

EL POTENCIAL DE LA REUTILIZACIÓN EN EL DISEÑO INDUSTRIAL:
EL CASO DE LAS PRENDAS DE LAS PRENDAS DE SEGUNDA MANO

SANTIAGO JOSÉ ANGULO ARBOLEDA, LAURA VALENTINA ARCILA
TORRES, SIMÓN GÓMEZ ZULUAGA Y HÉCTOR JAIME RAMÍREZ POSADA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL

PREGRADO EN DISEÑO INDUSTRIAL

MEDELLÍN

2023

EL POTENCIAL DE LA REUTILIZACIÓN EN EL DISEÑO INDUSTRIAL: EL
CASO DE LAS PRENDAS DE LAS PRENDAS DE SEGUNDA MANO

SANTIAGO JOSÉ ANGULO ARBOLEDA, LAURA VALENTINA ARCILA
TORRES, SIMÓN GÓMEZ ZULUAGA Y HÉCTOR JAIME RAMÍREZ POSADA

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador Industrial

Asesor

ALEJANDRO MESA BETANCUR

Arquitecto

Magister en Arquitectura, Crítica y Proyecto

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL

PREGRADO EN DISEÑO INDUSTRIAL

MEDELLÍN

2023

19 de mayo de 2023

Santiago José Angulo Arboleda
Laura Valentina Arcila Torres
Simon Gómez Zuluaga
Héctor Jaime Ramírez Posada

“Declaramos que este trabajo de grado no ha sido presentado para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o cualquier otra universidad” Art 82 Régimen Discente de Formación Avanzada.

Firmas



Héctor Jaime Ramírez
Posada
CC 1059710854



Laura Valentina
Arcila Torres
CC1037657695



Santiago José Angulo
Arboleda
CC 1152221944



Simón Gómez
Zuluaga
CC 1000646205

Agradecimientos

Agradecemos a los contribuyentes en esta investigación, las personas que amablemente nos atendieron y nos brindaron su tiempo y conocimiento en el trabajo de campo, a los expertos consultados por su saber y orientación, a la profesora Coppelia Herrán Cuartas, con quien tuvimos la oportunidad de estar al inicio del proyecto y, especialmente, a Alejandro Mesa Betancur nuestro tutor de la Línea de Investigación en Proyecto e Innovación del Grupo de Investigación de Estudios en Diseño de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Tabla de Contenido

Introducción	6
1. El problema de investigación	6
2. La pregunta de investigación	7
3. Objetivos de la investigación	7
3.1. Objetivo general	7
3.2. Objetivos específicos	7
4. Metodología y Marco teórico	8
4.1. Metodología	8
4.2. Marco teórico	8
5. Proceso de la investigación	11
6. Resultados y análisis	15
6.1. Constructos de primer orden	15
6.2. Conjetura	16
6.3. Validación	16
6.4. Constructos de segundo orden	17
7. Conclusiones	17
8. Referencias y bibliografía	18
8.1. Referencias	18
8.2. Bibliografía	18
9. Anexos	19
10. Lista de adjuntos:	28

Resumen

En esta monografía se exponen los hallazgos de la investigación *El potencial de la reutilización en el Diseño Industrial: el caso de las prendas de segunda mano*. desarrollada en el eje de Formación en investigación de la Línea de Investigación en Proyecto e Innovación del Grupo de Investigación de Estudios en Diseño de la UPB. Esta investigación indagó acerca del potencial que tienen las prendas de segunda mano para reintegrarse a los ciclos de uso y consumo actualmente en la ciudad de Medellín. En la que se abordaron los ciclos de reinsertión de estas prendas para volver a canales de adquisición, la relación existente entre los actores involucrados y los medios y los canales utilizados para esto. En el seguimiento de esta se levantó, sistematizó y analizó información para sintetizar constructos de primer y segundo orden que permitieron concluir sobre el potencial que tienen las prendas de segunda mano como materia prima para nuevos productos, en especial, del interés del Diseño Industrial.

Palabras clave: ropa de segunda mano, reutilización, reciclaje, diseño industrial, materia prima.

Abstract

*This paper presents the findings of the research *El potencial de la reutilización en el Diseño Industrial: el caso de las prendas de segunda mano*. Developed in the Project and Innovation Research Line Research Center for Design Studies at the UPB. This research inquired about the potential that second-hand garments have to reintegrate into the cycles of use and consumption currently in the city of Medellín. In it, the reinsertion cycles of these garments to return to acquisition channels, the existing relationship between the actors involved and the media and channels used for this were addressed. In the follow-up of this, information was collected, systematized and analyzed to synthesize first and second order constructors that allowed us to conclude about the potential of second-hand garments as raw material for new products, especially, of the interest of Industrial Design.*

Keywords: second-hand clothes, upcycling, recycling, industrial design, raw material.

Introducción

A continuación, se presentan el trabajo monográfico que contiene el desarrollo y resultados del proyecto *El potencial de la reutilización en el Diseño Industrial: el caso de las prendas de las prendas de segunda mano*. Desarrollado en la Línea de Investigación en Proyecto e Innovación del Grupo de Investigación en Estudios de Diseño (GED). Esta monografía contiene, el problema de investigación, la pregunta de investigación, sus objetivos y los resultados obtenidos. Finalmente, se presentan las conclusiones de la investigación.

1. El problema de investigación

La investigación que se presenta está enfocada en un problema que toca el comercio, adquisición y utilización de prendas de segunda mano. Es importante señalar, que desde el inicio, uno de los investigadores del equipo había tenido experiencia en la creación de un emprendimiento relacionado con la intervención de prendas de segunda mano para su resocialización; otros, cursaron *Forma y sostenibilidad* del plan de estudios durante su formación profesional lo que despertó inquietudes y afinidades con el tema y otra investigadora, durante el curso *Fundamentos de investigación*, estudió un proceso para reintegración de residuos a ciclos de uso y consumo.

En el momento que se abordó en la Optativa de Investigación la teoría emergente denominada *Transitional design*, las experiencias anteriores se sumaron a los asuntos que esta presenta sobre la sostenibilidad ambiental y social como medios para transitar hacia “mejores futuros posibles”. Se reunieron entonces intereses para observar en la sociedad actual estos asuntos poniendo como centro la disciplina del Diseño Industrial, se expone a continuación la delimitación del problema de esta investigación.

El problema que se plantea está relacionado la manera cómo se desecha la ropa, incluso antes de cerrar su ciclo de vida, y el impacto que tiene sobre la sostenibilidad ambiental y social en términos de las posibilidades de bienestar futuras y de recursos para las personas, problema que tiene origen en comportamientos que como sociedad evidenciamos al relacionarnos con el vestuario.

