



# Metamorfosis

nueva vida a tus prendas



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Cali

Diseño de Comunicación Visual  
Departamento de Arte, Arquitectura y Diseño  
Facultad de Creación y Habidad



# Metamorfosis

**Laura Alejandra Bejarano**

**Énfasis en Diseño de Identidad Corporativa y Marca**

**Directora: Faynory Mora**

**Proyecto Avanzado Diseño de Comunicación Visual**

**Pontificia Universidad Javeriana Cali**

**2023-1**



# Agradecimientos

En primer lugar, quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi familia, especialmente a mis padres, por su incondicional apoyo en este proyecto y por haber estado siempre pendientes de cada etapa de mi proceso. Su amor y respaldo fueron fundamentales para mi motivación y éxito.

Quiero también agradecer a mi directora, Faynory Mora, quien me guió y motivó a lo largo de este proyecto. Su dedicación, entrega y apoyo fueron invaluable, y siempre sentí su cariño y confianza en mí. Agradezco por haber contado con su orientación en cada paso del camino. Gracias a la profesora de la asignatura, Ángela María Sánchez, quien siempre estuvo dispuesta a aconsejarme, apoyarme y creer en mí y en este proyecto. Sus palabras de aliento y consejos fueron fundamentales para mi crecimiento y desarrollo del proyecto.

No puedo dejar de mencionar a mi aliada, quien me brindó las herramientas necesarias para el desarrollo de este proyecto y con quien he construido una linda amistad. Su colaboración y conocimientos fueron fundamentales para esta iniciativa. Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a mis amigos, que siempre estuvieron apoyando y evitando que desistiera, especialmente a Laurent y a la familia Duarte, quienes me impulsaron a seguir adelante y no rendirme en momentos difíciles. Su apoyo me dio fuerzas para materializar este proyecto.

A todas estas personas, les doy mi más sincero agradecimiento por su valioso apoyo, amor y confianza. Sin su contribución, este proyecto no habría sido posible. Estoy profundamente agradecida y bendecida por contar con su presencia en mi vida.





# Tabla de contenido

1. Tema -----	1
2. Objetivos -----	2
3. Justificación -----	3
4. Planteamiento del problema -----	5
5. Usuario -----	6
6. Aliado -----	7
7. Marco de Referencia -----	8
8. Metodología de Investigación y herramientas -----	16
9. Benchmarking -----	19
10. Requerimientos de Diseño -----	36
11. Desarrollo de sistema producto y Validación -----	39
12. Conclusiones -----	52
13. Referentes -----	53





# TEMA

Visibilizar el upcycling como alternativa sostenible para la reducción del impacto ambiental generado por los residuos textiles de dicha industria. Para transicionar genuinamente a un modelo de producción y consumo más sostenible es necesario disminuir el impacto ambiental de este sector. Por eso la optimización de estos residuos textiles de esta industria es un proceso clave para la disminución del impacto ambiental generado por estos



## Objetivo General



Desarrollar una herramienta de comunicación visual que promueva hábitos de consumo responsable a través de la reutilización de prendas de segundo uso con el fin de concientizar sobre el impacto ambiental generado por la industria textil.

## Objetivo Específicos



Indagar la relación de las personas con las prendas de vestir cuando ya cumplen su ciclo de vida



Identificar el comportamiento de consumo de prendas recicladas



Diseñar una estrategia de comunicación que incentive a las personas a adoptar una posición sostenible a la hora de adquirir sus prendas.

# Justificación

El cambio climático supone una amenaza global para una gran variedad de formas de vida en todo el mundo, y su impacto es tangible y repercute directamente en nuestra calidad de vida diaria. Entre ellos, una disminución significativa de la producción agrícola y un aumento alarmante de fenómenos naturales catastróficos, como inundaciones y sequías graves, provocados por los efectos de descongelación de los polos y el daño irreversible de la capa de ozono.

Por esto es sumamente importante abordar la cuestión desde múltiples perspectivas si queremos redoblar nuestros esfuerzos para detener el avance del cambio climático y minimizar sus efectos negativos. Combatirlo de forma integral requiere políticas y estrategias sólidas que se centren por igual en las dimensiones social, económica y política. En este contexto, la industria de la moda se caracteriza tanto por su huella de carbono como por la cantidad de dinero que genera, así como por la diversidad de las industrias en las que opera. Por lo tanto, es importante que la industria textil tome medidas para mitigar su impacto y busque soluciones sostenibles. Esto incluye adoptar prácticas más responsables en la producción y el uso de materiales sostenibles y promover una cultura de consumo consciente y responsable. Al abordar estas cuestiones, la industria textil puede proteger el medio ambiente y mejorar las condiciones laborales y sociales en todo el mundo.

Una de estas prácticas es alejarse del ciclo lineal de la ropa y adoptar una economía circular. La importancia de esta medida para la industria textil radica en que puede reducir el im-

pacto medioambiental negativo causado por la producción de prendas y textiles. Según un estudio de la Fundación Ellen MacArthur, “El actual sistema lineal de producción y consumo de moda es insostenible, genera grandes cantidades de residuos y emisiones y consume grandes cantidades de recursos naturales”. Adoptar prácticas sostenibles y eficientes puede reducir los impactos negativos. La industria textil se ha comprometido a reducir el medio ambiente y preservar los recursos naturales para las generaciones futuras.

La sostenibilidad y el consumo responsable son claves para minimizar el impacto medioambiental de la industria textil. Comprometerse con el consumo responsable significa elegir marcas y productos que sean éticos y sostenibles en términos de producción y materiales. El upcycling es una forma de consumo responsable en la que la ropa y los materiales se reutilizan y reciclan para crear nuevos productos. Al elegir ropa reciclada y sostenible, los consumidores pueden reducir el impacto medioambiental negativo de la producción de ropa y conservar los recursos naturales. Además, el upcycling ofrece una alternativa a la producción masiva de nuevas prendas y fibras, ayudando a crear un sistema más circular y sostenible para la industria textil.

El reciclaje es el proceso de dar nueva vida a objetos o materiales que ya no se necesitan, reduciendo así los residuos y la necesidad de crear nuevos productos. Según un informe de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), “el reciclaje puede ayudar a afrontar diversos retos medioambientales y

sociales, como la gestión de residuos y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.” El reciclaje también puede ser una forma de fabricar productos más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, ya que se utilizan materiales existentes en lugar de producir otros nuevos, lo que reduce el impacto ambiental. Según el informe de la ONU, “el upcycling es una parte integral de un sistema de economía circular, que busca reducir el impacto ambiental y promover el desarrollo sostenible.”

Dado que el reciclaje contribuye a la consecución de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), existe una estrecha relación entre ambos. Por ejemplo, el ODS 12 pretende promover el consumo y la producción sostenibles, y el reciclaje es una forma de conseguirlo alargando la vida útil de los productos y reduciendo los residuos. Además, el reciclaje puede contribuir a otros Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como el ODS 6 (Agua limpia y saneamiento), el ODS 7 (Energía asequible y limpia) y el ODS 13 (Acción por el clima).



# Planteamiento de problema

La industria de la moda es la tercera que más contamina en el planeta, seguida de la energética y de la agrícola (Heatable 2023). Una cifra muy alarmante con respecto a la huella de carbono de esta industria es que el 85% de los productos textiles terminan siendo desechados cada año (ibid.), en esa medida, para transicionar genuinamente a un modelo de producción y consumo más sostenible es necesario disminuir el impacto ambiental de este sector. En esta medida, la optimización en la producción de residuos de esta industria resulta un proceso clave para lograr este objetivo.

La industria de la moda es conocida por su ritmo acelerado de producción y consumo, lo que resulta en una gran cantidad de residuos. Según un informe de la Ellen MacArthur Foundation, “el sistema de moda actual genera alrededor de 92 millones de toneladas de residuos textiles por año, y solo el 15% se recicla”. Esto significa que la mayor parte de los materiales utilizados en la fabricación de ropa termina en vertederos o incendios, lo que es perjudicial tanto para el medio ambiente como para la salud humana.

Además, la cultura de la “moda rápida” impulsada por la producción masiva de prendas de bajo costo y la obsolescencia programada, ha llevado a un aumento en la cantidad de ropa que se descarta después de un uso limitado. “El consumidor promedio compra el 60% más de prendas de ropa que hace 15 años y se desecha en un plazo de solo un año”, según un estudio de Global Fashion Agenda. La falta de sistemas de reciclaje eficaces y la falta de conciencia sobre la importancia de reducir los residuos en la industria de la moda, también contribuyen a la cantidad alarmante de residuos generados.



## Usuario

Jóvenes entre los 19-23 años estudiantes de universidades, de estrato 3-5, viven con sus papás. Jovenes interesados en aportar su grano de arena a la sostenibilidad del medio ambiente y la reducción de los desechos textiles producidos por la industria de la moda.

## Aliada

Anggi es mercadóloga y diseñadora de modas, activista medioambiental y afrocolombiana. Se considera una persona divertida, alegre, amable, servicial y curiosa. Busca las soluciones tanto humanas como corporativas, trata siempre de fusionar cómo puede beneficiar a la empresa ya ella como persona sin contaminar el medio ambiente, y también busca a través de su talento ayudar a otras personas. Angii es una mujer emprendedora que actualmente tiene una empresa llamada Morema la cual realiza dotaciones de uniformes ejecutivos, industriales y gastronómicos, la mayoría con residuos textiles. Angii también realizó una pasarela con demin reciclado, en donde diseño y confeccionó prendas con su equipo de trabajo.





# Marco de Referencia

# Marketing verde

El marketing ecológico, también conocido como marketing respetuoso con el medio ambiente o marketing sostenible, es una estrategia de marketing que promueve y vende productos y servicios que respetan el medio ambiente y tienen un impacto positivo en la sociedad. El marketing verde en la industria textil se centra en reducir el impacto ambiental de los procesos de producción, desde el uso de materiales más sostenibles hasta la utilización de tecnologías más limpias y eficientes.

La política de turismo sostenible afirma que “para mantener el atractivo de los destinos turísticos, es esencial reducir el impacto ambiental y gestionarlos de forma integral” (Abondano et al 2019). Del mismo modo, el marketing ecológico en la industria textil pretende reducir el impacto ambiental de la producción textil.

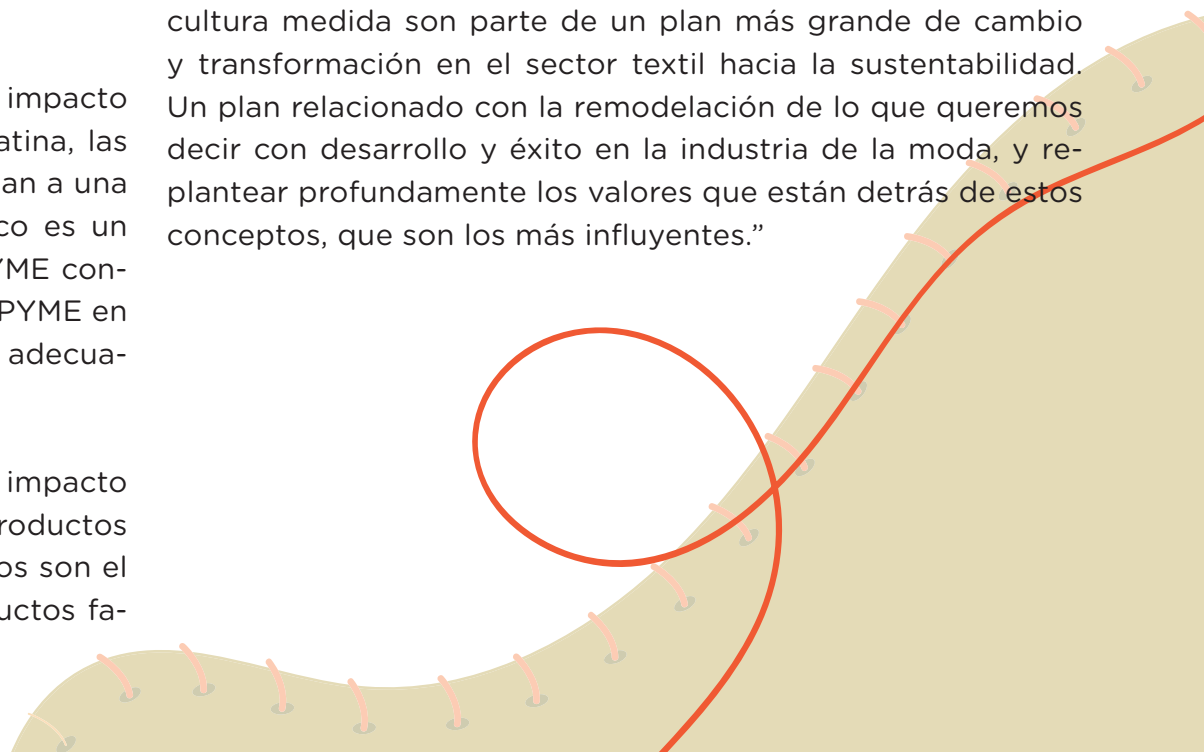
El marketing ecológico es esencial para reducir el impacto medioambiental de la industria textil. En América Latina, las pequeñas y medianas empresas (MIPYME) se enfrentan a una evolución empresarial difícil, y el impacto económico es un factor clave para la industria. El proyecto EUROMIPYME confirma que la mejora del impacto económico de las MIPYME en América Latina depende de la aplicación de políticas adecuadas para estas empresas.

