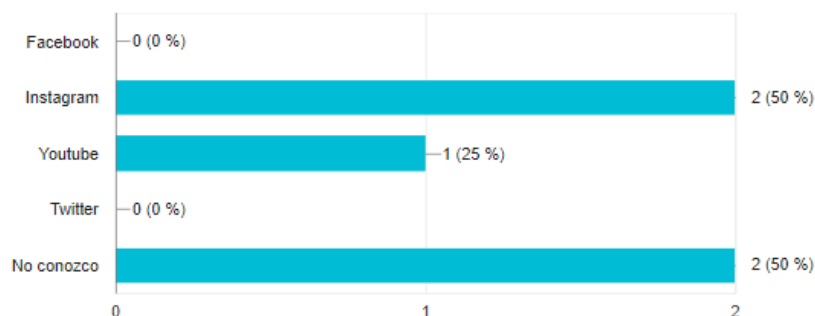
¿Cómo considera que lo logra?

2 respuestas

ninguna
No manejan inventario de sus productos, es decir que solo hacen los zapatos que sus clientes les pidan para disminuir la huella de carbono

¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de Facebook, Instagram, Youtube o Twitter?

4 respuestas



## Nombre de la empresa o marca.

2 respuestas

ninguna

Ciempies

## ¿Cuáles son las ventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín informe al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas a través de plataformas virtuales?

4 respuestas

Las redes sociales son muy cercanas a un gran grupo de personas, por lo que sería una forma de estar más cerca del usuario y la posibilidad de llegar a más gente.

Actualización constante, e información constante

ninguna

Las plataformas virtuales tienen la capacidad de llegar a más personas, lo que hace que la información sea difundida más ampliamente

## ¿Cuáles son las desventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín informe al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas a través de plataformas virtuales?

4 respuestas

Las redes sociales están sobre-saturadas de información por lo que si la estrategia comunicativa no está muy bien planeada, puede terminar siendo información transitoria e ineficiente.

Que sea lo mismo que otras empresas hacen, que es lo que se ve hoy, aburriría al consumidor

ninguna

No encuentro desventajas en esta practica

## ¿Qué limitaciones hay a la hora de informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas a través de plataformas virtuales?

4 respuestas

No se conocen los verdaderos impactos de las prendas, ni cómo medirlos.

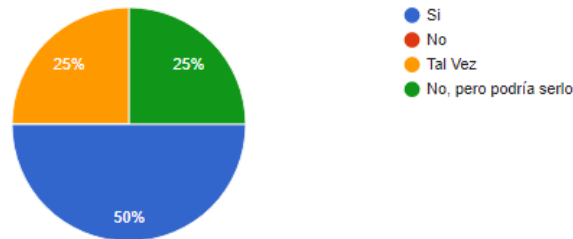
No entiendo jaja.

ninguna

No encuentro limitaciones en esta practica

Al comprar una prenda en una marca X, ¿Le parece importante poder acceder a un espacio virtual donde ver cómo y con que se elaboró su prenda?

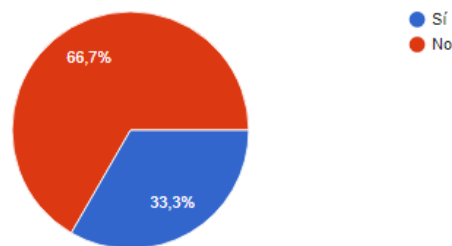
4 respuestas



## 11. Alianzas y Proyectos – Co-creación. (respondido por diseñadores)

¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que co-crete?

3 respuestas



Nombre de la empresa o marca.

1 respuesta

Induboton con Inexmoda

¿Cómo considera que lo logra?

1 respuesta

Es una unión de las fortalezas de cada una para un bien que puedan disfrutar ambas partes, tienen claro el objetivo

¿Cuáles son las ventajas que considera traería la co-creación para la sostenibilidad ambiental entre empresas o marcas de vestuario en Medellín?

3 respuestas

Ampliación de productos, coherencia con el resultado final, nuevas exploraciones

Menos prendas almacenadas en stock, porque el consumidor se involucraría en el proceso de diseño. Relaciones entre empresas para el uso máximo de la materia prima según los intereses de cada empresa (que sean complementarias).

Es un camino largo que consta de muchos cambios y es difícil hacerlo solo

¿Cuáles son las desventajas que considera traería la co-creacion para la sostenibilidad ambiental entre empresas o marcas de vestuario en Medellín?

3 respuestas

Opción 1 (2)

Pueden diferir en algún momento o sus objetivos ir cambiando en rumbos distintos según el crecimiento de cada una

¿Qué limitaciones hay en la co-creacion para la sostenibilidad ambiental entre empresas o marcas de vestuario en Medellín?

3 respuestas

Opción 1 (2)

No sé

## Para concluir

¿Qué tan urgente considera que las empresas y marcas de la ciudad de Medellín, necesitan adaptar nuevos ciclos en su producción para impulsar la sostenibilidad ambiental?

4 respuestas

Corto plazo

muy urgente

las hay, es importante darlas a conocer mas

Para ayer es tarde. Ya debería estar funcionando y debería ser exigido en muchas categorías de productos.

¿Qué tan urgente considera que las empresas y marcas de la ciudad de Medellín, necesitan adaptar nuevos ciclos en su producción para impulsar la sostenibilidad ambiental?

3 respuestas

Es muy urgente para ser realmente competitivos

Es muy urgente e importante.

Muy urgente

### ¿Qué tan urgente considera que las empresas y marcas de la ciudad de Medellín, necesitan adaptar nuevos ciclos en su producción para impulsar la sostenibilidad ambiental?

4 respuestas

No pienso que sea una urgencia inmediata, pero pienso que es el momento para empezar a indagar y a desarrollar procesos más limpios, para garantizar un futuro saludable.

Muy urgente

importantísimo

Considero que es muy urgente teniendo en cuenta los altos niveles de contaminación que se están presentando en la ciudad, contaminación causada más que nada por las empresas que irresponsablemente no dan un adecuado manejo a sus residuos

### ¿Qué tan preparad@ siente que está el sector de vestuario en Medellín para recibir adelantos en textil, confección, diseño y moda ambientalmente sostenible?

4 respuestas

Poco preparado

muy poco

si

El desarrollo de Medellín en este sector, le permite adaptar nuevas tendencias, materiales, procesos y tecnologías de manera ágil y práctica.

### ¿Qué tan preparad@ siente que está el sector de vestuario en Medellín para recibir adelantos en textil, confección, diseño y moda ambientalmente sostenible?