En la actualidad, el consumo de ropa debe ser rentable, para alcanzar la demanda que se requiere de vestuario la industria textil recurrió a tácticas del mercado capitalista entre ellas la moda: remplazo frecuente y ciclo de bienes con base en aspiracionales económicos o de clase. Sin embargo, alcanzar estos propósitos ha tenido dos tipos de impacto. El primero, relacionado con el consumo energético y de los recursos necesarios para alcanzar los volúmenes de producción que la moda requiere. En general, la cantidad de materias primas procesadas y la contaminación deriva tanto de los residuos de los procesos productivos textiles y de la confección, como de las prendas prematuramente desechadas. El segundo impacto, de orden social, es producido por las precarias condiciones laborales de los obreros de la industria y por la ideología que afianza en los aspiracionales de las personas dinámicas socioeconómicas como “la moda”. Para poder satisfacer la demanda continua y permanente de vestimenta, las compañías recurren a mano de obra barata en países donde las políticas laborales son flexibles o inexistentes de forma que pueden evadir responsabilidades legales relacionadas con las condiciones de bienestar laboral; esto incrementa, en estos lugares, la brecha social entre las clases económicas; adicionalmente, las personas de clases media y

baja, sienten la necesidad de alcanzar un estatus ilusorio producto de falsos aspiracionales afianzados por el mercado de la moda y la publicidad.

Con este enfoque se dio inicio a la investigación con propósito de indagar cuál es el potencial de las prendas de segunda mano de ser reintegradas a ciclos de uso y consumo en la ciudad de Medellín, teniendo como foco la sostenibilidad propuesta por el *Transitional design* que busca proponer soluciones a corto y largo plazo, soluciones que hoy pueden ser locales y mañana globales para mitigar un problema.

2. La pregunta de investigación

Se presenta, la pregunta de investigación de acuerdo el alcance de la investigación.

¿Cuál es el potencial que tienen las prendas de segunda mano para ser reinsertadas en los ciclos de uso y consumo como materia prima en la ciudad de Medellín, en la actualidad?

3. Objetivos de la investigación

De igual manera que con la pregunta se presentan a continuación los Objetivos de la investigación general y específicos

3.1. Objetivo general

Se plantea el objetivo general de la investigación:

Explicitar el potencial de las prendas desechadas para ser reintegradas a los ciclos de uso y consumo con el propósito de entender la potencialidad que tienen de ser utilizadas como materia prima de nuevos productos y así contribuir a cerrar su ciclo de vida.

3.2. Objetivos específicos

A continuación, se presenta los cuatro objetivos específicos de la investigación:

- 3.2.1. Identificar maneras de cómo las prendas se convierten en prendas de segunda mano, estableciendo su estado y cantidad, en consumidores de la clase media y alta de la ciudad de Medellín.
- 3.2.2. Inventariar productos fabricados a partir de prendas de segunda mano que se ofrecen en canales comerciales en la actualidad, identificando los tipos de productos en los que se emplean para establecer potenciales canales de comercialización y las oportunidades que ofrece.
- 3.2.3. Inventariar productos que potencialmente podrían estar hechos a partir de prendas de segunda mano que pertenezcan al campo de la práctica del Diseño Industrial para entender el mayor o menor potencial que tienen como materia prima de nuevos productos.
- 3.2.4. Caracterizar las prendas de segunda mano que se reutilizan en la actualidad para establecer el tipo de prendas que pueden ser recicladas en procesos de fabricación de nuevos productos en tanto a materia prima.

4. Metodología y Marco teórico

Se describen la metodología implementada para el levantamiento de la información y el marco teórico donde se reúnen los conceptos y bases teóricas para el desarrollo de la investigación.

4.1. Metodología

En esta investigación se implementó la metodología sociofenomenológica propuesta por Ulises Toledo Nickels (2006, 2012). En el seguimiento de esta, se realizó una revisión documental del tema para su delimitación teórica; un trabajo de campo para la recolección de información; una sistematización de resultados para su análisis; y una fase de validación para su ajuste.

Durante el sondeo inicial, se realizaron tres observaciones no participantes y tres participantes para delimitar el tema y determinar los objetos de estudio, además se realiza un estado del arte para inventariar las prendas, sus características y precisiones acerca de su adquisición. Luego se procedió a profundizar en el fenómeno utilizando dos métodos principales, la observación participante y la entrevista, tanto semiestructurada como estructurada. Se realizaron principalmente registros de audio, ya que se evidenció que otro tipo de registro como la fotografía o el video generaban desconfianza e inseguridad en las personas que se encontraban en las situaciones estudiadas.

Por otro lado, se sondeó y registró en un estado del arte productos disponibles en el mercado, o accesibles desde Medellín, hechos a partir de la reutilización de prendas de segunda mano como su materia prima principal, también se construyó otro inventario de los productos industrializados o semindustrializados que potencialmente podrían estar hechos de estas; por último, se rastrearon las prendas de este tipo que se consiguen localmente y las maneras en que ocurre esta adquisición.

Para la sistematización de la información obtenida se elaboraron matrices de análisis por categorías, a partir de las cuales se sintetizaron constructos de primer orden para describir las generalidades en las interacciones de las personas con los objetos de estudio y sus características. Partiendo de esto, se formuló la conjetura inicial y se procedió a su validación. En la fase final, y con el fin de comprender el fenómeno estudiado, se elaboraron constructos de segundo orden articulando la experiencia de los individuos y sus conformaciones sociales con los conceptos del marco teórico, con el propósito de describir las prácticas alrededor de la adquisición y uso del vestuario de segunda mano actualmente en la ciudad de Medellín y su potencial como materia prima para otros productos.

4.2. Marco teórico

La presente investigación se desarrolla en el marco de la teoría emergente *Transition Design*, que se presenta como:

[...] un área emergente de la investigación y la práctica del diseño, que pretende afrontar y dar soluciones a cambios globales de la sociedad actual y futura a partir de criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Este enfoque participa de la idea de que el diseño debe ser cada vez más partícipe de la construcción de escenarios sostenibles en entornos complejos. (Tonkinwise, 2015. p. 3)

Esta, además, subraya la necesidad de trabajar transdisciplinariamente en lo que esta denomina “problemas perversos”, ya que son tan complejos que no es posible resolverlos trabajando desde un solo ángulo. Partiendo de esto y teniendo en cuenta lo encontrado en el sondeo inicial, surgió la necesidad de comprender la relación entre la reducción de los niveles de producción industrial y la disminución de su impacto ambiental que llevó al concepto de decrecimiento, este implica una forma de producir un nuevo imaginario, un cambio en la cultura, un redescubrimiento de la identidad humana por fuera de las representaciones económicas (Pookulangra & Shepard, 2013. P. 6). En este mismo sentido, comprender la relación del volumen de prendas con las prácticas del mercado y su ciclo de uso, requiere considerar un punto de vista que clarifique el papel que tienen las llamadas “de segunda mano” en el modelo de sistema actual. Un impulsor de la teoría llamada Diseño para la transición, Arturo Escobar (2017), presenta una contra postura frente al sistema que mantiene las prendas como objeto de intercambio y de reemplazo constante:

Teniendo en cuenta su objeto y ámbito de aplicación este campo tiene, necesariamente, implicaciones ontológicas porque detrás de cualquier visión para la transición yace, en mayor o menor medida, un desafío frontal a la formación onto-epistémica enclavada en la actual forma dominante de la modernidad capitalista. (p. 2)

De esta forma se puede entender que:

El decrecimiento no se trata de hacer menos de lo mismo, sino de vivir con menos y de manera diferente, trata de reducir la magnitud de la producción y el consumo mientras fomenta el florecimiento de la vida, en otros términos. (Pookulangra & Shepard citados por Escobar, 2013. p.194)

De manera equivalente, esta postura se conoce en la industria de la moda como *defashion*, señalando que esta no significa la muerte de la industria creativa detrás de la moda, sino del circuito de la moda, entendido como la lógica ordenada, aunque no regular, de la distinción social del cambio y de la construcción de identidades que produce deseo e impulso por reemplazar periódicamente las vestimentas (Saulquin, 2015. p.17); es decir, consumir por tendencia a hacerlo. Ahora bien, los hábitos de consumo, en este contexto se entienden como las prácticas relacionadas a la adquisición y uso de la vestimenta, comprendiendo que estos están al mismo tiempo condicionados por factores como el circuito de la moda como estrategia para el impulso del consumismo.