Como consumidores, es importante pensar en el impacto medioambiental de nuestras compras y buscar productos respetuosos con el medio ambiente. Algunos ejemplos son el uso de ropa de segunda mano y la compra de productos fa-

bricados con materiales ecológicos. El Handbook of Cultural Marketing and Communication señala la importancia de saber cuándo, cómo y por qué se compran productos culturales y qué factores influyen en este proceso. El marketing ecológico es esencial para la industria textil.

Por último, pero no por ello menos importante, el marketing ecológico en la industria textil es esencial para reducir el impacto medioambiental y garantizar la viabilidad de la industria a largo plazo. La aplicación de prácticas sostenibles mejora la calidad y la eficiencia de nuestros productos y aumenta su eficacia.

Adicionalmente, Fletcher (2010) argumenta “Las ideas de la cultura medida son parte de un plan más grande de cambio y transformación en el sector textil hacia la sustentabilidad. Un plan relacionado con la remodelación de lo que queremos decir con desarrollo y éxito en la industria de la moda, y replantear profundamente los valores que están detrás de estos conceptos, que son los más influyentes.”



# Sostenibilidad

La capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades se denomina sostenibilidad. La industria textil, conocida como una de las industrias más contaminantes del mundo, tiene un impacto significativo en el medio ambiente.

La industria textil contribuye al consumo excesivo de agua y energía, genera residuos contaminantes y emite gases de efecto invernadero. Estos impactos ambientales deben minimizarse para garantizar la sostenibilidad (Macedo 2005 7). Esto se puede lograr si la industria textil adopta prácticas sostenibles, como el uso de materiales sostenibles y el uso responsable de los recursos naturales. Debe enfatizarse que la sostenibilidad es esencial para mantener la viabilidad financiera de la industria textil y proteger el medio ambiente. De hecho, la adopción de prácticas sostenibles puede ayudar a reducir los costos a largo plazo y mejorar la imagen social de una empresa.

A nivel individual, también es importante implementar prácticas sostenibles en la industria textil. Mediante la adopción de hábitos de consumo responsable y la compra de productos más ecológicos, los consumidores pueden desempeñar un papel importante en la promoción de la sostenibilidad. Al hacerlo, fomentan la adopción de prácticas más sostenibles en la industria y ayudan a reducir la demanda de textiles producidos de forma no sostenible. Para mantener la viabilidad económica y la protección del medio ambiente en la industria textil, la sostenibilidad es fundamental. Es fundamental que la industria

y los consumidores tomen medidas concretas para adoptar prácticas más sostenibles y reducir su impacto ambiental.

Además, la sostenibilidad en la industria textil es fundamental para preservar los recursos naturales y el medio ambiente para las generaciones futuras. La implementación de prácticas más sostenibles puede contribuir a la disminución de la contaminación y los desechos, a la mejora de la eficiencia energética y a la promoción de la igualdad social y económica.

“Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias.” (Martínez Quiroga 2007)



# Economía Circular

El término “economía circular” se refiere a un modelo económico que tiene como objetivo reducir el uso y la explotación de los recursos naturales, al tiempo que minimiza los desechos y las emisiones nocivas al medio ambiente. La economía circular tiene como objetivo mantener el uso de recursos durante el mayor tiempo posible en lugar de seguir un patrón lineal de producción y consumo en el que las materias primas se extraen, los productos se producen y se desechan a medida que se agotan.

Debido a que el proceso de fabricación requiere grandes cantidades de agua, energía y productos químicos, la industria textil es una de las industrias más contaminantes del planeta. En esta industria, la economía circular tiene un gran impacto en el medio ambiente al promover la reutilización y el reciclaje de materiales así como la reducción de residuos textiles.

Para minimizar el daño ambiental causado por la industria textil, es fundamental aplicar la economía circular en nuestras vidas (Rodríguez Eugenio et al 2019 p. 20). Esto se puede lograr adoptando prácticas más sostenibles, como reducir el uso de

ropa, usar ropa de segunda mano y reciclar textiles. De esta manera, contribuye a reducir las emisiones de carbono, las emisiones de gases de efecto invernadero y la contaminación del agua.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (MinCIT) ha adoptado políticas de turismo sostenible para reducir el impacto ambiental de la economía circular. El PNUD también evaluó los impactos socioeconómicos de la pandemia de coronavirus en Colombia y enfatizó la importancia de implementar políticas para promover una economía circular en el país (Abondano et al 2019).

En resumen, la economía circular es un modelo de negocio que tiene como objetivo reducir el impacto ambiental de la industria textil mediante la reducción de residuos textiles, la reutilización y el reciclaje de materiales. El hecho de que contribuya significativamente a reducir la contaminación del agua y las emisiones de gases de efecto invernadero lo convierte en un factor importante.



# Upcycling

El término “reutilización de prendas” hace referencia a un método innovador y sostenible que tiene como objetivo prolongar la vida útil de una prenda de moda. Al convertirlas en monedas nuevas y más valiosas, obtienen una segunda oportunidad en lugar de desecharlas (Alonso & Hernández 2020 p. 20). Aplicando técnicas de diseño y corte es posible obtener prendas únicas, originales y personalizadas, que contribuyen a una importante reducción del impacto ambiental de la industria textil.

La industria textil es una de las industrias más contaminantes del planeta. Durante la vida útil de la prenda se generan grandes cantidades de residuos y emisiones de gases de efecto invernadero. La industria textil tiene un gran impacto ambiental, desde la producción de materias primas hasta el transporte y eliminación del producto final. La reutilización de ropa es, por tanto, una alternativa sostenible que reduce esta huella medioambiental.

Una excelente manera de contribuir con el medio ambiente es hacer que el reciclaje de ropa sea parte de nuestras vidas. Podemos reducir la cantidad de desechos que generamos al

reutilizar y reutilizar la ropa vieja, lo que prolonga su vida útil y reduce la cantidad de desechos que generamos. Además, podemos reducir la necesidad de ropa nueva y la cantidad de recursos naturales utilizados en su producción comprando ropa de segunda mano o ropa hecha con materiales reciclados. El reciclaje de prendas es importante ya que reduce el impacto ambiental de la industria textil y proporciona una alternativa sostenible al problema de los residuos. Además, esta práctica puede tener un impacto social positivo al apoyar a las pequeñas empresas y emprendedores a participar en la reutilización de ropa. El reciclaje de ropa también fomenta la creatividad y explora nuevos enfoques de la moda al convertir la ropa de moda en artículos nuevos.

El reciclaje de ropa ofrece la oportunidad de consumir moda de manera más consciente y responsable. Podemos reducir significativamente nuestra huella ambiental participando en esta actividad y ayudando a construir la industria textil.

# Consumo Responsable

El término “consumo responsable” se refiere a un método de compra que tiene en cuenta los impactos sociales, económicos y ambientales de los bienes y servicios que compramos (Alonso & Hernández 2020 p. 10). El consumo responsable en la industria textil se trata de tomar decisiones informadas sobre qué comprar y qué productos tienen un impacto mínimo en el medio ambiente. Podemos reducir el impacto de la industria textil en el medio ambiente y promover prácticas más sostenibles aplicando este enfoque en nuestras vidas.

Dado que la moda es una de las industrias más contaminantes del mundo, es sumamente importante consumir responsablemente en la industria textil. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la industria de la moda es responsable del 10% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. Una forma de reducir nuestro impacto ambiental y promover prácticas más sostenibles es incorporar el consumo responsable de alcohol en nuestras vidas.

El consumo responsable también es importante, ya que puede afectar la demanda y la producción del producto. Al elegir productos reciclados, sostenibles o usados, los consumidores pueden señalar a los fabricantes que existe una demanda de este tipo de productos, lo que puede conducir a una mayor producción de productos más ecológicos (Schroeder et al 2011 80).

Finalmente, para reducir el impacto ambiental de la industria textil, el consumo responsable es fundamental. Los consumidores pueden reducir su impacto en el medio ambiente y fomentar prácticas más sostenibles en la industria eligiendo productos usados y sostenibles.

# Moda ecológica

El término “moda ecológica” o “moda verde” se refiere a una tendencia en la industria textil que tiene como objetivo reducir el impacto ambiental de la producción de prendas de vestir y accesorios. Las tendencias actuales implican el uso de materiales sostenibles y prácticas de fabricación responsable para reducir el impacto ambiental de la industria textil. Un informe de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) indica que la industria textil es la segunda industria más contaminante del mundo, después de la industria petrolera. Esto se debe a la gran cantidad de agua, energía y productos químicos que utiliza (Knošková & Grasnova 2019; Fletcher 2010).

Para reducir los impactos ambientales causados por la industria textil, es importante llevar la moda ecológica a nuestras vidas. La moda verde tiene como objetivo reducir los residuos, fomentar la reutilización y el reciclaje, y utilizar productos orgánicos y biodegradables. Al promover la producción y el consumo responsables y la conservación de los recursos naturales, esto proporciona no solo beneficios ambientales, sino también beneficios sociales y económicos.

El informe de la CEPAL (Semarnat 2015) indica que implementar políticas de moda sostenible puede reducir significativamente los impactos ambientales de la industria textil, al tiempo que promueve la inclusión social y la generación de empleo. De esta forma, la moda sostenible beneficia tanto al medio ambiente, como a las personas y a las comunidades que dependen de la industria textil.

La moda ecológica puede beneficiar a la industria textil en términos de sostenibilidad económica y medioambiental. El informe de la ONUDI señala que los fabricantes de moda responsables practican métodos de producción responsables que no solo reducen su impacto ambiental, sino que también pueden aumentar la eficiencia y la rentabilidad.



# Metodología de investigación

## Desing Thinking

Este proyecto se desarrolló con la metodología de Design Thinking debido a su enfoque centrado en el usuario y su capacidad para crear soluciones innovadoras. Esta técnica tiene como objetivo comprender profundamente las necesidades y deseos de los usuarios para crear soluciones que se adapten a sus necesidades. Gracias a su enfoque, podemos refinar y mejorar continuamente nuestras ideas y prototipos, lo que lleva a resultados más potentes. En este proyecto de grado, la metodología me proporcionó un marco metodológico eficaz para resolver problemas complejos y encontrar soluciones creativas y útiles.