3 respuestas

Muy poco preparado es un sector muy tradicional

Está preparado en lo mínimo, pero considero que si alguna empresa líder en el sector abandera estos procesos, las demás querrán hacerlo también.

Medianamente preparado ya que las herramientas existen, hay muchas pero la inversión y el cambio de mentalidad es lo que hace falta

### ¿Qué tan preparad@ siente que está el sector de vestuario en Medellín para recibir adelantos en textil, confección, diseño y moda ambientalmente sostenible?

4 respuestas

No sé, no estoy informado.

Poco a poco tiene que adaptarse

hay marcas con iniciativa

Pienso que aunque ya se habla en Medellín de plantas para el tratamiento de aguas y reciclaje textil, aun falta mucho para que la moda sostenible sea algo visible en el sector

### ¿Cuáles cree que son los mayores retos actuales de la industria vestuario en Medellín para poder impulsar la sostenibilidad ambiental?

4 respuestas

La cultura de consumo y la disposición de diseñadores

producción, costos, educación del consumidor

la inversión en maquinaria y los procesos adecuados

Innovar e implementar. Convertirse en un epicentro de la sostenibilidad en el sector.

### ¿Cuáles cree que son los mayores retos actuales de la industria vestuario en Medellín para poder impulsar la sostenibilidad ambiental?

3 respuestas

La formación y el cambio de mentalidad y paradigma

El mayor reto es abrir la mente a procesos nuevos, ideas nuevas y maneras nuevas de crear y hacer.

El mayor reto está en los procesos de teñido y estampación

### ¿Cuáles cree que son los mayores retos actuales de la industria vestuario en Medellín para poder impulsar la sostenibilidad ambiental?

4 respuestas

Entender que la búsqueda de la sostenibilidad puede traer beneficios económicos, y no es necesariamente perder dinero.

Disminuir el malgasto textil, reutilizar materia prima, e impulsar también la sostenibilidad social

comunicar

Hay que empezar a concientizar a las empresas de la importancia de la sostenibilidad, empezar a generar proyectos desde la alcaldía, donde se propicie un espacio para que las empresas puedan aprender más de sostenibilidad y puedan desarrollar estrategias que hagan más ambientalmente amigables sus procesos productivos.

### Comentario sobre el tema

4 respuestas

Ninguno

Muy larga y poco estructurada la entrevista/encuesta

vamos caminando hacia ello pero no hay marcas insignias en el tema del vestuario.

Muy pertinente el tema para la actualidad del sector vestuario y en general industrial.



## Comentario sobre el tema

3 respuestas

Ninguna

ninguno

Es un tema muy importante en el que la gente ya se está empezando a interesar es un modelo de negocio emergente.

## Comentario sobre el tema

4 respuestas

La sostenibilidad y nuevos ciclos me parecen temas que por su extensión tienen la posibilidad de adecuarse a muchos tipos de empresas. Considero que lo más importante es idear una estrategia para comunicarlo, tanto si es para empresas como para personas naturales, cada uno tiene intereses y prioridades y las nuevas propuestas deben ser afines a estos para ser bien recibidos.

Muy interesante que hablen de esto, pero es demasiado larga la encuesta, si la replantearan más gente la haría, y obtendrían mucha info de diferentes personas (interdisciplinar)

tomar conciencia

Es un tema muy interesante y espero que su tesis pueda ser vista por muchas personas mas, para entender bien este tema

### 3.5. Hallazgos y Análisis de la información

Construcción de nuevos conocimientos con algunos agentes del sector moda de la ciudad, donde se analizaron y validaron las estrategias ideales de nuevos ciclos en los procesos productivos de las empresas y marcas en Medellín.

#### 1. Metodología de diseño – Diseño sin residuos y manejo de residuos. (Respondido por diseñadores).

- **Participación de marcas o empresas:** En cuanto al diseño sin residuos y manejos de estos mismo, se ha encontrado que en la ciudad de Medellín hay una participación de las empresas y marca como Cueros Velez, Fabricato, Formas intimas, Taller de vestuario, Entreguas y Animalista.
- **Ventajas:** posibilidad de elaborar nuevos objetos, mas rentabilidad por el ahorro de nuevos materiales, ahorro de impuestos, ingresos a partir de los residuos; una buena reputación, coherencia y posibilidades de desarrollo en innovación.
- **Desventajas:** genera otros procesos productivos que normalmente no se implementan.
- **Limitaciones:** Aunque la eliminación de los residuos es de suma importancia, implica para las empresas tener personal capacitado para manejar residuos y volverlos en nuevas oportunidades. Modificar los procesos dentro de las plantas de producción y los modelos de desarrollo también sería necesario para poder implementar estas estrategias. Una inversión inicial.
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental. realizar otros productos textiles para darle uso a los residuos, puede ser una forma de convertir los desechos en hechos y tener otros ingresos económicos.
- **Otros:** Debido a la ley de manejo de residuos sólidos en las industrias en general, se vuelve una exigencia para las empresas que producen masivamente.

- Se encuentra la importancia no solo del manejo de residuos textiles, sino también de las aguas residuales, que se puede prevenir con el tratamiento de aguas y en torno a la estampación se puede reducir el impacto, por medio de la estampación digital, según los diseñadores.
- **Validación:** Es de suma importancia el manejo de los desechos textiles, ya que esto es imperante dentro de la realidad local y mundial para responder a las exigencias políticas y medioambientales, construir una consciencia ambiental y rentabilidad económica. Esto se vuelve viable en una empresa cuando se genera un dialogo entre todos los procesos productivos y no solo en desde el área de diseño.

## 2. Ciclos de producción – “De la cuna a la cuna” o producción cíclica. (respondido por expertos y diseñadores).

- **Participación de marcas o empresas:** no se registra participación de empresas y marca en Medellín que produzcan bajo la ideología “De cuna a cuna”.
- **Ventajas:** desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación, aceptación, posibilidad de innovar, reducir la cifra de contaminación, generar consciencia ambiental colectiva, sostenibilidad, buen manejo de recursos, aprovechamiento de insumos, educación a largo plazo, dinamismo en la economía local y mejoraría la dinámica del producto en cuanto a su ciclo de vida útil.
- **Desventajas:** el recorte inicial del personal, falta de educación y concientización integral al sector del vestuario, comercialización y soporte económico, enfrentamiento con los grandes productores y comercializadores; que no se pueda aplicar a producciones industriales y reducción de compras.
- **Limitaciones:** la cultura de los consumidores y la percepción de valor de los productos, costos adicionales, presupuestos e inversiones iniciales para producciones cíclicas y falta de las instalaciones adecuadas y del personal capacitado.
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos

productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental. Una propuesta interesante para generar una producción cíclica es: “Es responsabilidad de quien consume asegurarse que eso que consumió llegue a un destino final que no perjudique a nada ni nadie. Aunque las empresas podrían tener puntos de recolección de las prendas usadas para darles un siguiente uso: reciclaje textil, materia prima para nuevos productos, donaciones si están en buen estado y posterior a procesos de lavado y desinfección, etc.” Mencionada por Ana María Sossa en la encuesta de Nuevos ciclos.

