

**Ropa de segunda mano VS pronta moda,
a nivel local y global**

Por:

Ana Elisa Gómez Velásquez

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de arquitectura y diseño

Diseño de vestuario

Medellín

2018



DE
SEGUNDA

Ropa de segunda mano y pronta moda, a nivel local y global

Por:

Ana Elisa Gómez Velásquez.

Trabajo de grado para optar por el título de Diseñador de Vestuario

Asesor:

Margarita Baena

Ingeniera textil – Master: Business administrator – PHD Ciencia en ingeniería de
materiales

Docente Diseño de Vestuario UPB



Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de arquitectura y diseño

Diseño de vestuario

Medellín

2018

Noviembre 2018.

Ana Elisa Gómez Velásquez

Declaro 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.

Tabla de contenido:

Pregunta de investigación.....5

Introducción

Problemas

Objetivo principal

Objetivos secundarios.....6

Marco teórico

Marco metodológico.....21

Experimentación.....33

Conclusiones e hipótesis.....39

Bibliografía y anexos.....40

Pregunta de investigación

¿Cómo generar credibilidad y respeto en el consumidor colombiano frente al negocio de ropa de segunda mano?

"La elegancia no consiste necesariamente en ponerse un vestido nuevo". Coco Chanel

Introducción

No es un secreto que la ropa de segunda mano esta tomando fuerza en continentes como Europa y Norte América, sin embargo en países subdesarrollados como Colombia, este negocio aun tiene un largo camino por recorrer, principalmente porque al consumidor colombiano no le gusta comprar este tipo de prendas. La pregunta es ¿por qué? Y ¿cómo lograr que este consumidor cambie esta visión que tiene frente a este nuevo modelo de negocio?

Problemas

- Actualmente al consumidor colombiano no le gusta comprar ropa de segunda mano o prefiere la ropa nueva.
- El consumidor colombiano compra desde el desconocimiento de los beneficios que trae la ropa de segunda y todo lo negativo que trae el consumo masivo de ropa nueva.

Objetivo principal

Con esta investigación se quiere proponer estrategias que podrían ayudar al consumidor colombiano actual sobre como cambiar su percepción frente al negocio de la ropa de segunda mano, percibiéndola como una opción factible a la hora de comprar.

Analizar la efectividad de estas estrategias.

Objetivos secundarios

- Entender de que forma se puede lograr informar a los consumidores sobre los beneficios de este recurso y así cambiar su percepción frente a él.
- Analizar cual es la razón por la cual el consumidor colombiano tiene en tan mal concepto el negocio de ropa de segunda mano.
- Encontrar las diferencias que ve el consumidor colombiano entre vestuario nuevo y vestuario de segunda mano y comprender que hace que desee comprar algo nuevo en vez de algo de segunda.

Marco teórico

Conceptos básicos

Ropa: prenda de vestir. (1)

Vestuario: vestuario es el conjunto de prendas con que se cubre el cuerpo. (1)

Usado/da: gastado y deslucido por el uso. (1)

Nuevo: 1. adj. recién hecho o fabricado. 2. adj. que se percibe o se experimenta por primera vez. (1)

Segunda mano: se entiende como de segunda mano a algo que ya ha sido usado anteriormente. (3)

Antiguo: que existe desde hace mucho tiempo. (1)

Antigüedad: cualidad de antiguo. (1)

Vintage: denomina algo perteneciente a una época pasada que, a pesar de ser antiguo, no puede calificársele propiamente como antigüedad.

- **Concepto vintage Hoy:** El auge de la estética vintage se ha visto acrecentado por iconos de la moda como Dita Von Teese que viste casi exclusivamente con prendas de segunda mano.
- **Etimología:** Vintage es un término que proviene del inglés, derivado del francés vendange luego de alteración semántica, gráfica y de pronunciación. Designa un vino destacable por su calidad, en referencia a una cosecha o añada. La utilización de esta palabra por las distintas bodegas para referirse a los vinos producto de sus mejores cosechas ha hecho que su significado haya derivado a todo producto antiguo de calidad. (5)

Retro: Según la *RAE* la palabra RETRO como tal significa 'hacia atrás'.

- **Concepto Retro:** Cuando nos referimos a retro, se trata de objetos que evocan al pasado, pero que no deben necesariamente pertenecer a él, ni siquiera haber sido diseñados en otros tiempos, simplemente emplean la estética de otra época tratando de apelar a nuestra nostalgia (5)

Diferencia retro y vintage: Algo vintage es algo que pertenece a una época pasada y lo retro evoca una época anterior pero no necesariamente pertenece a esta y puede ser nuevo.

Sostenible: Especialmente en ecología y economía: que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente. (1)

Consumismo: Tendencia de adquirir, consumir o acumular bienes y servicios que, en muchas ocasiones, no son necesarias para las personas. (1)

Apertura económica:

Proceso a través del cual la economía se ajusta a las nuevas realidades del mercado y sus

relaciones sociales, así como a las transformaciones comerciales y tecnológicas mundiales. (4)

Globalización: Difusión mundial de modos, valores o tendencias que fomenta la uniformidad de gustos y costumbres. (1)

Historia de la ropa de segunda mano

- La historia de la ropa de segunda mano retrocede hasta la Europa de la Edad Media y el principio del Renacimiento. En aquellos tiempos, hacer ropa de calidad era un lujo que solo pocos podían darse. No existía la producción masiva y cada prenda era única y a la medida. Esto resultaba en precios muy elevados y poco asequibles para la mayoría de personas, así que compraban ropa de segunda mano.
- A mediados del siglo XIX y principio del siglo XX, con la llegada del prêt-à-porter, de la producción de varias prendas por referencia y de las tallas estandarizadas, la ropa de segunda mano fue perdiendo su atractivo y poco a poco pasó a ser en su mayor parte un producto de exportación a países de bajos recursos.
- Durante la Segunda Guerra Mundial, fueron apareciendo por Europa varios mercados de ropa usada que enviaban de Estados Unidos objetos vestimentarios que recolectaban para recolección humanitaria y donaciones, se convirtió en negocio luego de ver la alta demanda de estas prendas. En momentos de crisis como la guerra, la población necesitaba mucho de cosas a bajo costo lo que hizo que la ropa de segunda mano continuara como negocio rentable.

