

¿Un aumento de la moda sostenible?

Laura Vanessa Hincapié Hurtado.

Institución Universitaria Pascual Bravo.
Facultad de Producción y Diseño.
Tecnología en Gestión del Diseño Textil y de Moda.
Medellín- Antioquia.
2020.

¿Un aumento de la moda sostenible?

Laura Vanessa Hincapie Hurtado.

Trabajo de grado para optar al título de Tecnología en Gestión del Diseño Textil y de Moda.

Asesor

Juan Esteban del Sagrado Corazón de J Gallego Rico.

Institución Universitaria Pascual Bravo.

Facultad de Producción y Diseño.

Medellín

2020.

Contenido.

Glosario.....	4
Introducción.....	5
Capítulo 1: Problema.....	7
Capítulo 2: Justificación.....	9
Capítulo 3: Objetivos	10
Objetivo general:.....	10
Objetivos específicos:.....	10
Capítulo 4: Referentes teóricos	10
Capítulo 5: Metodología.	17
Capítulo 6: Resultados.	20
Capítulo 7: Recomendaciones.	28
Capítulo 8: Conclusiones.....	29
Referencias	30
Anexos.	32
ANEXO A: Formato de Observación no participativa:.....	32
ANEXO B: Cuestionario en blanco https://forms.gle/u2HxDYjDj65rHu2B7	33
ANEXO C: Respuestas de la encuesta.....	34

Glosario.

- **Fashion revolution:** Es una organización sin fines de lucro. Realiza campañas para la reforma sistémica de la industria de la moda con un enfoque en la necesidad de una mayor transparencia en la cadena de suministro de la moda (AMENGUAL, 2019).
- **Fashion revolution 2:** Es el movimiento que se ha tomado las redes sociales desde hace un par de años y que busca generar consciencia sobre los procesos de producción de la ropa. Esto comenzó porque un 24 de abril del 2013 ocurrió el cuarto mayor desastre industrial de la historia en Bangladesh. Esta tragedia expuso al mundo la realidad de la industria textil. Fue así como nació Fashion Revolution, que tiene por objetivo promover un concepto de la moda más justo, seguro, limpio y responsable (Muñoz, 2019).
- **Fast fashion:** “fast fashion” o “moda rápida”. Se entiende moda rápida como el fenómeno por el cual se introducen colecciones de ropa que siguen las últimas tendencias de la moda y que han sido diseñadas y fabricadas de forma acelerada y a bajo costo. Comprar más, usar menos. Es la fórmula de consumo acelerado que tiene a la moda entre una de las industrias más contaminantes del planeta (Mira, 2018).

Introducción.

Las prendas sostenibles son todas aquellas producidas por métodos menos perjudiciales para el ambiente con tejidos cada vez más naturales y libres de productos tóxicos. Como criterio fundamental es la conservación de los recursos naturales y facilitando el reciclaje, reutilización y creando a partir de los desechos nuevas cosas y/o prendas y así buscando minimizar el impacto ambiental, preservar y mejorar la salud del planeta y las condiciones laborales de las personas en la industria de la moda.

Este tema fue elegido ya que profundiza más sobre el porqué no hay tantas prendas sostenibles en el mercado, sus causas y efectos, opiniones de autores y ciertas medidas de solución. También el uso de los desechos que hay en el mundo, además concientizar a la gente e incentivarlas a hacer un cambio que beneficiaría a muchas personas y a la naturaleza porque rápidamente se está acabando con los recursos que existen, contaminando más de lo normal. Además, mostrar con diferentes formas de análisis el proceso de investigación que se hizo, evidenciando así que muchas compañías y de más están dispuestas a mejorar sus productos por una mejor calidad de vida, las campañas que se están realizando y demuestra también que se ha ido demorando porque ha sido difícil llegarles a las personas, que tomen y se sumen a este cambio.

Las textileras o marcas buscan sumarse al cambio, aportar al reciclaje, mejorar en diferentes ámbitos demostrar que también en la moda se pueden sacar productos 100% ecológicos e igual de hermosos, ya que se dice que la industria de la moda es la más contaminante con este aporte y este nuevo cambio tratan de erradicar eso y demostrar que también pueden mejorar e influenciar a la gente para que también lo hagan, crear un pensamiento más ecológico y menos contaminante, demostrar que esos productos que fabrican de ese material aparte de tener un gran valor agregado tienen una gran resistencia.

El enfoque de esta investigación será cualitativo y el método que utilice para realizar esta investigación fue el método proyectual de Bruno Munari el cual

consiste en una serie de operaciones necesarias para conseguir un máximo resultado con una serie de herramientas o pasos indicados para lograrlo. Todo esto se trabajará por medio de los instrumentos de observación no participativa, un cuestionario y un informe y a cada uno se le aplicó un análisis diferente en los cuales para estos utilicé fotografía con triangulación, tabla de observación con interpretación e identificación de la información obtenida.

Capítulo 1: Problema

Son pocas las empresas y marcas que se han sumado a la venta de prendas o productos sostenibles por todo lo que conlleva su fabricación, lo que no saben es que, si se siguiera apoyando este proyecto sacar más a la venta productos sostenibles, se formaría una gran conciencia en las personas y un cambio positivo para el planeta, entonces porque no ¿Un aumento de la moda sostenible? ya que bastante contaminado se encuentra nuestro planeta y es hora de buscar soluciones para un mejor futuro.

La moda sostenible es importante ya que hace tomar conciencia de los actos de cada persona, además se va difundiendo la idea de cuidar los recursos y apostarle a la sostenibilidad, al crear un bienestar colectivo y que en su proceso de fabricación no se involucra un daño parcial o permanente, esto ha ayudado para cambiar el pensamiento no solo de los consumidores sino también de los diseñadores, dándoles un mayor compromiso ambiental y social expresándose por medio de sus diseños y apoyando diferentes campañas.

Las pesadas consecuencias para el sostenimiento de la vida del planeta es el resultado de la intensa actividad que el hombre desarrolla sobre la naturaleza por la misma producción, esto afectó el modo productivo de la vida humana (Morales Calayud, Moya Padilla, & Suárez Suárez , 2019; Morales Calayud, Moya Padilla, & Suárez Suárez , 2019).

Ya es hora de que las personas se den cuenta que no hay que seguir contaminando más este planeta y dañando lo que nos queda solo por complacer su consumismo, ahora es que se deben concientizar de que reciclar es una buena forma de ayudar, de aportar y de mejorar muchos ámbitos y tanto así que poco a poco con ayuda de las textileras y de los que trabajan con esas campañas es que este planeta va tomando más fuerza para una buena sostenibilidad, es cuestión de

que las personas vayan aportando más y ayudando a estos proyectos de hacer productos reciclados.

