

# El mercado de lo usado en la Plaza Minorista José María Villa de Medellín.

*Daniela Hernandez Penagos*<sup>1</sup>, *Ana Maria Restrepo González*<sup>2</sup>  
Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia

\* [danielah.penagos@gmail.com](mailto:danielah.penagos@gmail.com)  
[anam.restrepo@hotmail.com](mailto:anam.restrepo@hotmail.com)

## Resumen

El propósito de este artículo es exponer los hallazgos de la investigación “El mercado de lo usado en la Plaza Minorista José María Villa” en la cual se evidenció el proceso o ciclo de productos usados, referido a su compra, transformación y venta en la Plaza Minorista José María Villa de la ciudad de Medellín, ya que como diseñadoras industriales nos interesa conocer el ciclo de vida del objeto y cómo a este en algunas ocasiones, se le otorga una segunda vida, renaciendo para seguir cumpliendo su función o para desempeñar otras tareas para las que nunca fue pensado inicialmente por el diseñador.

La idea es exponer de manera concisa el proceso de investigación, las bases teóricas y conceptuales sobre las que éste se soporta, los aspectos metodológicos y por último, compartir las conclusiones que dan cuenta del alcance de los objetivos que son: 1. Identificar los diferentes locales que comercializan y restauran productos usados, 2. Predeterminar las distintas maneras en que estos productos usados llegan a estos lugares, 3. Caracterizar las dinámicas en que estos objetos son evaluados, catalogados y transformados para ser puestos a la venta, 4. Conocer los procesos que se tienen en cuenta para la re-venta de los productos usados que resuelven un objetivo general que es: Comprender las dinámicas del consumo alrededor de la compra, transformación y venta de productos usados en la Plaza Minorista José María Villa. De esta

manera el artículo se presenta para aquellos que deseen conocer las diferentes dinámicas que se evidencian alrededor del mercado de lo usado y los procesos de transformación llevados a cabo para cada una de las categorías de productos analizados.

### **Abstract**

The purpose of this article is to present the findings of the research "The market of the used in the Plaza Minorista José María Villa" in which the process or cycle of used products was evidenced, referring to its purchase, transformation and sale in the Plaza Minorista José María Villa of the city of Medellín, since as industrial designers we are interested in knowing the life cycle of the object and how in some occasions, it is granted a second life, reborn to continue fulfilling its function or to perform other tasks For which it was never initially thought by the designer.

The idea is to concisely explain the research process, the theoretical and conceptual bases on which it is supported, the methodological aspects and, finally, to share the conclusions that give an account of the scope of the objectives that are: 1. Identify the 2. Predetermining the different ways in which these used products reach these places, 3. Characterize the dynamics in which these objects are evaluated, cataloged and transformed to be put on sale, 4. To know The processes that are taken into account for the re-sale of the used products that solve a general objective that is: To understand the dynamics of the consumption around the purchase, transformation and sale of used products in the José María Villa Retail Plaza. In this way the article is presented for those who wish to know the different dynamics that are evidenced around the market of used and the processes of transformation carried out for each of the categories of products analyzed.

**Palabras Clave:** mercado de lo usado, dinámicas del consumo, cultura material, resemantización.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Medellín, específicamente en la Plaza Minorista José María Villa, con el transcurso de los años se han ido incorporando unas prácticas del consumo alrededor del mercado de lo usado, en donde productos como prendas para vestir, implementos para el hogar y electrodomésticos, llegan a la Plaza para ser vendidos, transformados, y puestos nuevamente a la venta.

Metodológicamente se desarrolló una investigación cuyo enfoque es cualitativo, aplicando un proceso empírico ya que se basó en la observación, para así descubrir algo desconocido y probar una hipótesis. De acuerdo con esto y continuando con el proceso, se buscaron distintos autores entre los que se destacan: Alonso, Canclini, Zecchetto, Sanín, Lara, Javiera, Cancino, García y Gómez, que soportan los conceptos clave alrededor del tema elegido. Posterior al reconocimiento del lugar y la comprensión de sus dinámicas comerciales, se determinó indagar sobre los productos usados, una forma emergente de mercado y una práctica muy común en el lugar. A partir de ello, se plantearon diferentes hipótesis de cómo se conformaba este comercio y a partir de ellas, y de los objetivos planteados, se dio comienzo a diversas salidas de campo, concentradas en los locales comerciales donde se distribuyen este tipo de productos.