Dentro de los modelos del circuito de la moda actuales se reconoce principalmente el denominado *fast fashion*. Derivado del término *fast food*, es un modelo de consumo que invita a usar y desechar apresuradamente generando una alta producción en ciclos cortos para satisfacer la demanda. Alcanzar estos niveles de producción en la industria de la moda trae como consecuencia dos efectos negativos, ya mencionados en el problema, uno ambiental y otro social. El primero relacionado con el consumo de recursos requerido para alcanzar altos volúmenes de producción, cantidad de materias primas extraídas y contaminación derivada tanto de residuos de los procesos

productivos como de prendas prematuramente desechadas. Se estima que en Medellín se desechan diariamente 47 toneladas de ropa a los vertederos, según la alcaldía de la ciudad. El segundo, producido por las precarias condiciones laborales de los obreros de la industria y por la ideología que afianza en los aspiracionales de las personas este tipo de dinámicas socioeconómicas.

De manera crítica emerge como contra propuesta al *fast fashion*, el concepto de *slow fashion*. En contraposición con el primero propone una visión sostenible para el sector de la moda basada en diferentes valores y objetivos (Pookulangra & Shepard, 2013). Una dinámica donde la sostenibilidad es central, donde las materialidades y los procesos son evaluados por su impacto y no solamente por su precio, donde se privilegian materias primas y mano de obra de los lugares de confección, al tiempo que se valoran las condiciones de trabajo favorables para las personas involucradas. Una mirada que resalta la importancia de un giro entorno al valor que como sociedad se le atribuye al desarrollo económico sobre la sostenibilidad.

Estos temas se han venido manejando desde la utilización del concepto de moda atemporal, se trata de piezas que no están diseñadas pensando en las tendencias actuales que rigen en el mundo de la moda, sino en que estas puedan perdurar en el tiempo y ser útiles en diferentes temporadas. Es el concepto de la no-tendencia, donde los diseñadores apuestan por prendas funcionales, a las que se les pueda dar el mayor uso. (Guillen, E. 2019. p.26).

Articulado a esta propuesta de consumo consciente, se presentan prácticas de producción más sostenibles para la industria de la moda. El llamado *upcycling*, utilizado por primera vez por el arquitecto William McDonough y el químico Michael Braungart, en su libro *Cradle to Cradle* propone hacer uso del exceso de inventario sin hacerle mayores transformaciones con la intención de minimizar el impacto generado por la producción desenfrenada, se refiere al acto de tomar algo que ya no está en uso y darle una segunda vida y una nueva función, al hacerlo el producto terminado a menudo se vuelve más práctico y valioso de lo que era originalmente. A diferencia del reciclaje, que exige devolver la materia prima a su estado original para más tarde volver a utilizarla en procesos productivos, este enfoque plantea, entre otras estrategias, dar nuevo valor a productos ya existentes o usar el exceso de inventario alargando el ciclo de vida de lo ya manufacturado. Estas prácticas nacen de la necesidad de producir escenarios cada vez menos lineales, donde la vida útil de los productos pueda reintegrarse de manera circular a los ciclos de uso y consumo; según Pía Rey (2020) para el contexto de la industria vestimentaria:

Se llama moda circular al sistema de producción basado en la economía circular, que busca optimizar los procesos creativos y productivos, promoviendo el uso consciente y racional de recursos tanto naturales como humanos, para reducir el impacto y desperdicio realizado sobre el medio ambiente. (p 12)

Para la investigación cobra importancia el comportamiento que se asume frente al uso y consumo de vestuario, gran parte del problema enunciado se origina en los atributos que cómo sociedad le otorgamos a ciertos objetos y a dinámicas cómo el *fast fashion*. Mirado desde la perspectiva del *Transition Design* y del Diseño para la transición, el

modelo capitalista puso a disposición “estrategias” como la moda para lograr los escenarios actuales. Si se propone una transición a escenarios ambientales, sociales y económicos sostenibles que abarquen también la industria textil y de la moda, se hace necesario asumir contra propuestas más conscientes respecto a la manera como percibimos y usamos el vestuario tomando como punto de partida conceptos como *defashion*, *slow fashion* y *upcycling*, los cuales pueden potenciar otros escenarios más conscientes del impacto sobre los ecosistemas naturales y sociales.

5. Proceso de la investigación

Se presenta la descripción del proceso investigativo en tanto documentación, observaciones, entrevistas, sistematización, análisis de la información, entre otros procesos y hallazgos obtenidos.

En la fase preliminar de la investigación se utilizaron métodos como la observación y la entrevista desestructurada para realizar un sondeo inicial del tema. Se entrevistaron expertos que pudieran ampliar información del equipo y contribuir a enfocar el trabajo. Como resultado de esta fase, se construyó un mapa del circuito del uso de las prendas en Medellín (Ver adjunto I) y se reconoció con mayor profundidad el ciclo de uso y consumo por el cual atraviesan, su ubicación, procesos a las que son sometidas y los actores participantes de estos ciclos.

Luego, se enfocó una revisión documental que buscó ahondar sobre la teoría del *Transition Design* en textos de Tania Costa y Mateus García (2015) en quienes se apoya la postura frente a los “problemas perversos” que plantean el *Transition Design*, otras en las que puede apoyar el diseño frente a las situaciones actuales se toman de Terry Irwin (2015, 2018), Gideon Kossoff, Cameron Tonkinwise (2015). Igualmente, se revisó la teoría derivada de la anterior llamada *Diseño para la transición* en los textos de Arturo Escobar (2017) del cual se toma su discurso contra las dinámicas capitalistas que repercuten en aspectos ambientales y sociales y de Miguel Arango Marín (2021) la aplicación del *Diseño Participativo*, los saberes artesanales y el rol del diseño en el actuar del *Diseño para la Transición*. Todos los autores abordan, desde diferentes perspectivas, “problemas perversos¹” relacionados con la sostenibilidad ambiental y social. En cuanto a la industria vestimentaria se revisaron autores como Pauline Overeem, Martje Theuws (2014) que señalan la situación de la explotación infantil en la industria y ONU (2019) sobre el costo ambiental y social del sector, contaminación producida por la industria textil y explotación laboral. Ahora bien, para ahondar sobre los conceptos de *consumo* y *consumismo* y el actuar de las personas frente a estos, en la sociedad. Se tomaron los autores Jean Baudrillard (1947 y 1969) y a Giulio Carlo Argan (1969) y, finalmente, para ampliar el concepto de *circuito de la moda* se revisó en Susana Saulquin (2011) quien opta por llamarle “*moda*” para abreviar.