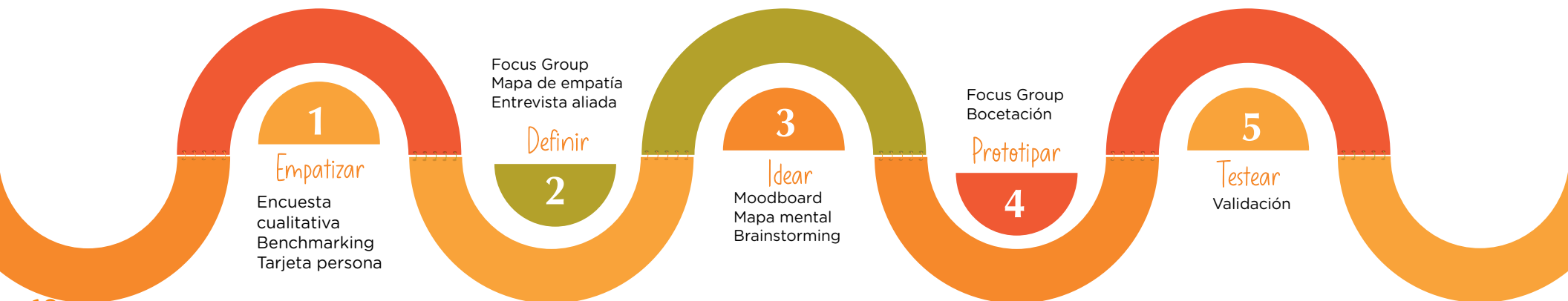
**Empatizar** Definir el arquetipo de usuario que se utilizará, establecer los objetivos de investigación y determinar las técnicas de recopilación de información. El objetivo de esta fase es determinar las necesidades y deseos del usuario.

**Definir** Se analizan las observaciones y se sintetizan los datos recopilados durante la etapa de empatía para definir los problemas principales.

**Idear** Buscar perspectivas alternativas del problema e identificando soluciones innovadoras. crear la mayor cantidad de ideas posibles que respondan al desafío. implementar herramientas como el brainstorming que ayuden a encontrar el mayor número de ideas posibles.

**Prototipar** Damos forma a las ideas y las tangibilizamos para que se puedan mostrar al usuario, quien podrá darnos comentarios y decir en qué medida la solución que estamos diseñando para él se ajusta a sus necesidades o deseos.

**Testear** Comentarios del usuario para crear una nueva versión mejorada de nuestra solución



## María Alejandra Ruíz



Estudiante de Diseño de Comunicación Visual, Universidad Javeriana Cali

### Datos Demográficos

**Género:** Femenino

**Edad:** 19 años

**Ciudad:** Cali

**Hobbies:** Dibujar, ver series y comer

Es la menor de 3 hermanos, vive con sus hermanos y le gusta ir a ferias y trueques.

### Comportamientos

- Es una persona muy exigente con ella misma
- Es alguien muy sensible
- En sus trabajos es muy perfeccionista
- Tiene un temperamento fuerte y explota muy fácil
- Prefiere quedarse en su casa que salir de fiesta
- Siempre trata de estar informada de los nuevos movimientos
- Es alguien que siempre trata de ser inclusiva y de respetar las opiniones y decisiones de los demás.

### Necesidades y deseos

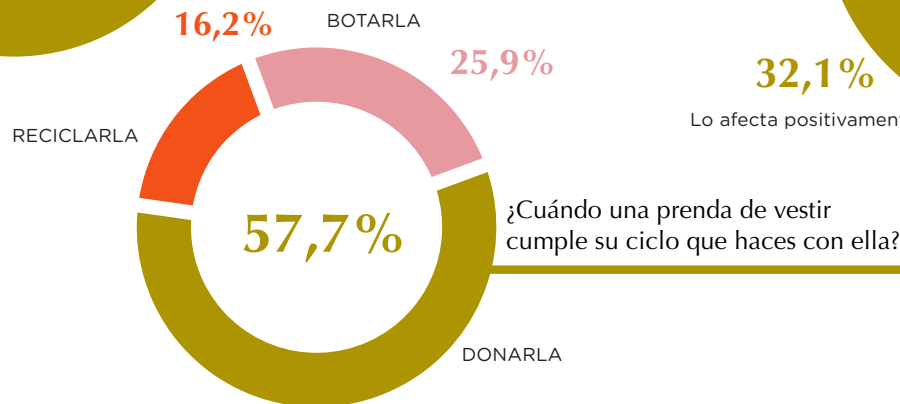
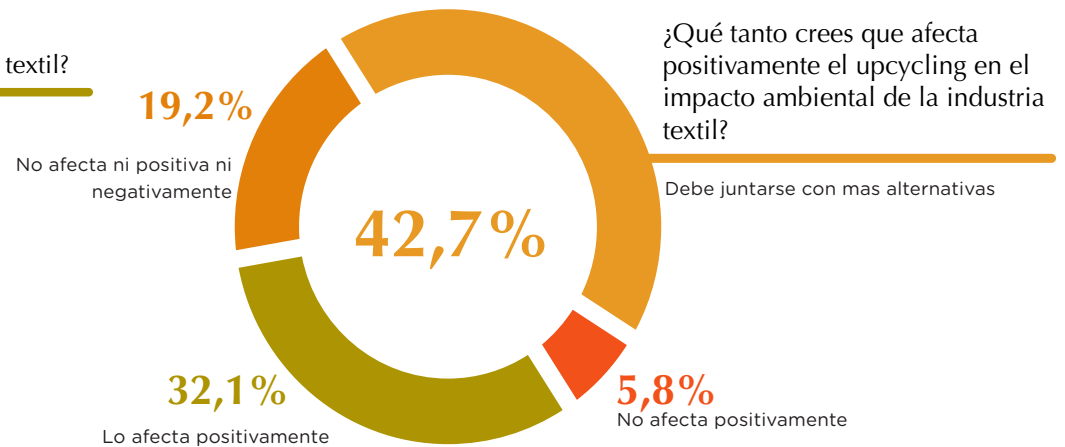
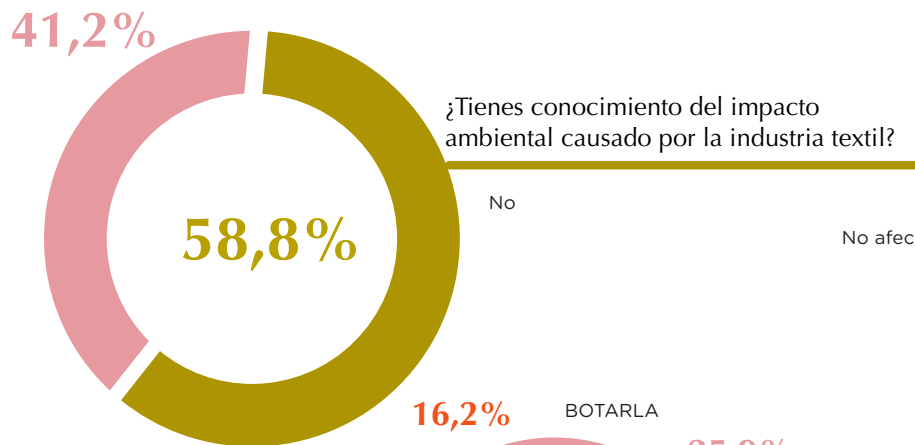
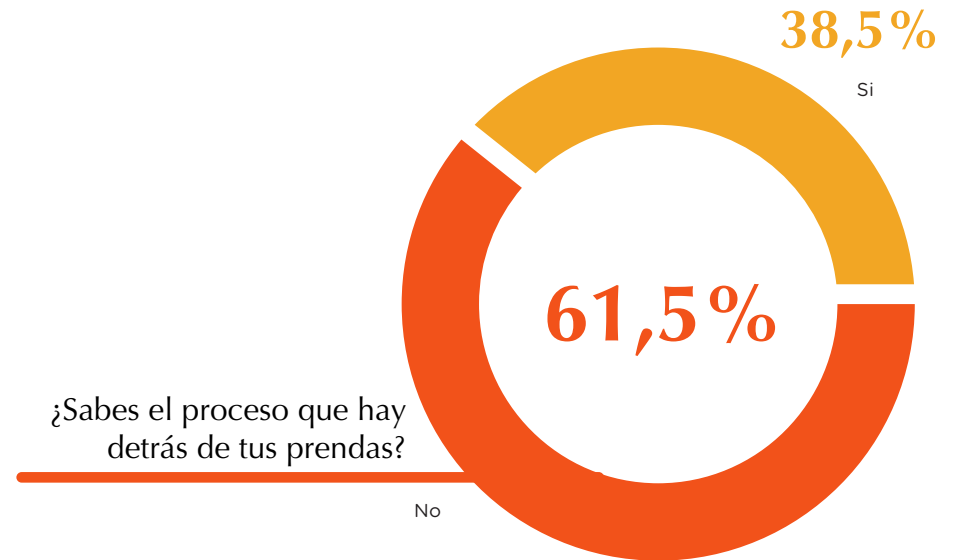
- Quiere cada vez construir hábitos que ayuden con el medio ambiente.
- Desea que más personas sean conscientes de la crisis ambiental y que actúen.
- Quiere ser más sostenible y disminuir su huella de carbono.

## Tarjeta persona

Realicé una tarjeta persona detallada para este proyecto, lo que fue esencial para definir y comprender al usuario objetivo. Con la ayuda de esta tarjeta de persona, es posible identificar con precisión su perfil y todas las características que lo distinguen.

# Encuesta Cualitativa

La realización de una encuesta cualitativa fue una herramienta importante en este proyecto, ya que permitió conocer el conocimiento y la familiaridad del usuario con el tema en cuestión, así como comprender la relación entre el tema y su vestimenta. El propósito de esta encuesta es comprender mejor la relación entre los usuarios y su ropa. Esto proporciona una base sólida para desarrollar y diseñar soluciones que satisfagan las necesidades y los deseos de los usuarios finales.



**Enuesta realizada a 46 estudiantes de la Universidad Javeriana Cali, entre la edad de 18 y 24 años**

# Benchmarking Sectorial

En el proceso de benchmarking sectorial, se llevó a cabo una cuidadosa selección de emprendimientos que se destacan por utilizar la táctica del upcycling en la elaboración de sus productos.

**Genealogy Lifestyle:** Marca Colombiana de accesorios de estilo de vida que contribuye a hábitos de consumo sostenible, basados en los modelos de producción de la economía circular y cero residuo, permitiendo darles una segunda oportunidad aquellos textiles que se consideran defectuosos siendo un medio eficaz en la reducción de la contaminación, protegiendo un 90% de agua y energía, necesaria para fabricar un nuevo material. ***“Genealogy reinventa la moda haciéndola más humana y menos contaminante, de este modo apoyamos acciones de cambio para un mejor mañana”.***



**Numade:** Marca Sostenible Argentina, crean prendas duraderas con procesos productivos que son amigables con el planeta, un lujo sustentable. Confeccionan piezas únicas de manera artesanal, no existen creaciones iguales. Toman prendas en desuso y descarte textil para crear un nuevo género. En sus colecciones utilizan jeans en desuso y prendas varias que son descartadas.






**Ente. upcycling:** marca de Chile, crea una alternativa de moda de lujo en base a la reutilización textil, demostrando que el upcycling también puede ser de gama alta. Generando productos atemporales, de alta calidad y de uso cotidiano. La marca reutiliza textiles en desuso para darles un nuevo ciclo de vida, creando piezas exclusivas, funcionales y de alta gama, fomentando el comercio justo, el consumo consciente y la reivindicación de la manufactura local justa, transparente y limpia.



# Criterios de evaluación

- Identidad visual de la marca
- Medio de comunicación y acercamiento con el usuario
- Forma de mostrar el upcycling como una alternativa sostenible y llamativa
- Involucra al usuario para que haga parte del cambio

	1	2	3	3
	2	5	5	5
	5	3	4	4
	3	2	3	2

# Benchmarking No Sectorial

La selección de empresas colombianas reconocidas y empresas que se destacan por su conciencia ambiental y su contribución a la construcción de marcas más sostenibles se ha realizado cuidadosamente durante el benchmarking externo de la sucursal. El objetivo principal es encontrar y analizar participantes del mercado que hayan adoptado métodos sostenibles en sus operaciones y producción.