Para poder documentar todos los hallazgos de las salidas de campo, se crearon una serie de instrumentos como fichas de registro de observación directa e indirecta, con el propósito de documentar la información encontrada. En dichas salidas, se realizaron entrevistas a los empleados de los locales, en las que por medio de conversaciones informales, respondieron al cómo se daban las dinámicas de la compra, transformación y venta de productos usados. Una vez finalizadas las visitas, se dispuso toda la información encontrada en las fichas, y de manera organizada compilar la información hallada. Durante los recorridos se pudo identificar diversos locales comerciales que contenían diferentes productos y aunque se encontraron algunos que

pertenecían a la misma categoría, se pudo identificar que cada punto de venta tenía su propia forma de realizar los procesos de selección, transformación y re-venta. En conjunto con esta etapa de la investigación, se seleccionaron cuatro conceptos extraídos de las primeras fichas realizadas al inicio de la investigación que son: Consumo definido por Canclini como el conjunto de procesos socioculturales en los que se genera la apropiación y los usos de los productos, Mercado de lo usado: que Lara define como un procedimiento mediante el cual se pueden volver a usar productos o bienes que estén en buen estado que ameriten una pequeña compostura , Resemantización: que Sanín define como el cambio de sentido o nuevos significados que se superponen al origen, emociones, sentimientos y afectos sentidos por el objeto, es un cambio en el significado y sentido lógico de este y Dinámicas de la Cultura Material: definido por Appadurai (1986) en su texto “La vida social de las cosas”, donde explica que los objetos nos transforman y tienen un importante papel en la configuración de los sujetos, las relaciones sociales y la cultura. De acuerdo con el autor, los objetos y las cosas tienen una vida social y circulan en ambientes culturales e históricos particulares, lo que invita a dejar de verlos como inertes y que cobran vida solo cuando entran en contacto con personas; en donde de acuerdo al tema elegido, se buscaban diferentes autores y fuentes bibliográficas para así compilar la mayor cantidad de información sobre el tema y poder seleccionar todos aquellos conceptos que coincidieran repetitivamente y fueran el medio por el cual se estructurará el resto de la investigación; una vez se clasificaron estos conceptos, se buscaron autores que los definieran y así poder seguir alimentando el proceso de investigación. Finalmente, se clasificó toda la información encontrada, con la cual se abrió paso a las conclusiones de cada uno de los objetivos finalizando el proceso de verificación.

Este artículo se compone de una parte introductoria y un cuerpo que evidencia cada uno de los procesos llevados a cabo y hallazgos que se obtuvieron a lo largo del proceso, mezclando un poco la historia, metodología, conceptos y hallazgos de una forma coherente, donde cada uno de estos se complementan y dan cuenta de un proceso llevado a cabo de tal manera que se permita una

lectura clara de la finalidad y el proceso. Finalmente se muestran unas conclusiones que responden a las preguntas y objetivos que se plantearon inicialmente en el trabajo.

## 2. METODOLOGÍA Y RESULTADOS

En 1881, se inauguró la Placita de Flores, ubicada en el barrio Buenos Aires, la cual hoy en día continúa vigente. Años después en 1884, se abrió otro mercado cubierto en Guayaquil y así se fueron expandiendo los mercados.

En 1952, funcionó el denominado “Pedrero”, un espacio para la comercialización del pescado, con puestos de ventas en carretillas o en el suelo, las cuales con el tiempo se fueron ampliando. Más tarde, un incendio destruyó el “pedrero” y a partir de esto, se propuso su traslado, construir varias plazas satelitales y la central mayorista; fue entonces cuando el 15 de Agosto de 1984 nació lo que hoy se conoce como la Minorista José María Villa, con área aproximada de 26.270 metros cuadrados. Esta plaza fue creciendo, y junto con ella se fueron introduciendo diferentes prácticas además del mercado, lo que hizo que este espacio se convirtiera en un lugar donde las personas pudieran encontrar y realizar múltiples actividades del comercio. (Torres,2.008).