A partir de este punto, se construyeron los instrumentos de recolección de información, se analizaron los actores del circuito de las prendas de segunda mano. Para esto se realizaron tres guías de entrevista semiestructuradas: consumidores, vendedores y expertos, tomando como referencia la teoría investigativa de Amara Soonthorndhada (1989) (ver

¹ La noción de "problema perverso" se entiende como un problema cuya complejidad social lleva a que no tenga un punto final perceptible (Tonkinwise, 2015. p.89).

Anexo I a III); dos guías de observación, participante y no participante, (ver Anexo IV) para caracterizar lugares y actores, y un instrumento de registro para un estado del arte de productos fabricados a partir de prendas de segunda mano o potencialmente fabricables.

Para las guías de entrevista se formularon preguntas descriptivas en diferentes formatos: pregunta abierta, presuposición, sondeo y seguimiento; con el propósito de indagar sobre las dinámicas que suceden en los puntos de distribución y comercialización de prendas de segunda mano en la ciudad de Medellín. Para la observación, se diseñaron guías del tipo participante y fichas de clasificación para sistematizar la información obtenida en los puntos de venta y distribución de prendas de segunda mano.

Simultáneamente, se construyó un estado del arte sobre dos tipos de productos, unos, los que se realizan a partir de prendas de segunda y que actualmente ofrecen en canales de comercialización físicos o en línea y, otros, productos que potencialmente pueden fabricarse a partir de este tipo de prendas y que, además, hacen parte del repertorio de productos que aborda el Diseño Industrial.

Se realizó un testeo previo de los instrumentos: entrevistas a cada uno de los actores caracterizados; observaciones de prueba y búsquedas de referentes para el estado del arte. Se ajustaron las guías de consumidores, agregando algunas preguntas sobre el destino de las prendas que desechan y se cambió el orden de las preguntas para mayor coherencia en la conversación. En la entrevista de vendedores se agregaron preguntas sobre el impacto del mercado de la moda y en la guía para expertos se seleccionaron las preguntas que arrojaran información más valiosa. En el instrumento de observación se reorganizó el orden de la experiencia y se añadieron las categorías tipo de canal y propósito del comercio.

Durante las entrevistas a los consumidores se les preguntó sobre la procedencia de sus prendas, como las adquieren, en qué cantidad, de qué manera las consumen, que los motiva a hacerlo, su costo y alternativas de consumo que considerarían respecto a las prendas de segunda mano. Se realizó un acercamiento a los consumidores informándoles sobre la investigación y su propósito. Se les solicitó autorización para grabar las entrevistas evitando cualquier medio que pudiera ser intimidatorio. Tras alcanzar una cantidad suficiente de entrevistas, se codificó la información y se analizó con respecto a categorías como: canales de adquisición, manejo de prendas, prejuicios y motivaciones, entre otros aspectos que afectan las prendas y su circulación. (Ver adjunto II).

Se pudo evidenciar, que la población consumidora de ropa de segunda actualmente en Medellín está dividida en dos categorías. La primera, de estrato social bajo, que ve en la ropa de segunda como una oportunidad de adquirir vestuario a menor precio y este consumidor se relaciona con comercios ubicados especialmente en el Centro de Medellín y la Plaza Minorista José María Villa. El segundo, un público con una capacidad adquisitiva mayor, adquiere especialmente en redes sociales como *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram*. El público de cada una depende de la edad: los consumidores adultos y adultos mayores se concentran en *Facebook* y *WhatsApp*, mientras que los jóvenes optan por el uso de *Instagram*.

Más de la mitad de entrevistados, incluyendo consumidores y vendedores mencionaron conocer problemáticas relacionadas con la moda que afectan las sostenibilidad ambiental o social. En general, manifestaron que cuando las prendas cumplen dos o tres años de uso o no “pueden” usarlas por sus cambios físicos o cambio de talla; por cambios de modas y su

reconocimiento social mediante el vestuario; por deseo de consumir y “estrenar” prendas; por cansancio y variar el guarda ropa; estas son desechadas, regaladas o donadas a familiares, recolectores o fundaciones. La mayoría desconocen dónde terminan las prendas desechadas. Igualmente, argumentan que utilizan prendas diferentes para distintas ocasiones y actividades, además, que tienen cuidados especiales dependiendo de su costo o valor sentimental. La consciencia del cuidado de la ropa parece ser un factor que se tiene en cuenta y acerca del cual se tiene conocimiento.

Los consumidores de estratos sociales altos las utilizarían siempre y cuando fueran de diseñadores o marcas famosas; más frecuentemente son mujeres en edad económicamente activa (16 a 45 años) y el estado de las prendas parece ser un factor decisivo para la adquisición. Su medio más usual de compra son las redes sociales, que les brindan privacidad. Para acceder necesitan la recomendación de un participante lo que les da confianza. Fue evidente, que muchas personas están dispuestas utilizar prendas de segunda mano si y solo si estas provienen de familiares o personas muy cercanas y, en general, para ocasiones especiales (sean prestadas o regaladas), otros, manifiestan que usarían y comprarían prendas de segunda mano de buena calidad y en buen estado; en ocasiones, han buscado prendas de segunda de buena marca, en general traídas del extranjero, alguna de contrabando sin saberlo.

En cuanto a los vendedores, se les preguntó sobre sus productos y los tipos de consumidores de sus comercios, las maneras como adquieren sus productos, los rangos de precio, su percepción alrededor del consumo de estas prendas y de la moda, además, sobre su conocimiento del impacto social o ambiental de este tipo de productos (ver Anexo II); esta información se complementó con observaciones en comercios tradicionales de ropa de segunda, ferias y eventos, “ventas de clóset” virtuales y una vendedora de prendas “customizadas”. Durante estas observaciones, se caracterizaron los lugares, físicos o virtuales, donde se adquiere y comercializa vestuario de segunda en canales tanto presencial como virtuales, se registraron los tipos de canales, los precios, las dinámicas con los clientes y las de estos con las prendas, entre otros (ver Anexo II).

En esta indagación, se encontró que la re inserción al consumo de las prendas de segunda mano no se hace mayormente por reciclaje si no por reutilización o reventa, *upcycling*. Las prendas recolectadas son re-comercializadas por tiendas de segunda mano tanto físicas como virtuales. La mayoría de las tiendas surten su mercancía en fundaciones, el resto compran a terceros que las recogen. La mitad de los vendedores entrevistados reciben las prendas por donaciones de fundaciones, y la otra mitad, se abastecen de intermediarios que se dedican a esta mercancía. Estas tiendas, muchas veces reciben prendas lavadas o lavan las que tienen un público objetivo más urbano, clientela frecuente o con intereses de reventa. Algunas tiendas devuelven las prendas que no están lavadas o que están manchadas o rotas y se desconoce qué fin tienen.

La comercialización de este tipo de producto se ha adaptado a diferentes contextos sociales y ámbitos especializados entre los que destacaron prendas para motociclismo, trabajos de alto riesgo, botas y pantalones protectores, y prendas para oficina y accesorios. Igualmente se advirtió que las prendas más costosas son aquellas más trabajadas o difíciles de elaborar, las de marca famosa o confeccionadas con materiales de mejor calidad, las más vendidas son: buzos, chaquetas, camisetas, camisas, jeans y vestidos. En los establecimientos no se vio ropa interior o medias, sin embargo, se encontraron, en poca

cantidad, trajes de baño para mujer en canales virtuales y redes sociales. Se registraron precios desde diez mil pesos hasta los novecientos mil, según la marca y el canal de venta, los precios pueden ser muy fluctuantes.