**Sajú** es uno de los emprendimientos colombianos más innovadores pues revolucionaron la industria de los accesorios para gafas y se abrieron campo en un sector poco explorado en el país. Tiene un importante valor para el medio ambiente, pues este emprendimiento fabrica gafas con materiales de plástico 100 por ciento reciclado. Como sus dueños lo explican *“el polipropileno es un plástico muy utilizado y desechado, por lo que esta organización lo procesa para darle una segunda vida”*.



**Bohio Playa** es una empresa que nació hace un poco más de cinco años, pero la cual ha logrado un crecimiento acelerado por su ambicioso concepto: hacer prendas de vestir con plástico sacado del mar. *“Nosotros trabajamos con insumos completamente sostenibles, muchas telas hechas a partir de botellas y plásticos reciclados. Nosotros tenemos nuestros proveedores de insumos sostenibles. Después de eso, nosotros trabajamos las telas con personas adultas mayores y madres cabezas de familia”*.



**Mattelsa** es una empresa de ropa fundada en el 2006, Más que ropa, esta empresa busca generar una cultura social y ambiental desde sus productos. La meta de Mattelsa no pasa por vender productos en masa porque sí. Incluso incentivan el consumo racional de los productos, que solo se adquieran los que son necesarios.



# Criterios de evaluación

- Identidad de la marca y posicionamiento en el mercado nacional
- Relación que establece la marca con el usuario
- Capacidad de visualizar la importancia de adoptar un estilo de vida sostenible



	1	2	3
sajú.	5	5	5
BOHIO PLAYA	4	4	5
mattelsa	5	5	4

# Análisis

- ✎ A pesar de que se comunica él porque el reciclaje de ropa y el upcycling es importante, su identidad visual no es muy llamativa y en algunos casos puede estar un poco saturada, haciendo que no cautive mucho al usuario.
- ✎ A pesar que en redes y en sus páginas tanto de numade como genealogy hacen un blog donde las personas conozcan más sobre el tema del impacto ambiental de los residuos textiles, como visibilizan alternativas que pueden adoptar para ayudar al medio ambiente y concientizar a las personas del daño que le estamos causando al planeta no existe consistencia, en lo que publican es su medios de comunicación.
- ✎ Tener una imagen atractiva, que sea llamativa para el público es importante. También una línea gráfica y seguirla, tener una organización en cuanto está también.
- ✎ Hay que ser constantes para aferrar al usuario, dar la información sobre el medio ambiente de manera que impacte pero que sea amigable con este también es importante.
- ✎ Con el benchmarking no sectorial se percibe la importancia de crear una comunidad, una comunidad de personas que se preocupan por la sociedad en diferentes ámbitos, tener una razón y que el público no solo participe comprando sino haciendo parte de este lucha ya sea social, ambiental, etc.



# Mapa de empatía

El mapa de empatía es una herramienta que permite a los usuarios comprender a través de sus sentimientos, acciones y escuchas. En cuanto a la investigación, es una herramienta fundamental ya que permite un acercamiento personal al usuario principal. Puede analizar profundamente las emociones y visiones de los jóvenes en su día a día. El mapa tuvo como principal objetivo comprender a los usuarios clave desde una perspectiva cercana y personal.

## Hallazgos

- 🌀 Aún existen estigmas sobre la ropa reciclada y la ropa de segunda
- 🌀 Cada vez hay más personas que se une a este movimiento
- 🌀 A estos jóvenes les frustra pensar que aún existen personas que no son conscientes del impacto ambiental de la industria textil
- 🌀 Desean que se visibilice más el upcycling
- 🌀 Les da miedo pensar que lleguemos a un punto feo de no haya marcha atrás y por lo tanto estos esfuerzos no sean suficientes para salvar el planeta

### LO QUE OYE

- La ropa hecha con técnica upcycling es fea.
- Las personas no lo hacen porque no se sienten cómodas adquiriendo ropa de otra persona.
  - Es ropa económica.
  - Que es algo muy creativo

### LO QUE PIENSA Y SIENTE

- Me parece que estas alternativas son creativas y recursivas
- Se debería implementar y popularizar más estas alternativas
- Adquirir una posición sostenible frente a cómo consumimos las prendas y como las desecharmos es muy importante.



### LO QUE DICE Y HACE

- Trato siempre de darle mi ropa a mis primas
- Hice un poster dando información sobre que la gente debería intercambiar su ropa
- Le digo a las personas que deberían reciclar su ropa
- Voy a pulgueros y a trueques de ropa

### LO QUE VE

- Hay personas que ya están optando estas prácticas y lo vuelven emprendimientos .
- El número de personas que se están uniendo a esta práctica sostenible ha crecido .
  - Ya hay muchos pulgueros de ropa.
- Hay muchos trueques de ropa y actividades que fomentan estas prácticas .

### MIEDOS - FRUSTRACIONES

- Que la gente siga comprando y desechando (pensamiento consumista)
- Que no se le dé la suficiente importancia a las alternativas sostenibles que se brindan.
- Que ya llegue a un punto que no exista un marcha atrás y que las alternativas sostenibles existen nos sean suficientes para salvar el medio ambiente y el futuro

### RESULTADOS

- Que la gente apoye más los emprendimientos pequeños sostenibles que existen
- Desestigmatizar los mitos que existen del upcycling y la ropa de segunda
- Que la gente encuentre por sus propios medios una forma de personalizar su ropa y conservarla por más tiempo.

## LO QUE OYE

- Las personas buscan también estas alternativas sostenibles porque son económicas.
- Ques ropa que está sucia, vieja o que es ropa de muerto
- Es una alternativa innovadora, se le puede dar un toque personal a la prenda para darle una nueva vida

## LO QUE PIENSA Y SIENTE

- Me gusta saber que con mis acciones puede aportar un grano de arena a la sostenibilidad del planeta
- Me parece que el upcycling que recursivo y creativo a la vez una idea novedosa
- Pienso que en Colombia se debe impulsar más el upcycling que se que en otros países se ve más, lo mismo pasa con la ropa de segunda que la vemos fuerte ahora pero en otros países es una práctica que realizan desde hace más de dos años.



## LO QUE DICE Y HACE

- Apoyo los emprendimientos locales que existen y que son sostenibles y venden ropa de segunda mano
- Trato de concientizar a las personas cercanas a mi sobre el impacto ambiental y explicar también de influenciarlos
- Hago planes con mis amigos de ir a pulgueros

## LO QUE VE

- Cada vez hay más gente que está prefiriendo adquirir sus prendas de forma sostenible
- Hay más pulgueros, bazares y emprendimientos que incentivan a las personas a optar por alternativas sostenibles.
- Veo a personas incentivando a sus cercanos a ir a pulgueros o bazares.

## MIEDOS - FRUSTRACIONES

- Me frustra el saber que la mayoría de personas siguen sin estar conscientes de lo que está pasando.
- Que las personas piensen que comprando mucha ropa de segunda no está haciendo lomismo que comprar mucha ropa, si, es bueno comprar ropa de segunda pero no todas las semanas.

## RESULTADOS

- Cambiar la visión de las personas sobre le consumo de ropa.
- Que más personas cambien sus hábitos y que sean conscientes de su huella de carbon.
- Que se visibilice más el upcycling para que las personas se interesen más por este.

# Focus Group

Se realiza un focus group con el objetivo de conocer mejor a los usuarios, sus pensamientos, posturas y motivaciones en relación al tema, así como comprender qué los motiva a adoptar comportamientos más respetuosos con el medio ambiente. Se crea un espacio para la conversación y la interacción entre los participantes en este enfoque grupal, brindando conocimientos útiles y profundizando las perspectivas y puntos de vista de los participantes. Se tomaron en cuenta sus percepciones, experiencias y perspectivas sobre temas ambientales, lo que llevó a una mejor comprensión de sus motivaciones y dificultades para tomar decisiones sostenibles.

## ¿Qué hace la mayoría de las personas con las prendas de vestir que ya no utilizan?

- Las personas por lo general botan o por ejemplo en mi familia, las camisas las convierten en trapos. O las desechan o se la dan a familiares que les pueden servir por ejemplo yo le doy la ropa que ya no me queda a mis primas a ellas les gusta el estilo de ropa que yo utilizo. Las personas botan la ropa porque no son conscientes del impacto y en general no tienen conocimiento que esta tiene otra vida útil.

- Si pensamos en gente mayor lo hacen es donarla con la familia, si pensamos en gente joven muchas veces la verdad la botan, por ejemplo por donde vivo siempre pasan personas pidiendo ropa y se le las regalan, yo no, en mi casa no lo hacemos porque sabemos que lo que ellos hacen es venderla en los pulgueros o la botan. En mi caso mis papás guardan la ropa porque ellos saben que asisto a ferias de trueques

- Yo pienso y espero que la mayoría de personas regalen la ropa, no me gustaría pensar que hay personas que botan la ropa, en mi casa mi familia nos repartimos la ropa entre nosotros. En mi caso cuando tengo cosas en buen estado que se ya no me voy a poner se la doy a gente cercana que se que les puede gustar, y si veo que nadie lo quiere espero juntar algo de ropa y lo donó a algún lado como fundaciones e iglesias.

- La mayoría de personas botan la ropa, he visto como mi vecinos dejan bolsas llenas de ropa en la basura. En mi casa y lo que hacen algunas personas es donar la ropa a fundaciones o personas que de bajos recursos

## ¿Cómo afecta el desecho de las prendas de vestir al medio ambiente?

- Si, me imagino que se hace un montón de acumulación de ropa que no se usa y que básicamente se demora mucho en descomponerse, entonces si me imagino como montones y montones de montañas de ropa que no se utilizan y básicamente contaminan el planeta.

- Si, toda esta carga de residuos se demora mucho en descomponerse o al estar tan acumulados llegan a los ríos o lo que hacen es contaminar en sí el ambiente.

- Si, lo afecta mucho y más en ahorita que estamos en la época del fast fashion y que consumimos y consumimos y desechamos desmedidamente y vemos fenómenos de desiertos llenos de prendas de vestir y basura. Tenemos que ser más conscientes de comprar prendas que duren, porque no podemos estar desechando todo el tiempo.

- Realmente no sé específicamente cuáles son las afectaciones, sé lo general que es que contamina muchos pero no sé en qué forma

### ¿Cuáles son algunas alternativas sostenibles al desecho de las prendas de vestir?

- Se podrían rescatar las partes de la ropa que todavía sirven y con eso hacer algo creativo o algo útil. Por ejemplo las personas cortan ciertas partes y las utilizan como trapos eso podría servir.

- Los trueques que es intercambiar lo que yo ya no uso o lo que ya cumplió su ciclo de uso con otras cosas de otras personas que me interesan o me gustan, lo que hago también es modificarlas, digamos hay jeans que ya no uso y los vuelvo faldas o los vuelvo shorts, las blusas las vuelvo balacas, las vuelvo top o en algunos casos cojo retazos y he hecho fundas de almohadas, y lo que hacen muchas mamás es el trapo de la cocina.

- Regalar la ropa a personas que le van a dar un mejor uso, venderlas, implementar la moda circular, que más gente la siga usando y en caso de que ya no sea más para vestirla, volverla un trapo pero seguir con el ciclo de economía circular.

- En mi casa por lo general nos repartimos la ropa entre nosotros, por ejemplo si a mis primas no les gusta una prenda me la pasan a mi o a mi mamá, eso es lo que nosotros hacemos ya que tenemos el mismo estilo. También las donamos a personas de un pueblo conocido de mi tía o a fundaciones, esto si la prenda esta en buen estado.

### Introduce el término **UPCYCLING**

- Me parece una alternativa muy útil, ya que dice que ayuda al 95% del impacto que se tiene de la ropa y como contamina el planeta, me parece un porcentaje muy alto. Me parece muy creativo y siento que eso es lo que lo hace destacar, aprovechar la ropa de una forma creativa no tan convencional eso me parece muy interesante.