La pregunta problema que buscó responder esta investigación es ¿Cómo son las dinámicas del consumo que se presentan alrededor de la compra, transformación y venta de productos usados en la Plaza Minorista José María Villa? ya que como diseñadoras industriales, nos interesa conocer todos aquellos campos en los cuales podamos explorar los objetos y cómo las personas interactúan con estos, y en este caso, saber sobre las nuevas vidas de estos, indagando y conociendo así todo este mundo del mercado de lo usado, del que no se ha explorado mucho.

Para resolver el objetivo general de Comprender las dinámicas del consumo alrededor de la compra, transformación y venta de productos usados en la Plaza Minorista José María Villa se comenzó con la solución de cada uno de los objetivos específicos en un orden coherente a la investigación; se inició por Identificar los diferentes locales que comercializan y restauran productos usados haciendo un primer acercamiento a la Plaza donde se identificaron 4 categorías

de productos distribuidos por sectores de la plaza en locales que comercializan prendas para vestir, implementos para el hogar, electrodomésticos y entretenimiento.



(Zona de prendas para vestir,

entrando mercancía)



(Zona de implementos para el hogar, camas ya listas)



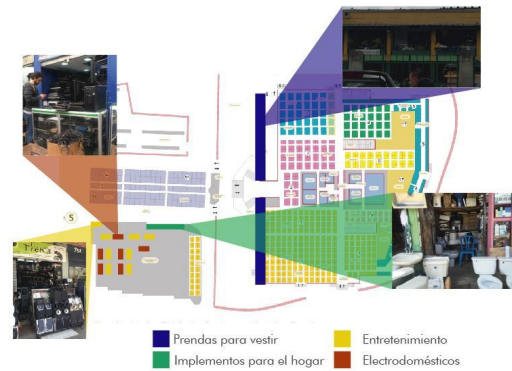
(Zona de entretenimiento,  
exhibición de televisores)



(Zona de electrodomésticos, como  
apilan los computadores)

Realizando así, una sectorización, en donde se ubicaban en un mapa los locales por categoría de productos; prendas para vestir ubicados en la entrada del sector de productos de la canasta familiar, y hogar, tecnología y entretenimiento juntos en otro sector de la minorista al frente de la

zona de comercialización de animales.



Luego de reconocer la manera en que están distribuidos los locales analizados en la plaza, se procede a desarrollar el segundo objetivo, cuyo propósito fue determinar las distintas maneras en que estos productos usados llegan a estos lugares. Se pudo realizar con distintas entrevistas informales, en donde por medio de conversaciones grabadas con audio, y lo que se observara en el sitio, se pudo afirmar que en su mayoría, los productos de segunda que entran a la plaza llegan por medio de recicladores, en segunda instancia los productos llegan a la Minorista por medio de personas que ya no los utilizan y necesitan el dinero y una tercera forma de llegada de los productos es el “trueque” donde alguien llega con un producto ya no deseado a cambiarlo por otro que necesite o quiera.



(Señor organizando los productos)



(Familia bajando los productos del carro)



(señores bajando las lavadoras del carro)

Fue de vital importancia entonces después de conocer su llegada, identificar las distintas especificaciones en que cada local evalúa y cataloga los productos para recibirlos y en las conversaciones entabladas, pudimos ver que uno de los procesos de evaluación para que un producto de segunda sea recibido por el comerciante para venderlo, es que este esté en buen estado o que si requiere alguna modificación, esta sea mínima; otro proceso de evaluación que se lleva a cabo para recibir un producto es la rotación que este pueda tener, que se venda con mayor facilidad y por último como diseñadoras industriales interesa en mayor parte conocer los procesos que se tienen en cuenta para la re-venta de los productos usados donde identificamos cada uno de los procesos de transformación que responden a cada tipo de producto:

1. Prendas de vestir: sacar las prendas a ventilar, limpiar, coser o pegar si es necesario, en el caso de algunos zapatos teñir.