- En 1950, más del 90% de la ropa comercializada en Estados Unidos se producía de manera local. En la actualidad, solo el 2% de toda la fabricación textil en todo el mundo se realiza en los EE. UU. (6)
- La globalización se consolida a partir de la década de 1960, produciendo grandes transformaciones en diferentes áreas de la vida social, comunicación, economía, servicios y transportes, así como modificando de modo acelerado la cotidianidad de las personas en todas las partes del mundo. Este fenómeno adquiere dimensiones particulares en los contextos fronterizos, ejemplos de ello se pueden encontrar en el continente americano, cómo en la zona limítrofe entre Colombia y Venezuela. (7)
- Debido a la aceleración que parte de la globalización, los involucrados tienen acceso a diferentes tipos de servicios y productos.
- De esta manera, el comercio informal, las fronteras y los mercados populares al aire libre se encuentran relacionados con las redes y la globalización,.
- En los países tercermundistas como COLOMBIA se ve la necesidad de adaptarse a las dinámicas de la economía global, o de transformarse para estar acorde con éstas. Ya que lo global ejerce influencia sobre lo local.
- En países como el nuestro, la cultura de compra de ropa de segunda mano como opción viable aun es un tema delicado de tocar.

Al ser un país con el 17% de la población en estado de pobreza, los consumidores regulares de ropa ven la ropa de segunda mano como una “limosna” o algo que esta destinado para los “pobres”. (8)

Pronta – moda o fast-fashion: El concepto de “fast - fashion” o moda rápida se refiere a un fenómeno de producción y consumo masivo que se incrementa a la misma velocidad a la que las tendencias van sufriendo modificaciones. (9)

- Al mismo tiempo se trata de un modelo de consumo en el que el tiempo de vida de cada prenda es realmente corto. De acuerdo con un estudio realizado por *American Apparel y Footwear Associations* tan solo en Estados Unidos un consumidor promedio adquiere aproximadamente 68 prendas de ropa cada año, dando a cada una un tiempo de vida máximo de tres meses.

Los orígenes de la pronta se evidencian desde los años 60s cuando nacen las **tendencias** y los consumidores jóvenes optan por conseguir ropa muy barata que siga estas tendencias y poder cambiar con ellas. Pronto, las marcas de moda tuvieron que encontrar la manera de mantenerse al día con esta creciente demanda de ropa asequible, lo que llevó a la apertura de fábricas textiles masivas en todo el mundo en desarrollo, lo que permitió a las empresas estadounidenses y europeas ahorrar millones de dólares al subcontratar su trabajo.

Los pioneros de este nuevo modelo de negocio son los reconocidos Zara (1975), H&M (1947), Topshop, etc.

En la década de 1990, la cadena española Zara fue pionera en un enfoque de producción basado en pedidos de lotes cortos con un cambio de dos semanas desde el diseño hasta el comercio minorista. El modelo de negocios de Zara se basa en la producción de un "valor de escasez" y ve a Zara lanzar 11,000 artículos nuevos al año en comparación con 2,000-4,000 de rivales como H&M y GAP. (11)

- El termino fast-fashion fue utilizado por primer vez en los 90s por el New York Times para describir la misión de Zara, declarando que solo tomaría 15 días para que una prenda pasara de la cabeza del diseñador a los estantes. (24)

Pronta-moda en Colombia

Con la llegada de la pronta-moda al país, los bajos precios de estas grandes franquicias alarman a los productores de ropa nacionales. El consumidor es mas exigente con respecto al diseño y busca precios cada vez mas bajos.

- Datos de la consultora Raddar muestran que desde diciembre de 1999 y hasta octubre de 2017 el vestuario aumentó sus precios tan solo 28,42%. La peor parte la llevan algunas prendas femeninas, como los pantalones para mujer, que en casi 17 años aumentaron sus precios 0,76%, y solo 12% las blusas de mujer. (21)
- Juan Diego Becerra, presidente de Raddar, explica que en este periodo “lo único que ha subido es la ropa interior de mujer, porque en otras prendas del vestuario femenino estamos fregados, si tenemos en cuenta que hoy las blusas para mujer son casi tan baratas como en 1999”
- Hoy en día están en Colombia la mayoría de cadenas internacionales de ‘pronta moda’. Hace 10 años llegó Inditex con sus marcas Zara, Bershka, Stradivarius y Pull & Bear-, luego hizo su ingreso Mango y la estadounidense Forever 21, mientras que a comienzos de el año pasado hizo su debut la marca sueca H&M. La agresiva política de promociones de estas marcas ha generado el impulso de compras del consumidor y ha creado una nueva tendencia, que obliga a otras a seguirlas. (21)

El secreto de la pronta-moda

“Si la prenda más económica tuviera una etiqueta que revelara su duración y su impacto ambiental estimado en comparación con aquella que tiene un costo más elevado, ¿el ahorro continuaría siendo atractivo? Probablemente no”. (6)



Imagen: <https://www.lavanguardia.com/>

La verdadera razón por la cual las marcas de pronta-moda son tan económicas, variadas y fáciles de acceder para el usuario, es que los costos se reducen al producir las prendas en países donde la mano de obra es muy económica y trabajan durante largas jornadas, lo que permite que estas marcas puedan vender las prendas a precios muy bajos.

Jornadas laborales de 12 horas y un salario mensual de unos 78 euros es lo que ganan en países como India o Bangladesh. (22)

- La explotación laboral es fruto de un sistema capitalista. La demanda cada vez mayor de las tiendas de Europa y Estados Unidos hace que los proveedores de los países más desfavorecidos aumenten monumentalmente su producción. Esto repercute en los trabajadores de las fábricas con un empobrecimiento de sus condiciones laborales. (22)

- La mayoría de los 168 millones de niños que trabajan en el mundo trabajan para la industria del vestido. (10)
- 85% de los trabajadoras en la industria textil son mujeres.
- Norte América y Europa son los continentes que mas demanda de producción y consumo generan en la estructura geográfica. Sin embargo China es el numero uno en la fabricación mundial de prendas. (11)
- Muy poca de la ropa fabricada en África, se queda en África para consumo local.

Las consecuencias que trae la industria de la pronta moda

Tragedias como la del 2013 en Bangladesh donde se derrumbó un edificio de confecciones y en la que 1.127 personas murieron y más 2.000 resultaron heridas en el derrumbe de una fábrica puso bajo la lupa las duras condiciones laborales en las que se trabaja en la industria textil y la importancia del consumo a conciencia. (9)



Imagen <https://www.racked.com/>

El negocio de la pronta también trae consecuencias de salud para los confeccionistas sino también para los agricultores. En la región de Punjab, India, el uso de pesticidas en el cultivo de algodón ha provocado un aumento en las tasas de cáncer y defectos de nacimiento en los hijos de los agricultores. (24)

Impacto ambiental:

la industria textil es la segunda más contaminante del planeta después de la petrolera.