- Conozco el término upcycling de instagram, sigo muchas influencers que muestran que van a bazares, siento que esta tendencia de UPCYCLING es muy famosa en México.

- Me sonaba el término, pero realmente no lo conocía muy a profundidad, pero me parece una alternativa muy creativa, donde se pueden crear prendas únicas y con las que las personas se sientan identificadas con el pro de que es algo que ayuda al medio ambiente

- Me parece una técnica muy chevere y que se ve en otros países pero en Colombia le falta fuerza, es una buena forma de reutilizar la ropa de darle nueva vida las personas aún no creen que esto es posible pero se pueden crear prendas únicas y muy lindas.

## De qué forma cree usted que se le podría llegar a la gente con esta forma de crear ropa?

- Sería chevere que la gente le vuelva a interesar la ropa o la vuelva a utilizar si esta se modifica y se personaliza más, hacer que las personas por medio de esa intervención se identifique más con la prenda y quiere aún seguir utilizando.

- A los jóvenes por redes sociales, siento que sería lo más fácil y una forma de llegarle a los adultos es por medio de los jóvenes ya que ellos pueden incentivarlos de ir a ferias y a trueques. Crear ferias en el que se visualicen principalmente estas alternativas sostenibles.

- Desde mi punto de vista y mi experiencia personal, lo que me pasa a mí es que yo he empezado a seguir una que otra cuenta en Instagram de upcycling pero también es porque ya me aparecen por el algoritmo, y ahí es donde me informo y veo estas nuevas alternativas. Entonces creo que con por medio de redes sociales y mostrando la creatividad que hay detrás de el upcycling la gente le interesa este tema.

- Yo siento que hay que mostrarlo como una novedad, porque si pensamos hay muchas campañas de concientización sobre este tema del fast fashion pero pues hay muchas personas que nos les importa esto y les da igual. Creo que teniendo un grupo de personas que incentiven esto y lo hagan ver como algo chevere, también mostrar lo creativo que es el proceso, ver las cosas que se pueden crear con este proceso que obviamente son prendas lindas y únicas y que esto despierte su interés por aprender más sobre qué es esta práctica por voluntad propia y curiosidad.

## ¿Qué tan abierta crees que están las personas a comprar ropa upcycling o de segunda mano?

- Hay muchas personas que tienen ese estigma con la ropa de segunda mano, piensan que es malo que sea ropa de otra persona, que está sucia o que es feo, Hay cierta cantidad de personas que no le gustaría ya por cuestiones de higiene, pero ya sabemos que eso no es verdad porque cuando tú das la ropa tiene que ser ropa que está en buen estado y por esta limpia. Otro porcentaje de personas que creo que es bastante numeroso porque ya existen por ejemplo pulgueros y trueques donde la gente está dispuesta a intercambiar la ropa y hay gente que también que de su ropa vieja la interviene y hace sus prendas.

- Dependiendo, la gente que me rodea si está súper abierta porque ellos saben el proceso de estas ferias y que por ejemplo exigen que la ropa que uno lleva para intercambiar debe estar lavada, mis papas no lo hacían porque no les gustaba el hecho de usar ropa usada de otra persona pensaba en que era ropa de personas que habían muerto que estarían cargando las malas energías de las otras personas. Los adultos no suelen estar tan abiertos.

- Últimamente siento que esto se está volviendo medio de moda y es una ventaja, ahora la gente lo ve como algo chevere el comprar de segunda y hacer cosas nuevas con sus prendas que no utilizan, igualmente aún prima la mayoría de personas que siguen pensando que es ropa sucia, ropa vieja o ropa de personas muertas, aún hay muchos estigmas que las mismas personas crean y que no son reales y debemos acabarlos y desmentirlos porque son estos estigmas los cuales les impiden

o los frenan a querer interesarse por esta nueva forma de crear o adquirir ropa.

- Yo creo que depende de la ropa y depende del contexto porque ahorita esta modalidad es algo que se está moviendo mucho entre los jóvenes y es chevere, pero si hablamos de las personas mayores para ellos hablo desde el caso de mis abuelos, para ellos era normal el reciclar la ropa ya que en estos tiempos no se produce tanta ropa como ahora, y también esta los otros adultos que son como de la edad de nuestros papás que no ven estas prácticas como algo normal y ellos compran constantemente y tal vez para esta generación es mucho más difícil llegarles por lo que son más cerrados.

### **¿Cómo podemos educar a las personas sobre la importancia de reducir, reutilizar y reciclar las prendas de vestir?**

- Pues yo lo vería como por ejemplo de muchos medios, las redes sociales, poner vallas grandes alrededor de la ciudad que tengan esa información importante o por lo menos que incentive a las personas a donar su ropa o a intercambiarla o dar un porcentaje que los haga conscientes de impacto que tiene el desecho de la ropa y si mayormente redes y vallas publicitarias.

- Nosotros los jóvenes nos dejamos informar mucho de los medios de comunicación ya más que todo por las redes sociales como instagram siento que es medio por el más nos entra la información, también se me ocurriría poner posters en la universidad que sean llamativos y que den información impactante sobre la crisis climática que causa el consumo y el desecho de prendas de vestir.

- Es importante que la gente sea consciente del impacto que trae no realizar estas tres cosas porque la mayoría de personas ignoran el problema que hay detrás de esto y al no visualizar este problema no actúan frente a esto, no ven la necesidad de hacer esto. Hay que despertar un sentimiento en el cual las personas quieran tomar acción y que hacer para que se frene la contaminación y sus consecuencias.

- Por redes sociales ahora es que se mueve todo, pues ya muchas generaciones estamos metidas en este mundo y nos llega mucha información que también influye en nuestros comportamientos y hábitos.

### **¿Cuáles serían los pros y contras del upcycling?**

- Pros que le puedes dar un toque personalizado a tu ropa, puede ser una prenda única con la que las personas se sientan identificadas y se sientan orgullosos de tenerla puesta pues no tiene que desecharla ni tenerla acumulada. Contras que la gente no esté interesada y que no lo hagan.

- Pros es ayudar al medioambiente, puedes conseguir ropa única ya que es un proceso en el cual no se puede crear la misma prenda y la verdad es una forma muy creativa y recursiva de disminuir la cantidad de ropa que se desecha. Contras es que las personas sigan estigmatizadas y que no están dispuestos a optar por estas prácticas.

- Pros el hecho de que es una práctica que ayuda al medio ambiente ya que se está implementando una moda circular en la cual se están aprovechando estas prendas para crear nuevas sin dejar residuos textiles. Contra es que esta no sería la única práctica, no sería suficiente se necesita si o si que las perso-

nas entendamos que no podemos seguir consumiendo al ritmo que lo estamos haciendo porque si seguimos comprando y comprando desmedidamente.

- Pro es poder usar esas prendas que de pronto uno ya no ve el potencial de usarlas y poder convertirlo en algo novedoso que puedo volver a usar y se volvería otra vez relevante para uno en vez de dejarla olvidada, guardada, donarla o botarla. En contra es que he visto que mucha influenciadores hacen ropa intentado ser sostenibles pero realmente desperdician tela y materiales, no muestran cuál es el real proceso de este

### ¿Conoces personas que realicen este método?

- Si tengo algunos amigos que realizan este método, familiares no muchos.

- Si conozco personas, yo soy una de ellas y por ello mi familia también empezó a hacerlo y tengo algunos amigos que desde que les conté lo han implementado.

- No conozco, sin embargo sigo muchas páginas en instagram que lo hacen.

- Conozco a una chica en la universidad que lo realiza

### ¿Qué los motivó a tomar una posición sostenible frente a la ropa?

- Sigo muchas cuentas de instagram de ropa de segunda mano que tiene ropa muy bonita, de mi estilo y son muy económicas, eso fue lo que me atrajo.

- Lo principal es que puedo obtener ropa sin costo, tengo ropa

que ya no uso y se que puedo cambiarla por ropa que si voy a usar. Después cuando empecé a investigar empecé a ver lo del ciclo de ropa, que mucha termina en la basura, eso me tocó mas y quise evitarlo.

- De un tiempo para aca he querido ser más consciente de impacto que tengo en el medio ambiente y poco a poco me ha ido llegando información de las acciones que hago que le hacen mal al medio ambiente y esto me ha ido formando, hace un año apenas empecé a tomar conciencia sobre lo ropa y el fast fashion, de un tiempo para aca he querido mirar cómo puedo ayudar al disminuir el impacto ambiental.

- Mi mamá siempre me incentivó a comprar ropa local en mi casa siempre nos enseñaron eso, siempre apoyamos los emprendimientos locales gracias a mi familia, mis papas me educaron bajo los principios de hacer cosas o tomar acciones que ayuden al medio ambiente.



# Entrevista con Aliada

Se realizó una entrevista a un aliado clave para obtener herramientas y un conocimiento más profundo sobre el upcycling, así como para entender su aplicación y desarrollo en Colombia. Esta entrevista se realizó con el objetivo de aprovechar su valiosa experiencia y obtener una mejor comprensión de la escena del reciclaje doméstico. Usando su conocimiento y experiencia, el socio brindó información relevante sobre las prácticas y tendencias actuales de reciclaje en Colombia. Gracias a su experiencia, es posible conocer mejor cómo ha evolucionado el upcycling en el contexto local, qué iniciativas y proyectos se llevan a cabo, y qué métodos y técnicas se utilizan más habitualmente.

## VALORAR LO ARTESANAL Y HECHO A MANO

### ¿Qué hace la mayoría de las personas con las prendas de vestir que ya no utilizan?

Hay dos opciones frente a esto como colombianos. La primera es que la mayoría de personas creen que con regalar la ropa se deshacen de ella, también existe un tema de apego con las prendas ya que existen personas que dicen que si lo botan pues van a perder algo pues puede que la prenda haya tenido un costo alto o alguien significativo se las regalo. También está el punto emocional, muchas personas le dan un valor emocional a una prenda y lo que terminan haciendo es guardandola así no se la ponga y lo que crea acá es una acumulación de prendas. La segunda y la peor de los casos que es la más básica por decirlo así a una de las que más fácil se puede adoptar es botar la ropa a la basura. Sobre esto hay dos pensamientos que he visto, el primero es que la gente dice que si deja estas bolsa de ropa separada de la basura van a venir lo recicladores van a recogerla y es un pensamiento absurdo porque la gente no se toma el tiempo de revisar bolsa por bolsa para ver lo que hay adentro, y a la final estas prendas terminan en vertederos y hasta ahí las personas pierden el contacto con las prendas. Mandarlo a lugares de caridad para donarla dado al valor adquisitivo que da a la prenda.

### ¿Cómo se puede extender la vida útil de las prendas de vestir y reducir la necesidad de deshacerse de ellas?

Aquí tendría que ver mucho el tema de la economía circular y es que si las fábricas textiles, estas empresas o marcas recono-

cidas no tiene control sobre la misma mucho menos el consumidor final, el primer factor negativo es que el fabricante o la marca no incentiva al consumidor a decirle que si devuelve la ropa le van a dar un bono, ya varias marcas lo han hecho pero no han sido exitosas, lo hacen por un rato y tiene un sus sentido social o ambiental y eso es lo que necesitan ellos, tener el tacto y ser mencionados. Digamos como yo puedo darle una vida útil a estas prendas, vi una ingeniera que con ropa reutilizada, con desechos textiles se inventó una máquina que hace ladrillos. Hoy en día lo que pasa es que la gente está haciendo transformación textil y no se ve de una manera muy agradable, no se ve bonito, entonces digamos transformación textil no es lo mismo que a lo que yo le doy una segunda oportunidad en una prenda por si o si va a llegar un punto que la prenda ya no va a funcionar, por mas que yo alargue su vida útil no significa que la prenda no termine desechada. Cuando ya termina su vida útil qué hago con esta prenda? pues la idea es sacar fibra de los textiles ya usados, que prácticamente es volver a tejer con la prenda que ya se desecho esto es algo un poco costoso por eso casi no lo vemos.