- **Importancia:** se encuentra que la responsabilidad sobre un producto textil que ya no es útil, recae tanto en el consumidor, porque es el que lo consume y tiene el último contacto útil con este, como en los fabricantes y la marca, ya que son estos, los que lo están produciendo con fines lucrativos y construyen valores de marca a partir de sus beneficios

### 3. Obtención de la materia prima – Renovabilidad y regeneración. (respondida por expertos).

- **Participación de marcas o empresas:** aunque el 75% de los encuestados tienen conocimientos sobre el tema, solo se registra la participación de textiles renovables y regenerativos en la empresa Woman en la ciudad de Medellín.
- **Ventajas:** mejora en los procesos de obtención y en sus desechos, innovación, desarrollo, conciencia e impacto social. Desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación y aceptación.
- **Desventajas:** no hay una gran aceptación en el mercado de estos y desventajas competitivas en los costos de producción y de materiales.
- **Limitaciones:** la cultura del consumidor para percibir el valor, aumento de costos, la falta de investigación sobre el tema, la cultura de la moda y el uso de marcas extranjeras que tienen un gran posicionamiento.
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental.

- **Importancia:** tendrían gran impacto en la industria de vestuario pues permite construir otra dinámica de consumo y oferta, además de aportar a la sostenibilidad ambiental y a la evolución del sector textil que ha sido tan importante para la ciudad.

#### 4. Estampación, tintes y lavados – Color sin teñido. (respondido por expertos).

- **Participación de marcas o empresas:** no se registra participación de una marca en particular en el proceso de teñido “sin color”
- **Ventajas:** reduciría considerablemente el impacto ambiental en los procesos de tintura. Desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación y aceptación.
- **Desventajas:** la falta de investigación, la percepción de la calidad del producto y las limitaciones en diferentes técnicas y acabados textiles.
- **Limitaciones:** adaptación de los procesos textiles en la industria local.
- **Superar los limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental.

#### 5. Proceso de ensamble / confección – reducción de costuras. (respondido por expertos).

- **Participación de marcas o empresas:** empresas como Leonisa, elipse y otras de ropa interior, además de la marca taller de vestuario participan en procesos productivos de reducción de costuras, algunas usando bondeos y maquinas simless.
- **Ventajas:** disminuye el costo de producción, agilidad, reducción de insumos, de tiempo y de gastos de producción. Sale a la medida, se pueden personalizar las prendas y hacer series cortas. Desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación y aceptación.
- **Desventajas:** la eliminación de mando de obra directa y la adaptación de nuevas técnicas para mantener la calidad de confección.

- **Limitaciones:** requerimiento de tecnologías nuevas, el conocimiento y la tecnología se encuentran limitadamente. La infraestructura actual, la maquinaria y el personal, deben actualizarse en el manejo de estas nuevas técnicas.
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental.

## 6. Empaquetado y etiquetado – de transparencia. (respondido por diseñadores y consumidores).

- **Participación de marcas o empresas:** el 57,1% de los encuestados indican conocer la realización de este proceso productivo en la ciudad de Medellín en empresas como Formas Intimas en co-creación con Every Deninson y en marcas como Biónica, My Green life, entreaguas y Alado.
- **Ventajas:** Desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación y aceptación. Genera consciencia de la manera en que consumimos y una postura ética y solidaria respecto a los problemas circundantes. Transparencia en la comunicación, acercar a los consumidores que se inclinan por los productos eco amigables a las realidades de los procesos productivos. Le permite al usuario tomar una decisión informada y critica sobre lo que compra y se pone; fidelización y Generaría una mayor aceptación por parte de los usuarios, los haría sentirse identificados con la marca, lo que haría que estos prefieran la marca sobre otras. Reconocimiento de la importancia de la sostenibilidad ambiental en los procesos productivos. Las marquillas y empaques son una ventana, una valla publicitaria que habla de la marca y comunica su identidad.
- Considero que es más pertinente en el empaque que en las etiquetas, puesto que tengo en mi imaginario que los consumidores colombianos no suelen leer las marquillas de las prendas, de la misma manera en que detallarían un empaque. La ventaja de que sea en el empaque es que además de llegar al consumidor, llegaría a más personas en los

desplazamientos que el consumidor realiza con su empaque en la mano y las veces que lo reutilice para cargar en él otros elementos.

- **Desventajas:** no todos los colombianos, en este caso antioqueños estamos preparados para algo así, porque normalmente la etiqueta se bota, no se mira, es algo que la mente en muchas ocasiones ignora; lo que ocasionaría un proceso de producción innecesario que no se valora, gasto de energía, dinero, recursos y tiempo perdido.
- **Limitaciones:** comprender la necesidad de generar toda una estrategia de comunicación para informar al usuario sobre este tema. Educar para generar el interés en el usuario para que se informe por medio de empaques y etiquetas y no se ignore la información. tener que adecuar la información según el tipo de producto, de forma que las recomendaciones sean coherentes con este. Tiempo y recursos.
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental.

## 7. Distribución – Zonas comerciales sostenibles. (Respondido por expertos).

- **Participación de marcas o empresas:** en la categoría de empresa de vestuario no se registran marcas o empresas que comercialicen textiles sustentables ni productos vestimentarios sostenibles en Medellín
- **Validación:** la mayoría de entrevistados encuentran útil la oferta d una feria sobre materia primas para conocer las posibilidades en materiales sustentables y generar cultura en la demanda; también porque es una tendencia a nivel mundial y es necesario volver a lo básico y fundamental para la producción de muchos elementos desde lo renovables y sostenible. Pero el mercado no está educado para ellos.
- **Ventajas:** tener zonas comerciales sostenibles en la ciudad estimula la cultura y la conciencia sobre estos temas, genera impacto en la oferta del producto; fortalece el sector, motivando a usuarios y productores.