(22)

- La industria textil se ha caracterizado por ser una de las actividades más contaminantes, debido a los residuos que genera y los altos consumos de agua, energía y reactivos químicos. (26)
- Este sector produce el 20% de las aguas residuales y el 10% de las emisiones de carbono en el mundo, esto es más que todos los vuelos internacionales y los barcos de carga combinados, según un comunicado de la ONU.
- Los otros materiales que llevan sus pantalones, como el poliéster, el nailon o el acrílico, vierten hasta medio millón de micro plásticos anualmente en los ríos que terminan en nuestros océanos afectando los ecosistemas marinos.
- Algunas marcas prefieren quemar las prendas que no venden mientras para producir unos jeans nuevos se necesitan alrededor de 10.000 litros de agua una cantidad mayor a lo que bebería un ser humano en 10 años.⁸. (22)

Ciclo de vida

“Demos un paso atrás de este proceso incesante de consumir cosas mediocres. Y volvamos a un lugar donde invertimos en prendas de vestir que amamos, que vamos a usar, que vamos a aferrar ”. Andrew Morgan director del documental The True Cost.

Ciclo de vida es el proceso vital de un organismo desde su nacimiento hasta su muerte.

(2)

- **Concepto:** Ciclo se refiere a un movimiento circular, proyectado en el tiempo, donde lo que muere sirve de nacimiento para la repetición del mismo ciclo. De

esta manera, el nacimiento de una semilla, por ejemplo, implica la muerte en el ciclo de vida de un fruto o flor.

- **Ciclo de vida de un producto:** El ciclo de vida de un producto (CVP) es representado por 4 etapas, siendo ellas: la introducción, el crecimiento, la madurez y el declive.

Alternativas

Slow – fashion: La antítesis de lo conocido como 'Fast Fashion', también denominada moda industrializada. Es una filosofía de consumo responsable de ropa. El movimiento sensibiliza y educa a los ciudadanos sobre el impacto de las prendas de vestir en el medio ambiente, el agotamiento de recursos y el impacto de la industria textil en la sociedad.

(12)

Concepto: La expresión "slow fashion" se acuñó en un artículo de 2007 de *Kate Fletcher* publicado en *The Ecologist*, donde comparó la industria de la moda eco / sostenible / ética con el movimiento **slow food**. (Slow Food es un movimiento internacional nacido en Italia que se contrapone a la estandarización del gusto en la gastronomía, y promueve la difusión de una nueva filosofía que combina placer y conocimiento).

Moda ética:

Es un concepto que encierra un conjunto de premisas éticas, sociales y ambientalmente basadas en los principios de la sustentabilidad.

- “Los productos elaborados bajo el concepto ‘moda ética’ son productos en los cuales su cadena productiva se basa en la transparencia, la trazabilidad, el respeto al medioambiente, concebidos en una visión acorde a la sustentabilidad en cada

uno de los procesos de la moda”, explicó *Adriana Marina, directora del Foro de Moda Ética Latinoamérica*.

- Según la especialista, la industria de la moda es una de las “más contaminantes y esclavizantes del mundo”. “Cerca del 25% de los pesticidas mundiales se usan en el algodón y la industria está altamente relacionada con el trabajo esclavo e infantil.
- “No hay una conciencia de dónde provienen las cosas. Eso tiene que ver con ser un consumidor responsable, preguntarse de dónde y quién la hizo”. resaltó la *diseñadora argentina Paula Gray*.

(9)

Reciclaje textil:

El upcycling es una forma de reutilizar productos para la fabricación de nuevas creaciones que superen en elemento original y ha entrado de lleno en la industria de la moda (9)

Recrear prendas a partir de la reutilización de tejidos y telas, dándole una nueva vida a algo ya existente.

El concepto nace de Up: mejorar y Cycling: reciclar.

“Downcycling” como trituración de textiles gastados para aislamiento, prácticas tales como vender, intercambiar o regalar; y cualquier otra forma de reutilización o reutilización que evita, o al menos demora, que los textiles sean enterrados en basureros.

(13)

-

¿Qué pasa con toda esta ropa luego de ser utilizada?

Luego de usarlas, los consumidores donan la ropa o la botan.

- De acuerdo con la *ONG Oxfam*, solamente el año pasado las donaciones que recibieron se incrementaron 2 %. Aunque únicamente entre 10% y 20% de la vestimenta donada termina siendo comercializada en las tiendas de caridad. El resto se vende a distribuidores que clasifican las prendas y las envían a países como Pakistán o Malasia
- Los desechos textiles no industriales de la Zona Residencial de Nueva York representan aproximadamente el 7% de la cantidad total de basura que termina en un vertedero, alrededor de 181 millones de kilos. (2011).
- Una gran parte del quince por ciento de los textiles en los EE.UU que no se ponen en vertedero se dan a organizaciones sin fines de lucro como Goodwill y Salvation Army, que a su vez venden en sus tiendas y exportadores de ropa usada. (18)
- India es el mayor importador de ropa usada, superando a Rusia y Pakistán, según los datos más recientes de la División de Estadística de las Naciones Unidas. En este país, la ropa de segunda mano se clasifica en dos categorías: la mutilada y la apta para ser usada. (14)

Según cifras de Naciones Unidas, el principal exportador de ropa usada del mundo es Estados Unidos, seguido de Reino Unido, Alemania, Corea del Sur y Holanda.

Estados Unidos exporta US\$687 millones a:

- Canadá US\$104 millones
- Chile US\$61 millones
- Guatemala US\$55 millones
- India US\$46 millones
- Emiratos Árabes US\$30 millones
- México US\$30 millones
- Tanzania US\$23 millones
- Honduras US\$23 millones
- Angola US\$21 millones
- República Dominicana US\$19 millones

La ropa de segunda mano como negocio

“La ropa de segunda mano comienza a marcar la pauta”. Lo dice *Andrew Brooks*.

El sector está avaluado en cerca de US\$17 mil millones, según la consultora de gestión de Bain & Co. (14) La gran demanda de ropa nueva en el mundo también aumenta la demanda de ropa usada, lo que lo convierte en un negocio viable.