En América Latina llegó muy tarde a la gestión sostenible de recursos sólidos. El propósito no puede ser solo limpiar las ciudades, sino convertir la basura en un insumo con valor para la economía y un activo para la sociedad (Sulé Ortega, 2018; Sulé Ortega, 2018).

¿Un aumento de la moda sostenible?

Capítulo 2: Justificación.

La relación del fashion revolution con la sostenibilidad es como lo dice su palabra “revolución de la moda”, ya que es un movimiento global que unifica la voz y esfuerzos de personas e instituciones para mejorar la forma en que se produce y consume moda, asegurando que esta se fabrique de manera segura, limpia y justa, y fomentando la colaboración en toda la cadena productiva, respetando los derechos legales de los trabajadores sobre cualquier cosa. También cuestionarnos sobre nuestro papel como consumidores en una industria poco responsable, tanto con el planeta, como con las personas que trabajan en ella. La sostenibilidad debe comprender la conciencia social, de clase y de género. De otra forma, se busca fomentar, de una manera cómoda y desde la conveniencia, nuevas formas de producción que no perjudiquen nuestro medio ambiente, satisfacer la necesidad de consumo y que así todos salgan ganando de alguna u otra forma.

La presente investigación se enfocará en por qué no hay casi prendas sostenibles en el mercado, porque solo una pequeña población tiene acceso a ella, los costos elevados de venta y que piensan las personas acerca de la moda sostenible. La motivación para realizar la investigación es que solo hay una pequeña población que utiliza este tipo de prendas, no es justo ya que esto hace que pocos sean los que conozcan los productos sostenibles. Pretendemos entonces incentivar a las empresas y las personas, para que vendan y compren más moda sostenible para ayudar al ambiente, se realice un aporte social e industrial, así como generar conciencia de lo que se está viviendo hoy en día. Esto beneficiaría no solo a los consumidores sino también, al ambiente y las empresas.

Capítulo 3: Objetivos

Objetivo general:

Identificar cuánto ha sido el aumento de prendas sostenibles en Medellín.

Objetivos específicos:

- Indicar cuales son los porcentajes de aumento de prendas sostenibles en Medellín.
- Explicar porque la gente no se suma a la iniciativa de las prendas sostenibles.
- Identificar los factores que impiden que las marcas se unan a los principios de la moda sostenible

Capítulo 4: Referentes teóricos

1. Todos ven la sostenibilidad como un medio de solución a muchos problemas ambientales y/o sociales que las personas causan, pero como tal nadie sabe una definición exacta de que sea, de que trata o que logra evidenciar, por esto mismo Miguel Ángel y María dicen que “La sostenibilidad como “una forma de vida o de ser en la cual las personas, empresas, gobiernos y demás instituciones son responsables de atender el futuro, ya que les pertenece en la actualidad, de compartir, equitativamente, los recursos ecológicos de los cuales depende la supervivencia de los seres humanos y otras especies y de garantizar, que todos los habitantes de la actualidad y del futuro puedan y podrán satisfacer sus necesidades y aspiraciones humanas” (Gardetti & Delgado Luque, 2018). También aportan a esto diciendo “Así, la falta de sostenibilidad surge, en parte, de la misma racionalidad. Es por ello que debemos “repensar” todas nuestras ideas, acerca de quiénes somos y cómo administramos el mundo a través de la ciencia y de la tecnología” (Gardetti & Delgado Luque, 2018).

Garbiñe se suma diciendo que “El impacto medioambiental que supone fabricar una camiseta, las condiciones en las que trabajan personas que se encargan de

confeccionar la ropa o el país de donde procede cada una de las prendas influye, cada vez más, en la decisión del consumidor a la hora de comprar en una u otra tienda” (Continente, 2018). “La moda ya no solo significa estar guapa, tener estilo o vestir las últimas tendencias. Se trata de comprar con una serie de principios, de ver lo que hay detrás de lo que vestimos. Por eso, cada vez son más las firmas que surgen dentro del ámbito moda ética o sostenible. Por lo general, son marcas que fabrican en España o, al menos, en Europa, que cuidan el medioambiente en su proceso y, ante todo, cuidan que las condiciones de trabajo sean lo más óptimas posibles” (Continente, 2018). El señor Continente aporta que “Con su trabajo quieren demostrar, no solo que es posible diseñar y crear moda con unos valores éticos y sostenibles, sino que esta moda es accesible y, además, incluye las tendencias de las grandes marcas” (Continente, 2018).

Desde otro lado María da su punto de vista diciendo “El reto de la sostenibilidad al que se enfrentan las organizaciones no ha hecho más que comenzar. Los requerimientos de métodos pedagógicos, tienen el reto de encontrar soluciones socialmente aceptables y ecológicamente proactivas a la vez que cumplen las expectativas económicas” (Docampo, 2015). Y contándonos como “un grupo de pequeñas compañías innovadoras que han llevado a cabo un cambio radical en su modelo de negocio, aprovechando la sostenibilidad medioambiental como una fuente de ventaja competitiva para obtener una diferenciación en el nuevo mercado y establecer una marcada identidad de marca” (Docampo, 2015). Además, “El camino hacia la sostenibilidad puede considerarse una nueva manera de competir en la constante tarea de encontrar nuevos segmentos de mercado y sobrevivir en su mercado competitivo”. “ser verde y ético ya no es una opción, sino una necesidad económica” (Docampo, 2015).

El señor Sass nos cuenta que “La sostenibilidad es la conservación de la vida a través del equilibrio ecológico: humano, animal, vegetal y planetario. Muy pocos productos, y mucho menos las prendas de vestir, cumplen con el concepto de sostenibilidad en su totalidad. Una de las tendencias más importantes en el mundo de la moda es la expresión de la conciencia ecológica, social y comunitaria.

Actualmente existen muchas compañías que ofrecen una mercancía diseñada de manera adecuada, y ocupan así el vacío que existe entre la moda artesanal tradicional y la alta costura, al asociarse con comunidades indígenas y con cooperativas de apoyo” (Brown, 2010).

Además, “El impacto de la industria de la moda y textil sobre el medio ambiente, así como la globalización de las actividades de la misma hacen que la sostenibilidad sea clave para poder entenderla en la actualidad” (Lago Fernández, 2019). “Las personas con interés por la promoción de procesos y empresas sostenibles, o que simplemente tienen en cuenta factores éticos a la hora de comprar un artículo de moda, no se corresponden con las personas que tienen el poder adquisitivo para permitirse los precios de las marcas que lo venden” (Lago Fernández, 2019). “Las expectativas de los consumidores para que las empresas operen de manera sostenible. Por esta razón, se podría ver reducida, y la sostenibilidad de las marcas convertirse en regla, por demanda expresa de los consumidores” (Lago Fernández, 2019).