- **Desventajas:** como desventaja se encuentra el poco flujo de consumidores en un mercado tan específico actualmente.
- **Limitaciones:** La ubicación, el tamaño y la oferta deben ser muy bien estudiados, ya que es un sector que apenas se está desarrollando. Limitaciones en la cantidad de marcas que trabajen en esta línea, en costos y en recibimiento por posibles clientes.
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental.

## 8. Ciclo de uso o fase de pertenencia – Pensar en el papel del usuario.

### (Respondido por consumidores).

- **Participación de marcas o empresas:** se registra la participación de Orozco y Syou como promotores de la participación del consumidor en la conservación de las prendas. El primero, comunica al usuario en redes sociales y el segundo, por medio de una bolsa especial que viene con los zapatos para conservar las características del cuero.
- **Participación del usuario:** el 100% de los consumidores encuestados están interesados en conocer como cuidar y mantener sus prendas para mayor durabilidad de estas; teniendo en cuenta que los encuestados elegidos tienen toda afinidad con el tema de sostenibilidad ambiental.
- **Ventajas:** Desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación y aceptación. Conocimientos muy importantes para el usuario ya que le permite disfrutar más tiempo de sus artículos favoritos y ahorraría más dinero; formar una cultura sostenible en el consumidor. Aprovechar al máximo la prenda y sentir mayor afinidad con la empresa o marca que me provee la información.
- **Desventajas:** El cómo lo van a hacer, cómo le van a llegar a la gente. Repensar la forma de tratar y cuidar la ropa, en caso de que los procesos sugeridos no sean convencionales, podría llevar a anular la venta por inseguridad del usuario a no poder llevar a cabo el cuidado correcto;



teniendo que repensar la tecnología dedicada al cuidado de la ropa, y por lo tanto tener mas gastos para invertir en ella.

- **Limitaciones:** Entender realmente cual es el cuidado que la prenda requiere, indagar aspectos técnicos y funcionales, según sus bases e insumos textiles, para su máxima duración; y que buscar al buscar la máxima duración de la prenda en su totalidad implique otros materiales que cambien la estética de la marca. Las tecnologías convencionales no sean las apropiadas para ciertas prendas. La falta de cultura en el cuidado de la prenda. La facilidad de la acción para el cuidado de la prenda que sea adecuada y comodidad para el usuario.
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental. Al entender el adecuado cuidado y mantenimiento de las bases e insumos textiles, desde la producción de la prenda, se puede informar al usuario a través de guías (como la de CleanRight en el siguiente link [file:///C:/Users/Barbosa/Downloads/cleanright\\_annex\\_2\\_es.pdf](file:///C:/Users/Barbosa/Downloads/cleanright_annex_2_es.pdf) ), etiquetas y publicaciones en redes sociales como hacer para que la conserve, pueda tenerla mas tiempo en su closet y generar vínculos afectivos con esta misma y la marca.

#### 9. Post uso o Fase de retorno – Reacondicionar las prendas. (Respondido por consumidores).

- **Participación de marcas o empresas:** no hay registro de marca o empresas de vestuario en Medellín que incentive la fase de retorno por parte del consumidor. El 50% de los encuestados mencionaron conocer al Taller ambulante como marca que incentiva el reacondicionamiento de las prendas mediante talleres y diversas actividades para que las personas aprendan sobre el reciclaje textil. No se registra más participación por parte de empresas y marcas de vestuario en Medellín que incentiven a reacondicionar las prendas.
- **Participación del consumidor:** un 50% de encuestados estarían dispuestos a retornar un producto a la marca donde lo compro, otro 25% prefiere regalar

y el último 25% prefiere donarlos. El 100% de los encuestados comprarían prendas reacondicionadas o realizadas mediante técnicas de reciclaje. Y un 50% considera que estas prendas tendrían menor costo a la de una prenda convencional, un 25% indica que sería mayor que la de una prenda convencional y el otro 25% piensa que sería igual al de una prenda convencional.

- **Ventajas:** Desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación y aceptación. Ahorro en materia prima, nuevas formas de consumo, optar por una producción y consumo más sostenible ambientalmente. Se reduciría el número de residuos textiles en la ciudad y se generaría mayor conciencia ambiental en las personas.
- **Desventajas:** gastos de re-ideación, reprocesos y formas de introducir productos usados en la cadena productiva. Que el valor emocional sobre la prenda tal vez no dejaría que esto pasara en muchos casos. Que las empresas no les den el uso adecuado a las prendas devueltas y terminen causando un nuevo daño ambiental.
- **Limitaciones:** Negligencia del usuario, al no tomar la iniciativa para hacer parte de esta práctica. Repensar procesos y estrategias; nuevas inversiones en campañas para la devolución de la prenda, en nuevos procesos de almacenamiento, categorización y producción. Son iniciativas que requieren de tiempo, inversión de recursos, planeación estratégica, entre otras acciones que pocas empresas especialmente las medianas y pequeñas estarían en condiciones de desarrollar a menos de que ese sea su sistema de origen (pre-establecido).
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental. Para facilitar el proceso de reintegración, de las prendas que ya los usuarios no le encuentran utilidad y retornan a la marca, en los procesos productivos de esta, se puede co-crear con marcas que produzcan con materiales reciclados para generar nuevas propuestas de productos y de experiencias.

## 10. Mercadeo y comunicación – Redes sociales y plataformas web.

(respondido por consumidores).

- **Participación de marcas o empresas:** se registra la participación de ciempiés, marca de calzado con procesos artesanales que no manejan inventario de sus productos si no que solo producen cuando el cliente paga para disminuir la huella de carbono. Esta microempresa informa y concientiza a sus consumidores sobre el impacto ambiental de sus productos en redes sociales como Instagram y Facebook; y en su página web.
- **Participación del consumidor:** al 50% de los encuestados si les parece necesario un espacio virtual en donde ver cómo y con que se elaboró su prenda para saber que impacto ambiental tiene; y para el otro 50% les es indiferente.
- **Ventajas:** Desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación y aceptación. Estar mas cerca al usuario y la posibilidad de atraer nuevos públicos al mercado. Actualización e información constante de los mensajes difundidos.
- **Desventajas:** las redes sociales están sobre-saturadas de información por lo que si la estrategia comunicativa no esta muy bien planeada puede terminar siendo información transitoria e ineficiente. Que no haya un contenido real y atractivo para los transeúntes de las redes.
- **Limitaciones:** veracidad en la información, que realmente si se conozcan los impactos de las prendas y como medirlos para comunicar esta información.
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental. Cuando se esta trabajando por lograr procesos productivos más sostenibles ambientalmente, se pueden comunicar al usuario a través de las etiquetas, los empaques y las plataformas web en donde tengan presencia con una imagen o publicación que muestre ese interés por aliviar al planeta.