### **Explica cómo tu iniciativa tiene lugar en el contexto de upcycling**

Tengo una empresa que hace dotaciones de uniformes para empresas (gastronómico y ejecutivo). Aquí es una tema súper complejo por que es más como el proceso y la concientización de cómo yo hago para mitigar este impacto ambiental que constantemente vamos a hacer, por más que uno trate de no desperdiciar también el tema de insumos pues por lo general el sector textil se gasta mucho entonces digamos por ejemplo los desperdicios los guardamos (retazos textiles) y los conver-

timos en rellenos entonces vamos hacer un puff, hagamos un rellenos para un puff, tratamos de que se aproveche el máximo total de la tela para no tener muchos desperdicios, en un año podemos desperdiciar 5 bolsas grande de esto, que es muy poquito a comparacion de otras empresas que no fijan esta importancia que ellos van desperdiciando y van botando, nosotros aquí no tiramos nada textil, y con el upcycling nosotros lo que hacemos es que los clientes cuando terminan el periodo de cierto uso de prendas la devuelven y nosotros lo que hacemos es hacer es quitarle los logos y picar las prendas, algunas otras se conservan.

### **¿Qué te motivó y qué te gustaría lograr con esta iniciativa?**

Con esta iniciativa yo creo que lo más importante es poder conservar el medio ambiente, más que eso sabemos que también es nuestra salud, yo se que con hacerlo no va a hacer que todo el mundo lo haga pero con algo se empieza entonces es más la motivación de dejar algo de no dejar algo negativo sino de dejar algo positivo y que otras personas puedan también antojarse, entonces la motivación es eso, si yo cuido mi entorno me cuido a mi.

### **¿Cuáles serían los pros y contras del upcycling?**

Creo que los contra es no saber el destino final, el tema de concientizar a las personas de la mejor manera porque entonces todo el mundo dice no dañe el medio ambiente, hay que cuidarlo, pero si no hay una información aterrizada todos terminamos con una información errada y al final creemos que estamos haciendo las cosas por el lado correcto y la verdad no es así y estamos afectando aún más el medio ambiente o nuestro impacto como humano en la tierra sigue siendo negativo.

Los pro yo creo que es más como poder mitigar el tema de los rellenos sanitarios, pues al tener este colapso puede que lleguemos a un punto de que se vaya extendiendo por otras zonas y esto ni ayuda ni beneficia al medio ambiente ni al suelo por que la tierra empieza a absorber todos estos químicos y al final eso es lo que termina en nuestros alimentos. Los pro de esto tiene muchísimos pero creería que el problema no es del upcycling sino de fabricación.

### **¿Cual es la etapa más complicada en generar una prenda con este método?**

El tema del diseño y la transformación, no es lo mismo cuando tu tienes una prenda entera y sabes que es lo que vas hacer directamente ahí a comparación de jugar con ficha con detalles, digamos que quieres un color y en las prendas que tienes ninguna tiene ese color, entonces cómo voy a hacer para que sea agradable, el poder plasmar lo que yo quiero que los demás vean, esa sería la parte más complicada

### **Según la experiencia que haz tenido con los clientes consideran que las personas están abierto a esta nueva forma de crear prendas**

Si pero no, hay gente que puede estar y qué bonito y todo pero lo que pasa es que está el chip del temas de que todo lo que es transformado lo tienen en un concepto de que es algo feo, o el que sean quisquillosos y está el que ay! eso se lo puso otra persona. El colombiano se cuestiona mucho el hecho de cómo pagar algo que ya está usado y que no tiene sentido.

### **De qué forma cree usted que se le podría llegar a la gente con esta forma de crear ropa?**

A la gente se le ve un cliché al tema ambiental, sería no entrar por ese lado sino que depronto se puede abordar en el concepto de empezar a mostrarles un tema de creatividad, la gente se va más por la creatividad, porque en lo ambiental todo el mundo habla lo mismo, pero creería que se le puede mostrar algo a la gente más creativo e inclusivo creo que con esto las personas se engancharian más pues puede que hace el resultado positivo a comparación de campañas que siempre hacen lo mismo con el tema ambiental y donde vemos que a la gente no le importa, hacer como las marcas, las marcas hoy en día en sus colecciones no se ponen a hablar de que tela es la prenda ni como se hizo, habla de lo que transforma como tal, se inspiró en tal, tiene esta tendencia, se diseñó con este estilo, nunca mencionan dónde ni cómo se confeccionó y creería que ese es el error que comentemos mucho el hablar del impacto negativo que tienen las prendas en el medio ambiente.

# Hallazgos

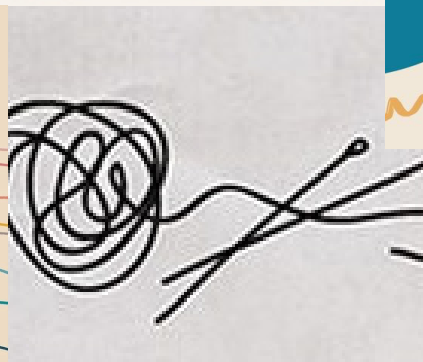
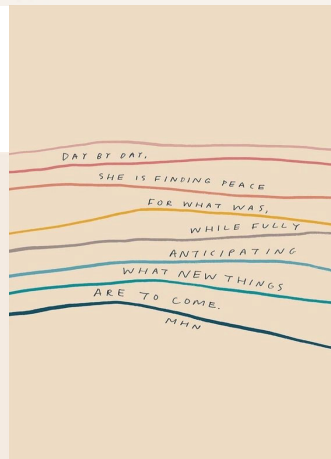
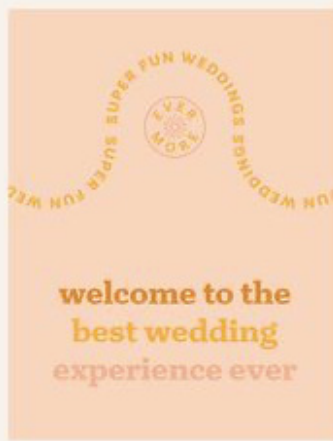
- Los jóvenes tienen mejor conexión y fidelidad por medio de las redes sociales.
- Este grupo de jóvenes tiene sentido de pertenencia con el tema de la moda sostenible e incentivan a las personas a formar parte del tema.
- Las personas se enganchan por el atractivo resultado y no tanto por los hechos, cifras y datos de la problemática.
- Las personas aún tienen muy estigmatizadas lo que es la de segunda mano o la ropa transformada.
- Muy pocas personas conocen lo que es el upcycling, por lo tanto hay que visualizarlo más de una manera creativa y que muestre la creatividad detrás de esta técnica.



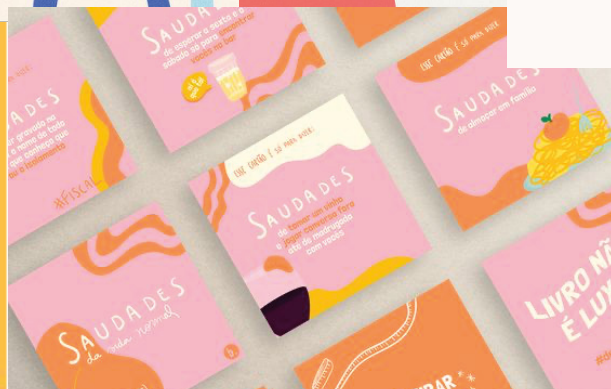
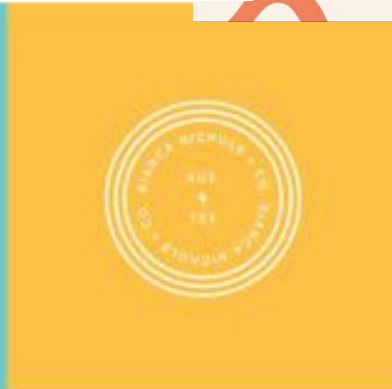
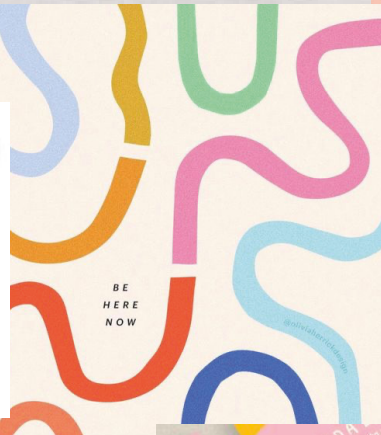
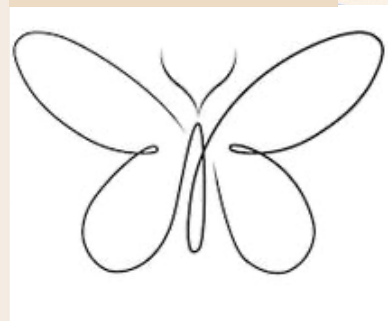
# Requerimientos de Diseño

Necesidad	Requerimiento	Tipo	D/O	Descripción
Debe ser algo diferente y que llame la atención	Un sistema de identidad visual	E-C	○	Uso de tipografías, colores llamativos, estilos gráficos
Crear una comunidad que incentive hábitos para el cuidado del medio ambiente.	Diseño participativo	F-O	○	Redes sociales, contenido interactivo y participativo
Que el tono de comunicación conecte con el usuario	Comunicación asertiva	F-O	○	Textos cortos y concisos, gráfica llamativa
Es necesario crear un vínculo con el usuario a través de dinámicas interactivas y llamativas	Funciones indicativas	F-O	○	Infografías, videos, material visual.
Entender el valor o la dificultad que tiene hacer una prenda de segunda mano con la técnica upcycling	Diseño experiencial cocreativo	F-O	○	Talleres experienciales, videos que muestren el proceso que hay detras de la técnica