(Ventilan las prendas para que no generen olores)



(Ajustan botones o cosen según la necesidad)



(Pintan las botas con tinta china)



(Rellenan los zapatos con periódico para darles forma)

2. Implementos para el hogar: en el caso de la madera; limpiar, lijar y pintar, en el caso de los electrodomésticos; prueba de funcionamiento, limpieza y mantenimiento.



(Cuando lo requieren se le hacen ajustes)



(Se pitan los productos)



(Así llegan los producto)



(Se lija si el producto lo necesita)

3. Tecnología: prueba de funcionamiento, cambio de piezas si es necesario, limpieza y mantenimiento.



(Proceso de restauración de ventiladores)



( Aspiradoras agrupadas en los pasillos)



(Estufa y respuestos para esta)



(Hornos microondas apilados para rescatar piezas)

4. Entretien: prueba de funcionamiento, cambio de piezas si es necesario, limpieza y mantenimiento.



(Proceso de restauración de grabadoras)



(Proceso de restauración de equipos de sonido)



(Proceso de restauración de pantallas de computador)

Teniendo en cuenta cada uno de los procesos, se puede hablar de la resemantización, definida por Sanín y Zecchetto como una apropiación semántica de transformar, cambiar el sentido o significados que se superponen sobre el origen, es darle un nuevo significado o entidad a los objetos. Interesa reconocer el objeto consumido ya que este es solamente reconocible a través de las apropiaciones que las personas hacen de cada una de las dimensiones culturales a través de las transformaciones físicas, las redefiniciones de las funciones y las resemantizaciones de un sentido, esta juega un papel muy importante en la compra, transformación y venta de productos

usados ya que en algunos de los casos cuando llegan los productos a la plaza Minorista José María Villa pasan por una resignificación, modificando su forma, agregando o eliminando elementos o diferentes materiales que alteran su estructura, y con esto, posiblemente su función y su sentido cambia para darles otra vida y que estos puedan ser comprados y utilizados nuevamente por otros usuarios, para así, poder hablar del mercado de lo usado, que abarca diversos conceptos, que aunque se explica desde distintos campos, se fusionan con el fin de exponer y explicar que la reutilización de elementos es poder recuperar todos aquellos objetos que consideramos viejos, a los cuales se les da una nueva apariencia con el objetivo de poder brindarles un nuevo uso, un nuevo ciclo de vida. Esta temática agrupa a todos los campos que de cierta manera están buscando recuperar y aprovechar todo lo que es usado y considerado un desecho y así se les da esa “nueva vida” en donde por medio de una pequeña modificación, se entrega un “nuevo objeto”.



(Resemantización de un rin de carro a fogón de gas)

Un ejemplo muy claro, es el que podemos observar en la imagen anterior, en donde por medio de la reutilización de unos rines de carro, se adaptan de tal manera que quede funcionando como una parrilla y así proceso creativo similar en cada “nuevo” producto.

En esta dirección, se define la reutilización como el procedimiento mediante el cual se pueden volver a utilizar productos o bienes que estén en buen estado o que ameriten una pequeña compostura. Puede entenderse como darle una nueva vida a un producto que está destinado a ser desecho (Lara,2008,p.47-48) y de esta forma comenzar un nuevo mercado en donde lo usado

juega el papel principal, pues no se genera ningún desperdicio.

Después de todo el proceso de investigación, recolección y entendimiento de la información y conceptos, resolver el objetivo principal de este proceso fue comprender las dinámicas del consumo alrededor de la compra, transformación y venta de productos usados en la Plaza Minorista José María Villa, lo que nos dio paso a poder tener una mirada más minuciosa de la plaza y de las personas que la habitan, acercándonos al lugar, como a estos usuarios reales, en donde darán a conocer su perspectiva del espacio y poder comprender en totalidad las diferentes características y componentes funcionales que albergan este espacio en función de la práctica.