## 11. Alianzas y Proyectos – Co-creación. (respondido por diseñadores)

- **Participación de marcas o empresas:** se registra la participación de Inexmoda con Induboton, como una unión de fortalezas e intereses con unos objetivos claros en torno a la sostenibilidad ambiental.
- **Ventajas:** Desarrollo, ventas, plataformas co-creadoras, divulgación y aceptación. Desarrollo de nuevos productos textiles. Involucrar no solo a otras empresas y marcas, sino también al consumidor, que este se incentive y se involucre en el proceso de diseño sostenible. Fortalece la relación entre empresas para el uso máximo de las materias primas o según sea los intereses ambientalmente sostenibles. Facilidad a la hora de ejecutar proyectos sostenibles.
- **Desventajas:** Pueden diferir en algún momento o sus objetivos ir cambiando en rumbos distintos según el crecimiento de cada una
- **Superar las limitaciones:** es una realidad que hay que capacitar al personal y que el manejo de desechos textiles generara otros procesos productivos, hay que actuar en pro de esto y asesorarse con expertos en temas de sostenibilidad ambiental.

#### **4. Capítulo IV: Conclusiones**

Para poder relacionar la industria de la moda, la cual está posicionada como la segunda más contaminante a nivel mundial, como una impulsadora de la sostenibilidad ambiental hay que entenderla desde unas nuevas formas de producción y consumo, bajo intenciones y funcionalidades que vayan más allá del comprar para tirar, consumir para morir. Es responsabilidad de diseñadores, productores y consumidores atenerse a los nuevos ciclos donde se proponen alternativas diferentes de consumo que sean más amables con el ambiente, con las necesidades reales de las personas, donde haya transparencia en los procesos de producción y el acto de comprar sea una acción de sensatez que tranquilice la consciencia de todos los involucrados en el sistema moda.

Para traer avances en torno a la sostenibilidad ambiental en las empresas y marcas de Medellín, es de suma importancia que desde la profesión en la academia se sigan construyendo conocimientos colectivos y co-creando para impulsar los nuevos ciclos que sean cada vez más óptimos y diversos. Las empresas también se tienen que mentalizar de generar estrategia que se adapten a las nuevas maneras de producción, mediante la inversión en investigación de materiales sustentables, capacitación del personal para la implementación de los nuevos ciclos, adecuar las instalaciones, informar, educar y concientizar al usuario.

En cuanto al marco metodológico se logró construir conocimientos importantes aportados por diseñadores, conocedores y consumidores de la sostenibilidad en el sector moda de Medellín. Para continuar con un avance más profundo, se encuentra la necesidad de reestructurar las encuestas y realizarlas a una población de muestra más amplia. Los hallazgos consignados sirven para introducir, analizar y validar la importancia de estas estrategias en la industria.

Se hallaron ventajas, desventajas, oportunidades y limitantes a la hora de implementar los Nuevos ciclos en los procesos productivos. Se puede rescatar que es necesario la cultura y la consciencia ambiental en todo el sector moda, desde productores hasta los consumidores, para que se puedan empezar a implementar estrategia las cuales traerán no solo beneficios ambientales, si no también económicos, posicionamiento y visibilización de la marca, desarrollo y avances en la industria y en la sociedad en general, nuevas oportunidades para emprender y generar proyectos, capacitar personal para los nuevos ciclos, lo cual puede generar

nuevos empleos, innovar en tecnologías que se puedan implementar en las nuevas formas de producción, romper paradigmas y finalmente se lograra conservar y aliviar el lugar donde habitamos. Lograremos estar en armonía con los ciclos de la naturaleza, pero antes hay que tomar la decisión de cambio, pues, aunque hay un gran interés frente al tema, no so grandes los cambios y resultados que se han generado en las empresas y marcas de vestuario de la ciudad de Medellín.

## 5. Capítulo V: Anexos

### Encuesta verde Nuevos ciclos - Expertos o conocedores.

#### Sección 1: Introducción.

Te agradecemos por acceder a responder esta encuesta, la información que vas a darnos será muy útil para el desarrollo de la investigación Nuevos ciclos: impulsar la sostenibilidad ambiental en las empresas y marcas de Medellín. Que busca consignar conocimientos que puedan ser aplicados en el contexto y/o evolucionados a nivel investigativo.

Por nuevos ciclos, nos referimos a hacer las cosas de otras maneras para estar en armonía con los ciclos de la naturaleza; dejando atrás los patrones de producción y consumo convencional, y re-ingeniando e implementando estrategias productivas ideales para la sostenibilidad ambiental, obteniendo resultados mejores, diferentes y más sostenibles integralmente.

Las siguientes preguntas son para responderlas teniendo en cuenta como foco de estudio la ciudad de Medellín y sus dinámicas entorno a la industria de vestuario, con relación a tus conocimientos y experiencias con la sostenibilidad ambiental.

- Nombre y Apellido
- Profesión y estudios
- ¿Qué relación tiene en su labor, con la sostenibilidad ambiental?

#### Sección 2: "De la cuna a la cuna".

“Este nuevo paradigma implica una perspectiva de diseño que busca la ecoeficiencia en primer lugar y donde se enfoca en el desarrollo de procesos industriales o de manufactura donde los materiales utilizados para la creación de un producto se convierten en valiosos nutrientes al llegar a satisfacer su uso por el consumidor final y haber alcanzado el fin de vida útil” (RDS, 2018)

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que su producción sea cíclica o cerrada? Si / No / Otro
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?

- Al final de la vida útil de un producto ¿Quién debería hacerse responsable de este? El consumidor / El usuario / La marca / El productor de la materia prima / El fabricante de la prenda / El comercializador de la prenda / otro.
- ¿Por qué lo considera de esta forma?
- ¿Cuáles son las ventajas que traería implementar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Cuáles son las desventajas que traería implementar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Qué limitaciones hay al realizar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

### Sección 3: Renovabilidad y regeneración.

Los textiles de fuentes renovables y biodegradables tienen dos pilares:

1. El uso de materiales ecológicos (algodón, látex, piel) y la investigación para intentar conseguir en un futuro próximo un producto 100% biodegradable.