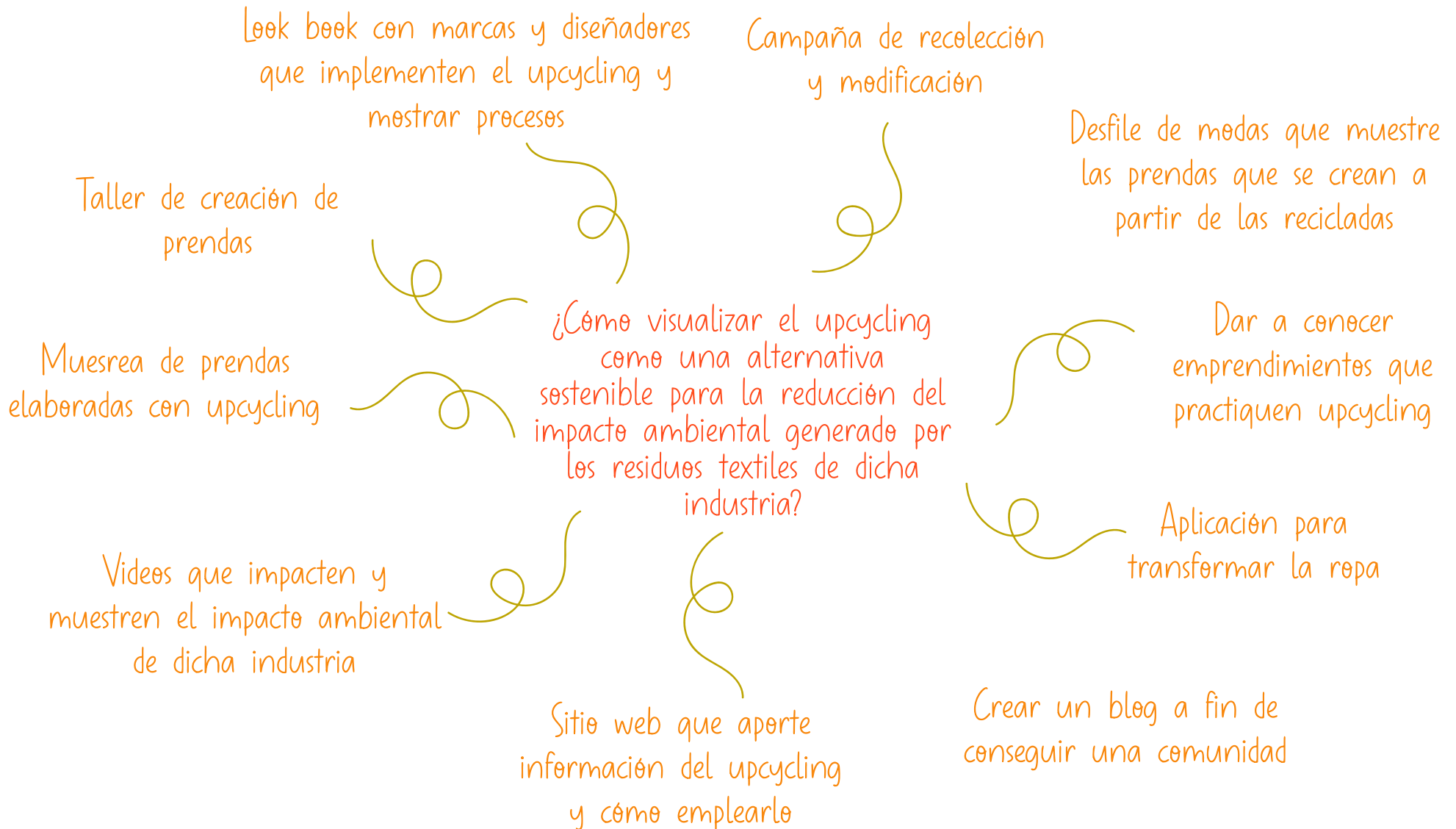
# Moodboard



STORY OF THINGS  
creators. curators. story tellers



# Brainstorming



# Sistema Producto

## CAMPAÑA EXPERENCIAL

Fomentar hábitos de consumo responsable a través de la reutilización de ropa usada y concienciar sobre el impacto ambiental que genera la industria textil. Esta campaña se ha diseñado para educar al público sobre la importancia de reducir la cantidad de ropa desechada, reduciendo así el impacto ambiental de la producción y eliminación de ropa. La campaña se basa en la idea de que todo cuenta y también generar conciencia de que una decisión puede generar un gran impacto en el medio ambiente.

## Identidad Visual

La creación de una identidad visual que refleje la esencia de la campaña y la comunidad que se formará alrededor de ella es necesaria para llevar a cabo esta campaña.

Al comunicar la personalidad, los valores y el propósito de la campaña, la identidad visual será fundamental. Debe reflejar el sentido de comunidad, la creatividad y la sostenibilidad que se busca fomentar. Además, debe atraer la atención del público objetivo y hacer que se sientan conectados y pertenecientes.

Lograr esto requerirá un diseño visual cuidadosamente elaborado que utilice colores, formas y elementos gráficos para

transmitir la esencia y el mensaje clave de la campaña. Para establecer una identidad inmediata y duradera con el público objetivo, una identidad visual debe alinearse con los valores y objetivos de la comunidad a formar.

La adaptabilidad del reconocimiento de imágenes a diferentes canales y formatos, tanto digitales como impresos, es importante. Esto permitirá una presencia consistente y distintiva en todas las comunicaciones relacionadas con la campaña, aumentando su impacto y visibilidad.

## Piezas

Para difundir la campaña y comunicar sus elementos clave, es necesario crear anuncios efectivos. Los medios por los que se informará al público sobre la campaña y los conceptos clave que se transmitirán serán estos elementos promocionales, como carteles, volantes y redes sociales.

Para generar interés y compromiso en las redes sociales, se utilizarán estratégicamente imágenes, mensajes cortos y atractivos, así como contenido relevante. Se crearán publicaciones atractivas para reflejar la identidad visual de la campaña, y se utilizarán hashtags y etiquetas para aumentar el alcance y la participación.

Los carteles y volantes publicitarios serán las herramientas de impresión que se utilizarán para llegar a un público más amplio y tener un impacto visual en el espacio físico. Estos elementos contendrán información clara y concisa sobre la campaña. Resaltarán las ideas principales de la campaña y brindarán orientación sobre cómo involucrarse y participar en la comunidad.

# Identidad Visual

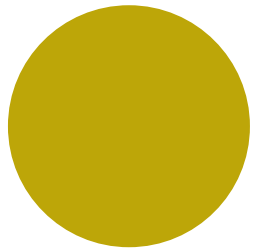
La identidad visual se desarrolló en colaboración con un grupo focal cuidadosamente seleccionado para asegurarse de que fuera atractiva y llamativa para el público objetivo. Con el apoyo del focus groups, se creó una identidad visual atractiva que cumplió con las expectativas y preferencias del público objetivo.



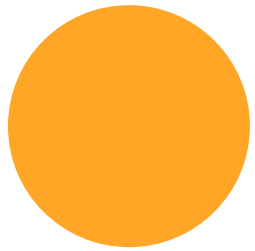
## Conceptos

- Consciente
- Confesión
- Transformar
- Crear
- Renovar

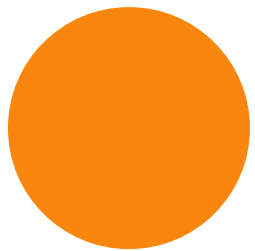
# Paleta de color



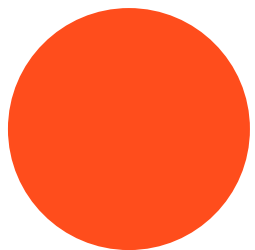
Ecológico, renovación.



Creatividad, optimismo.



Transformación, innovación.



Acción, valor, dinamismo.

## Naming



TransformArte



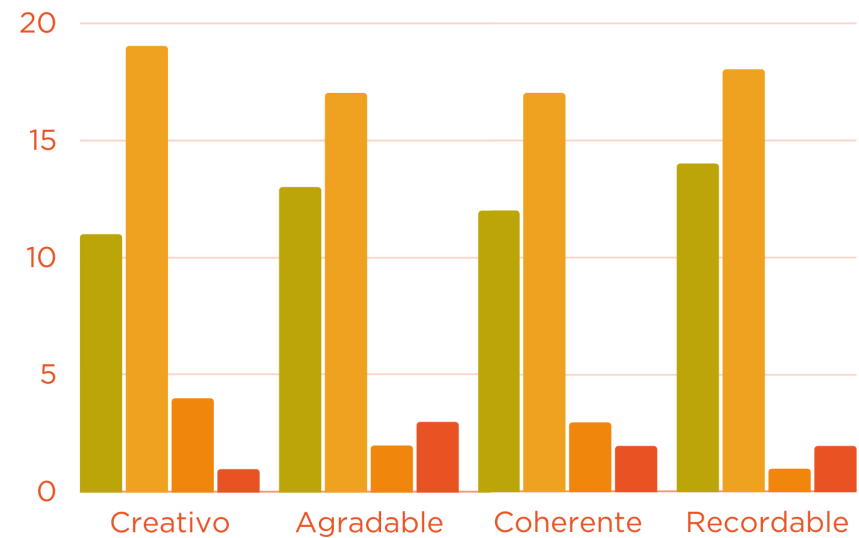
Metamorfosis

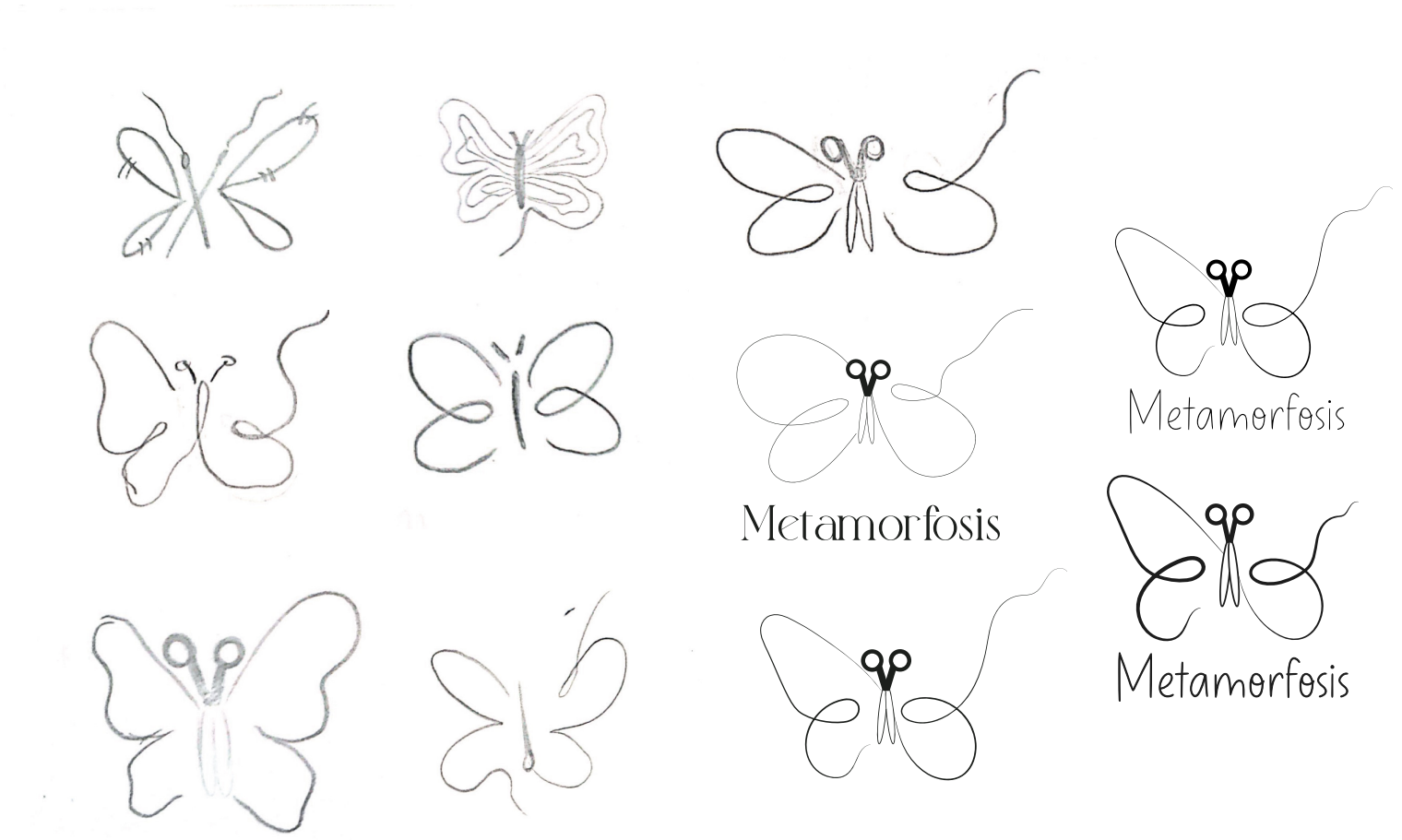


Renovando prendas



Recreando con retazos





# Bocetación



Metamorfosis  
nueva vida a tus prendas

## Variación de colores



## Tipografía

Elfeylasting

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ-  
VWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz-  
vwxyz1234567890;?!"#\$%&/(=)

Gotham Rounded

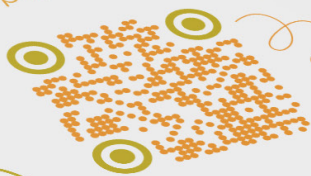
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ-  
VWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz-  
vwxyz1234567890¿?!"#\$%&/(=)



**Metamorfosis**  
nueva vida a tus prendas

**¿Tienes prendas que ya  
no usas y no sabes que  
hacer con ellas?**

Si tienes ropa que ya no usas y  
tampoco esta en condiciones de  
ser donada traela a nuestros  
puntos.