De esta manera aporta el señor Luther King “Es necesario un humanismo sostenible que defienda la naturaleza humana, de acuerdo con su esencia y dignidad. No es suficiente, ni lógico, poner el acento sobre las responsabilidades del ser humano en la conservación del planeta, sin detener la mirada sobre su propia falta de sostenibilidad” (Luther King, 2018). “Ir a las causas de los desórdenes que el ser humano provoca en el medio ambiente y en los ecosistemas, incluidos los ataques contra la dignidad del ser humano, contra su carácter personal y contra su identidad, solo de esta forma obtendremos respuestas a las causas que atacan su propia sostenibilidad” (Luther King, 2018).

“Esta perspectiva es consistente con el concepto de "sostenibilidad muy fuerte". De acuerdo con esta posición, los recursos naturales no pueden ser sustituidos por capital elaborado por el hombre. En consecuencia, no pueden agotarse sin que se produzca una pérdida irreversible de bienestar social. La sostenibilidad muy fuerte ampara una solidaridad ecológica más fundamentalista con la Tierra y todas las formas de vida” (Gallopín, 2003). “Para la mayoría de nosotros resulta

inaceptable perseguir la sostenibilidad ecológica mermando el interés por los aspectos sociales y económicos, al punto de excluir a los seres humanos o aumentar la pobreza” (Gallopín, 2003).

Desde un lado más ético Zahedi y Gudynas nos dicen que “A lo largo de los últimos años se ha generado un debate ético sobre el ambiente en América Latina, que ha ido incorporando tanto aspectos propios como tomando aquellos. A la vez, esas discusiones se han nutrido de preocupaciones referidas a la calidad de vida y la salud” (Zahedi & Gudynas, 2008). “Se invoca al principio preventivo proponiendo tomar medidas para evitar la posibilidad de daños ambientales graves o irreversibles, aun cuando el conocimiento científico sobre el tema sea incompleto o inconcluso. También se propone un consumo sustentable, incluyendo cambios fundamentales del estilo de vida para orientarse hacia la calidad de vida y la suficiencia material en un mundo finito” (Zahedi & Gudynas, 2008).

“La solución de una problemática social como lo es la contaminación, debido a la cantidad de prendas desechables que produce la industria textil, usando tintes y colorantes tóxicos que generan un gran impacto en el medio ambiente. [...] Diseñar y fabricar prendas con una vida útil mucho más larga, buscando generar conciencia sobre el uso de la moda y el consumo de ella, de igual manera se ofrece un producto más útil, prendas con precios más bajos en grandes cantidades y contribuyendo al medio ambiente y al desarrollo social de miles de familias a nivel mundial” (Gutiérrez Rico & Guerrero Hernández, 2017).

Y se concluye con el aporte del señor Pérez diciendo que “La sostenibilidad debe atender las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones del futuro para satisfacer las suyas, generando así un equilibrio entre bienestar social, crecimiento económico y cuidado del medio ambiente” (Durango Pérez, 2019). “La moda sostenible busca producir de una forma respetuosa con el medio ambiente, con los derechos humanos y laborales, cuida también del bienestar de las personas que hacen parte de los procesos de producción y venta. Busca que el sector empresarial no haga prácticas abusivas

en algunos países tercermundistas, combate la explotación infantil, y busca garantizar un comercio sin competencias desleales para que no se den acumulaciones injustas de riquezas y todos se vean equitativamente favorecidos” (Durango Pérez, 2019).

2. Se entiende bien que el señor Gardetti y la señora Delgado hablan de que la racionalidad ante la sostenibilidad hace que tengamos esa gran falencia, por ello sería bueno se debería reevaluar las condiciones, pensamientos y acciones (Gardetti & Delgado Luque, 2018) y el señor Luther King desde su pensamiento nos hace entender por igual que estamos perdiendo hasta el carácter, que no somos capaces de defender la naturaleza y la falta de sostenibilidad que cada persona tiene, es necesario un humanismo más responsable (Luther King, 2018).

Desde este ámbito estos 3 autores están de acuerdo con que se debe mejorar el trabajo para los empleados y haciendo lo más factible para cada uno de ellos. El señor continente quiere demostrar que es posible diseñar y crear moda con unos valores éticos y sostenibles, también que esta moda es accesible, pero comprar con una serie de principios, de ver lo que hay detrás de lo que vestimos siendo mucho más éticos (Continente, 2018). A esto lo apoyan El señor Fernández y los señores Zahedi y Gudynas. Ya que el señor Fernández habla de que a la hora de sacar productos las empresas o marcas les hacen faltan más mentalidad ética al igual que compradores, pero sobre todo siempre también pensando sobre todo que debemos implementar cambios en nuestra vida (Lago Fernández, 2019). Y los señores Zahedi y Gudynas finalizan aportando que a lo largo de los últimos años se ha generado un debate ético sobre el ambiente en América Latina. A la vez, esas discusiones se han nutrido de preocupaciones referidas a la calidad de vida y la salud. También se propone un consumo sustentable, incluyendo cambios fundamentales del estilo de vida para orientarse hacia la calidad de vida y la suficiencia material en un mundo finito (Zahedi & Gudynas, 2008).

En esta parte se toca más la parte de compañías que tratan de hacer un cambio o innovar, así como lo plantea la señora Docampo diciendo cómo aprovechar la sostenibilidad medioambiental como una ventaja competitiva así es más fácil

obtener nuevos nichos de mercado y tener una diferencia a muchas otras, desde un grupo de pequeñas compañías innovadoras que han llevado a cabo un cambio radical en su modelo de negocio y estructura de la cadena de aprovisionamiento (Docampo, 2015). En esto el señor Brown desde su punto de vista da un apoyo a lo que la señora Docampo dice, ya que dice que una de las tendencias más importantes en el mundo de la moda es la expresión de la conciencia ecológica, social y comunitaria. Actualmente existen muchas compañías que ofrecen una mercancía diseñada de manera adecuada, por esto entre más compañías trabajen de una manera sustentable habrá un gran cambio a nivel global o mundial (Brown, 2010).

Estos 3 autores están de acuerdo con que los recursos naturales se deben cuidar, contribuyendo al medio ambiente, un cuidado y producir de una forma respetuosa. La sostenibilidad tiene que tener un equilibrio para su obtención y que de cierta forma no hay que seguir con tanto consumismo exponiendo o pasando por encima de otras cosas o personas o malgastando los recursos naturales (Gallopín, 2003). Diseñar y fabricar prendas con una vida útil mucho más larga, buscando generar conciencia sobre el uso de la moda y el consumo de ella, de igual manera se ofrece un producto más útil, prendas con precios más bajos en grandes cantidades y contribuyendo al medio ambiente (Gutiérrez Rico & Guerrero Hernández, 2017). La moda sostenible busca producir de una forma respetuosa con los derechos humanos y laborales, combate la explotación infantil, y busca garantizar un comercio sin competencias desleales para que no se den acumulaciones injustas de riquezas y todos se vean equitativamente favorecidos y con el aprovechamiento de estos recursos hacer productos perecederos y conscientes para un mejor futuro (Durango Pérez, 2019).