2. Un sistema de relaciones con los proveedores basado en el compromiso y la transparencia; (Salcedo, 2014)

- Fantastic bioplastic es la gama de productos de Equiliucua, marca española, que elabora bioplásticos con fécula de patata. Así como el material anteriormente mencionado, existen muchos otros más como Piñatex, Fique- algodón, Lyocell (Tencel), Tela Leche QMilch. ¿Tenía conocimiento de las materias primas anteriormente mencionadas? / Fécula de patata / Fique- algodón / Lyocell (Tencel) / Tela Leche – Qmilch / Ninguna de las anteriores / Ninguna de las anteriores
- ¿Conoce algún textil renovable o regenerativo en la ciudad de Medellín?  
¿Cuál?
- En qué fase se encuentra el/los textil/es renovable o regenerativo que conoce en la ciudad de Medellín: planteamiento, investigación, comercialización al público.
- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que trabaje con textiles renovables o regenerativos? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca



- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Considera que los textiles renovables o regenerativos tienen impacto en el sector vestuario Medellín? Si / No / Otra
- ¿Por qué lo considera así?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería el uso de textiles regenerativos y renovables en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería el uso de textiles regenerativos y renovables en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Qué limitaciones hay a la hora de implementar textiles regenerativos y renovables en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

#### Sección 4: Textiles sin color.

Conseguir dar un color a un tejido o a una prenda sin utilizar tintes requiere un mayor esfuerzo creativo a largo plazo. Es mejor utilizar los colores que tienen las fibras de manera natural que seleccionar tintes de bajo impacto (Fletcher, Grose, 2012). El color natural del tejido denota la procedencia de la fibra, los acentos cuentan las historias de las regiones, de los pueblos y de las economías locales.

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín, que elabore productos vestimentarios con textiles de color “sin teñido”? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería los textiles de color “sin teñido” en una empresa o marca de vestuario de Medellín?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería los textiles de color “sin teñido” en una empresa o marca de vestuario de Medellín?
- ¿Qué limitaciones hay a la hora de implementar textiles de color “sin teñido” en una empresa o marca de vestuario de Medellín?

#### Sección 5: Reducción de costuras.

Pensar en minimizar las costuras y el proceso de ensamble.

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que reduzca los procesos de confección? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería reducir los procesos de confección en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería reducir los procesos de confección en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Qué limitaciones hay a la hora de reducir los procesos de confección en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

#### Sección 6: Zonas comerciales de vestuario sostenible.

Zonas comerciales especializadas para conseguir materias primas sustentables y/o productos locales producidos bajo procesos ambientalmente sostenibles

- ¿Conoce alguna marca o empresa en Medellín que venda materias primas sustentables? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Conoce alguna marca o empresa en Medellín que venda productos locales sostenibles? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Consideraría útil una feria sobre materias primas sustentables? Si / No / Otra
- ¿Porque lo consideraría así?
- ¿Consideraría necesarios lugares de compra (mall o zonas comerciales), donde se venda solo productos locales sostenibles? Si / No / Otra
- ¿Porque lo consideraría así?
- ¿Consideraría necesaria una feria de vestuario sostenibles en Medellín? Si / No / Otra
- ¿Porque lo consideraría así?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería tener zonas comerciales de vestuario sostenible en la ciudad en Medellín?

- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería tener zonas comerciales de vestuario sostenible en la ciudad en Medellín?
- ¿Qué limitaciones habría en tener zonas comerciales de vestuario sostenible en la ciudad en Medellín?

#### Sección 7: Para concluir.

- ¿Qué tan urgente considera que las empresas y marcas de la ciudad de Medellín, necesitan adaptar nuevos ciclos en su producción para impulsar la sostenibilidad ambiental?
- ¿Qué tan preparad@ siente que está el sector de vestuario en Medellín para recibir adelantos en textil, confección, diseño y moda ambientalmente sostenible?
- ¿Cuáles cree que son los mayores retos actuales de la industria vestuario en Medellín para poder impulsar la sostenibilidad ambiental?
- Comentario sobre el tema

#### ¡Gracias!

Gracias por tu tiempo, tus respuestas son muy útiles para la proposición de Nuevos ciclos que impulsen la sostenibilidad ambiental en la industria de la moda en la ciudad de Medellín.

#### **Encuesta morada Nuevos ciclos - Diseñadores y/o productores.**

##### Sección 1: introducción.

Te agradecemos por acceder a responder esta encuesta, la información que vas a darnos será muy útil para el desarrollo de la investigación Nuevos ciclos: impulsar la sostenibilidad ambiental en las empresas y marcas de Medellín. Que busca consignar conocimientos que puedan ser aplicados en el contexto y/o evolucionados a nivel investigativo.

Por nuevos ciclos, nos referimos a hacer las cosas de otras maneras para estar en armonía con los ciclos de la naturaleza; dejando atrás los patrones de producción y consumo convencional, y re-ingenierando e implementando estrategias productivas ideales para la sostenibilidad ambiental, obteniendo resultados mejores, diferentes y más sostenibles integralmente.

Las siguientes preguntas son para responderlas teniendo en cuenta como foco de estudio la ciudad de Medellín y sus dinámicas entorno a la industria de vestuario, con relación a tus conocimientos y experiencias como diseñador.

- Nombre y Apellido
- Profesión y estudios
- ¿Qué relación tiene en su labor de diseñador, con la sostenibilidad ambiental?

### Sección 2: Diseñar sin residuos.

Es pensar en minimizar mermas. Eliminar los residuos textiles desde el corte del patrón en la tela y posteriormente que todo el textil se involucre en el ensamble de la pieza.

Manejo de residuos: es darle otra funcionalidad a los desechos textiles que salen del corte de las prendas, para que no sean basura, sino que se involucren en otros procesos productivos o en otros nuevos productos.

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que diseñe sin residuos? Si / No
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Conoce alguna empresa o marca de vestuario en Medellín que haga manejo de residuos? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- Como diseñador o productor, ¿Ha involucrado el diseño sin residuos? Si / No / Otra
- ¿Cómo lo ha implementado?
- Como diseñador o productor, ¿Ha involucrado el manejo de residuos? Si / No / Otra
- ¿Cómo lo ha implementado?
- ¿Le parece necesario hacer un manejo de residuos desde el área de diseño? Si / No / Otra
- ¿Por qué lo considera necesario?