- En general, el mercado global de exportación de ropa usada se estima en unos US\$ 4.000 millones. Pero un análisis de datos de la ONU, realizado por la BBC, revela que este negocio que hasta hace poco era de rápido crecimiento ha caído en los últimos años tanto en términos de volumen como de valor.
- El número de tiendas de reventa en EEUU está creciendo un 5% anual, según la Asociación Nacional de Reventa y Tiendas de Ahorro. (19)
- Kate MacKlean de la Universidad de Birbeck afirma que "El comercio de ropa usada puede caracterizarse como una consecuencia del insaciable apetito de los

países ricos por los artículos baratos lo cual ha conducido a una caída en los salarios en la industria de ropa".

- En el 2016 en EEUU 35 millones de mujeres compraron al menos una vez ropa de segunda mano y en el 2017 la cifra incrementó a 44 millones de mujeres.
- El mercado mundial de la reventa de ropa esta incrementando un 2% anualmente. (28)
- ¿Por qué sucede esto ahora? El negocio de segunda mano siempre ha sido un negocio local, familiar, pero la tecnología está cambiando todo eso. Las redes sociales y la publicidad en línea han ampliado el alcance de lo que antes eran negocios locales.
- También está ocurriendo un cambio cultural hacia los productos de segunda mano. Se solía tener el estigma de ser solo para los pobres. Con la palabra "viejo" ahora reemplazada por "vintage" y acompañada por el moderno valor de "auténtico", la novedad de segunda mano ahora está en aumento y el estigma se ha borrado para mucha gente. La reconocida diseñadora de moda Stella McCartney dijo que cree que *"el futuro de la moda es circular, será restaurativo y regenerativo por diseño y la ropa que amamos nunca terminará como un desperdicio"*. (28)

Impacto ambiental.

El 70% de nuestros armarios están hechos de ropa sin usar que la mayoría de nosotros nos desharíamos con gusto. Estos artículos tienen el potencial no solo de generar ingresos

para nosotros y de una ropa más asequible para otros, sino también de reducir el impacto de la manufactura en el cambio climático.

Ser partidarios de la ropa Vintage y de segunda mano, cumple las 3 R's: Reducción, Reutilización y Reciclaje.

-Reducción de materias primas y de la huella de carbono, que significa la fabricación de ropa nueva y la comercialización y distribución de éstas.

-Reutilización y Reciclaje, porque es una segunda oportunidad a aquellas prendas y evitar tirarlas sólo porque ya pasaron de moda. (27)

Comprar o vender ropa de segunda alarga el ciclo de vida de la prenda y disminuye la cantidad de basura, esto genera una reducción en el impacto ambiental

Los mejores en el negocio

- **Vestiaire Collective (Francia):** Lanzada en el 2009 con el objetivo de ofrecer un espacio online seguro para la compra-venta de artículos de lujo de segunda mano. Vestiaire Collective tiene cuatro millones de miembros en más de 40 países y el año pasado sus ventas ascendieron a cerca de US\$84 millones.
- **Caritas:** Confederación oficial de entidades de acción caritativa y social de la Iglesia católica. Instituida en 1947 por la Conferencia Episcopal Española, Cáritas Española tiene por objeto la realización de la acción caritativa y social de la Iglesia en España, a través de sus miembros confederados.
- The Vintage Showroom London
- Front General Store Brooklyn
- Bobby from Boston Boston

- Ceri Vintage Florence
- J 'Antiques Tokyo
- Eral 55 Milán
- Thred Up

En Latinoamérica

En América Latina, países como México y Bolivia, prohibieron desde hace años la importación de ropa de segunda mano.

- México lo hizo por razones sanitarias
- Bolivia el presidente Evo Morales introdujo un decreto en 2006 en el que se establecía como ilegal el negocio de los "ropavejeros" declarando que "Bolivia no era el basurero de Estados Unidos" (16)

Pero luego de realizar una investigación sobre el comercio de ropa usada en Bolivia que publicó en 2013 bajo el título: "El suéter de Evo: la identidad y el negocio de ropa usada en la Bolivia "postliberal" y "pluricultural". encontró que a pesar de la prohibición, los mercados donde se venden estas prendas se han expandido a un ritmo extraordinario. Se calcula que unas 8.000 toneladas de ropa usada entran al país cada año, la mayoría proveniente de Estados Unidos vía Chile. Y 93% de este contrabando está valuado en más de US\$40.000 millones al año" asegura la investigadora.

(14)

- Parte de lo que esta afectando a la industria es el hecho de que la ropa que se compra en la actualidad cada vez más termina siendo catalogada en la categoría más baja, casi como basura. (15)

En Colombia

Un asunto cultural

La penetración de la ropa de segunda mano en algunos países de América Latina como Colombia ha sido un proceso largo. Ha costado derribar prejuicios.

Para *Fabián Sanabria* (*director de Instituto Colombiano de Antropología e Historia (Icanh)*), una vez adquirida la prenda, “lo mal visto es confesarlo a los cuatro vientos”. La experta en moda Pilar Castaño cree, por su parte, que el tema debe ser entendido desde el significado de la palabra usado: “Si la industria adopta el término *vintage* no como algo viejo, sino como piezas especiales donde se rescate la calidad y valor del producto, se le daría más valor”.

Sin embargo cada vez son mas los que se animan a hacer parte de este negocio ya sea creando marcas o comprando ropa de segunda.

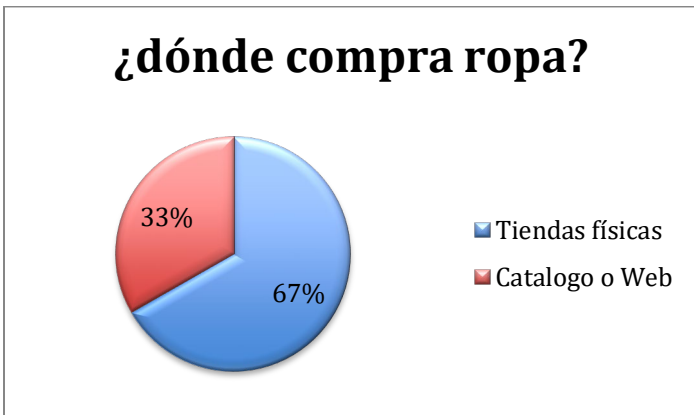
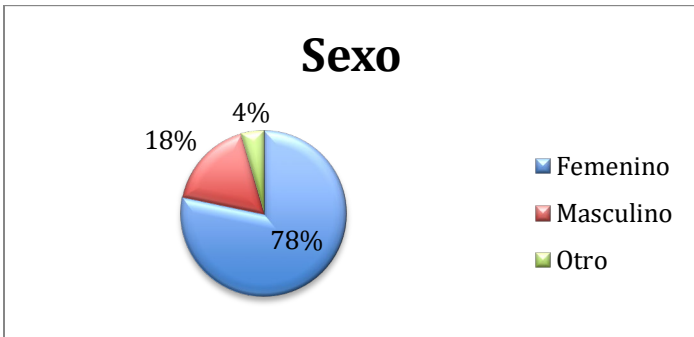
La idea es ir informando cada vez a mas consumidores sobre los beneficios que aporta este modelo de negocio y dejar atrás los prejuicios.