3.Desde que se ha venido utilizando los recursos naturales nos hemos vuelto más y más consumidores de él, tanto que hasta para hacer varios procesos de producción de artículos o cosas parecidas se elevan los costos, pero con ello también la contaminación la cual ya empieza afectar bastante, pero la gente no se concientiza de esto, no entiende que debemos utilizar más cosas que ayuden y no

que destruyan. Claramente, ya nadie piensa en el daño que hacen con cada cosa su aporte, en vez de pensar en sostenibilidad, en ayudar al medio ambiente, en general productos que aporten y no sean tan desechables, en reutilizar y/o reciclar, solo piensa en saciar el consumismo de cada uno, pero no por un medioambiental si no por uno el que contamina, no aporta y disminuye las cosas buenas. Cada persona necesita algo y le da solo “pereza” el hecho de querer mejorar algo que cada uno se encargó de afectar.

La gente se ha vuelto tan exigente a la hora de comprar que cualquier mínima cosa la recatan, ya que exigen prendas en un excelente estado, además el trabajo que hacen los confeccionistas y demás para que la calidad del producto sea alta, son grandes, porque son jornadas de trabajo pesadas con horas y esfuerzo no muy factibles y esto solo genera que no sea lo más indicado o perfecto pensando en el saludo de ellos. Aparte la gente debe de entender que por medio de la moda se puede influenciar una gran población de personas y llegar a muchos lugares del mundo mediante el cual permita la utilización, distribución y comercialización de productos y ropa sostenible.

La accesibilidad que hay para obtener los productos sostenibles nunca ha sido la mejor por sus precios tan altos, porque no todo el mundo las venden o las tiene, no todas las marcas están apoyando este proyecto y las personas que están disponibles para obtenerlas no siempre tiene gran variedad y accesibilidad en el producto y esto así no es idóneo ya que si hay gente que desea tenerlas lo mejor sería una sumatoria de lugares donde se puedan comprar si la mayoría de prendas sostenibles en el mercado aumentará al igual la de posibles compradores y debería evaluarse el precio de venta de una forma que las marcas o compañías no pierdan y los consumidores no gasten tanto.

Esto favorece demasiado no solo a los consumidores para la obtención si no también al ambiente para mejorar y aportar un gran cambio, teniendo en cuenta que, si muchas marcas lo implementaran y más empresas se sumaran a esto, sería un gran apoyo sin importar todos los procedimientos que se hacen para su elaboración. Además, ya que la industria textil está catalogada como la más

contaminante esto aportaría positivamente a eso bajándose de esos estándares y mejorando la calidad de vida de los empleados de estas industrias, el ambiente, los productos y sus consumidores.

Capítulo 5: Metodología.

Se realizará el Método Proyectual de Bruno Munari (Munari & Gili, 2017). Se realizarán los siguientes pasos:

1. Definición del problema: A la gente le cuesta tener buenas prácticas medioambientales para poder concientizarse de que tener productos sostenibles no es nada malo, solo que la ignorancia de la gente hace que no comprendan la magnitud de esta campaña ya que solo se volvieron exigentes, perfeccionistas e intolerables. Hay que comprender que el aumento de producción de productos sostenibles sería muy satisfactorio y ayudaría a que así se pueda minimizar de alguna u otra forma el daño causado al ambiente que se ha venido contaminando con el paso de los años y con la llegada de la moda rápida (Fast Fashion), a las personas que trabajan más de lo normal por sacar prendas de calidad y poder mejorar todo para un mejor futuro buscando soluciones viables a esta problemática.
2. Elementos del problema:
 - ✓ Pocas prendas sostenibles en el mercado
 - ✓ Contaminación al ambiente con desechos.
 - ✓ Alto precio de prendas sostenibles
 - ✓ Marcas que trabajan por una moda sostenible
 - ✓ Campañas en pro de la sostenibilidad.
3. Recopilación de datos:

Cuestionario: <https://forms.gle/u2HxDYjDj65rHu2B7>

4. Análisis de datos:

- Observación no participativa

Proyecto:	¿Un aumento de la moda sostenible?
Lugar:	Centro comercial Sandiego- Adidas.
Observador:	Laura Vanessa Hincapié Hurtado
Escena:	Como se encuentran organizadas o localizadas las prendas en el almacén y en qué parte encontrar las prendas sostenibles.
Hora inicial:	12 pm
Hora Final:	1:30 pm
Descripción: Observación Directa	
<p>Al ingresar lo primero que se ve es la recepción donde se tuvo en cuenta todas las medidas de bioseguridad y desinfección por seguridad, salud y cuidado. Vi cómo los empleados eran atentos de cualquier cosa necesitará el cliente, los cuales salían muy satisfechos por la atención prestada o por la compra realizada; también como siempre mantenían el lugar organizado, desinfectado y con cada prenda en su sitio colgadas en ganchos en las paredes, el lado derecho es la parte masculina, la izquierda la femenina, en el fondo la de niño. Otras prendas bien dobladas sobre mesas por el centro del almacén, también maniqués vestidos puestos en la entrada y al lado de algunas mesas; todo manteniendo un buen orden y aseo para que siempre haya un buen ambiente, para la comodidad de las personas. La administradora del almacén era super amable y formal a la hora de darme más información de la prenda sostenible que fui a investigar, enseñándome cómo mirar más información en la página de ellos y permitiéndole tomar fotos a la prenda; explicando me como siempre tienen una división para las prendas y una manera de desinfección, puesto que tienen un lugar para la ropa de dama, la de hombre, niños, sostenible, la ropa de running y la de training, las prendas</p>	

sostenibles tienen su marquilla que las distingue de las demás, donde se evidencia que es 100% sostenible y tienen un lugar específico para encontrarlas colgadas en ganchos justo al lado de la prendas de running. Al salir del sitio realice la desinfección correspondiente.

- Cuestionario: <https://forms.gle/u2HxDYjDj65rHu2B7>
 - Informe sobre la recolección de datos, explicando de forma resumida las respuestas obtenidas por las diferentes personas y realizando una triangulación de resultados y viendo una solución viable.
- 5. Creatividad: Basado en una lluvia de ideas de este modo podremos acercarnos a una solución, si es necesario obtener información también de páginas web, con esto ver cuál solución es más viable.
- 6. Materiales/ Tecnologías: Cámara fotográfica, libreta de apuntes, cuestionario.
- 7. Alcances: Se realizará una campaña digital apoyando la moda sostenible y su aumento en el mercado, publicándose en mis redes sociales y que mis seguidores la posteen o reaccionen a la publicación, con el fin de llegar a una cantidad de personas la cuales se sumen a esta iniciativa.
- 8. Validación: Se publicará en mis redes sociales y se evaluará dependiendo de la cantidad de reacciones o me gustas que tenga la publicación.
- 9. Conclusiones: Serán sacadas de forma parcial de todo el trabajo de investigación (Ver capítulo 8).