Por último, en las entrevistas a expertos se preguntó sobre el impacto social y ambiental de las prendas, su conocimiento de soluciones o alternativas que se hayan presentado, alternativas de uso de prendas como materia prima, dinámicas alrededor de las prendas de segunda mano en su círculo social (Ver Anexo I); finalmente, se les preguntó como consumidores, sobre la procedencia de las prendas que usan y su paradero tras su desecho. Todos mostraron conocimiento profundo de las problemáticas de la industria textil y de la moda; se refirieron al *fast fashion* como una forma de consumo obsoleta que compromete la sincronía misma de la vida; y mostraron una posición crítica a los modelos de consumo actuales (consumismo) y a las posturas que las personas adoptan respecto al vestuario como legitimador en sus círculos sociales y como esto condiciona sus ideales de consumo; finalmente, manifestaron haber tomado o querer tomar acciones frente a estas problemáticas. Todos los expertos están dispuestos a utilizar productos cuya materia prima provenga de prendas de segunda mano.

Para el estado del arte se diseñaron dos instrumentos gráficos. Uno para inventariar la oferta actual de productos hechos a partir de la utilización de prendas de segunda mano como materia prima y el segundo, para inventariar productos que potencialmente podrían estar hechos a partir de esta materia prima. Se registró de cada referente incluyendo: una imagen, su descripción, su uso y canal de adquisición (Ver adjunto III y IV). Se categorizaron y analizaron más de treinta objetos, vestimentarios y objetos no vestimentarios, fabricados a partir de desechos generados tanto por la industria textil y de la confección como la de tapizados automotrices. En su mayoría, se encontró que los productos vestimentarios son los más realizados a partir de textiles reciclados o reutilizados solo unos pocos productos industriales son fabricados con la materia prima resultante de prendas de segunda mano. Sin embargo, en el estado del arte también se evidenció que existe la posibilidad de aplicarlas a productos fabricables a escalas industriales medias o bajas. Este último aspecto, mostró la potencialidad que tienen las prendas desechadas de ser reutilizadas en la elaboración de nuevos productos en cuatro contextos particulares del Diseño Industrial: el ámbito doméstico, el del ocio y los pasatiempos (*hobbies*), el operativo o laboral y los comerciales, en especial, el de los empaques y embalajes. En el ámbito doméstico, se observa potencial para convertirse en productos para la limpieza, protección y decoración. En el ámbito del ocio y los pasatiempos, en juguetes para niños y para mascotas, organizadores y accesorios para el desarrollo de *hobbies* o pasatiempos. Cuando se observa la potencialidad de esta materia prima en el ámbito operativo, laboral o del trabajo, el mayor potencial se encuentra en elementos de protección como guantes, delantales, chalecos, tapabocas o gorros; también es claro su uso para organizadores y estuches de protección para objetos de oficina entre otros. Por último, en el ámbito de los empaques y embalajes pueden relacionarse productos como empaque de regalo, bolsas reutilizables o reciclables para el comercio en general (Ver Adjunto IV). Se aplicó un segundo criterio de clasificación separando los objetos a partir de los procesos necesarios para su fabricación fuera artesanal o industrial. En la primera, se encontró que se privilegiaban dinámicas de la reutilización a partir de transformaciones menores y generalmente efectuadas manualmente y en poca cantidad,

muchas veces por encargo. Mientras que, para los productos industriales, se encontró que estaban relacionados, generalmente, con dinámicas cercanas al reciclaje, usualmente productos que necesitan transformaciones más complejas, un mayor control sobre las características del material y un gasto energético, de maquinarias y otros aditivos más propios de una producción a mediana o gran escala.

Con respecto a los procesos de reciclaje de prendas para ser utilizados como nueva materia prima, fueron localizadas industrias, todas fuera de Colombia. Por ejemplo, dos empresas chilenas, que se ocupan de la ya ampliamente conocida situación crítica en el desierto de Atacama, la primera, Ecocitex, es una empresa que se encarga de recolectar en el desierto estos residuos y por medio de un proceso de reciclaje transformarlos en lana, hilos y cordones utilizables en la elaboración de nuevos productos. La segunda, Ecofiber, es una empresa que transforma esta basura en material aislante, tanto acústico como térmico. Se considera, que la falta de empresas dentro del territorio nacional dedicadas al reciclaje de prendas de segunda mano puede ser visto como una oportunidad para personas interesadas en este tipo de proyectos y, a partir de ellas, proveer materia prima a un mercado local y global donde es creciente interés por materias primas sostenibles.

6. Resultados y análisis

A continuación, los resultados de la investigación: constructos de primer orden, conjetura, validación, constructos de segundo orden y, finalmente, las conclusiones de la investigación.

6.1. Constructos de primer orden²

Según lo hallado, puede decirse que las prendas de segunda mano actualmente en la ciudad de Medellín se originan, en parte, porque las personas de clase social media y alta las desechan prematuramente, por diferentes motivos, dando origen a un desecho que no han finalizado su ciclo de vida, de ahí que se genera potencialmente una materia prima abundante y barata.

Algunas de estas prendas pasan a manos de actores que las reincorporan ciclos de uso y consumo. Los canales de adquisición para estas prendas pueden ser no-comerciales y comerciales. Los no-comerciales son las donaciones a fundaciones, a los recolectores, los casos en las que las personas las regalan directamente a otras personas y se retorna la prenda al ciclo de uso. Los comerciales, se presentan como canales virtuales y físicos. Los virtuales, son especialmente redes sociales y los canales físicos, a su vez, pueden clasificarse en actuales y tradicionales. Los actuales, son un medio por el cual personas del ámbito de prendas de segunda mano las comercializan en ferias y eventos donde asisten consumidores, en su mayor parte jóvenes, de clase media y alta. Los tradicionales responden a un público de clase social baja, de mayor edad, que ven en las prendas de segunda mano una opción económicamente favorable.

² Se presentan tanto las construcciones de primer orden como las de segundo orden de acuerdo a la metodología sociofenológica planteada y el alcance de los métodos utilizados. Estos constructos comprenden tres dimensiones: los correspondientes a las percepciones que tiene el investigador del fenómeno (con base en el proceso), la percepción que el investigador tiene de las percepciones que los demás tienen del fenómeno (con base en las observaciones y las entrevistas) y la percepción que el investigador tiene de las posiciones de los autores de base de la investigación y de la relación de estas posturas con el fenómeno estudiado (estas últimas con base en la codificación y análisis de los textos, las categorías de análisis inferidas y la confrontación con sistematización y análisis de la información obtenida).

En la actualidad encontramos que existen seis tipos de actores involucrados en el proceso de reincorporación de las prendas a los ciclos de uso y consumo, los alquileres, las fundaciones, los recolectores, los comercios tradicionales o roperos, los intermediarios y, por último, las personas beneficiadas directamente por la donación. Ahora bien, los actores involucrados en los procesos de reincorporación de las prendas de segunda mano tras adquirirlas, utilizan dos procesos de reinsertión el *upcycling* o el reciclaje.