Marco Metodológico

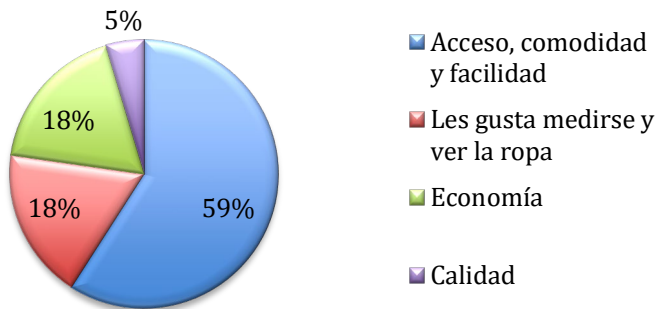
Primero se realizó una encuesta en búsqueda de datos cuantitativos que den un panorama sobre lo que opina, sabe y que experiencias ha tenido el consumidor colombiano frente a la rutina de comprar ropa y la ropa de segunda mano, dividiéndolos por edades para así agrupar de manera ordenada y mas fácil de analizar.

Estas fueron las preguntas con sus respectivas respuestas:

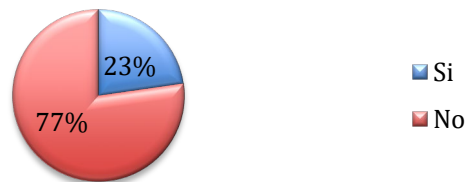
De 15 a 25 años (23 encuestados):



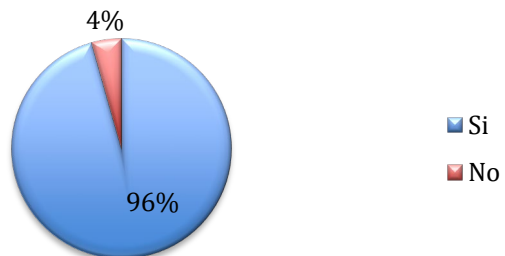
¿por qué compra allí? (Tienda física)



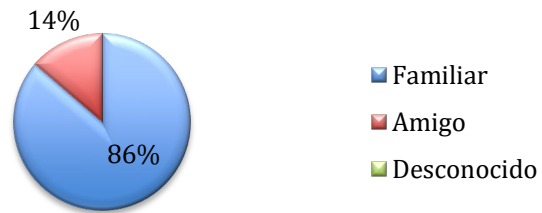
¿Alguna vez ha alquilado ropa?



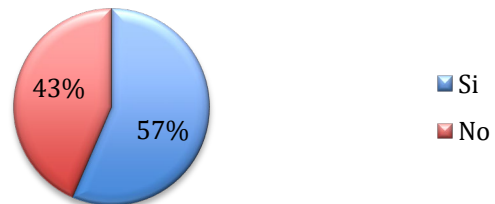
¿Ha heredado ropa alguna vez?



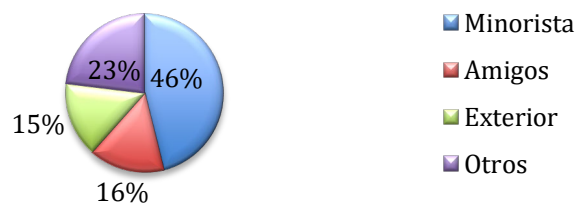
¿De quien la ha heredado?



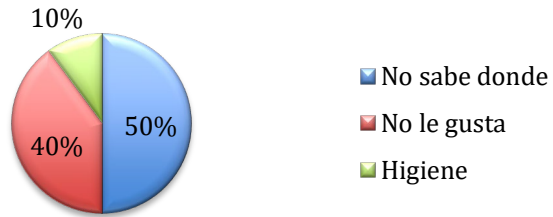
¿ha comprado alguna vez ropa usada?



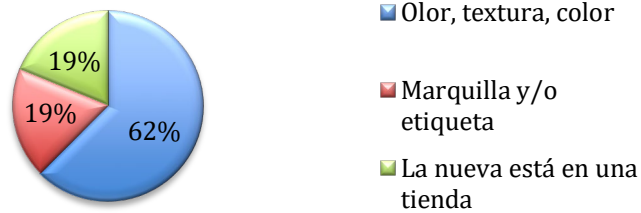
Si respondió que si ¿dónde la ha comprado?



Si respondió que no ¿por qué no ?

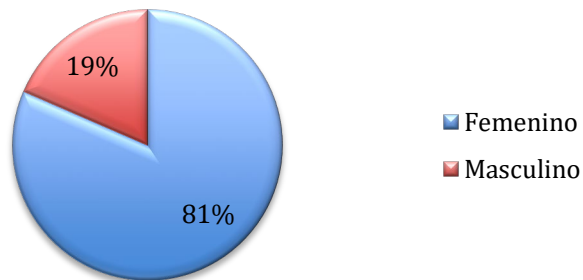


¿qué diferencia una prenda nueva de una prenda de segunda?