Capítulo 6: Resultados.

- **Recolección de datos:**

Interpretación:

En el tiempo que se observó el lugar, la prenda y las personas note que la gente al ver las prendas ni cuenta se dan de que también están prendas sostenibles o de que especialmente está hecha de reciclaje marino. A la gente le gusta mucho entrar y ver todo organizado, que los empleados estén atentos a cualquier cosa que se necesite, que sean amables y que todo sea muy agradable para su compra. Además, se volvió muy comercial los conjuntos y zapatos deportivos puesto que es lo que más llegaba la gente a mirar y querer comprar. No se les notaba mucho la importancia por querer comprar o estar más enterados sobre las prendas sostenibles o el proyecto Parley que actualmente está llevando Adidas, triste ver como mucha gente pasa por alto todo este tipo de cosas.

- **Fotografía:**



Ilustración 1 CAMISETA DEPORTIVA de la marca Adidas, Fotografía Propia.

- **Análisis de cada pregunta de acuerdo a las respuestas:**

1. ¿Qué sabe usted de moda sostenible?: La mitad de las personas no tenían idea de lo que es la moda sostenible y la otra mitad medio se acercaban a una respuesta y esto solo da entender que para la sociedad actual falta mucho por educar en este ámbito, el cual es una gran ayuda a nuestro planeta, pues falta mucha más información sobre el tema y así no solo deducir o básicamente no saber.
2. ¿Cuánto crees que vale una prenda sostenible en Colombia?: Todos saben que el costo de esta es elevado ya que al no ser tan vendida y todo su

proceso de fabricación el precio de venta aumenta, pero no debería ser así ya que son prendas que ayudan nuestro planeta y nuestra vida no debería ser tan elevados los precios, además esto hace que no cualquier persona tenga acceso fácil para su obtención. Las empresas deberían bajar los precios y vender mucho más.

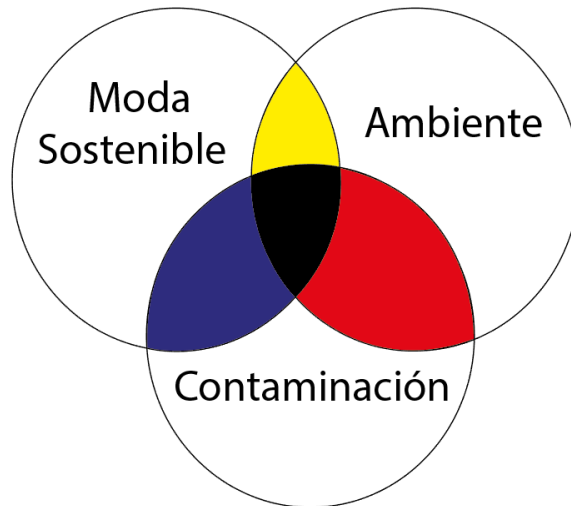
3. ¿Qué materiales son utilizados para la elaboración de prendas sostenibles?: Aquí en las respuestas de Fibras de árbol y Cuero vegetal son las que más se escogieron, con un porcentaje del 81,8% de un total de 9 personas todas 2, a la hora de elegir las respuestas, de igual se puede evidenciar que fue por deducción o elección rápida ya que si no sabían que era moda sostenible, como saber de que materiales esta hechos los productos y aquí nace la forma de entender que falta mucho más conocimiento en este ámbito y que los medios de obtención solo poquitas personas lo conocen, no debería ser así.
4. ¿Qué tipo de población tiene acceso a este tipo de prendas?: La mayoría respondió que de 20 a 30 años son las personas que tienen acceso a este tipo de prendas y están en lo correcto ya que no es fácil encontrar prendas para niños o personas de edad, no es justo que sea tan limitadas la oferta de los productos y también la población a la que se le va a vender, todos deberían tener acceso no solo una pequeña parte de personas.
5. ¿Cuáles son las prendas sostenibles que más se realizan con desechos?: Las respuestas fueron divididas, pero entonces nos preguntamos ¿Y los demás?, solo deducimos que no tienen ni idea que más artículos se pueden hacer en el ámbito de la sostenibilidad y esto los hace muy limitados, ya que en la sostenibilidad se puede hacer una amplia gama de cosas y mucho más en la moda. No tienen idea que, si es reciclada o algo parecido no es nada malo, no quiere decir baja calidad ni nada, solo sería ayudar, aportar, colaborar a este planeta y esta industria que es la que más contamina con todos sus procesos.
6. ¿Se colocaría alguna vez una prenda sostenible?: En esto es bueno ya que no hubo respuestas negativas, al contrario, la respuesta “Si” obtuvo un

63,3% de un total de 7 personas y un “Tal vez” con un total de 36,4% total de 4 personas. Se vio el interés de las personas al decir que sí lo harían, esto quiere decir que están abiertas al cambio, abiertas a aportar y ayudar a mejorar esta industria que es la más contaminante.

7. ¿Qué marcas conoce usted que vendan prendas sostenibles?: De un total de 11 personas, solo 5 personas dijeron 1 misma marca y el resto coloco no saber. Y al no conocer más marcas que vendan este tipo de prendas y esto da a entender que falta mucho más trabajo de quienes la venden para llegar a más personas y el doble de trabajo para que nuevas marcas se sumen y hasta las más reconocidas ya que falta más conciencia y apoyo. Faltan motivar a muchísimas más personas y que nos ayuden con el cambio.
8. ¿Conoce usted campañas a favor de la moda sostenible?: Más de la mitad no tiene ni idea de las campañas que existen y por medio de esto entendemos que aún falta demasiado llegar a las personas y en particular a las poblaciones jóvenes las cuales serán el futuro, las cuales no tienen conocimientos sobre la moda sostenible o sobre sostenibilidad, no entienden en el cambio y el aporte positivo al planeta y esto solo hace que la sostenibilidad no crezca o avance como debería de ser. Faltan muchas más campañas, mucha más publicidad y cobertura de personas.
9. ¿Cuál es la población que más utiliza este tipo de prendas sostenibles?: Se entiende que la clase alta y media son los que más tienen acceso a este tipo de prendas, pero no debería ser limitado algo que ayuda al ambiente y a la vida de las personas, se entiende que esto sucede también por sus precios ya que estos limitan a las personas para su obtención, no debería ser así, a algo que beneficia a todos y a todo.
10. ¿Apoya o apoyaría alguna campaña por un aumento de la moda sostenible?: Lo bueno de todo esto es que estas personas estarían dispuestas apoyar el cambio, la mejora, las campañas a favor de la sostenibilidad y si esto pasa llegarías a más y más gente, poco a poco y así la sociedad hoy en día tendría mucho más para aportar. Es bueno ver que

hay gente que cree y apoya el cambio que quiere ayudar a mejorar no sola la moda sino el ambiente y que entiendan que esto también es una solución a futuro.