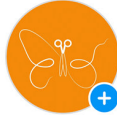
Escaneame  
para más info



10:52



**\_metamorfosis.co** 9+



9  
Posts

25  
Followers

11  
Following

**Metamorfosis**

Nueva vida a tus prendas

-  
-  
-

¿Estás listo para se parte de esta transformación?  
[See Translation](#)

Edit profile

Share profile



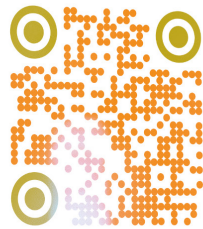


## Metamorfosis

nueva vida a tus prendas

Pronto tendrás la oportunidad de apoyar la moda sostenible de una manera emocionante y creativa.

¿Estás listo para ser parte de esta transformación?



¡conoce más aquí!

**Este 24 de Mayo** te esperamos en el hexágono de Samán

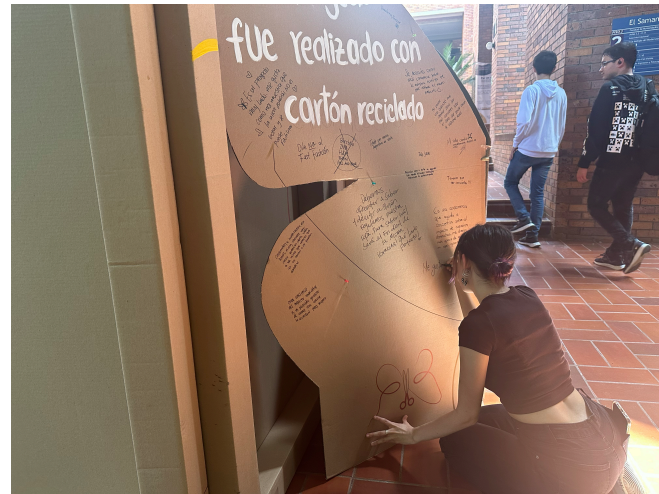
**Descubre de que se trata...**

# Validación/ Prueba de Usuario

El 24 de mayo, se llevó a cabo la validación de la campaña en la Universidad Javeriana Cali, donde los estudiantes participaron en una experiencia que los hizo reflexionar sobre el impacto de sus decisiones en el medio ambiente. La experiencia comenzó con un ejercicio sencillo y familiar: los estudiantes seleccionaron una prenda de una caja y la observaron, luego debieron decidir qué hacer con ella. Según su elección, se les indicó por cuál de las dos puertas debían entrar.

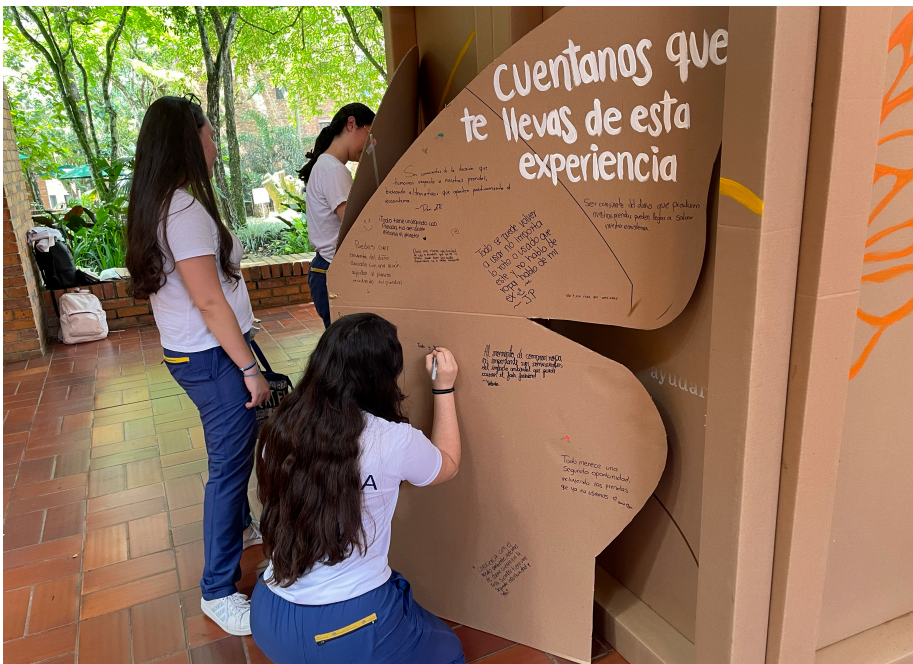
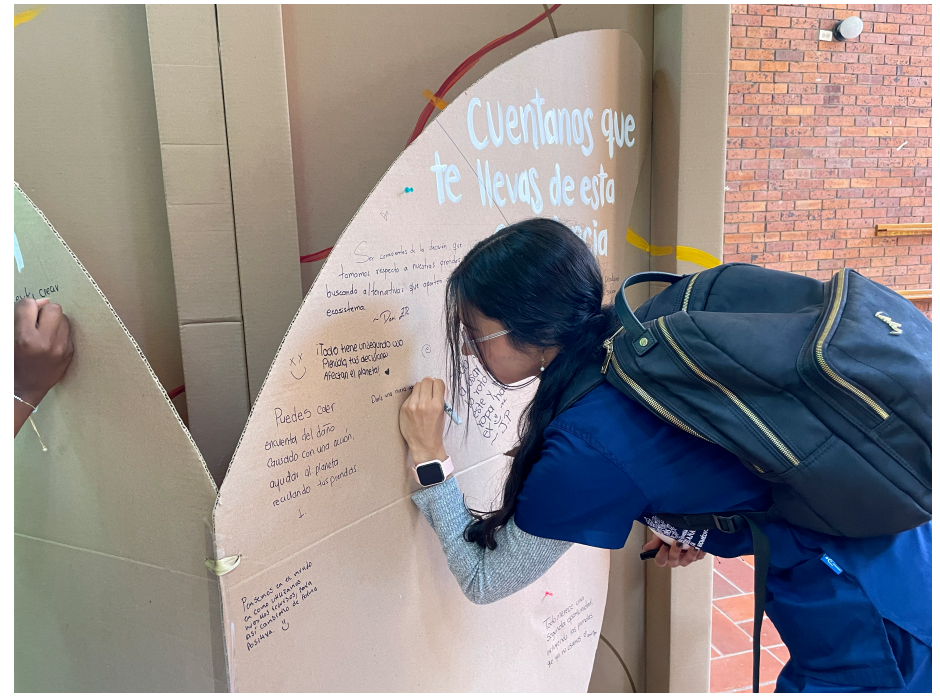
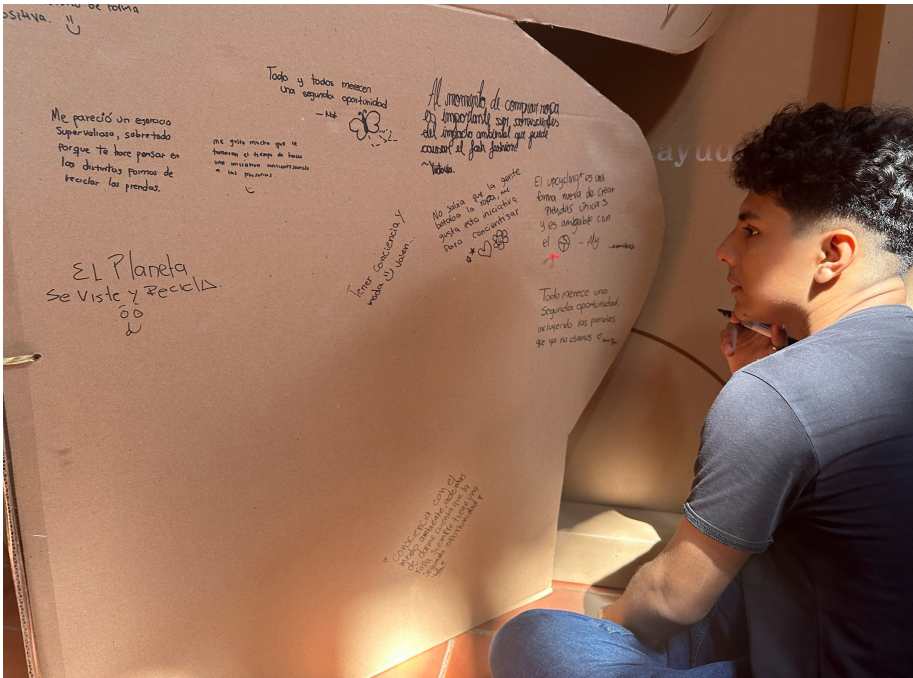
Uno de los caminos mostraba los beneficios del reciclaje de prendas, mientras que el otro revelaba el impacto negativo de desecharlas. Al finalizar el recorrido, los estudiantes compartieron sus impresiones y se les explicó el propósito de la actividad. Posteriormente, los estudiantes compartieron lo que habían aprendido y cómo se habían sentido durante la experiencia, expresando sus opiniones sobre la actividad.













# Conclusiones

- ❧ La campaña cumplió con su objetivo y los estudiantes la valoraron mucho. Aprendieron cómo sus decisiones pueden afectar al medio ambiente. A través de este ejercicio, se fomenta su reflexión y se les presentaron opciones sostenibles que pueden usar en su vida diaria para ayudar a salvar el planeta.
- ❧ Esta experiencia les permite abrir su mente y plantearse nuevas formas de abordar la relación entre su indumentaria y el consumo responsable. Sensibilizaron sobre el ciclo de vida del producto y la importancia de adoptar prácticas sostenibles. Los estudiantes están motivados e inspirados para cambiar sus estilos de vida para contribuir a la gestión ambiental.
- ❧ La campaña despertó el interés y la participación activa de los estudiantes, y cambió su conciencia y comportamiento. El resultado de la contemplación es que entienden que sus decisiones individuales pueden tener un impacto significativo y que cada pequeña acción cuenta para crear un futuro más sostenible.
- ❧ Se generó una experiencia significativa que generó conciencia sobre las decisiones individuales y su impacto en el medio ambiente. Los estudiantes tuvieron la oportunidad de pensar en el ciclo de vida de las prendas y comprender la importancia de tomar decisiones sostenibles.

# Referentes

Alonso, P. & Hernández, I. (2020). moda y sostenibilidad la legitimación de la economía circular. Universidad Pontificia. <http://hdl.handle.net/11531/37274>.

Fletcher, K. (2010) Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice*. 2(2), 259-266.

Knošková, L. & Garasová, P (2019). The Economic Impact of Consumer Purchases in Fast Fashion Stores. *Studia commercialia Bratislavensia*. 12(41), 58-70.

Macedo, B. (2005) El concepto de Sostenibilidad. UNESCO/OREALC.

Martínez Quiroga, R. (2007) Indicadores ambientales de desarrollo sostenible: avances y perspectivas para América Latina y el Caribe. ONU.

Núñez-Tabales, J. M. Del Amor-Collado, E. Rey-Carmona, F. J. (2021). Economía circular en la industria de la moda: Pilares básicos del modelo. *Revista de Ciencias Sociales* 17(4), 162-176.

Restrepo Abondano, J.M. Orozco Guerrero, J. Olaya Cantor, N.C. Restrepo Arbeláez, C. (2019). Política de Turismo Sostenible. Gobierno de la República de Colombia.

Rodríguez Eugenio, N. McLaughlin, M. Pennock, D (2019). La contaminación del suelo: una realidad oculta. ONU para La Alimentación y la Agricultura.

Schroeder, G. R. Goldstein, M.S. Rungtusantham, J.M (2011). Administración de operaciones: Conceptos y casos contemporáneos. McGrawHill.

Semarnat (2015). Informe de la Situación del Medio Ambiente en México. Compendio de Estadísticas Ambientales. Indicadores Clave, de Desempeño Ambiental y de Crecimiento Verde.

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2009). El Vivir Bien Como respuesta a la Crisis Global. Diplomacia por la vida.