- ¿Cuáles son las ventajas que traería el manejo de residuos o el diseño sin residuos implementados en una empresa o marca de vestuario en Medellín? Posibilidad de elaborar nuevos objetos / Mas rentabilidad, porque se ahorra la compra de nuevos materiales. / Otra
- ¿Cuáles son las desventajas traería el manejo de residuos o el diseño sin residuos implementados en una empresa o marca en vestuario de Medellín? Genera otros procesos productivos que normalmente no se implementan / Ser más costoso por involucrar reprocesos / Otra
- ¿Qué limitaciones hay a la hora de manejar residuos o diseñar sin residuos en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

### Sección 3: "De la cuna a la Cuna"

“Este nuevo paradigma implica una perspectiva de diseño que busca la ecoeficiencia en primer lugar y donde se enfoca en el desarrollo de procesos industriales o de manufactura donde los materiales utilizados para la creación de un producto se convierten en valiosos nutrientes al llegar a satisfacer su uso por el consumidor final y haber alcanzado el fin de vida útil” (RDS, 2018)

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que su producción sea cíclica o cerrada? Si / No / Otro
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- Al final de la vida útil de un producto ¿Quién debería hacerse responsable de este? El consumidor / El usuario / La marca / El productor de la materia prima / El fabricante de la prenda / El comercializador de la prenda / otro.
- ¿Por qué lo considera de esta forma?
- ¿Cuáles son las ventajas que traería implementar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Cuáles son las desventajas que traería implementar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Qué limitaciones hay al realizar una producción cíclica en una empresa o marca de vestuario en Medellín?

### Sección 4: Co-creación

Es un proceso de creación colaborativa para generar estrategias innovadoras que impulsen la sostenibilidad ambiental. "Gracias a la expansión de la economía colaborativa, han emergido nuevas formas de hacer negocios y relaciones a través del intercambio de bienes, servicios e incluso de conocimiento. Este nuevo sistema de relaciones, basado en la confianza y la colaboración, está impactando significativamente la forma en como las compañías involucran a sus clientes en sus procesos de innovación" (Ortega, 2014).

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que co-cree? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería la co-creacion para la sostenibilidad ambiental entre empresas o marcas de vestuario en Medellín?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería la co-creacion para la sostenibilidad ambiental entre empresas o marcas de vestuario en Medellín?
- ¿Qué limitaciones hay en la co-creacion para la sostenibilidad ambiental entre empresas o marcas de vestuario en Medellín?

#### Sección 5: Empaques y etiquetas de transparencia.

Informan y concientizan al consumidor del impacto ambiental que genera la producción de sus prendas, dejando ver los procesos y la forma en la que obtienen la materia prima.

También exponen el trato adecuado que se le debe dar a las prendas para mayor durabilidad de estas mismas, evitando tener que reponerlas con nuevos productos que perjudiquen al medio ambiente.

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de sus empaques? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de sus etiquetas? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería Informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques o etiquetas en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería Informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques o etiquetas en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Qué limitaciones hay en que una marca o empresa de vestuario en Medellín informe al usuario sobre los impactos medioambientales?

#### Sección 6: para concluir

- ¿Qué tan urgente considera que las empresas y marcas de la ciudad de Medellín, necesitan adaptar nuevos ciclos en su producción para impulsar la sostenibilidad ambiental?
- ¿Qué tan preparad@ siente que está el sector de vestuario en Medellín para recibir adelantos en textil, confección, diseño y moda ambientalmente sostenible?
- ¿Cuáles cree que son los mayores retos actuales de la industria vestuario en Medellín para poder impulsar la sostenibilidad ambiental?
- Comentario sobre el tema

#### ¡Gracias!

Gracias por tu tiempo, tus respuestas son muy útiles para la proposición de Nuevos ciclos que impulsen la sostenibilidad ambiental en la industria de la moda en la ciudad de Medellín.

#### **Encuesta azul Nuevos ciclos – Consumidores.**

#### Sección 1: introducción.

Te agradecemos por acceder a responder esta encuesta, la información que vas a darnos será muy útil para el desarrollo de la investigación Nuevos ciclos: impulsar la sostenibilidad ambiental en las empresas y marcas de Medellín. Que busca consignar conocimientos que puedan ser aplicados en el contexto y/o evolucionados a nivel investigativo.

Por nuevos ciclos, nos referimos a hacer las cosas de otras maneras para estar en armonía con los ciclos de la naturaleza; dejando atrás los patrones de producción y consumo convencional, y re-ingeniando e implementando estrategias productivas ideales para la sostenibilidad ambiental, obteniendo resultados mejores, diferentes y más sostenibles integralmente.

Las siguientes preguntas son para responderlas teniendo en cuenta como foco de estudio la ciudad de Medellín y sus dinámicas entorno a la industria de vestuario, con relación a tus conocimientos y experiencias como consumidor.

- Nombre y Apellido
- Profesión y estudios
- ¿Qué relación tiene como consumidor, con la sostenibilidad ambiental?

## Sección 2: Empaques y etiquetas de transparencia.

Informan y concientizan al consumidor del impacto ambiental que genera la producción de sus prendas, dejando ver los procesos y la forma en la que obtienen la materia prima.

También exponen el trato adecuado que se le debe dar a las prendas para mayor durabilidad de estas mismas, evitando tener que reponerlas con nuevos productos que perjudiquen al medio ambiente.

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de sus empaques? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de sus etiquetas? Si / No / Otra



- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería Informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques o etiquetas en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería Informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas en empaques o etiquetas en una empresa o marca de vestuario en Medellín?
- ¿Qué limitaciones hay en que una marca o empresa de vestuario en Medellín informe al usuario sobre los impactos medioambientales?

### Sección 3: El papel del usuario.

Pensar en el papel del usuario, influyendo en su comportamiento con relación a la prenda, informándole sobre mejores prácticas de uso y mantenimiento, como la reducción en la necesidad de lavar la prenda (Salcedo, 2014) El usuario tiene una gran responsabilidad en la fase de pertenencia del producto.

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que informe al usuario sobre el cuidado y mantenimiento de las prendas para su mayor durabilidad? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín informará al usuario sobre el cuidado y mantenimiento de las prendas para su mayor durabilidad?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería en que una empresa o marca de vestuario en Medellín informará al usuario sobre el cuidado y mantenimiento de las prendas para su mayor durabilidad?
- ¿Qué limitaciones considera hay a la hora de informar al usuario sobre el cuidado y mantenimiento de las prendas para su mayor durabilidad?
- ¿Como usuario, le interesaría conocer cómo cuidar y mantener sus prendas para mayor durabilidad de estas?