- **Triangulación:**



1. **Moda sostenible / Ambiente:** La moda sostenible hoy en día trabaja en pro de una mejora en su industria ya que es la más contaminante por sus procesos de elaboración solo perjudica cada vez más el ambiente y poco a poco solo llegamos a una contaminación que si no ponemos fin no habrá retorno. Para ello se tiene que dar un mejor uso a nuestros recursos naturales, estos que nos pueda proveer como lo son las fibras naturales que proceden de las plantas o animales como la lana, el algodón, la seda o el lino, también las fibras artificiales que se producen a partir de materia natural, como pueden ser los rayones aunque normalmente la celulosa es la materia prima para fabricar fibras artificiales; por último están las fibras sintéticas elaboradas a partir de productos químicos, como los poliéster, el nailon y el acetato, todo esto para poder cubrir las necesidades del hombre y así con la disminución de esta ir disminuyendo los riesgos por los que pasan nuestras floras, faunas y mares.
2. **Ambiente / Contaminación:** Las personas no están cayendo en cuenta del grave daño que le generan a nuestro ambiente, tirando basuras a los mares

o ríos, quemando nuestros bosques o llenándose de empaques y basuras, que la gente conscientemente tira; también cazando y matando nuestros animales y adicionalmente las empresas textiles para aportar más a esto. Es muy evidente que es la industria más contaminante por toda la manipulación que se hace tanto con los químicos como el desperdicio de agua y energía, que a menudo se genera para todos los procesos que tiene que hacer, es decir todo esto generando un gran daño a nuestro planeta que cada vez más se está viendo muy afectado por todo lo que está pasando. Y peor aún, siendo pocas las prendas sostenibles que sacan al mercado, sabiendo que, aunque cueste más su elaboración, es un buen medio para llegar a muchas personas y concientizarse de que, si no se genera un cambio, luego las consecuencias serían grandes.

3. **Moda sostenible / Contaminación:** La moda sostenible hoy en día busca poco a poco minimizar la contaminación ambiental, algunas marcas recogen las basuras de los mares y ríos o prendas ya usadas y las transforman en prendas ecológicas, sostenibles; donde sus procesos de fabricación también aportaran, por esta razón las marcas reutilizan el agua, ahorran más energía, no utilizan químicos tan contaminantes que puedan afectar al ambiente no obstante las empresas hacen lo posible para que los animales y los bosques no sean un medio para la fabricación de prendas y sabiendo aprovechar mejor lo que ya tenemos. Aparte las marcas se unen y participan en campañas o movimientos que trabajan por la protección del medio ambiente y mejor aún en crear moda sostenible, formas de reutilizar lo que muchos ya no le dan un uso y hacer cosas nuevas y creativas, en vez de desperdiciarlo y contaminar, así con estas labores ir reduciendo la contaminación de nuestro planeta y esperando que muchos más aporten a ello.
4. **Resultado de triangulación:** Lo bueno de esta unión de campañas de moda sostenible y las empresas o marcas, es que todas trabajan por mejorar el ambiente reduciendo lo más posible la contaminación que hay en nuestro planeta y reciclando las basuras para la fabricación de prendas

sostenibles y así avanzar en el mejoramiento de la moda trayendo nuevas propuestas de fabricación y obtención de materiales para las telas. Además, marcas como Adidas uniéndose a la campaña Parley para recoger la basura de mares y con ello fabricar camisetas, zapatos y otros productos los cuales vayan haciendo un cambio en la moda, así mismo otras marcas y empresas han estado sacando prendas sostenibles aportando más a este proyecto sostenible y concientizando a la gente y mejorando tanto al ambiente como a la moda. Se espera llegar a muchas más personas, que muchos más apoyen estos proyectos y que a un futuro esta industria no sea la más contaminante, sino que por medio de esta se aporte mucha ayuda a nuestras vidas, nuestro futuro y nuestro planeta.

- **Lluvia de ideas: Como se estimularía el aumento y consumo de la moda sostenible:**

1. Bajar los precios de prendas sostenibles en el mercado
2. Que la mayoría de campañas de moda sostenible se amplíen para llegar a más personas.
3. Que las empresas o marcas fabriquen y vendan muchas más prendas o productos sostenibles.
4. Que la gente compre más en mercados de ropa vintage.
5. Donar ropa que ya no necesites o uses a fundaciones sin ánimos de lucro.
6. Donar prendas.
7. Reutilizar las prendas y transformarlas en algo nuevo y original.
8. Que haya muchas más tiendas de ropa sostenible.
9. 1 o 2 veces por mes las marcas deberían hacer campañas de apoyo a la sostenibilidad.
10. Los diseñadores utilicen más fibras naturales, como por ejemplo el algodón orgánico y otras más.
11. Ampliar colecciones o diseños sostenibles.
12. Incentivar el trabajo local para reducir el impacto ambiental.

13. Hacer mucha más publicidad sobre la moda sostenible y así llegar a muchas personas de diferentes partes del mundo.
14. Más apoyo de entidades internacionales.
15. Más influencer sumándose a estas propuestas o iniciativas.
16. Que las empresas utilicen más los procesos ecológicos para todos los procesos textiles.
17. Que las empresas utilicen el tejido sobrante para crear nuevas colecciones de moda.
18. Más marcas que hagan descuentos a los clientes si llevan cinco o más prendas de vestir o zapatos.

- **Post en Instagram:**



Ilustración 1 Post Sobre Moda Sostenible, Imagen Propia.



Ilustración 2 Post en Instagram Sobre Moda Sostenible, Captura Propia.

Se publica esta imagen para estimular el consumo y el conocimiento de la moda sostenible, llamar más la atención de las personas, llegar a muchas más, evidenciar las grandes cosas que se realizan y de la manera de cómo pueden aportar a un cambio. Ya que nos encontramos en una sociedad que está poco familiarizada con la moda sostenible, es mejor demostrar las cosas productivas y los cambios positivos que esto puede traer al medio ambiente, a la vida de las personas y al cambio en la industria, todo para un mejor futuro. Esperamos llegar a muchísimas más personas en diferentes partes del mundo y que todos de alguna u otra forma, apoyen este tipo de campañas y que con esto sea un gran incentivo de que hay muchas maneras de vestir, pero hay que saber elegir.