En el *upcycling* o reutilización, las prendas son preparadas para ser comercializadas de nuevo, lavándolas, desmanchándolas y planchándolas. Si las prendas tienen imperfecciones, están levemente rotas, tienen manchas que no se quitan lavándose, se les realizan intervenciones con el objetivo de repararlas para ser entregadas a canales de comercialización; otra forma de reutilización, es desbaratar la prenda y utilizar su material para nuevos productos industriales o semi industriales según lo evidenciado por categorías en el estado del arte (Ver adjunto III). Por otro lado, en el reciclaje, las prendas pasan por un proceso, de escala industrial, donde se descomponen para constituir materia prima que puede emplearse en la fabricación de nuevos productos. Se encontró que estos procesos de reciclaje de las prendas se realizan más comúnmente fuera del país.

6.2. Conjetura³

Se evidenció que, efectivamente, la ropa de segunda mano hoy en Medellín constituye una materia prima barata y abundante para ser utilizada en la elaboración de nuevos productos. Sin embargo, si miramos esto desde la perspectiva del *Transition Design*, es posible ver esto como una solución insuficiente, ya que encontrar posibles aplicaciones a estos residuos que produce el consumo no va a ayudar necesariamente a disminuirlo ni a la producción que lo alienta, algunos dirían que podría incluso aumentarse. No obstante, este tipo de iniciativa podría constituir un emprendimiento legítimo para diseñadores industriales, así no constituya una solución completa a los problemas de sostenibilidad ambiental y social derivados de la industria vestimentaria. No puede olvidarse que este solo un aspecto de un “problema perverso” más complejo.

6.3. Validación

Durante la etapa de validación se realizó una observación participativa en la cual se encuetaron visitantes a una feria, un evento emergente realizado en la ciudad para la venta de prendas de segunda mano. (Ver anexos VI y VII) También se realizaron dos nuevas entrevistas a expertos con el fin de validar la información recolectada hasta esta etapa del proceso. (Ver anexo V)

³ Una conjetura, desde el punto de vista fenomenológico, equivale a una hipótesis en la investigación hipotético-deductiva. Constituye un juicio que se forma de algo por indicios u observaciones que dan origen a o surgen de la investigación. En principio, al no haber sido validada pero tampoco refutada se concibe como cierta, sin embargo, al no tener evidencias completas se configura como un juicio experto y probable basado en datos incompletos o en indicios que deben completarse. Toda conjetura se refiere a un fenómeno, hecho, situación, o intención que da cuenta de si es o no cierto que se presentó un suceso o acontecimiento, que este en consecuencia produjo un hecho o se dio una situación o existió una intención.

6.4. Constructos de segundo orden

Se pudo confirmar que las prendas de segunda mano actualmente en la ciudad de Medellín pueden separarse en dos tipos: el primero, prendas que no entran nuevamente al ciclo de uso y consumo y terminan en los vertederos y, el segundo, prendas que se encuentran en mejor estado y por sus condiciones pueden seguir siendo utilizadas; estas últimas, entran parcialmente de nuevo a los ciclos de uso y consumo. De las últimas, las que no se venden, salen entrar en rutas itinerantes por pueblos y veredas del departamento hasta que definitivamente llegan a los vertederos al no poder ser comercializadas.

Se corroboró, que la mayor oferta de productos realizados a partir de prendas de segunda mano pertenece al mismo sector vestimentario: productos fabricados tomando prendas a las que se les agregan o quitan características o a partir de materias primas recompuestas extraídas de prendas desechadas; igualmente, se confirmó que el potencial de productos fabricables a partir de reutilización o reciclaje es alto y su producción podría ser a fabricados a escala industrial, semindustrial o, incluso, artesanal.

7. Conclusiones

Con base en lo presentado se puede afirmar que, en la situación estudiada, las prendas de segunda mano se originan especialmente en personas de clase social media y alta de Medellín quienes las desecha aun en buen, en muchos caso por motivos relacionados con la moda y, como señala Saulquin (2015), debido a la necesidad que tienen los miembros de la sociedad actual de legitimarse socialmente mediante el vestuario (p. 14), esto convierte a las prendas de segunda mano en un potencial de materia prima abundantes, barata y de buena calidad.

Ahora bien, en términos de sostenibilidad en Medellín, las prendas de segunda mano se vinculan a procesos tanto de *upcycling* como de reciclaje. En cuanto al *upcycling* las prendas son preparadas para ser comercializadas de nuevo y en este sentido, se cumple lo señalado por Braungart y McDonough (2002) de tomar algo que no está en uso y darle una “segunda vida”; dependerá del diseño que, como señalan los mismos autores, se puedan hacer productos más prácticos o valiosos de lo que era originalmente (p.36). En cuanto al reciclaje, como señala la Comisión Europea (2023), las prendas pueden descomponerse para generar una nueva materia prima sin procesos exageradamente complejos.

En resumen, iniciativas para darle uso a estas prendas podría contribuir a aminorar la producción de la industria textil, y sus desechos, al utilizarlas en nuevos productos; parafraseando a Guillen (2019), consumir productos elaborados a partir de prendas desechadas puede permitir que estas duren en el tiempo más allá de la moda y las tendencias que las originaron (p.26).

Respondiendo a la pregunta de investigación *¿Cuál es el potencial que tienen las prendas de segunda mano para ser reinsertadas en los ciclos de uso y consumo como materia prima en la ciudad de Medellín, en la actualidad?* Se puede decir que el potencial es alto. Cuando se analiza el panorama de la ropa desechada prematuramente en Medellín se evidencia que constituye materia prima barata y abundante. Solamente algunas se reintegran a ciclos de uso y consumo mayormente como productos vestimentarios quedando gran cantidad de esto que podría emplearse, como se mostró en el estado del arte, para una variedad de productos industriales. Es importante señalar nuevamente el potencial que tienen

este tipo de proyectos en convertirse en ideas legítimas para el desarrollo profesional de diseñadores industriales.

8. Referencias y bibliografía

A continuación, se presentan las referencias citadas en esta monografía y la bibliografía revisada.