### Sección 4: Retornar y dotar de nueva vida.

Pensar en reacondicionar las prendas que van a ser desechadas: dotarlas de nueva vida para impedir que los residuos lleguen a los vertederos o retrasar este hecho, para que no sean agentes contaminantes (Fletcher y Grose, 2012).

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que incentive al usuario a devolver el producto, después de su vida útil? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín, que reacondicione prendas, mediante el reusó y/o reciclaje? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín incentive al usuario a devolver el producto, después de su vida útil?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín incentive al usuario a devolver el producto, después de su vida útil?
- ¿Qué limitaciones considera hay a la hora de incentivar al usuario a devolver el producto, después de su vida útil?
- ¿Retornaría un producto, al cual ya no le encuentre utilidad, a la marca que se lo vendió para que se hagan cargo de los desechos textiles? Si / No / Prefiero regalarlo / Prefiero revenderlo / Prefiero donarlo / Otra
- ¿Estaría interesado en comprar una prenda que está hecho de residuos textiles tratados? Si / No / Otra
- ¿Considera que estas prendas tendrían un valor mayor o menor al de otra convencional? Mayor / Menor / Otras

#### Sección 5: Mercadeo y comunicación

Manejo de redes sociales y plataformas web para estar en contacto con el usuario, informarle sobre los procesos productivos y concientizarlo sobre los nuevos ciclos de producción y consumo más sanos.

- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de su página web? Si / No / Otra
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cómo considera que lo logra?
- ¿Conoce alguna marca o empresa de vestuario en Medellín que concientice e informe al usuario del impacto ambiental de los productos a través de Facebook, Instagram, Youtube o Twitter?
- Nombre de la empresa o marca.
- ¿Cuáles son las ventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín informe al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas a través de plataformas virtuales?
- ¿Cuáles son las desventajas que considera traería que una empresa o marca de vestuario en Medellín informe al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas a través de plataformas virtuales?
- ¿Qué limitaciones hay a la hora de informar al usuario sobre los impactos medioambientales de las prendas a través de plataformas virtuales?
- Al comprar una prenda en una marca X, ¿Le parece importante poder acceder a un espacio virtual donde ver cómo y con que se elaboró su prenda? Si / No / Tal vez

#### Sección 6: para concluir

- ¿Qué tan urgente considera que las empresas y marcas de la ciudad de Medellín, necesitan adaptar nuevos ciclos en su producción para impulsar la sostenibilidad ambiental?
- ¿Qué tan preparad@ siente que está el sector de vestuario en Medellín para recibir adelantos en textil, confección, diseño y moda ambientalmente sostenible?
- ¿Cuáles cree que son los mayores retos actuales de la industria vestuario en Medellín para poder impulsar la sostenibilidad ambiental?
- Comentario sobre el tema

¡Gracias!

Gracias por tu tiempo, tus respuestas son muy útiles para la proposición de Nuevos ciclos que impulsen la sostenibilidad ambiental en la industria de la moda en la ciudad de Medellín.

## 6. Capítulo VI: Referencias

- Aranda, Darío (2018). El fallo inédito de la corte internacional de derechos humanos, el ambiente sano es un derecho. Recuperado: <https://www.pagina12.com.ar/99453-el-ambiente-sano-es-un-derecho> (05/04/2018).
- Cerrillo, Antonio (2016). “Tu vaquero lleva oculto un consumo de 10.000 litros de agua” Recuperado: <http://www.lavanguardia.com/natural/20160225/302411372131/entrevista-arjen-hoekstra.html> (05/01/2018).
- Dinero, Sostenibilidad (2016). Colombia es segundo en sostenibilidad empresarial en Latinoamérica. Recuperado: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/colombia-es-segundo-en-sostenibilidad-empresarial-en-latinoamerica/237453> (05/04/2018).
- Fletcher, Kate. Grose. Lynda. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda. Diseñar para cambiar*. Barcelona, España. Editorial Art Blume,SL.
- González, Tamara (2017). Colombia: industria textil nacional carece de políticas de sostenibilidad ambiental. Recuperado: <http://www.america-retail.com/colombia/colombia-industria-textil-nacional-carece-de-politicas-de-sostenibilidad-ambiental/> (05/04/2018).
- Kien y ke, Medio ambiente (2017). La sucia historia detrás de la historia de la moda. Recuperado: <https://www.kienyke.com/tendencias/medio-ambiente/la-historia-detras-de-industria-de-la-moda> (05/04/2018).
- Marín Galeano, María Eumelia. (2011). *Memos analíticos: técnicas de recolección y generación de información*. Medellín, Colombia.
- Modaes (2018). La ONU califica la industria del “fast fashion” de “emergencia medioambiental”. Recuperado: <https://www.modaes.com/back-stage/la-onu-califica-la-industria-del-fast-fashion-como-emergencia-medioambiental-es.html> (05/04/2018).
- Prensa Inexmoda (2018). Textiles2, una feria para descubrir la oferta textil. Recuperado: <http://saladeprensainexmoda.com/textiles2-una-feria-dentro-de-colombiamoda-2017-para-descubrir-la-oferta-textil-dirigida-al-segundo-semester-del-ano/> (05/04/2018).

- Rodrigue, Cesar D. (2018). Confección en Fique y reutilizar el agua, tendencia ecológica en Colombiatex 2018. Recuperado: <https://www.larepublica.co/empresas/confeccion-en-fique-y-reutilizar-el-agua-tendencia-ecologica-de-colombiatex-2018-2592431> (05/01/2018).
- Rojas Cairampoma, Marcelo Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria, vol. 16, núm. 1, 2015, pp. 1-14 Veterinaria Organización Málaga, España.
- Salcedo, Elena. (2014). *Moda Ética para un futuro sostenible*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili, SL.
- Vázquez, Dayana (2017). Colombia la moda se recicla en grandes cifras. Recuperado: <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-la-moda-se-recicla-en-grandes-cifras/> (05/04/2018).
- Vega, Camilo (2018). ¿Usaría un “jean” hecho de fique? Recuperado: <https://www.elespectador.com/economia/usaria-un-jean-hecho-de-fique-articulo-735416> (05/01/2018).
- Winkler, Fredericke. (2018). El estudio measuring fashion busca unir a la moda en materia ambiental. recuperado: <http://mx.fashionnetwork.com/news/El-estudio-Measuring-Fashion-busca-unir-a-la-moda-en-materia-ambiental,954968.html#.WqNTBOjOXIU> (05/04/2018).