- **Validación:**

Hasta el momento que lleva de publicado la imagen tiene un total de 38 Me gustas donde las personas se han sumado apoyando la campaña, entendiendo lo bueno que es ayudar o aportar a una moda sostenible, se espera aumentar el número y que sean muchas más personas que se unan al cambio y que apoyen esta iniciativa. Por el tiempo que lleva van buenos resultados y ojalá mejore, pero aún más que las personas que ven la publicación se empiecen a concientizar y

empiecen apoyar y que sea una voz a voz para que muchas más personas la sigan y se sumen apoyar la sostenibilidad que hay y el aumento en las empresas textiles.

Capítulo 7: Recomendaciones.

Las empresas deberían tener un personal especializado para la moda sostenible, también que sepan bien sobre el tema para que lo puedan transmitir mejor a otras personas que requieran información.

Mucha más publicidad para así estimular el consumo de la moda sostenible, para llegar a más personas para que cada vez haya más apoyo a este cambio.

Que las empresas utilicen más fibras naturales y sus procesos sean más ecológicos y así ir disminuyendo la contaminación y los desperdicios que estos procesos dejan.

Aunque los costos de producción de estas prendas sean elevados, los precios de ventas no lo sean, para que así la asequibilidad para las personas sea fácil y que no solo unos cuantos tengan acceso a este tipo de prendas.

Que las prendas o retazos que no se necesiten sean reutilizados, para darles una mejor vida útil ya que su biodegradación es larga, es preferible saber aprovecharla de buena manera y no dejando que contamine cuando se puede dar un mejor uso.

Sacar muchas más prendas y/o artículos sostenibles al mercado y que estos sean para todo tipo de personas sin importar la edad o género.

Que haya muchos más espacios de ventas para los productos y prendas sostenibles, ya que son muy limitados los lugares que los comercializan y así se llamará más la atención de las personas.

Que haya muchas más campañas, charlas, entre otros en pro a la sostenibilidad, para que así las personas que no tengan conocimiento sobre esto estén enteradas y se interesen en ayudar para mejorar un medio ambiente que está tan contaminado, y las personas que conociendo sobre el tema se motiven y motiven

a otras para que esto se convierta casi que en una tendencia de moda para que se extienda en el mercado.

Capítulo 8: Conclusiones.

El presente trabajo de investigación se realizó basado en autores que apoyan el aumento de la moda sostenible en el mercado, que critican por qué no hay casi productos o artículo, el precio elevado de los productos y el poco conocimiento de la gente en la sostenibilidad y en querer cambiar, apoyar o ayudar a el mejoramiento del ambiente. Basado en el método de Bruno Munari, realizando un análisis, la observación participativa y de resultados una interpretación y triangulación.

Deja como experiencia, las opiniones de las personas al querer apoyar la moda sostenible, la calidad de los productos, que haya más aumentó, más campañas de apoyo, entre otros. Pretende entonces ayudar a acerca a la gente con la sostenibilidad, así como generar conocimientos que ayuden a minimizar la contaminación y aumentar las ventas de productos o artículos sostenibles.

-El aumento de prendas sostenibles en Medellín no ha aumentado casi, ya que no se ve mucho en tiendas o en ventas de ropa, no hay precios asequibles y por lo menos diseños bonitos.

-La gente no se suma a la iniciativa de prendas sostenibles por el hecho de que no tienen casi conocimientos sobre el tema, donde encontrarlo y por la desconfianza en la calidad de los productos, nadie apuesta a este tipo de iniciativas que lo único que buscan es mejorar el ambiente y la industria textil.

-Las empresas o marcas casi no se suman, por la poca compra o consumo de estos productos, porque los costos de producción son elevados, al igual que los precios de venta de este tipo de prendas. Las empresas tampoco dan mucho apoyo a estas campañas para mejorar la moda e ir reduciendo la contaminación en el sector textil.

Referencias

- AMENGUAL, J. (04 de 04 de 2019). *Franca Magazine*. Obtenido de ¿Qué es Fashion Revolution y por qué deberíamos sumarnos?: <https://francamagazine.com/que-es-fashion-revolution-y-por-que-deberiamos-sumarnos/>
- Brown, S. (2010). *Eco fashion: moda con conciencia ecológica y social*. Barcelona: BLUME.
- Continente, G. (2018). 24 Firmas de moda sostenible con sello español. *Harper's Bazaar España*, 1.
- Docampo, M. F. (2015). *Moda sostenible, presente y ¿futuro?: un estudio de casos*. Madrid: ICADE COMILLAS.
- Durango Pérez, J. (2019). *Educación sobre el consumo responsable de moda*. Medellín.
- Gallopín, G. (2003). *Sostenibilidad y desarrollo Sostenible: un enfoque sistémico*. Chile: CEPAL.
- Gardetti, M. Á., & Delgado Luque, M. L. (2018). *Vestir un mundo sostenible*. Argentina : LID Editorial.
- Gutiérrez Rico, D. F., & Guerrero Hernández, J. C. (2017). *Constantine co*. Bogota.
- Lago Fernández, F. (2019). *Estudio de las políticas de responsabilidad social y sostenibilidad en la industria de la moda*. Madrid: COMILLAS.
- Luther King, M. (2018). *Vestir un mundo sostenible*. Argentina : LID Editorial .
- Mira, D. (24 de 07 de 2018). *Contreebute*. Obtenido de ¿Qué es el 'fast fashion' y por qué está haciendo de la moda un negocio insostenible?: <https://www.contreebute.com/blog/que-es-el-fast-fashion-y-por-que-esta-haciendo-de-la-moda-un-negocio-insostenible>
- Morales Calayud, M., Moya Padilla, N., & Suárez Suárez , G. (2019). Ciencia Tecnología y sociedad en la Educación Superior para el acompañamiento al desarrollo Agrario Sostenible. *Revista Científica agroecosistemas*, 7(1), 76-80. Obtenido de <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/246>
- Munari, B., & Gili, G. (2017). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Muñoz , C. (25 de 04 de 2019). *Rock and Pop*. Obtenido de Fashion Revolution: el movimiento que busca tomar consciencia en la moda: <https://www.rockandpop.cl/2019/04/fashion-revolution-el-movimiento-que-busca-tomar-consciencia-en-la-moda/>

Sulé Ortega, J. (15 de 03 de 2018). América latina frente a la basura. *El País*, págs. 1-1. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2018/03/15/planeta_futuro/1521126150_256751.html


Zahedi, K., & Gudynas, E. (2008). *Ética y desarrollo sostenible. América latina frente al debate internacional*. México : PNUMA.

Anexos.
Mecanismos de recolección de datos.