Fue importante conocer todo lo que piensa y vive tanto el usuario como el comerciante, ya que esto nos dio cuenta de la acogida de esta práctica en la sociedad, además de darnos constancia de por qué se comenzó a realizar esta práctica, por qué se realiza en el sector en el que actualmente está y qué procesos son los necesarios para completar esta dinámica de consumo recientemente incorporada en la plaza Minorista; entendiéndolo primero, que el consumo según Néstor García Canclini es el conjunto de procesos socioculturales en los que se genera la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización que hace Canclini ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que un ejercicio de gustos y antojos o compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado, y expone que los hombres intercambiamos objetos para satisfacer necesidades que se han fijado culturalmente, para integrarse unos con otros y para distinguirse de ellos, para realizar deseos y para pensar su situación en el mundo, para controlar el flujo errático de los deseos y darles seguridad en instituciones y ritos.

Para concluir este proceso, es importante entender que todos estos conceptos dan cuenta de una cultura material y para hablar de esta se implica identificar todos aquellos objetos que son representativos en una cultura, y del mismo modo se extrae la asociación, significación y

valoración que estos representan dentro de la vida de los habitantes de cierta región. Para poder tener un reconocimiento se debe abarcar en totalidad las dinámicas de la cultura y sus componentes para así “aproximarse a la comprensión de la relación entre el ser humano y los objetos; por tanto, el estudio de la cultura material proporciona mayor conocimiento del sentido social y cultural de las cosas, es decir, acerca de cómo viven las personas interactuando con los objetos en la vida cotidiana” (Gómez, 2013, p.21).

En los diferentes entornos se encuentran unos hábitats, unos habitantes y unos hábitos los cuales una vez se identifican, pueden brindar la información necesaria para el reconocimiento de todos los componentes que configuran la cultura material y cómo estos son utilizados en las distintas culturas las cuales determinan los diferentes comportamientos y surgimientos de nuevas prácticas en el sector comercial, pues se definen por las mismas necesidades y hábitos dados dentro de la cultura.

### 3. CONCLUSIONES

#### **Renovar espacios y estrategias del comercio**

Con respecto al primer Objetivo específico el cual era: Identificar los diferentes locales que comercializan y restauran productos usados, se concluye que el lugar estudiado es un espacio comercial distribuido por categorías lo que se relaciona con la teoría de Lara (2008) relacionada con el mercado de lo usado, en la cual se expone que la reutilización es un procedimiento mediante el cual se puede volver a utilizar productos o bienes que estén en buen estado o ameriten una pequeña compostura, pudiendo ser insertados de nuevo en una dinámica de consumo. Concluimos que para que ésta comercialización se dé, debe existir contextos específicos, como la Plaza Minorista donde los comerciantes se ubican de manera estratégica en las periferias del lugar y de acuerdo a la tipología de productos, en donde las prendas para vestir (principal producto ofertado en el lugar), se exhiben en la entrada principal de la plaza, mientras

que los implementos para el hogar, electrodomésticos y entretenimiento comparten el mismo espacio, al frente de la zona de mercado; siendo esta ubicación similar a la de una tienda por categorías o hipermercado. En la plaza se usa un tipo de exhibición que en algunos casos se asemeja a un almacén dedicado a la venta de productos que no han sido usados anteriormente, con estanterías y mecanismos que permiten colgar y almacenar productos, complementando así dicha dinámica.

### **Sacarle provecho todo lo desecho**

En cuanto al segundo Objetivo específico el cual consiste en Conocer las distintas maneras en que dichos productos usados llegan a estos lugares, se concluye que se le saca provecho a todo lo desecho soportando esto con la teoría de Canclini (1991), quien afirma que el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en los que se genera la apropiación y usos de los productos en donde los hombres intercambiamos objetos para satisfacer necesidades que se han fijado culturalmente, pudimos concluir que los intercambios en este contexto se dan por proveedores de productos usados que llegan a la Minorista. Los principales son los recicladores, quienes ven en el objeto ya desechado, una oportunidad de generar ingresos monetarios, además de rescatar y detectar el potencial que cada objeto tiene y lo hace merecedor de ser transformado, en segunda instancia los productos llegan a la plaza por medio de personas que buscan realizar un trueque de productos, donde intercambian un objeto que ya no cumple con una utilidad o sentido específico para ellos, recibiendo a cambio otro que sí, y por último aquellas personas que necesitan el dinero y van a los distintos locales a vender sus pertenencias.