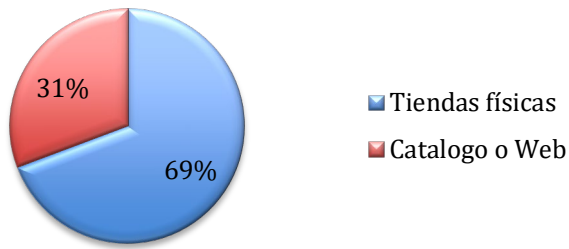


De 15 a 45 años (27 encuestados):

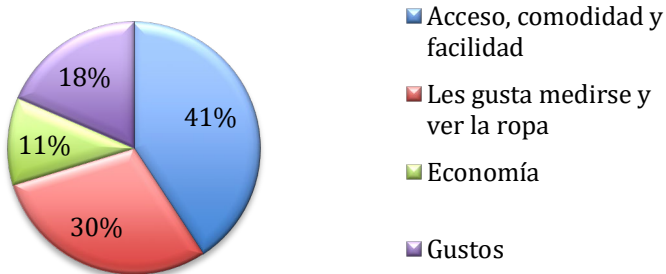
Sexo



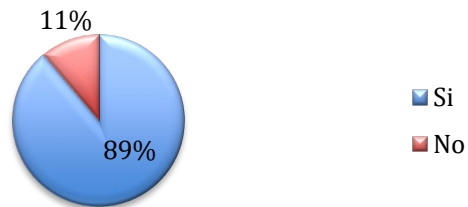
¿dónde compra ropa?



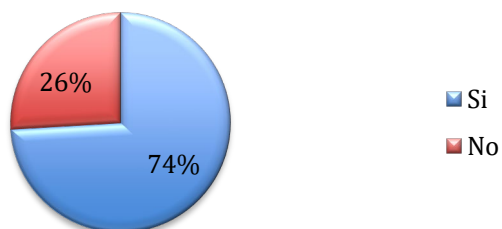
¿por qué compra allí? (Tienda física)



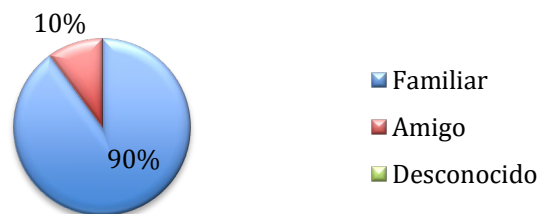
¿Alguna vez ha alquilado ropa?



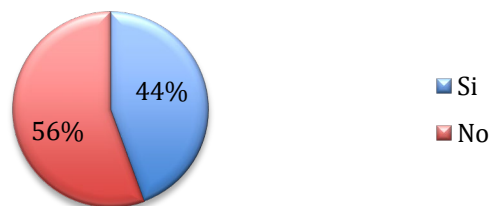
¿Ha heredado ropa alguna vez?



¿De quien la ha heredado?



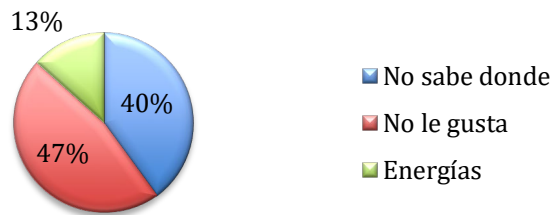
¿ha comprado alguna vez ropa usada?



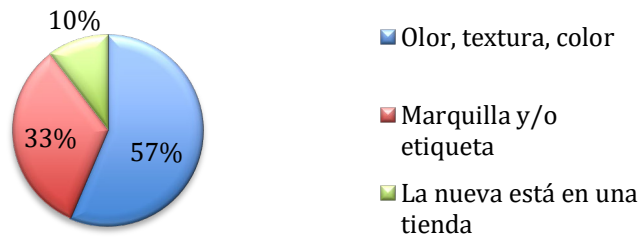
Si respondió que si ¿dónde la ha comprado?



Si respondió que no ¿por qué no ?

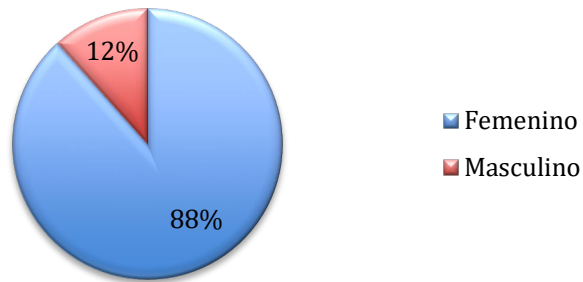


¿qué diferencia una prenda nueva de una prenda de segunda?

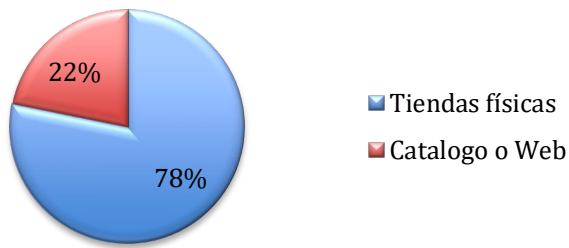


De 45 años en adelante (43 personas encuestadas)

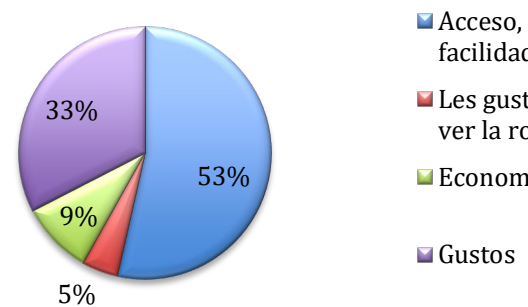
Sexo



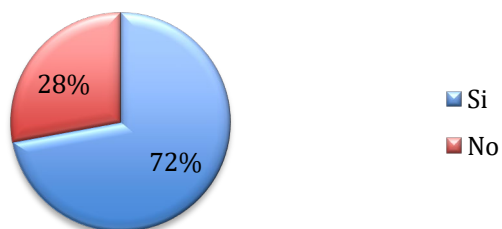
¿dónde compra ropa?



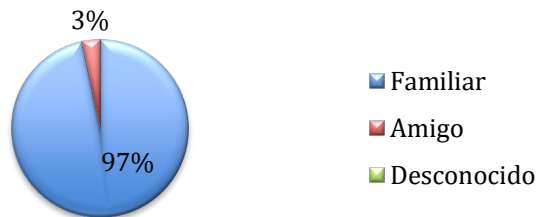
¿por qué compra allí? (Tienda física)



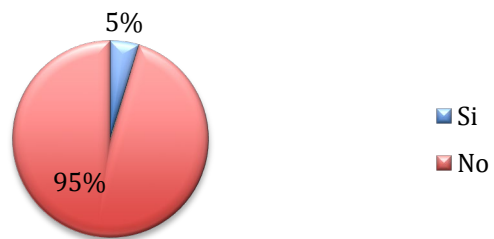
¿Ha heredado ropa alguna vez?



¿De quien la ha heredado?