ANEXO A: Formato de Observación no participativa:

Proyecto:	
Lugar:	
Observador:	Laura Vanessa Hincapié Hurtado
Escena:	
Hora inicial:	
Hora Final:	
Descripción: Observación Directa	

ANEXO B: Cuestionario en blanco <https://forms.gle/u2HxDYjDj65rHu2B7>



¿Moda sostenible?
*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *
Tu dirección de correo electrónico _____

¿Qué sabe usted de moda sostenible? * 5 puntos
Tu respuesta _____

¿Cuanto crees que vale una prenda sostenible en Colombia? * 5 puntos
Tu respuesta _____

¿Qué materiales son utilizados para la elaboración de prendas sostenibles? * 5 puntos
Puede seleccionar más de una opción.

- Fibras de árbol
- Materiales reciclados
- Fibras de bambú
- Cuero vegetal
- Fibra de naranja y piña
- Otro: _____

¿Qué tipo de población tiene acceso a este tipo de prendas? * 5 puntos

- 10-20 años
- 20-30 años
- 30-40 años
- 50-60 años
- Nadie.

¿Se colocaría alguna vez una prenda sostenible? * 5 puntos

- Sí
- No
- Tal vez
- Otro: _____

¿Qué marcas conoce usted que vendan prendas sostenibles? * 5 puntos
Mencionar Mínimo 2.
Tu respuesta _____

¿Cuáles son las prendas sostenibles que más se realizan con desechos? * 5 puntos

- Zapatos o tenis
- Camisetas
- Pantalones
- Sudaderas
- Shorts
- Ninguna.
- Otro: _____

¿Conoce usted campañas a favor de la moda sostenible? * 5 puntos

- Sí
- No
- Tal vez
- Otro: _____

¿Cuál es la población que más utiliza este tipo de prendas sostenibles? * 5 puntos

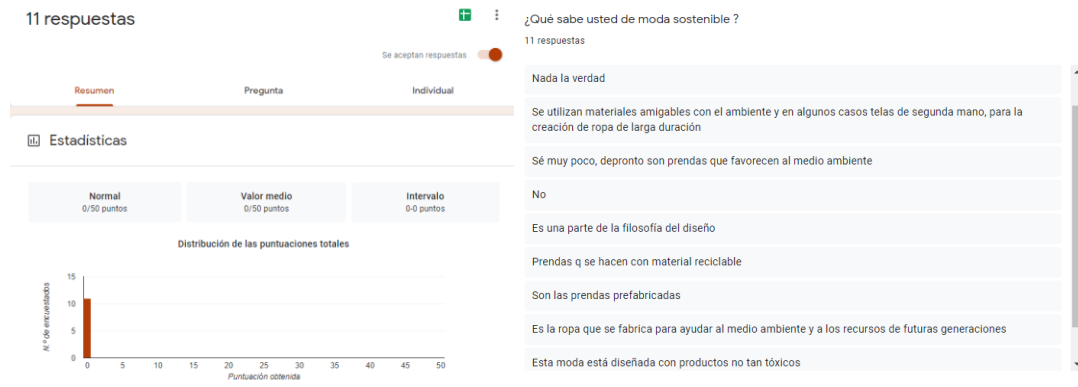
- Clase Baja
- Clase Media
- Clase Alta
- Otro: _____

¿Apoya o apoyaría alguna campaña por un aumento de la moda sostenible? * 5 puntos

- Sí
- No
- Tal vez
- Otro: _____

Enviar Página 1 de 1

ANEXO C: Respuestas de la encuesta



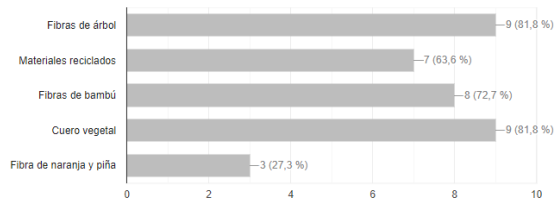
¿Cuanto crees que vale una prenda sostenible en colombia?

11 respuestas



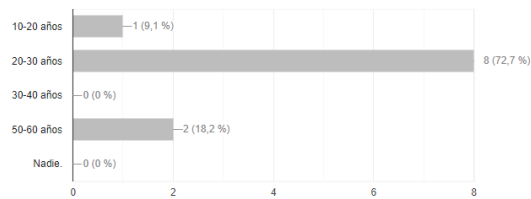
¿Qué materiales son utilizados para la elaboración de prendas sostenibles?

0 de 11 respuestas correctas



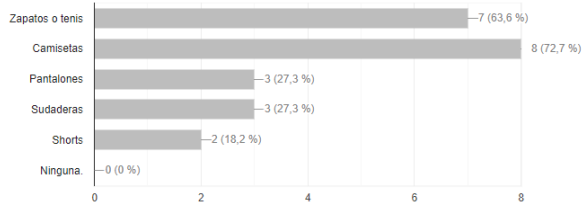
¿Qué tipo de población tiene acceso a este tipo de prendas?

0 de 11 respuestas correctas



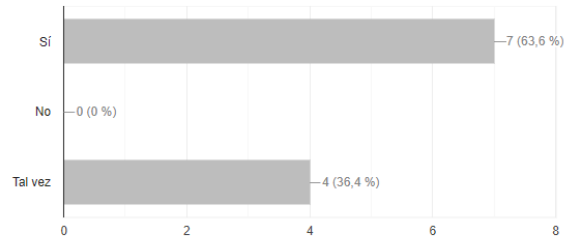
¿Cuáles son las prendas sostenibles que más se realizan con desechos?

0 de 11 respuestas correctas



¿Se colocaría alguna vez una prenda sostenible?

0 de 11 respuestas correctas



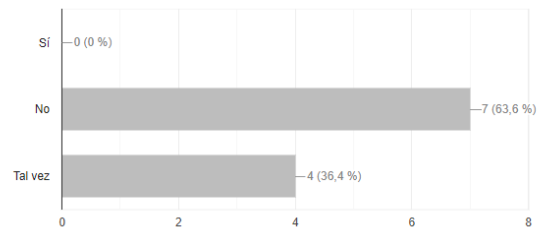
¿Qué marcas conoce usted que vendan prendas sostenibles?

11 respuestas



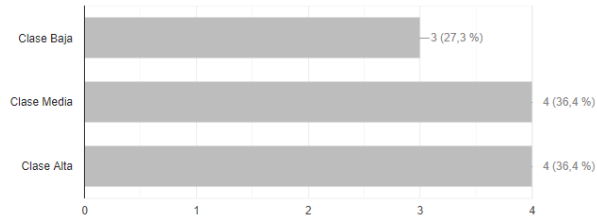
¿Conoce usted campañas a favor de la moda sostenible?

0 de 11 respuestas correctas



¿Cuál es la población que más utiliza este tipo de prendas sostenibles?

0 de 11 respuestas correctas



¿Apoya o apoyaría alguna campaña por un aumento de la moda sostenible?

0 de 11 respuestas correctas