### **Sentido funcional, estético o material**

Para el tercer objetivo específico, el cual se definió como Caracterizar las dinámicas en que estos



objetos son evaluados y catalogados al llegar a la plaza, se concluye que la mayoría de los conocimientos, técnicas y tácticas, pasan de generación en generación. De acuerdo con Broncano (2008) quien expone que toda cultura es material, y que esta está conformada por objetos y artefactos diseñados para que cumplan ciertas funciones que refieren a la intencionalidad humana, siendo además portadores de aspectos materiales y comunicativos; concluimos que el proceso de selección que se lleva a cabo para recibir los productos usados, depende de que el objeto siga cumpliendo su función o sea llamativo para alguien, es decir, que por lo menos alguna sus dimensiones (estética, funcional o material) aún permanezca en el objeto, sin requerir numerosas intervención que generen altos costo y tiempo, además de no necesitar personal adicional, sino que con el mismo grupo familiar y con el conocimiento que ha pasado de generación en generación, puedan realizar los debidos procesos que los productos de acuerdo a su categoría necesitan; categoría como la de prendas de vestir donde se hace principalmente una intervención desde lo estético-comunicativo, con el fin de lograr que las prendas luzcan lo mejor posible o parezcan “nuevas”. Electrodomésticos y entretenimiento donde se realiza una intervención funcional-operativa, por medio de cambios de piezas y mantenimientos para garantizar el funcionamiento del producto, e implementos para el hogar que por lo general reciben una intervención en su dimensión estético-comunicativa en donde se hacen mínimos procesos de transformación para hacerlos parecer como nuevos, llegando inclusive a empacarlos.

### **Resemantizar y volver a la vida**

Y para finalizar, de acuerdo al cuarto objetivo específico el cual consistía en conocer los procesos que se tienen en cuenta para la re-venta de los productos usados, se concluye que en estos procesos se busca eliminar toda huella de sus usos pasados. De acuerdo con Sanín (2004), la resementización objetual está compuesta por los significados que se sobreponen al origen, emociones, sentimientos y afectos sentidos por el objeto, es un cambio en el significado y sentido lógico de este, entonces concluimos que los comerciantes al transformar los productos, buscan eliminar toda huella de uso generada por el desgaste de su vida pasada a partir de procesos

específicos de cada categoría. Lijar, taladrar, martillar, limpiar y pintar son procesos que aparecen para intervenir elementos del hogar como camas, mesas y sillas. Limpiar, verificar funcionamiento y hacer mantenimiento general, es lo que sucede la mayoría de veces con los electrodomésticos; y ventilar, limpiar, teñir, coser y pegar con las prendas de vestir. Los registros estéticos que quedan como huellas y rastros de la relación individuo-objeto a través de la vida de este último, intentan ser borradas por los vendedores del lugar, dejándolo así en el mejor estado posible, para que el nuevo consumidor se apropie de él.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

Alonso, L. (2005). *La era del consumo*. España: Siglo XXI.

Cancino, R. (2004). *Perspectivas sobre la cultura material*. Documentos Complementarios, Anales de Desclasificación Comparada, Vol. 1, N°2. La Derrota del Área Cultural.

García, N. (1991). *El consumo sirve para pensar*. Lima.: Revista Diálogos de la comunicación de masas.

Gómez, Y. (2013). *Cultura material cafetera*. Pereira, Colombia.: Universidad Católica de Pereira.

Javiera, A. (2015). *Ropa usada en Chile: Un mercado que crece de la mano del estilo y la ecología*. Recuperado de: biut Sitio web: <http://www.biut.cl>

Lara, J. (2008). *Reducir, reutilizar, reciclar*. Puebla, México. : Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.

Zecchetto, V. (2011). *El persistente impulso a resemantizar*. Ecuador.: Revista de ciencias sociales y humanas Universitas, 1-4.

Appadurai, A. (1986). La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías.

México: Grijalbo.

Broncano, F. (2008). In media res: Cultura material y artefactos. *Artefactos*, 1(1)