8.1. Referencias

- Alcaldía de Medellín [@alcaldiademed]. (21 de febrero de 2023). ¡Recicla y reutiliza tus prendas   ! [Video]. Recuperado de <https://www.instagram.com/reel/Co8ABvzMvS7/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- Arango, M. (2021). Diseño para las transiciones: una ruta formativa desde las identidades y los saberes artesanales. *RChD: creación y pensamiento*, 6 (10), p. 1. <https://doi.org/10.5354/0719-837x.2021.60871>
- Argan, G. (1969). *Proyecto y destino*. Venezuela: Ediciones de la biblioteca.
- Baudrillard, J. (1947) *Crítica de la economía política del signo*. Siglo XXI Ediciones.
- Baudrillard, J. (1969) *El sistema de los objetos*. Letra E ediciones.
- Braungart, M y McDonough, W. (2002). *Cradle to Cradle*. 1 (5). Estados Unidos: Vintage.
- Escobar, A. (2017). *Diseño para las transiciones, Etnografías Contemporáneas*. (4) p. 2.
- Guillen, E. (2019, 15 noviembre). *Moda atemporal*. Bleis madrid. p. 26. Recuperado 27 de abril de 2022.
- FRW. (2022). *Fashion Revolution*. Recuperado 10 de marzo de 2022, revista de estudios globales y arte contemporáneo, 3(1), p. 67–68. www.fashionrevolution.org/
- Irwin, T. (2020). *The Emerging Transition Design Approach*. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (87). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi87.376>
- Irwin, T. Kossof G. y Tonkinwise, C. (2015). *Transition Design Provocation*. *Design Philosophy Papers*, 13 (1, 3). <https://doi.org/10.1080/14487136.2015.1085688>
- Rey, P. (2020). *Moda circular: la pieza fundamental para un futuro sostenible*. Vogue México. Recuperado de <https://www.vogue.mx/sustentabilidad/articulo/moda-circular-que-es-y-porque-es-importante>
- ONU. *El costo ambiental de estar a la moda*. (2021, 11 octubre). Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- Overeem, P., Theuws, M. (2014). *Child labour in the textile & garment industry*. SOMO. Obtenido de <https://www.somo.nl/fact-sheet-child-labour-focus-on-the-role-of-buying>
- Saulquin, S. (2015). *La muerte de la moda, el día después*. p.15. Argentina: Paidós.
- Shephard, A., & Pookulangara, S. (2013). *Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions—An exploratory study*. *Journal of retailing and consumer services*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698912001506>
- Tonkinwise, C. (14 de enero de 2016). *Design for Transitions – from and to what?* *Design Philosophy Papers*, 13, p. 85–92. doi:10.1080/14487136.2015.1085686

8.2. Bibliografía

- Benavides, J. (2016). *Diseño sostenible versus greenwashing*. *Más D*, 10(18), 94-101. doi: 10.18270/masd.V10i18.1733
- Ceballos, L. (comunicación personal, 7 de marzo de 2022) Arboleda, L. (comunicación personal, 4 de marzo de 2022).

- Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA, Parra, G., & Mogollón, V. (2020, mayo).
- Consumer Trend Forecasting I WGSN Insight. (2021). Wgsn. Com. Recuperado 10 de marzo de 2022, de <https://www.wgsn.com/en/consumer-insight/insight>
- Franzato, C. Krucken, L. Belo, P. (2014) Diseño para territorial desarrollo en economías emergentes: experiencias brasileñas de investigación y docencia. Revista de investigación de diseño estratégico, 6 (1).
<https://revistas.unisinis.br/index.php/sdrj/article/view/sdrj.2013.61.02>
- FRW. (2022). Fashion Revolution. Recuperado 10 de marzo de 2022, revista de estudios globales y arte contemporáneo, Vol.3 (1), p. 67–68. www.fashionrevolution.org/
- Common Objective (2020) Common Objective. Recuperado 12 de mayo de 2020, de <https://www.commonobjective.co/>
- Madge, P. (1997). Ecological Design: A New Critique. jstor. Recuperado 10 de marzo de 2022, de <https://www.jstor.org/stable/1511730?seq=1#m>
- Mesa, A. (2009, abril). La novedad como originalidad en el diseño. 8 festival internacional de la imagen, Caldas. Manizales.
https://www.researchgate.net/publication/327848573_La_novedad_como_originalidad_en_el_diseño.
- Moda sostenible, una nueva tendencia de los millennials en Colombia. Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA. <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/2522>
- Modaes. (s. f.). Modaes - Entorno | Noticias macroeconómicas vinculadas al negocio de la moda. Recuperado de <http://www.modaes.com/entorno/el-top-ten-de-los-mercados-del-mundo-con-mas-consumo-de-moda>
- Modapedia de Issey Miyake. (2020, 29 junio). Modapedia. Recuperado 10 de marzo de 2022, de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/issey-miyake/795>
- Mogollón, V. Parra, G. (2020). Moda sostenible, una nueva tendencia de los millennials en Colombia (Tesis de pregrado). Recuperado de:
https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2522/ADM_1032484006_2020_1.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Montes, A., Mejía-Gil, M., y Ceballos, L. (2021). Perfiles de consumo socialmente responsable de vestuario: estudio de consumidor en la ciudad de Medellín. Vía Innova, 8(1), 42- 59.
<https://doi.org/10.23850/2422068X.3936>.
- Negocios, E. Y. (2021, 12 mayo). ¿Cuánto gasta el colombiano en moda? El Tiempo.
<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/cuanto-gasta-el-colombiano-en-moda-587982>
- Oca, J. M. (2021, 7 febrero). Perfiles de Consumo Socialmente Responsable de Vestuario: Estudio de Consumidor en la Ciudad de Medellín. researchgate.net. Consumo. Economipedia. Recuperado 12 de mayo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>
- Westreicher, G. (2021, 31 agosto). Consumismo. Economipedia. Recuperado 12 de mayo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/consumismo.html>
- Willis, A. Manzini, E. (2005). Ezio Manzini Interviewed on Scenarios for Sustainability. Design Philosophy Papers, 3(1), 9-18. <https://doi.org/10.2752/144871305x139662541241120>

9. Anexos

A continuación, se presentan las guías de entrevista, observación y sus respectivas iteraciones como entrevistas estructuradas para el proceso de validación

Anexo I
Guías de entrevista y de observación

Guía de entrevista a vendedores

Guía de entrevista semiestructurada dirigida a vendedores

- Acercarse a quien será entrevistado y comunicarle sobre la investigación, los y las investigadoras y el procedimiento de la entrevista.
- Registrar la conversación
- Escribir los datos de la entrevista en el instrumento de vendedores,
- Escribir los datos relevantes y aportantes captados durante la entrevista y que no están respondiendo preguntas del instrumento o que resultaron de la espontaneidad de la conversación.

Pregunta 1	Pregunta 2
¿De qué forma adquieren ellos la mercancía?	
¿Dónde la consiguen?	
¿Qué tipo de procesos hacen para seleccionar las prendas antes de venderlas?	
¿Cómo crees que se sienten tus clientes en el momento de comprar la ropa?	
¿Tiene clientes que vallan a comprar frecuentemente?	
¿Quién compra más, hombre o mujer?	
¿Cuál es la prenda más cara que has vendido?	
¿Cuál es el tipo de prenda que más se vende?	
¿Has llegado a usar la mercancía que vendes?	¿Qué opinas al respecto?

Anexo II
Guías de entrevista y de observación

Guía de entrevista a expertos

Guía de entrevista para expertos	
Somos investigadores y nos gustaría saber sobre nuestros hallazgos y su postura como experto al respecto.	
Pregunta	Respuestas
Nombre	
Sexo	
Edad	
¿Qué piensas acerca del fast fashion?	¿Consume fast fashion?
¿Qué opinas sobre el impacto medio ambiental generado por la industria textil?	
¿Te has preguntado alguna vez sobre dónde terminan las prendas que desechas?	¿Por qué?
¿Conoces el impacto medioambiental que conllevan dinámicas como el fast fashion?	
¿Cuánto crees que se preocupan las personas dentro de tu círculo social por el impacto ambiental y social generado por la industria textil?	
¿Conoces algún tipo de iniciativa sostenibles en la industria de la moda?	
¿Qué modelos de moda circular conoces?	
¿Qué maneras en que la moda circular se de o se intente?	
¿Has escuchado el termino Upcycling? ¿qué piensas del Upcycling en términos de vestuario?	
¿Has escuchado el término defashion?	
¿Qué piensas del slowfashion?	
¿Conoce tiendas o medios para adquirir ropa de segunda mano?	¿Cómo te parecen los precios?
¿Conoces otras utilidades que se les dé a las prendas de segunda mano?	¿Qué piensa al respecto?
Información obtenida a partir de la entrevista.	