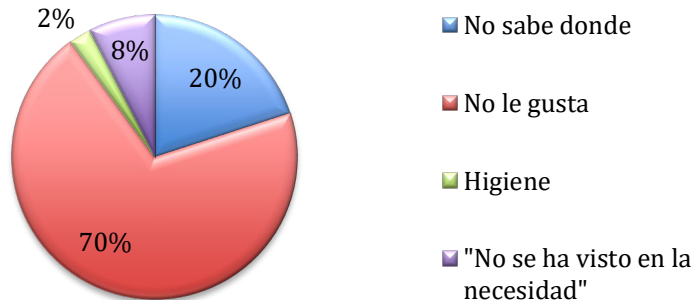
¿ha comprado alguna vez ropa usada?



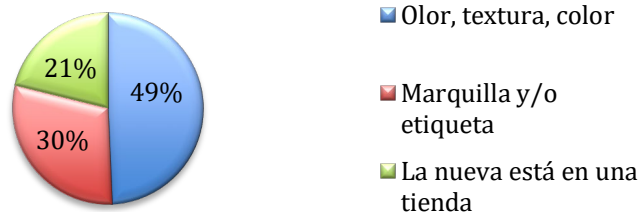
Si respondió que si ¿dónde la ha comprado?



Si respondió que no ¿por qué no ?



¿qué diferencia una prenda nueva de una prenda de segunda?



Conclusiones:

- A la hora de comprar ropa, sea cual sea la edad, todos escogen la comodidad y facilidad de la tienda física.
- Se evidencia que con respecto a la compra de ropa de segunda mano, la edad es un dato crucial: Los mas jóvenes son mas dispuestos a comprarla, solo que no encuentran en donde. Mientras que los mayores se limitan a decir que no les gusta o no se han visto en la necesidad.

- También es importante resaltar que para muchos las diferencias entre la ropa nueva y de segunda son el color, textura y olor. Pero también es importante que tengan etiquetas y el hecho de que la nueva esta en tiendas.

Experimentación.

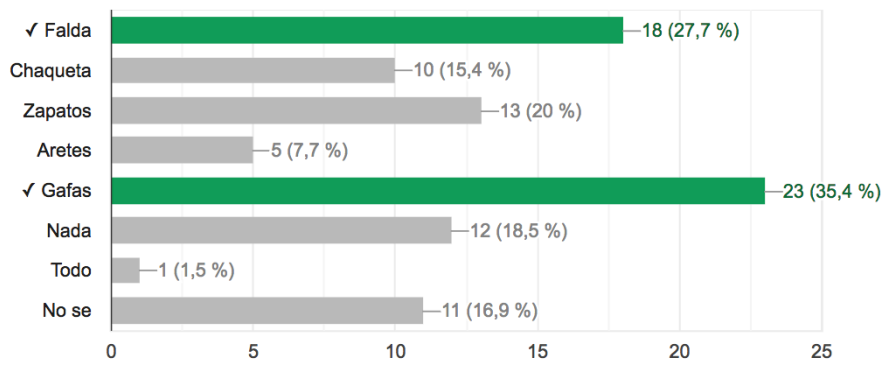
Luego de sacar las conclusiones y revisar la encuesta anterior, se realiza un experimento visual a partir de una editorial de moda que consta de 6 looks.

Las personas deben responder adivinando que prendas son nuevas de cada look solo con mirar la fotografía. Al final pueden revisar sus respuestas y corroborar si se equivocaron o no.

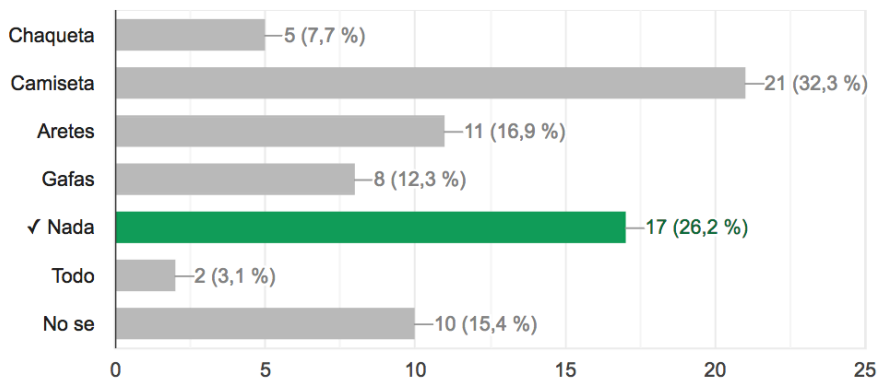
El objetivo de esta experimentación es mostrarle al usuario escéptico que no todas las prendas de segunda mano se ven viejas y feas, y que no todas las prendas nuevas son impecables. La moda está en un momento en el cual la ropa de estilo retro está en tendencia lo que hace mas difícil acertar el cuestionario.

Aquí las preguntas con las respuestas correctas e incorrectas:

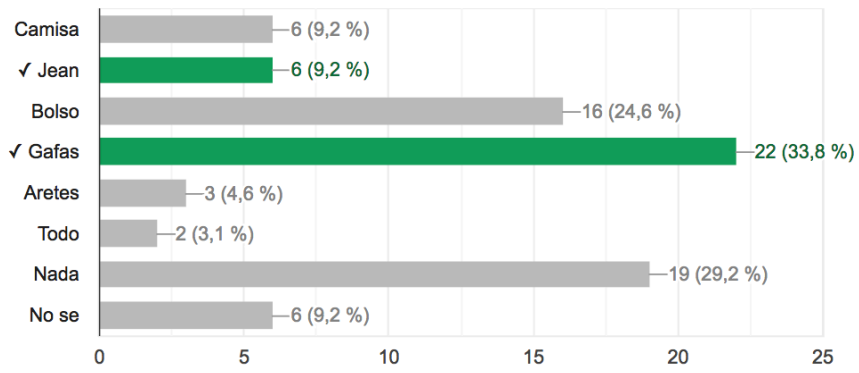
1) Identificar que es NUEVO de la siguiente pinta:



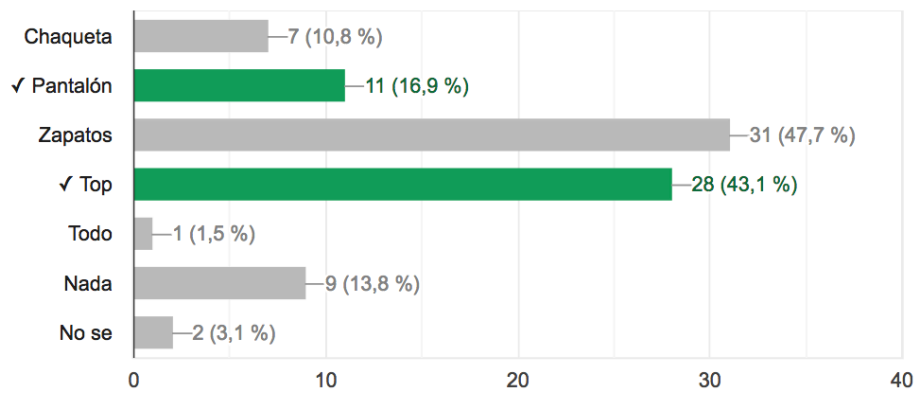
2) Identificar que es NUEVO de la siguiente pinta:



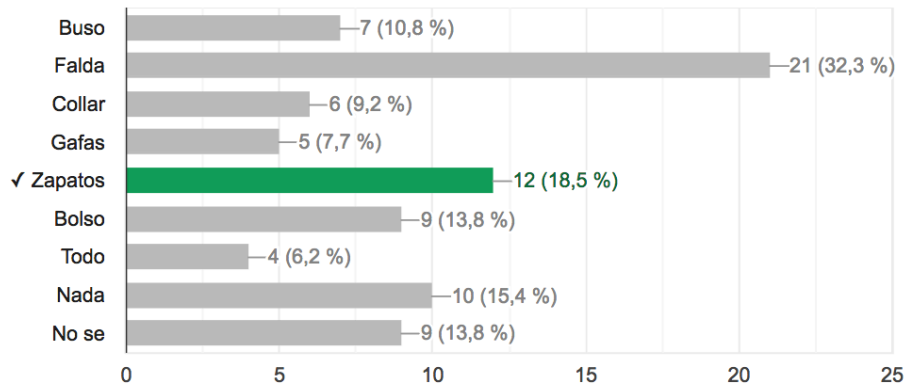
3) Identificar que es NUEVO de la siguiente pinta:



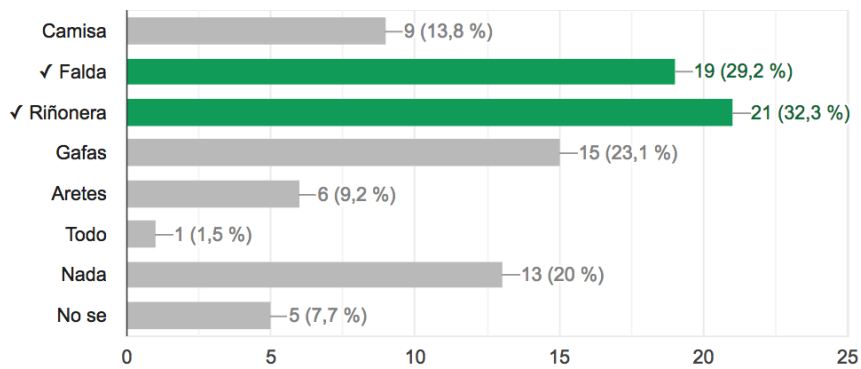
4) Identificar que es NUEVO de la siguiente pinta:



4) Identificar que es NUEVO de la siguiente pinta:



6) Identificar que es NUEVO de la siguiente pinta:



Conclusiones:

Al equivocarse la mayoría de encuestados, es evidente que el tema de la ropa de segunda mano sigue siendo teniendo prejuicios y estereotipos frente al consumidor colombiano.

Sin embargo con un buen trabajo de selección, de prendas y mercadeo, este puede llegar a ser un negocio prospero. Aunque derrumbar estigmas no es algo sencillo, es posible lograrlo.

Futuras investigaciones

Se busca llegar mucho mas lejos con las experimentaciones sociales. Que las personas tengan la oportunidad de comparar y diferenciar prendas nuevas a o de segunda físicamente y se den cuenta que aunque si hay diferencias, los prejuicios sociales impuestos son lo único que los evita de comprarlas. Experimentar con etiquetas en prendas de segunda, seleccionándolas y dándoles un lavado optimo para que las personas encuentren en estas una opción factible para su closet.

También es importante educar al consumidor colombiano, ya que habla desde el desconocimiento. El prejuicio de que la ropa de segunda es para “los pobres” debe ser tumbado y que se den cuenta de los múltiples beneficios que trae la ropa de segunda como: cuidado del medio ambiente, exclusividad de prendas, estilos únicos, entre otros. También mostrarle de donde viene la ropa de pronta moda que tanto le gusta e informarlo poco a poco.

Bibliografía y anexos

1. RAE
2. <https://www.significados.com/>
3. <https://diccionario.reverso.net/espanol/>
4. <https://definicion.org/>
5. <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>

6. Why it's Important to Know Who Made Your Clothes and What They're Made From - Triple Pundit It (<https://www.triplepundit.com/special/sustainable-fashion-2014/modavanti-apparel-post/>)
7. Ropas americanas: Comercio, contrabando y compradores de ropa usada en la frontera de Corumbá, Brasil, y Puerto Quijarro, Bolivia - Alberto Hernández Hernández
8. <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/pobreza-en-colombia-2017-NB8434780>
9. Expoknews
10. Is It OK to Buy Cheap Clothes? - Revista Scholastic Choices. May2017
11. Clothing Poverty: The hidden world of fast fashion and second hand clothes – Andrew Brooks (2015)
12. Kate Fletcher, - Investigadora, autora, consultora y activista del diseño
13. David Goldsmith, Profesor asociado en Parsons The New School para el diseño en Nueva York
14. BBC Noticias
15. El Tiempo
16. Profesora Kate MacLean, investigadora del King's College de Londres y la Universidad de Birbeck.
17. Fabián Sanabria - director de Instituto Colombiano de Antropología e Historia
18. The Worn, The Torn, The Wearable: textile recycling in Union Square -David Goldsmith /The Swedish School of Textiles, University of Borås
19. Fast Fashion, the Remix - Anita Hamilton – Time

20. The Six Best Secondhand Stores in the World - Esquire
21. Revista Dinero 11/2017
22. El Espectador
23. **<https://www.lavanguardia.com/>**
24. <https://fashionista.com/>
25. <https://www.vogue.es/>
26. <https://www.revistavirtualpro.com/> Estudios de prevención de contaminación en la industria de procesos húmedos textiles.
27. <https://www.conexionverde.com/>
28. <https://www.forbes.com/>