Anexo III
Guías de entrevista y de observación

Guía de entrevista a consumidores

Guía de entrevista semiestructurada dirigida a consumidores	
<ul style="list-style-type: none"> -Acercarse a quien será entrevistado y comunicarle sobre la investigación, los y las investigadoras y el procedimiento de la entrevista. -Registrar la conversación -Escribir los datos de la entrevista en el instrumento de consumidores, -Escribir los datos relevantes y aportantes captados durante la entrevista y que no están respondiendo preguntas del instrumento o que resultaron de la espontaneidad de la conversación. 	
Pregunta 1	Pregunta 2
¿Cuidas tu ropa?	¿Cómo?
¿Cuánto está dispuesto a pagar por una prenda?	¿Y cuánto por una de segunda?
¿Has alquilado ropa?	
¿Has usado ropa prestada?	
¿Has consumido, comprado o usado ropa de segunda?	
¿Bajo qué condiciones comprarías ropa de segunda mano?	
¿Por qué medio ha consumido ropa de segunda?	¿Con qué frecuencia?
Haz de cuenta que estas escogiendo ropa para desechar, ¿cuáles son las razones por las que escoges estas prendas?	
¿Qué piensas de estrenar ropa?	
¿Cuándo estrenas?	¿Por algún motivo especial?
¿Tienes alguna idea del impacto ambiental producido por la ropa?	¿Qué sabes de eso?
¿Sabes que es la moda sostenible?	¿Te interesa o interesaría?
¿Qué tipo de prendas compraría de segunda mano?	¿Cómo sales de ropa o te deshaces de las prendas?
¿Cómo sales de ropa o te deshaces de las prendas?	
¿Sabes dónde termina la ropa que desechas?	¿Dónde crees que termina esta ropa?
¿Dónde consigues tu ropa?	
¿Cuánto te dura la ropa?	¿Mucho, poco? ¿Por qué?
¿Tus cuidas tu ropa?	¿Cómo?
¿Cuánto está dispuesto a pagar por una prenda?	¿Y por una prenda de segunda?

Haz de cuenta que estas escogiendo ropa para desechar, ¿cuáles son las razones por las que escoges estas prendas?	¿Qué piensas de estrenar ropa?
¿Cuándo estrenas?	¿Algún motivo especial?
¿Alguna vez has alquilado ropa?	
¿Alguna vez has pedido ropa prestada?	
¿Tiene alguna idea del impacto ambiental producido por la ropa?	¿Qué sabes de eso?
¿Sabes que es la moda sostenible?	¿Te interesa?
¿Ha consumido ropa de segunda mano?	
¿Por qué medio?	¿Con que frecuencia?

Anexo IV
Guías de entrevista y de observación

Guía de observación no participante

Guía de observación no participativa	
¿Puede describir el lugar en el que se encuentra?	
¿Puedo describir en detalle a los distintos consumidores?	
¿Puede describir con detalle los distintos vendedores?	
¿Puede describir con detalle la ropa que venden?	
¿Puedes describir las funciones que se le dan a las prendas en este lugar?	
¿Puedes categorizar los puestos de venta?	
¿Qué escuchas de las personas que compran o buscan vestuario de segunda mano?	Qué dicen, ¿qué opinan? ¿qué miran al momento de selección?
¿Puedes ver cuáles son las prendas más requeridas o que las personas más buscan?	
¿Puede describir el tipo de ropa que más es adquirida por la gente y por qué?	
¿Qué factores puedes ver que hagan que cambie la percepción de una persona al momento de adquirir prendas de segunda mano?	

Anexo V
Guía de entrevista de validación para expertos

Guía de entrevista semiestructurada para validación con expertos	
Como primer paso se presenta el mapa del circuito de uso y consumo a cada experto	
¿Qué opina al respecto?	
Dennos su opinión según lo visto: ¿Cree que el ciclo funciona así?	
¿Qué factor es discordante o no le encuentra sentido?	
¿Qué añadiría?	

Anexo VI
Guía de preguntas estructuradas para validación con vendedores

Guía de entrevistas dirigida a vendedores para la validación	
Vendedores de prendas	
Somos investigadores y nos gustaría saber sobre ti y tu negocio, tus productos y los cuidados que les das.	
Pregunta	Respuestas
¿Cómo adquiere las prendas que vende?	
¿Cómo prepara las prendas que vende?	-Las lava -Las repara -Las pinta -Otros:
¿A quién le vendes más?	-Hombres -Mujeres
¿Cómo organiza las prendas para venderlas en el local? (pone en frente las que más venden, visibles al público, las arruma, etc.)	
Si vende en línea ¿En qué red social o espacio vende?	-Instagram -Facebook -Whatsapp -Página web -Otros:
¿Cuáles son las prendas que más vende?	-Busos -Camisas -Chaquetas -Camisetas -Tanktops (sin mangas o de tirillas) -Pantalones (Jeans, drill, tela pesada) -leggings o prendas livianas deportivas Shorts -pantalón corto -Zapatos o botas (calzado) -Ropa interior -Vestidos o enterizos -Otros

Anexo VII

Guía de preguntas estructuradas para validación con consumidores

Guía de entrevista estructurada para validación con consumidores	
Pregunta	Respuesta
¿Cuántos años tiene?	
¿Barrio donde vives?	
Quando tiene ropa que no usa y va a salir de ella, ¿qué hace con ella?	-La vende -La intercambia -La dona -La desecha -La transforma en otras cosas -Otros:
¿Dónde o cómo?	
¿Qué piensa de utilizar o comprar ropa usada? Selecciona todas las opciones que correspondan	-La utilizaría -La compraría -No la utilizaría, ni la compraría
¿Por qué?	
¿Ha intercambiado ropa? Marca solo un óvalo.	-Sí -No
¿Bota o regala prendas en buen estado? Marca solo un óvalo.	-Sí -No
Quando va a botar ropa ¿Dónde lo hace?	
COMPRA DE PRENDAS	
¿Dónde ha comprado prendas de segunda mano? Selecciona todas las opciones que correspondan	-Centro Plaza Minorista de Medellín José María Villa -En línea o por redes sociales -Otro:
Si ha comprado en línea ¿En qué red social o página web lo ha hecho? Marca solo un óvalo.	-Instagram -Facebook -Whatsapp (grupos) -Página web -Otros:
¿Cuál es el motivo por el que compra ropa de segunda mano?	

10. Lista de adjuntos:

Se presenta como adjuntos a esta monografía en una carpeta digital a parte:

Adjunto I Mapa conceptual

Adjunto II Matriz de doble entrada

Adjunto III Estado del arte de productos hechos a partir de prendas de segunda mano

Adjunto IV Estado del arte de productos que pueden estar hechos potencialmente a partir de prendas de segunda mano